



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA - CPA**

**TÍTULO DEL PROYECTO
DISEÑO DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL CONTROL
DE LOS INVENTARIOS DE LA EMPRESA EDICIONES ORTEGA
UBICADO EN EL CANTÓN MILAGRO.**

**AUTORA:
Zambrano Olalla Grelis Lady**

**MILAGRO, JUNIO 2016
ECUADOR**

ACEPTACIÓN DE LA TUTORA

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la estudiante ZAMBRANO OLALLA GRELIS LADY, para optar al título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoria – C.P.A. y que acepto tutoriar a la estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, 14 de Enero del 2016.

ABG. ELICZA ZIADET BERMUDEZ.

C.I. 0908027063

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, mayo del 2016

GRELIS LADY ZAMBRANO OLALLA

C.I. 0928424522

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría – C.P.A., otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

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

F)

**AB. ELICZA ZIADET
BERMUDEZ
PRESIDENTE DEL
TRIBUNAL**

F)

**ING. CARLOS
BASTIDAS VACA
VOCAL**

F)

**ING. DEYSI MEDINA
HINOJOSA
SECRETARIO**

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a cinco seres importantes en mi vida, primero a Dios porque él hace posible que todas las cosas en este mundo sean con un propósito, bienestar y felicidad para cada persona.

A mis padres Eva Olalla Borja y Francisco Zambrano Yépez, por el sacrificio y la confianza que han depositado en mí, enseñándome que con sinceridad, honestidad y sencillez podré alcanzar mis objetivos planteados.

Y a mi tía Narcisa Armijo Borja, por el apoyo y consejos que me da día a día para mi formación personal y académica.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, MAE.

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 de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema es: “Diseño de un manual de procedimientos para el control de los inventarios de la empresa Ediciones Ortega ubicado en el Canto Milagro” y que corresponde a la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 16 de mayo del 2016

GRELIS LADY ZAMBRANO OLALLA.

CI: 09284245222

ÍNDICE GENERAL

Contenido

CAPITULO I	2
1. EL PROBLEMA	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1. Problematización	2
1.1.2. Delimitación del problema.....	3
1.1.3. Formulación del problema	3
1.1.4. Sistematización del problema	4
1.1.5. Determinación del tema	4
1.2. OBJETIVOS.....	4
1.2.1. Objetivo general.....	4
1.2.2. Objetivos específicos.....	4
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	5
CAPITULO II	6
2. MARCO REFERENCIAL	6
2.1. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.1. Antecedentes históricos.....	6
2.1.2. Antecedentes referenciales	8
2.1.3. Fundamentacion	
2.2. MARCO LEGAL.....	9
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	29
2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	31
2.4.1. Hipótesis General	31
2.4.2. Hipótesis Particulares	31

2.4.3. Declaración de variables.....	32
2.4.4. Operacionalización de las variables	33
CAPITULO III	36
3. MARCO METODOLÓGICO	36
3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL...	36
3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	36
3.2.1. Delimitación de la población	37
3.2.2. Tipo de muestra.....	37
3.2.3. Tamaño de la muestra	37
3.2.4. Proceso de selección.....	38
3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	38
3.3.1. Métodos teóricos	38
3.3.2. Técnicas e instrumentos	39
3.4. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	39
CAPITULO IV	40
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	40
4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	40
4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.	64
4.3. RESULTADOS.....	65
4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	65
CAPITULO V	69
5. PROPUESTA	69
5.1. TEMA	69
5.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	69
5.3. JUSTIFICACIÓN.....	72
5.4. OBJETIVOS	72
5.4.1. Objetivos generales de la propuesta	72

5.4.2. Objetivos específicos de la propuesta	73
5.5. UBICACIÓN.....	73
5.6. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	74
5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	74
5.7.1. Actividades	74
5.7.2. Recursos, análisis financiero	88
5.7.3. Impacto	89
5.7.4. Cronograma.....	90
5.7.5. Lineamiento para evaluar la propuesta.....	91
6. CONCLUSIONES.....	92
7. RECOMENDACIONES	93
8. ANEXOS	94
9. BIBLIOGRAFÍA	103

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Variables Dependientes e Independientes.	32
Cuadro 2. Operacionalización de las variables dependiente e independientes.....	33
Cuadro 3. Clientes de Ediciones Ortega.	37
Cuadro 4. Resultados pregunta 1 – Encueta a empleados.	40
Cuadro 5. Resultados pregunta 2 – Encueta a empleados.	42
Cuadro 6. Resultados pregunta 3 – Encueta a empleados.	43
Cuadro 7. Resultados pregunta 4 – Encueta a empleados.	44
Cuadro 8. Resultados pregunta 5 – Encuesta a Empleados.....	45
Cuadro 9. Resultados pregunta 6 – Encuesta a Empleados.....	47
Cuadro 10. Resultados pregunta 7 – Encuesta a Empleados.....	48
Cuadro 11. Resultados pregunta 8 – Encuesta a Empleados.....	49
Cuadro 12. Resultados pregunta 9 – Encuesta a Empleados.....	50
Cuadro 13. Resultados pregunta 10 – Encuesta a Empleados.....	51
Cuadro 14. Resultados pregunta 11 – Encuesta a Empleados.....	53
Cuadro 15. Resultados pregunta 12 – Encuesta a Empleados.....	54
Cuadro 16. Resultados pregunta 1 – Encuesta a Clientes.....	55
Cuadro 17. Resultados pregunta 2 – Encuesta a Clientes.....	56
Cuadro 18. Resultados pregunta 3 – Encuesta a Clientes.....	58
Cuadro 19. Resultados pregunta 4 – Encuesta a Clientes.....	59
Cuadro 20. Resultados pregunta 5 – Encuesta a Clientes.....	60
Cuadro 21. Resultados pregunta 6 – Encuesta a Clientes.....	61
Cuadro 22. Resultados pregunta 7 – Encuesta a Clientes.....	63
Cuadro 23. Resultados pregunta 8 – Encuesta a Clientes.....	64
Cuadro 24. Verificación de Hipótesis.....	66

Cuadro 25. Recursos, análisis financiero.	88
Cuadro 26. Cronograma.....	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fórmula.....	38
Figura 2. Resultados pregunta 1 – Encuesta a empleados.....	41
Figura 3. Resultados pregunta 2 – Encuesta a empleados.....	42
Figura 4. Resultados pregunta 3 – Encuesta a empleados.....	43
Figura 5. Resultados pregunta 4 – Encuesta a empleados.....	44
Figura 6. Resultados pregunta 5 – Encuesta a empleados.....	46
Figura 7. Resultados pregunta 6 – Encuesta a empleados.....	47
Figura 8. Resultados pregunta 7 – Encuesta a empleados.....	48
Figura 9. Resultados pregunta 8 – Encuesta a empleados.....	49
Figura 10. Resultados pregunta 9 – Encuesta a empleados.....	51
Figura 11. Resultados pregunta 10 – Encuesta a empleados.....	52
Figura 12. Resultados pregunta 11 – Encuesta a empleados.....	53
Figura 13. Resultados pregunta 12 – Encuesta a empleados.....	54
Figura 14. Resultados pregunta 1 – Encuesta a clientes	55
Figura 15. Resultados pregunta 2 – Encuesta a clientes	57
Figura 16. Resultados pregunta 3 – Encuesta a Clientes.....	58
Figura 17. Resultados pregunta 4 – Encuesta a clientes.....	59
Figura 18. Resultados pregunta 5 – Encuesta a clientes..	60
Figura 19. Resultados de Pregunta 3, Encuesta a Clientes.	62
Figura 20. Resultados pregunta 7 – Encuesta a clientes..	63
Figura 21. Resultados pregunta 8 – Encuesta a clientes..	64
Figura 22. Mapa de ubicación de la Empresa Ediciones Ortega.....	73
Figura 23. Estructura Organizacional de la Empresa Ediciones Ortega.....	75
Figura 24. Organigrama de la propuesta.....	76
Figura 25. Proceso de la Estructura Departamental de Bodega.	81

Figura 26. Proceso de Verificación y Rotación de la Mercadería.....	82
Figura 27. Planilla de control del ingreso de mercadería.....	86
Figura 28. Planilla de control del egreso de mercadería.	87

RESUMEN

La elaboración de este proyecto tiene como propósito principal el diseño de un manual de procedimientos para el control de los inventarios que maneja la empresa Ediciones Ortega, la que se dedica a la compra y venta de varias ediciones de libros aportando con el desarrollo intelectual de sus clientes, por el motivo de que se ha detectado que el gran problema incide en el incorrecto control de los inventarios.

Se realizó encuestas a los empleados y clientes de la empresa para poder determinar las causas de los problemas mediante los métodos de investigación, donde se reflejó que el personal de la compañía han cometido errores que son perjudiciales en la rentabilidad y la imagen de la misma por el mal manejo de las mercaderías, para ello se planteó un objetivo con el propósito de encontrar soluciones apropiadas a cada situación que se presente.

La implementación de este manual de procedimientos ayudara a mejorar el control y la toma de decisiones en la rotación de los inventarios, esto será de gran beneficio para el crecimiento de la empresa obteniendo resultados positivos.

Palabras clave: Control interno, compra, procedimientos, inventarios, bodega, venta.

ABSTRACT

The development of this project has as main purpose the design of a procedures manual for inventory control that manages the company Ediciones Ortega, which is dedicated to buying and selling various editions of books contributing to the intellectual development of their customers, why is detected that the big problem affects the wrong inventory control.

Employees and customers of the company survey was conducted to determine the causes of problems through research methods, which was reflected that the staff of the company have made mistakes that are detrimental to profitability and the image of it by mishandling of the goods, for it a target for the purpose of finding appropriate solutions to each situation that arises solutions was raised.

The implementation of this procedure manual will help improve control and decision-making in inventory turnover, this will be of great benefit to the growth of the company with positive results.

Keywords: Internal control, purchasing, procedures, inventory, storage, sale.

INTRODUCCIÓN

Desde las antiguas civilizaciones han surgido cambios a nivel mundial, el ser humano ha tenido varias penurias o escases, al menos dentro de las empresas dedicadas a la actividad comercial se han visto en la necesidad de disponer un control de los inventarios que poseen, para poder satisfacer las necesidades de la demanda que existen dentro del mercado comercial, mediante mecanismos que faciliten la conservación y buen estado del producto o bien evitando su pérdida o deterioro de materiales.

Con estas referencias esta investigación se la realizo en la empresa Ediciones Ortega, utilizando técnicas de recolección, cuyos resultados reflejan que presentan inconvenientes y problemas en su rentabilidad debido a la baja de ventas y circulación de sus mercaderías, dentro de ella verificaremos las procedencias de las causas provocan estos rubros en los activos de la empresa.

El control de los inventarios es fundamental porque es el pilar de la estructura organizacional de cada empresa comercial, por eso una inversión de inventarios debe ser correctamente controlada, evitando desperdicios de los recursos o deterioros y aprovecharlos al máximo.

Las políticas y procedimientos son de vital importancia para el control interno, porque cuyo objetivo es de que permite la fijación de medidas en la circulación o rotación de las mercaderías tanto para las que ingresan como para las que salen, logrando obtener resultados satisfactorios para la empresa en su desarrollo económico.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.2.3 Problematicación

La empresa Ediciones Ortega es una PYME establecida en el cantón Milagro hace más de 10 años legalmente constituida, dedicada a la venta de libros y muy reciente en la comercialización y distribución de electrodomésticos y colchones.

Los propietarios son quienes dirigen y administran la empresa, los empleados que están a su cargo, desconocen las tareas o responsabilidades que le corresponde a cada uno realizar, lo que ocasiona conflicto entre ellos.

El proceso que se aplica en el reclutamiento del personal no responde a una aplicación previamente establecida lo que ocasiona una contratación indebida en el personal. La rotación del personal contratado, es frecuente.

El conocimiento que tienen los empleados acerca de las políticas de la empresa, causa problemas en la realización de las ventas, ocasionando inconvenientes o disgustos al cliente.

La atención que brindan los empleados a los clientes que se acercan al establecimiento, no es la adecuada lo que provoca que ellos decidan no regresar al negocio.

El área destinada a bodega no reúne las condiciones necesarias para albergar los productos que comercializan, además, tanto los propietarios como los empleados manejan el giro de la mercadería, lo que provoca que no haya un control adecuado sobre el stock de mercadería.

La diversidad de funciones que realizan los empleados dentro de la empresa, lo que ocasiona mal despacho, merma, hurtos, o despilfarros en la visualización real de la mercadería en bodega.

1.1.2. Delimitación del Problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Área Temática: Administrativa

Tiempo

La investigación será en un tiempo real, que nos permitirá la recopilación de datos actualizados y reales de la empresa Ediciones Ortega.

1.1.3. Formulación del Problema.

¿Cómo afecta el control de inventarios en la rentabilidad de la empresa Ediciones Ortega en el cantón Milagro?

1.1.4. Sistematización del Problema.

¿De qué manera incide el proceso de reclutamiento, en la contratación del personal?

¿Cómo incurre el conocimiento de las políticas de la empresa por parte de los empleados, en el manejo del inventario?

¿Cómo influye la organización de la mercadería en bodega, en la comercialización de los productos?

¿Cómo incide la atención que brindan los empleados, en la satisfacción de los clientes?

¿Cómo afecta la distribución de funciones de los empleados, en el bienestar de la empresa?

1.1.5. Determinación del tema.

El control de inventarios de la empresa Ediciones Ortega en el cantón Milagro y su incidencia en la rentabilidad.

1.2. OBJETIVOS.

1.2.1 Objetivo general.

Determinar como el control de inventarios afecta en la rentabilidad de la empresa Ediciones Ortega en el cantón Milagro, aplicando las técnicas y herramientas de la investigación que permita conocer la situación económica real de la organización.

1.2.2 Objetivos Específicos de la Investigación.

Detallar de qué manera el proceso de reclutamiento, incide en la contratación del personal.

Describir como el conocimiento de las políticas de la empresa por parte de los empleados, incurre en el manejo del inventario.

Determinar cómo influye la organización de la mercadería en bodega, en la comercialización de los productos.

Indagar como la atención que brindan los empleados, incide en la satisfacción de los clientes.

Explicar cómo la distribución de funciones de los empleados afecta en el bienestar de la empresa.

1.3. JUSTIFICACIÓN.

La investigación se justifica de teorías y conocimientos que fueron impartidos por docentes que poseen analogías directas, donde sustentan con métodos explícitos y precisos las diferentes definiciones relacionadas con el manejo, administración y control de los inventarios, durante el periodo de estudio de la carrera, permitiéndonos manejar una gran diversidad de opciones para el desarrollo de las múltiples variables de análisis, hallando respuestas a las interrogantes trazadas.

En el desarrollo de la investigación se aplicaran técnicas y herramientas de investigación, con la realización de la entrevista, la encuesta y la observación directa, para analizar si se está llevan a cabo el correcto desarrollo de las actividades como el grado de interés de los clientes en el ámbito de los inventarios, del trabajo en equipo, del control de ingreso y salida de los productos, y la situación rentable en la que se encuentre la empresa.

Dentro de esta investigación se fundamenta que se cumple con las normas y directrices adecuadamente instituidas para la correcta validación y desarrollo de cada uno de los capítulos que se hallaran en el transcurso del proceso investigativo.

En la investigación se espera obtener resultados donde puedan facilitar diversas soluciones que sean de gran ayuda para la empresa Ediciones Ortega y otras empresas con la misma tipología, permitiéndoles mejoras en su rentabilidad y en sus actividades laboral.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEORICO.

2.1.1 Antecedentes Históricos.

Antiguamente los pueblos tenían el hábito de reservar los alimentos o productos que obtenían en el transcurso de la cosecha para los tiempos de escasez, el almacenaje y cuidado de estos también eran favorable para la supervivencia de otros pueblos que no almacenaban, hoy en día estos productos almacenados son denominados como inventarios.

Para las empresas comerciales el mantener el stock de inventarios es esencial para su funcionamiento dentro del mercado.

Es importante conservar un nivel de inventarios adecuado acorde a las necesidades la demanda de los clientes ya que financieramente es dinero efectivo reflejado en carácter de material.

La empresa Ediciones Ortega fue creada para ayudar al desarrollo intelectual de la sociedad por una pareja de esposos hace más de una década el 17 de agosto del 2004 en la ciudad de Milagro ubicada en el km 2 ½ vía a Naranjito, ellos decidieron dedicarse a la distribución de los editoriales Océano, Culturaleza, y Lexus con materiales

didácticos actualizados, por medio de la modalidad o método puerta a puerta en diversos lugares como Milagro, San Carlos, Naranjito, Babahoyo, El Triunfo, La Troncal, Duran, Naranjal, Montalvo, Parroquia Virgen de Fátima y Roberto Astudillo, facilitando formas de pago al contado y a crédito directo con precios factibles para el cliente que vaya a proporcionar el producto.

Ediciones Ortega en estos últimos años ha logrado obtener una gran demanda de clientes por motivo de ofertas en los precios bajos y promociones de sus productos.

Los propietarios, no le han dado suma importancia al manejo de los inventarios con un adecuado control, el cual les lleva a un conocimiento exacto del físico de la mercadería, este inconveniente es dado al desconocimiento de las políticas de la empresa por parte del personal que labora dentro de ella para el avance de sus actividades, es muy importante que Ediciones Ortega cuente con un óptimo control en los inventarios para el incremento de su rentabilidad.

Estructura de la Empresa Ediciones Ortega y sus procedidos.

Misión.- Contribuir al desarrollo intelectual proveyendo los mejores materiales didácticos de actualidad a la comunidad Milagreña y sus alrededores con los precios más bajos y con el mejor financiamiento

Visión.- Ser los proveedores directos a nivel nacional de materiales didácticos e investigativos, fomentando la cultura y la educación que conlleve al éxito de cada hogar ecuatoriano.

El objetivo de la empresa es ser líderes en la distribución de materiales didácticos en la ciudad de Milagro y en los horizontes de Ecuador en el ámbito del saber y del conocimiento intelectual, ofreciendo los mejores instrumentos educativos en mercados variados siendo complejos o en constante evolución. También obtener un buen ambiente laboral capacitando constantemente de cada uno de los colaboradores de las diferentes áreas que se desempeñan para que de esta manera sea más productivo y gratificante.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

El control de inventarios es muy esencial aunque involucre un alto costo en la empresa, ya que no es bueno tener un exceso de cantidad en dinero inmovilizada por lo que significa tener dinero inactivo. Si en una empresa no se asegura de mantener el nivel de productos en bodegas, puede ocasionar que exista una disminución en las ventas por la inconformidad que presenta el cliente, esto tomara como resultado la reducción de la utilidad para la empresa.

El adecuado manejo de inventario es de vital importancia el control a partir de la compra o adquisición de los productos a los proveedores, el almacenamiento y la ejecución de las ventas realizada a los clientes, son de gran beneficio para el desarrollo competitivo de todas las empresas comerciales o industriales dentro del ámbito de su mercado, lo que permite la disposición de la mercadería en el momento conveniente para su etapa utilizable.

Por lo tanto el incremento de utilidades depende la gran parte en las ventas, donde si la función del inventario no actúa con efectividad, la satisfacción del cliente no será plena y la oportunidad de tener altos niveles de rendimientos financieros será remota, donde se afirma que es el motor de la empresa y sin inventarios no se podrá realizar las respectivas ventas.

El importe del costo de mantener unidades en el inventario depende mucho de los costos de su almacenamiento, seguridad, financieros, no es favorable para la empresa porque esto implica tener capital estancado por concepto de inventario por lo tanto vendrían a pertenecer a la parte de los gastos.

FUNDAMENTACIÓN

El inventario es la base de la provisión de materiales que serán usados para la satisfacción a la demanda de clientes de las empresas.

La realización de este estudio se debe a que la rentabilidad de una empresa comercial está relacionada con el control de los inventarios, consecuentemente para la ejecución de alguna actividad es necesario proporcionar estrategias que ayuden desde el momento que se adquiere el producto hasta su respectiva venta, para aquello es de suma importancia saber la situación actual que se encuentra la empresa ya que así permitirá tomar optimas decisiones.

El control interno fue diseñado con el objetivo de dar la facilidad a las empresas de prevenir erros, fraudes, violación a normas y principios contables, tributarios y fiscales. Pero en varias compañías o entidades tienen mucho empeño en el control del efectivo porque piensan que están pocos expuestos al robo de los inventarios, el cual no se dan cuentan de que si su actividad principal es la comercialización de algún productos pues este es importante que mantengan un control rígido de sus inventarios.

El objetivo del control interno dentro de las áreas que con aplicadas permite conseguir una efectividad y eficiencia en las operaciones que son desarrolladas, cumpliendo con las leyes y regularizaciones aplicadas, por lo tanto existe confiabilidad en la información financiera.

El éxito de toda empresa comercial es mantener un sistema de control interno de los inventarios ya que su crecimiento económico depende de su capacidad de comprar, de la distribución y venta ágil de su inventario en determinado tiempo este no puede ser más de meses.

2.2. Marco Legal

NORMATIVA CONSTITUCIONAL.

Responsabilidades

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

1. Acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente.

5. Respetar los derechos humanos y luchar por su cumplimiento.
6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.
8. Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, y denunciar y combatir los actos de corrupción.
9. Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios.
10. Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
12. Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética.
13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.
15. Cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley.

Trabajo y producción

Formas de organización de la producción y su gestión

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

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

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Democratización de los factores de producción

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

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

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

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

Régimen tributario

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

Política comercial

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Sistema financiero

Art. 308.- Las actividades financieras son un servicio de orden público, y podrán ejercerse, previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley; tendrán la finalidad fundamental de preservar los depósitos y atender los requerimientos de financiamiento para la consecución de los objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras intermediarán de forma eficiente los recursos captados para fortalecer la inversión productiva nacional, y el consumo social y ambientalmente responsable.

El Estado fomentará el acceso a los servicios financieros y a la democratización del crédito. Se prohíben las prácticas colusorias, el anatocismo y la usura.

La regulación y el control del sector financiero privado no trasladarán la responsabilidad de la solvencia bancaria ni supondrán garantía alguna del Estado. Las administradoras y administradores de las instituciones financieras y quienes controlen su capital serán responsables de su solvencia. Se prohíbe el congelamiento o la retención arbitraria o

generalizada de los fondos o depósitos en las instituciones financieras públicas o privadas.

Derechos de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

16. El derecho a la libertad de contratación.

17. El derecho a la libertad de trabajo. Nadie será obligado a realizar un trabajo gratuito o forzoso, salvo los casos que determine la ley.

19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley.

25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

26. El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.

27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

NORMATIVA LEGAL

CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Art. 1.- Ámbito y Objeto.- Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes.

Art. 2.- Definiciones.- Para efectos de la presente ley, se entenderá por:

Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario.

Derecho de Devolución.- Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares.

Especulación.- Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

Información Básica Comercial.- Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Proveedor.- Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

Productores o Fabricantes.- Las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;

6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan;
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Art. 21.- FACTURAS.- El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario.

En caso de que al momento de efectuarse la transacción, no se entregue el bien o se preste el servicio, deberá extenderse un comprobante adicional firmado por las partes, en el que constará el lugar y la fecha en la que se lo hará y las consecuencias del incumplimiento o retardo.

INFRACCIONES Y SANCIONES

Art. 70.- Sanción General.- Las infracciones a lo dispuesto en esta ley, siempre que no tengan una sanción específica, serán sancionadas con multa de cien a mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, y si es del caso, el comiso de los bienes, o la suspensión del derecho a ejercer actividades en el campo de la prestación del servicio o publicidad, sin perjuicio de las demás sanciones a las que hubiere lugar. El pago de las sanciones pecuniarias no libera al proveedor de cumplir con las obligaciones que le impone la ley.

Art. 71.- Indemnización, Reparación, Reposición y Devolución.- Los consumidores tendrán derecho, además de la indemnización por daños y perjuicios ocasionados, a la reparación gratuita del bien y, cuando no sea posible, a su reposición o a la devolución de la cantidad pagada, en un plazo no superior a treinta días, en los siguientes casos:

1. Cuando en el producto que se hubiere adquirido con determinada garantía y, dentro del plazo de ella, se pusiere de manifiesto la deficiencia o características del bien garantizado, siempre que se hubiere destinado al uso o consumo normal de acuerdo a

la naturaleza de dicho bien. Este derecho se ejercerá siempre y cuando el proveedor haya incumplido con la garantía;

2. Cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea apto para el uso al cual está destinado; y,

3. Cuando considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto resulte inferior al que debiera ser o la cantidad sea menor a la indicada en el envase o empaque.

CODIGO DEL TRABAJO

DE LAS OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR Y DEL TRABAJADOR

Art. 42.- Obligaciones del empleador.- Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;

2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;

3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;

7. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida, dirección domiciliaria, correo electrónico y cualquier otra información adicional que facilite su ubicación. Este registro se lo actualizará con los cambios que se produzcan;

8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;

10. Respetar las asociaciones de trabajadores;

11. Permitir a los trabajadores faltar o ausentarse del trabajo para desempeñar comisiones de la asociación a que pertenezcan, siempre que ésta dé aviso al empleador con la oportunidad debida. Los trabajadores comisionados gozarán de licencia por el tiempo necesario y volverán al puesto que ocupaban conservando todos los derechos derivados de sus respectivos contratos; pero no ganarán la remuneración correspondiente al tiempo perdido;

12. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;

13. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra;

14. Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.

15. Atender las reclamaciones de los trabajadores;

17. Facilitar la inspección y vigilancia que las autoridades practiquen en los locales de trabajo, para cerciorarse del cumplimiento de las disposiciones de este Código y darles los informes que para ese efecto sean indispensables.

Los empleadores podrán exigir que presenten credenciales;

18. Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador;

22. Pagar al trabajador los gastos de ida y vuelta, alojamiento y alimentación cuando, por razones del servicio, tenga que trasladarse a un lugar distinto del de su residencia;

25. Pagar al trabajador reemplazante una remuneración no inferior a la básica que corresponda al reemplazado;

29. Suministrar cada año, en forma completamente gratuita, por lo menos un vestido adecuado para el trabajo a quienes presten sus servicios;

30. Conceder tres días de licencia con remuneración completa al trabajador, en caso de fallecimiento de su cónyuge o de su conviviente en unión de hecho o de sus parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o afinidad;

31. Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social;

32. Las empresas empleadoras registradas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social están obligadas a exhibir, en lugar visible y al alcance de todos sus trabajadores, las planillas mensuales de remisión de aportes individuales y patronales y de descuentos, y las correspondientes al pago de fondo de reserva, debidamente selladas por el respectivo Departamento del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Las empresas empleadoras que no cumplieren con la obligación que establece este numeral serán sancionadas por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social con la multa de un salario mínimo vital, cada vez, concediéndoles el plazo máximo de diez días para este pago, vencido el cual procederá al cobro por la coactiva;

33. El empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad, en el primer año de vigencia de esta Ley, contado desde la fecha de su publicación en el Registro Oficial.

34. Contratar un porcentaje mínimo de trabajadoras, porcentaje que será establecido por las Comisiones Sectoriales del Ministerio de Trabajo y Empleo, establecidas en el artículo 122 de este Código.

35. Las empresas e instituciones, públicas o privadas, para facilitar la inclusión de las personas con discapacidad al empleo, harán las adaptaciones a los puestos de trabajo de conformidad con las disposiciones de la Ley de Discapacidades, normas INEN sobre accesibilidad al medio físico y los convenios, acuerdos, declaraciones internacionales legalmente suscritos por el país.

CODIGO TRIBUTARIO

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 1.- **Ámbito de aplicación.**- Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos.

Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.

Art. 24.- **Sujeto pasivo.**- Es sujeto pasivo la persona natural o jurídica que, según la ley, está obligada al cumplimiento de la prestación tributaria, sea como contribuyente o como responsable.

Se considerarán también sujetos pasivos, las herencias yacentes, las comunidades de bienes y las demás entidades que, carentes de personalidad jurídica, constituyan una unidad económica o un patrimonio independiente de los de sus miembros, susceptible de imposición, siempre que así se establezca en la ley tributaria respectiva.

LEY ORGANICA DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, LORTI

IMPUESTO A LA RENTA

NORMAS GENERALES

Art. 1.- **Objeto del impuesto.**- Establéese 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.

Art. 4.- Sujetos pasivos.- Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley.

Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, pagarán el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma.

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

OBJETO DEL IMPUESTO

Art. 52.- Objeto del impuesto.- Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley.

Art. 63.- Sujetos pasivos.- Son sujetos pasivos del IVA:

3) En calidad de contribuyentes:

Quienes realicen importaciones gravadas con una tarifa, ya sea por cuenta propia o ajena.

a.1) En calidad de agentes de percepción:

1. Las personas naturales y las sociedades que habitualmente efectúen transferencias de bienes gravados con una tarifa;

2. Las personas naturales y las sociedades que habitualmente presten servicios gravados con una tarifa.

b) En calidad de agentes de retención:

1. Las entidades y organismos del sector público y las empresas públicas; y las sociedades, sucesiones indivisas y personas naturales consideradas como contribuyentes especiales por el Servicio de Rentas Internas; por el IVA que deben pagar por sus adquisiciones a sus proveedores de bienes y servicios cuya transferencia o prestación se encuentra gravada, de conformidad con lo que establezca el reglamento;

NORMATIVA REGLAMENTARIA.

REGLAMENTO A LA ESTRUCTURA DE DESARROLLO PRODUCTIVO DE INVERSION

DEFINICIONES Y PARAMETROS DE APLICACIÓN

Art. 1.- Definiciones.- Además de las definiciones previstas en el artículo 13 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, para la aplicación de las disposiciones de este reglamento, los siguientes términos tendrán el significado que se establece a continuación:

2. BASE DE DATOS.- Se refiere al conjunto de datos almacenados sistemáticamente para uso y registro de usuarios de un sistema informático.

3. BENEFICIARIO.- Se refiere a las personas naturales o jurídicas que tengan la calidad de inversionistas y se acojan a los incentivos previstos en el Código, regulados en este reglamento y demás normativa aplicable.

5. CAPACITACION TECNICA.- Es la dotación de conocimientos teóricos y prácticos para el conocimiento y dominio de un oficio, puesto determinado de trabajo o experiencia en el manejo de un equipo, maquinaria o tecnología específica.

11. EMPRESA RECEPTORA.- Se entenderá como empresa receptora a aquella constituida al amparo de las leyes ecuatorianas o a la sucursal de una sociedad constituida en el exterior y domiciliada en el país, en la que, o a través de la cual, según el caso, se efectúa la inversión, incluyendo sus sucesores o cesionarios.

12. EPS.- Se entenderá como las siglas de Economía Popular y Solidaria.

13. INVERSION MINIMA.- Se entenderá como tal el monto de inversión señalado en el artículo 23 del presente Reglamento, aplicable para la firma de contrato de inversión.

15. INSUMOS.- Son todos los bienes físicos no duraderos, utilizados para la producción de artículos para la venta, o para la ejecución de los servicios que presta una empresa. Dentro de los insumos que utiliza una empresa se encuentran: materias primas, materiales auxiliares, repuestos y accesorios, envases y embalajes.

17. MIPYMES.- Se refiere a las micro, pequeñas y medianas empresas.

18. PRODUCCION MAS LIMPIA.- Es el concepto que se refiere a la reducción de impactos ambientales de procesos, productos y servicios a través del uso de mejores estrategias, métodos y herramientas de gestión; incluye la referencia a negocios verdes, negocios sustentables, eco-eficiencia y minimización de desechos sólidos y residuos.

20. RUM.- Se refiere al Registro Único de MYPIMES.

21. SECTORES ESTRATEGICOS.- Se refiere a los sectores determinados en el artículo 313 de la Constitución de la República vigente.

23. SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL.- Servicios que mejoran el desempeño de la empresa, su acceso a mercados y su capacidad de competir. La definición de “servicios de desarrollo empresarial” comprende una amplia gama de servicios, tanto estratégicos como operativos a favor de unidades productivas o empresariales, tales como capacitación, transferencia de tecnología, apoyo en mercadeo, asesoramiento empresarial (crédito, finanzas, microfinanzas, administración, regulaciones, producción), tutorías e información destinadas a ayudar a los pequeños y microempresarios a mejorar el desempeño de sus empresas.

REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA, RETENCION Y COMPLEMENTARIOS

DE LOS COMPROBANTES DE VENTA, RETENCION Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

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

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

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

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

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

Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes, aún cuando se realicen a título gratuito, autoconsumo o de la prestación de servicios de cualquier

naturaleza, incluso si las operaciones se encuentren gravadas con tarifa cero (0%) del impuesto al valor agregado.

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

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

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

No obstante lo señalado en el inciso anterior, a petición del adquirente del bien o servicio, se deberá emitir y entregar comprobantes de venta, por cualquier monto.

En las transferencias de combustibles líquidos derivados de hidrocarburos y gas licuado de petróleo se deberá emitir comprobantes de venta por cualquier valor.

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

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

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

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

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

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

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

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Inventario.- Es el conjunto de bienes o productos que una persona, empresa u organización tiene para su comercialización.

Comercialización.- Son las vías de distribución que se le da a un productos para efectuar su venta.

Control.- Es la comprobación, verificación o inspección a distintas aéreas de que se esté realizando las labores asignadas.

Producto.- Es una cosa u objeto producido de manera natural o artificialmente disponible para el consumo acuerdo a las necesidades de cada persona.

Rentabilidad.- Son los beneficios que provee una cosa u operación de una inversión que se haya realizado.

Mercadería.- Es un producto o varios que están hechos para ser respectivamente comercializados.

Costo.- Es una inversión representativa que hace una empresa en la fabricación de un producto o prestación de servicios, también se puede fijar el precio de venta al público determinándolo con la suma del costo más el beneficio.

Estrategia.- Son conjuntos de acciones trazadas que nos ayudaran a tomar decisiones, así poder dirigir y alcanzar el propósito planteado.

Planificación.- Es el acto de elaborar y ejecutar algo planteado con la finalidad de alcanzar el objetivo propuesto.

Distribución.- Es la repartición o división de una o algunas cosas entre varias personas indicando exactamente lo a realizar cada una.

Eficiente.- Se trata de utilizar los medios disponibles para alcanzar las metas planteadas dentro de una empresa, con el mínimo uso de recurso y en el menor tiempo posible.

Eficaz.- Es la persona, grupo u organización que logra hacer que un objetivo se cumpla produciendo el efecto esperado.

Demanda.- Se entiende por la cantidad de consumidores interesados en adquirir bienes o servicios en los diferentes precios del mercado acorde a la calidad requerida.

Empresa.- Esta integrada por elementos materiales, técnicos y humanos con la finalidad de obtener utilidades acorde a su participación dentro del mercado de bienes o servicios, es decir, es la conformidad de una unidad social-económica.

Departamento.- Conjunto de personas que están integradas acorde a la distribución de la estructura organizacional, para la realización de tareas asignadas trabajando en equipo.

Procedimiento.- Son medios de ejecución para determina cosa.

Financiamiento.- Gestión de suministrar dinero a persona o entidad para el proceso de alguna actividad planteada.

Estructura Organizacional.- Refleja el nivel jerárquico y las divisiones departamentales que tiene cada empresa o negocio.

Verificación.- Es la acción de comprobar y confirmar que se esté ejecutando una actividad dada.

2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

El control de inventarios afecta en la rentabilidad de la empresa Ediciones Ortega en el cantón Milagro.

2.4.2 Hipótesis Particulares

El proceso de reclutamiento, incide en la contratación del personal.

El conocimiento de las políticas de la empresa por parte de los empleados, incurre en el manejo del inventario.

La organización de la mercadería en bodega, influye en la comercialización de los productos.

La atención que brindan los empleados, incide en la satisfacción de los clientes.

La distribución de funciones de los empleados afecta en el bienestar de la empresa.

2.4.3. Declaraciones de Variables

Cuadro 1: Variables Dependientes e Independientes

VARIABLE DEPENDIENTE	VARIABLE INDEPENDIENTE
1. La contratación del personal.	El proceso de reclutamiento.
2. El manejo del inventario.	El conocimiento de las políticas.
3. La comercialización de los productos.	La organización de la mercadería.
4. La satisfacción de los clientes.	La atención que brindan los empleados.
5. El bienestar de la empresa.	La distribución de funciones.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

2.4.4. Operacionalización de las Variables

Cuadro 2: Operacionalización de las variables dependiente e independientes

VARIABLES		Indicadores	Conceptualización	Instrumento de Medición
Dependiente	Independientes			
1. La contratación del personal.	El proceso de reclutamiento.	1D. ➤ Delegación de funciones a nivel profesional ➤ Sistemas apropiados para el registro del personal contratado. ➤ Estructura de la Organización.	1D. Selección de una persona adecuada que posea experiencia, capacitación profesional y actitud para desempeñar las labores impuestas.	Encuestas / entrevistas
		1I. ➤ Manual de políticas. ➤ Métodos de selección. ➤ Anuncios de reclutamiento.	1I. Convocatoria al mejor personal calificado con posibilidades de integración.	
2. El manejo del inventario.	El conocimiento de las políticas.	1D. ➤ Visualización Física. ➤ Kardex. ➤ Sistema de control.	1D. El inventario es esencial por que vendrían hacer la base fundamental para que una empresa comercial tenga éxito.	Encuestas /
		1I.	1I.	

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manual de políticas. ➤ Capacitación interna: talleres, participación en grupos. 	Permite saber de las funciones a desempeñar de cada subordinado.	entrevistas
3. La comercialización de los productos.	La organización de la mercadería.	1D. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Rotación de la mercadería. ➤ Facturas de ventas ➤ Facturas de compras ➤ Inventarios. 	1D. Es el conjunto de la mercadería enfocada a la comercialización.	Encuestas / entrevistas
		1I. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Control aleatorio del inventario. ➤ Revisión del giro del producto. 	1I. Permite tener un control adecuado de la existencia de los productos.	
4. La satisfacción de los clientes.	La atención que brindan los empleados.	1D. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fidelidad. ➤ Adquisición de nuevos créditos por parte del cliente ➤ Cumplimientos de expectativas del cliente. 	1D. Se refiere el generar un servicio de atención para el consumidor.	Encuestas / entrevistas
		1I. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Seguimiento de las políticas 	1I. Facilitará el crecimiento de la	

		<p>aplicadas dentro de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitaciones. ➤ Incentivos financieros y no financieros. 	<p>empresa, una buena atención al consumidor</p>	
5. El bienestar de la empresa.	La distribución de funciones.	<p>1D.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Rentabilidad. ➤ Personal capacitado. ➤ Estructura organizacional. 	<p>1D.</p> <p>Es tomar en cuenta no solo la parte económica de la empresa, también la salud física y mental del colaborador.</p>	Encuestas / entrevistas
		<p>1I.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manual de funciones. ➤ Reportes ➤ Informes 	<p>1I.</p> <p>Es el reparto o división de las actividades correspondientes a cada subordinado.</p>	

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

Este proyecto está basado en el tipo de investigación documental y exploratoria, porque la información recopilada y analizada proporcionara un concepto claro de lo que está sucediendo dentro de la empresa, también permitirá a desarrollar un marco metodológico de investigación y obtener resultados en el tiempo oportuno.

El diseño de investigación es de tipo descriptiva donde se podrá expresar detalladamente cada uno de los resultados encontrados dentro del proceso, dando como finalidad poder conocer las falencias ocurridas en la empresa mediante investigación estadística permitiendo interpretar datos cuantitativos, para así tener en cuenta una mejor toma de decisiones.

3.2. LA POBLACION Y LA MUESTRA.

La población de la investigación corresponde al total del personal que labora dentro de la Empresa Ediciones Ortega, la misma que asciende a 21 empleados y a sus respectivos clientes de los diversos lugares como Naranjito, Durán, Milagro 1, El triunfo, y Babahoyo para la aplicación de la entrevista y encuesta.

Cuadro 3: Clientes de Ediciones Ortega

Ítem	Sector	Cantidad – Clientes
1	Naranjito	119
2	Triunfo / Troncal	75
3	Babahoyo	98
4	Milagro	134
5	Durán	74
	TOTAL	500

Fuente: Gerencia General de Ediciones Ortega

3.2.3. Delimitación de la Población.

Se considerara a la población finita, la cual se realizará una encuesta al número de elementos señalados en el punto anterior, tomando en cuenta el desenvolvimiento de cada uno de los colaboradores y la satisfacción del cliente en el producto requerido por ellos.

3.2.2. Tipo de Muestra

En este proyecto se tomaran dos tipos de muestra, para los colaboradores será la muestra no probabilística, donde se podrá observar cómo están realizando el proceso del control de la mercadería y para los clientes se escogerá el tipo de muestra probabilística.

3.2.3 Tamaño de la Muestra.

En cuanto para obtener la muestra de la población con respecto de los clientes que es probabilística, se aplicara la formula estadística donde se asumirá un margen de error del 5%, siendo la siguiente:

Figura 1: Formula

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

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (1,96)

E= Error aceptable que lo determina el investigador en cada caso de investigación

q= Posibilidad de que no ocurra un evento (0,50)

p= Posibilidad de que ocurra un evento (0,50)

Al reemplazar obtenemos:

$$n = \frac{500 * 0.50 * 0.50}{\frac{(500-1)0.05^2}{1.96^2} + 0.50 * 0.50}$$

$$n = 303$$

3.2.4 Proceso de Selección.

La muestra de la población seleccionada es de tipo probabilística, se realizara encuestas, entrevistas y otros medios de investigación que permita la obtención de datos para enunciar nuevos acontecimientos.

3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.

3.3.1 Métodos

Para esta investigación se utilizaran los métodos deductivo, inductivo, analítico, comparativo y estadístico; estos permitirán analizar y evaluar la situación que se

encuentra actualmente la empresa, también conocer los criterios y puntos de vistas de los clientes, atreves de la compilación y tabulación de la información obtenida.

3.3.2. Técnicas e Instrumentos.

En la recopilación de la información como base se emplearan las técnicas de encuestas y entrevistas.

Para los clientes y empleados de la empresa se realizaran encuestas donde se les desarrollara preguntas de tipo politómicas dándoles a escoger entre varias alternativas, la que crean conveniente.

La entrevista se aplicará a los propietarios y a empleados encargados del área de bodega, lo que permitirá conocer detalladamente los problemas que existan con el área de inventario.

Dentro de esta técnica utilizará como herramienta de apoyo una grabadora.

3.4. PROCEDIMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

El procedimiento estadístico de la información se la efectuará a través de la recopilación de los datos emanados en la encuesta, en donde se procederá a realizar la tabulación de dicha información mediante gráficos porcentuales a las respuestas que proporcionaran los encuestados,

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Ediciones Ortega es una empresa dedica a la venta de obras literarias y textos a través del método de venta no solo al contado sino que también a crédito, la variedad de productos que ofrecen les ha permitido mantenerse dentro del mercado de materiales didácticos.

En la actualidad, la empresa non realiza control de entradas y salidas de sus productos lo que ocasiona conflictos entre sus colaboradores lo que también afecta a la imagen de la empresa.

ENCUESTA – EMPLEADOS ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA EDICIONES ORTEGA.

1. ¿Cuánto tiempo usted lleva laborando en la empresa Ediciones Ortega?

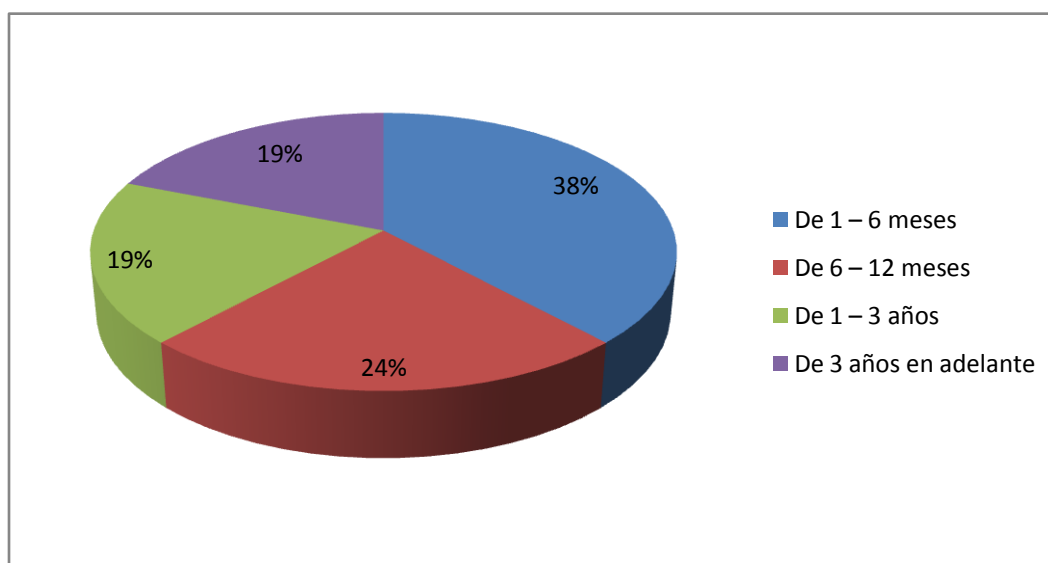
Cuadro 4: Resultados pregunta 1 – Encuesta a empleados

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
De 1 – 6 meses	8	38%
De 6 – 12 meses	5	24%
De 1 – 3 años	4	19%
De 3 años en adelante	4	19%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Greli Zambrano Olalla

Figura 2: Resultados pregunta 1 – Encuesta a empleados



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Greli Zambrano Olalla

Análisis.

En cuanto a los resultados se puede observar que el 38% de los empleados encuestados aseguran que su tiempo de pertenecer dentro de la empresa Ediciones

Ortega no es más de hasta seis meses, por lo que esto podría dar complicaciones en sus actividades permanentes.

2. ¿Por cuantas fases tuvo que pasar para poder pertenecer parte de la empresa Ediciones Ortega?

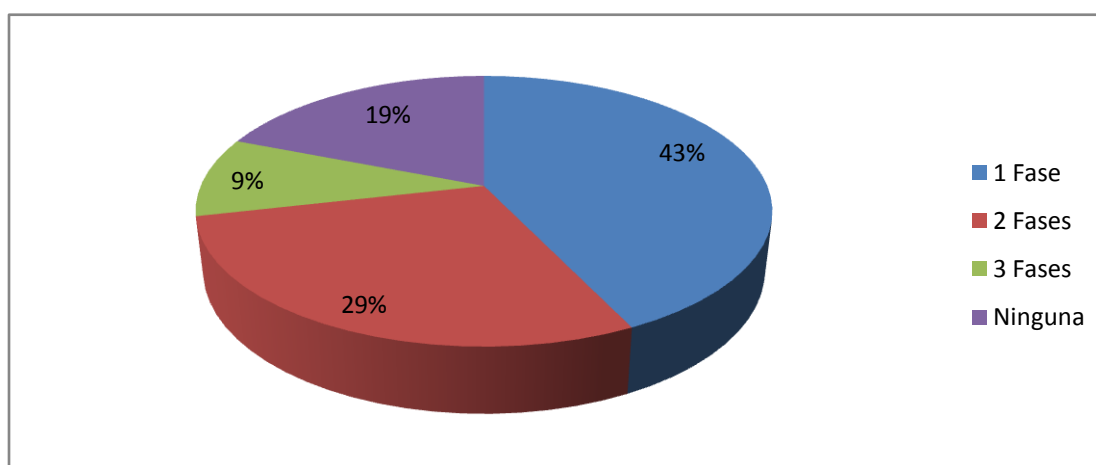
Cuadro 5: Resultados pregunta 2 – Encuesta a empleados

<i>OPCIONES</i>	<i># DE ENCUESTADOS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
1 Fase	9	43%
2 Fases	6	29%
3 Fases	2	10%
Ninguna	4	19%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Figura 3: Resultados pregunta 2 – Encuesta a empleados



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

Con respecto a las fases que adopta la empresa en la contratación del personal, el 43% de los empleados dicen que solo pasan por una sola fase, lo que esto no sería bueno para la permanencia del empleado ya que ocasionaría pérdida de tiempo y de recursos para la empresa mediante en el proceso de reclutamiento.

3. Sobre las políticas de la empresa Ediciones Ortega, usted conoce:

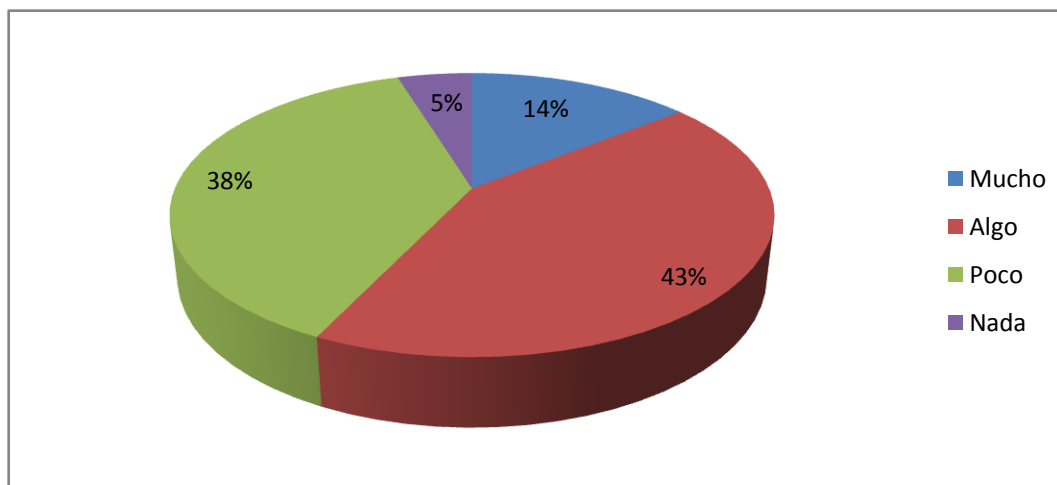
Cuadro 6: Resultados pregunta 3 – Encuesta a empleados

<i>OPCIONES</i>	<i># DE ENCUESTADOS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Mucho	3	14%
Algo	9	43%
Poco	8	38%
Nada	1	5%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Figura 4: Resultados pregunta 3 – Encuesta a empleados



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

El 43% del personal indican que tienen algo de conocimiento de las políticas que dispone la empresa y el 38% del personal es poco su conocimiento.

4. ¿Cuánto conoce usted las funciones de su cargo a desempeñar dentro de la empresa Ediciones Ortega?

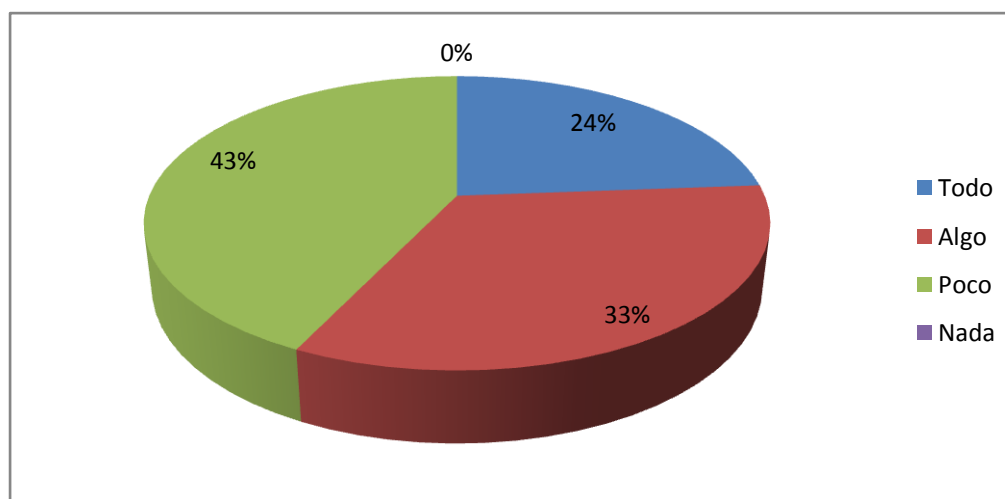
Cuadro 7: Resultados pregunta 4 – Encuesta a empleados

<i>OPCIONES</i>	<i># DE ENCUESTADOS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Todo	6	29%
Algo	5	24%
Poco	10	48%
Nada	0	0%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 5: Resultados pregunta 4 – Encuesta a empleados.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

Según los resultados de la encuesta a los empleados, se puede visualizar que el 43% tiene poco conocimiento de las funciones a desempeñar de cada uno, esto indica que si no gozan de pleno conocimiento no puede desarrollar correctamente sus actividades dentro de la empresa.

5. ¿Tiene conocimiento usted sobre la mercadería ubicada en los mostradores?

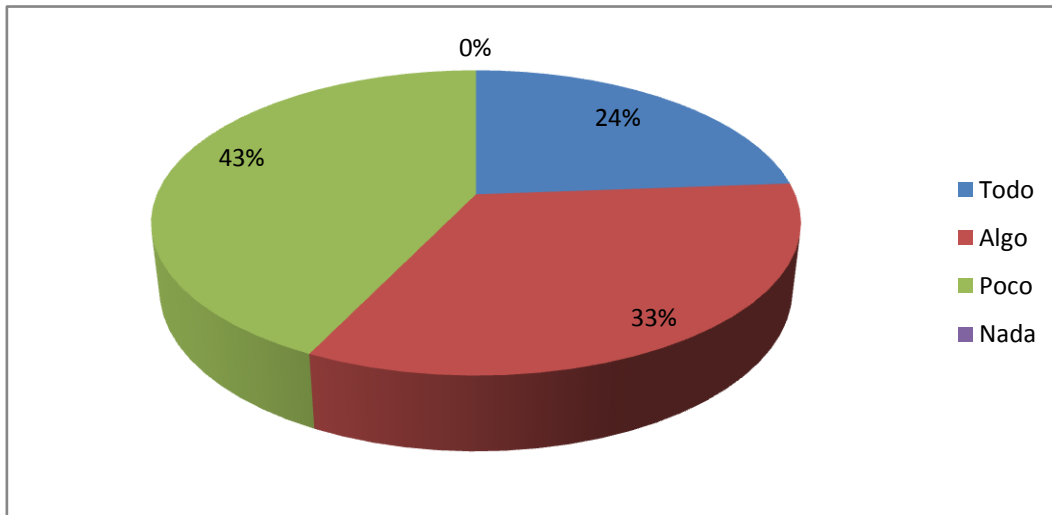
Cuadro 8: Resultados pregunta 5 – Encuesta a Empleados

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Todo	5	24%
Algo	7	33%
Poco	9	43%
Nada	0	0%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 6: Resultados pregunta 5 – Encuesta a empleados.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

Del total de los empleados encuestados indican que el 43% saben muy poco de la mercadería ubicada en los mostradores y el 33% conocen algo, por lo que esto podría ocasionar pérdidas en las ventas de los productos que ofrece la empresa.

6. ¿Cuándo el cliente pide una cotización de un producto usted verifica antes la existencia del producto?

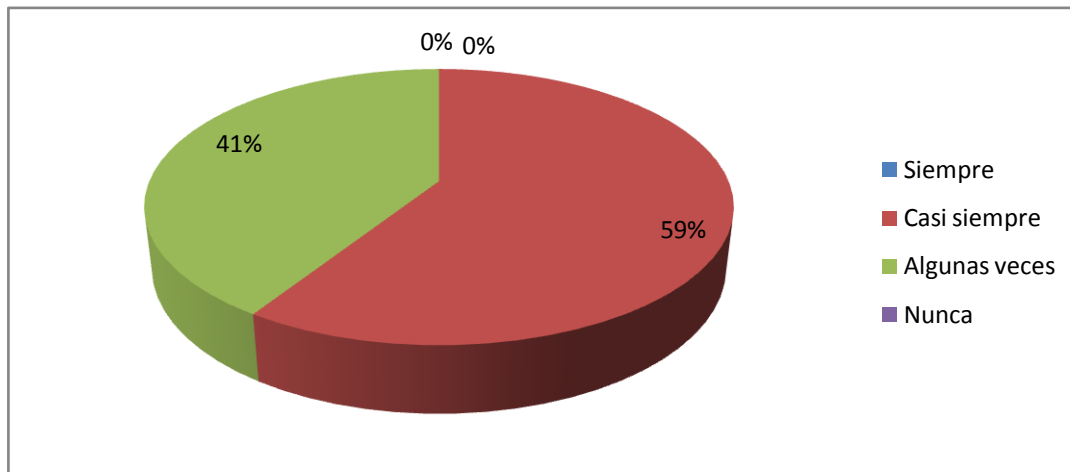
Cuadro 9: Resultados pregunta 6 – Encuesta a Empleados

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi siempre	12	59%
Algunas veces	9	41%
Nunca	0	0%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 7: Resultados pregunta 6 – Encuesta a empleados.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

La encuesta a los empleados muestra que el 59% coincide que casi siempre existe algún producto en stock cuando el cliente llega a cotizar, esto podría provocar una gran desventaja hacia la imagen de la empresa.

7. La verificación de los productos se la realiza a través:

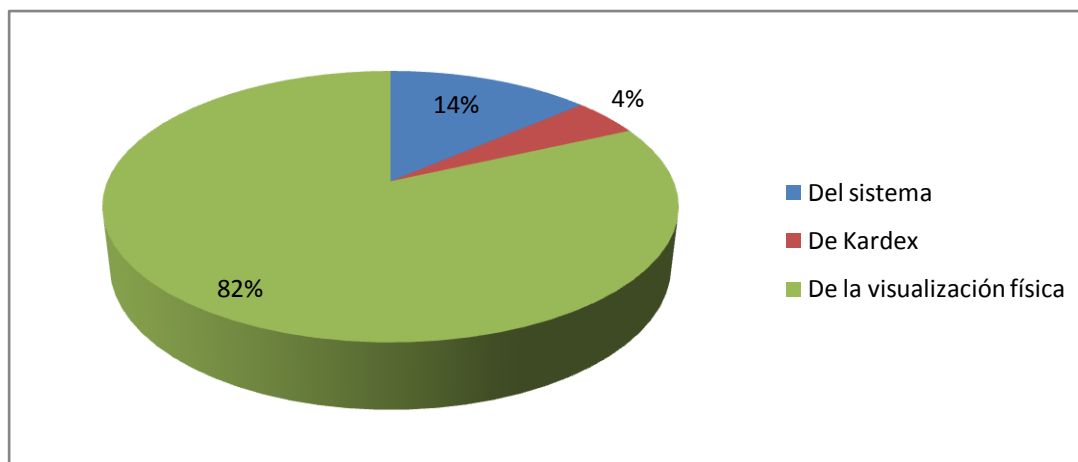
Cuadro 10: Resultados pregunta 7 – Encuesta a Empleados

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Del sistema	2	14%
De Kardex	1	5%
De la visualización física	18	82%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 8: Resultados pregunta 7 – Encuesta a empleados.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

El 82% de los empleados indican que a través de la visualización física hacen la verificación de algún producto disponible que tienen en bodega y el 14% mediante del sistema que posee la empresa.

8. ¿Cuándo los proveedores hacen la entrega de los materiales didácticos, lo hacen:

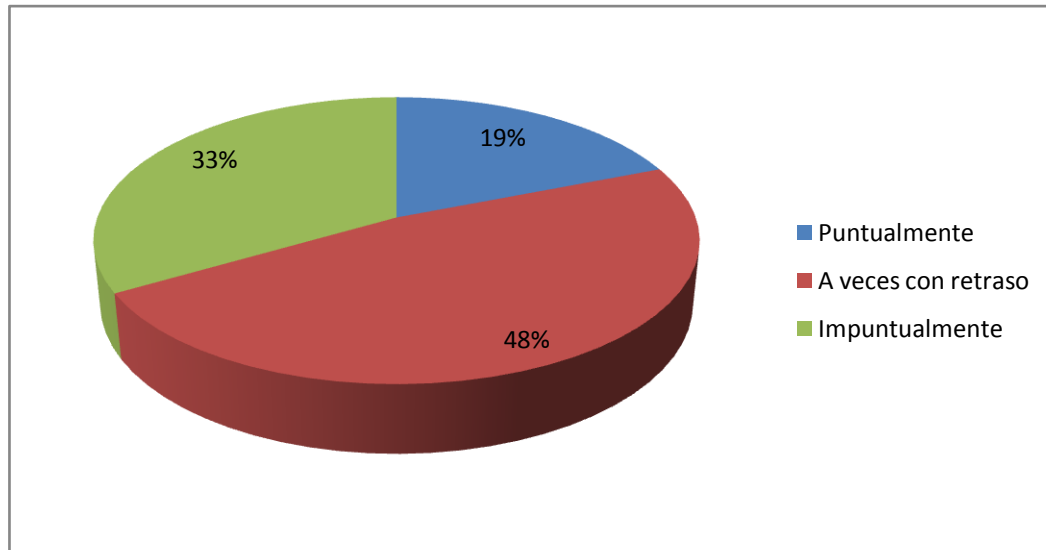
Cuadro 11: Resultados pregunta 8 – Encuesta a Empleados

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Puntualmente	4	19%
A veces con retraso	10	48%
Impuntualmente	7	33%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 9: Resultados pregunta 8 – Encuesta a empleados.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

Los datos de la encuesta muestran que los proveedores al momento de la entrega de los materiales didácticos el 48% a veces con retraso y el 33% impuntualmente, este retraso de los proveedores origina inconvenientes en la entrega a tiempo de los pedidos hechos por los clientes de la empresa.

- 9. Según su criterio, los motivos por las cuales se dan de baja a los productos, es:**

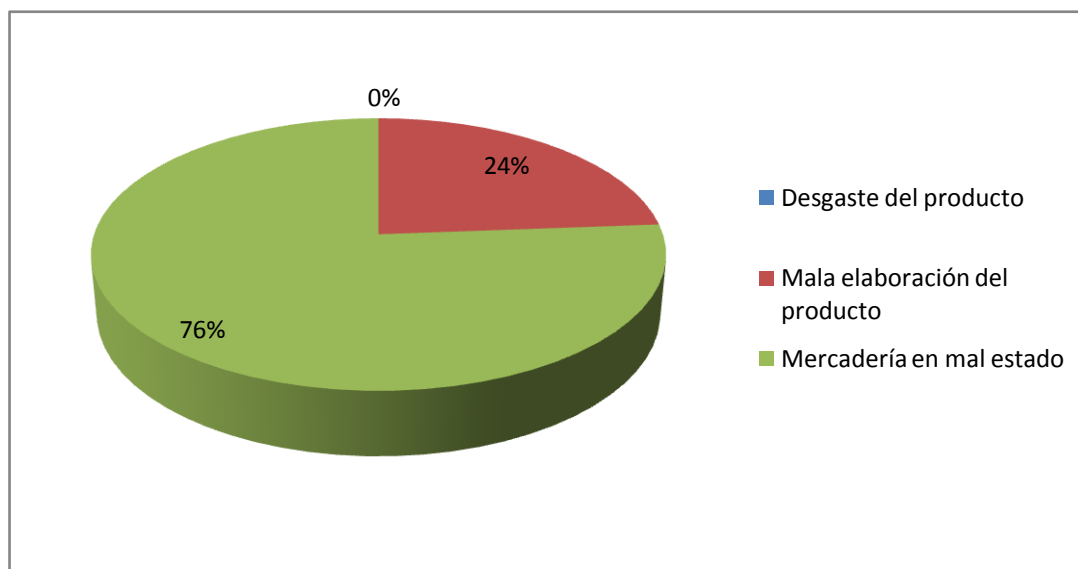
Cuadro 12: Resultados pregunta 9 – Encuesta a Empleados

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Desgaste del producto	0	0%
Mala elaboración del producto	5	24%
Mercadería en mal estado	16	76%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 10: Resultados pregunta 9 – Encuesta a empleados.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

El 76% de los empleados según los resultados obtenidos, indican que se da de baja la mercadería por encontrarse en mal esta y el 24% por mala elaboración del producto esto origina grandes pérdidas económicas y afectación en la imagen de la empresa.

10. ¿Cree usted que la satisfacción del cliente contribuye a la imagen positiva de la empresa?

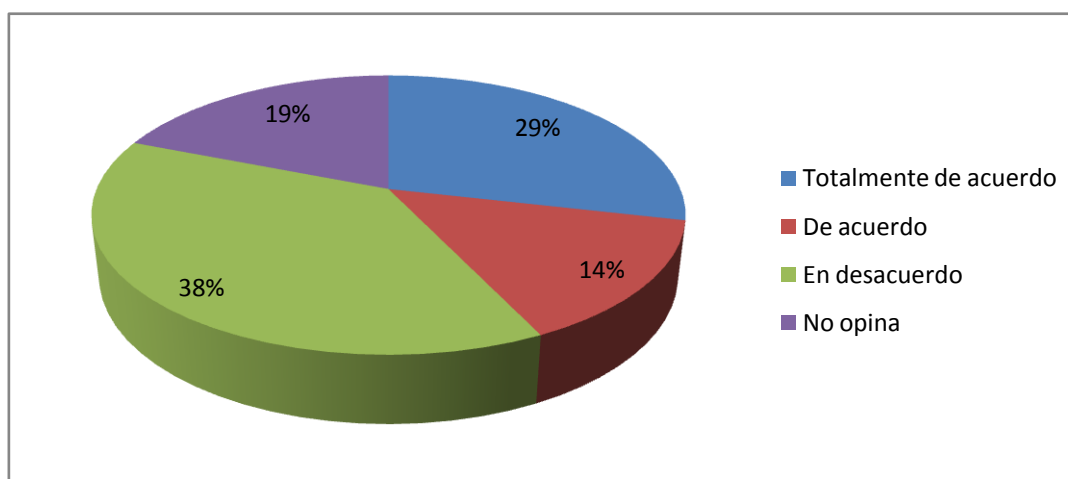
Cuadro 13: Resultados pregunta 10 – Encuesta a Empleados

<i>OPCIONES</i>	<i># DE ENCUESTADOS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Totalmente de acuerdo	6	29%
De acuerdo	3	14%
En desacuerdo	8	38%
No opina	4	19%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 11: Resultados pregunta 10 – Encuesta a empleados.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

Dentro de los resultados de la encuesta el 38% de los empleados dicen estar en desacuerdo en que la satisfacción del cliente contribuye con la imagen de la empresa es importa mientras que por otro lado el 29% están totalmente de acuerdo, ya que es de suma importancia que los clientes se sientan a gusto con el producto requerido y así la empresa tendrá una buena imagen ante los posibles nuevos clientes.

11. ¿Considera usted que debería implementarse un sistema de control de mercadería en la empresa?

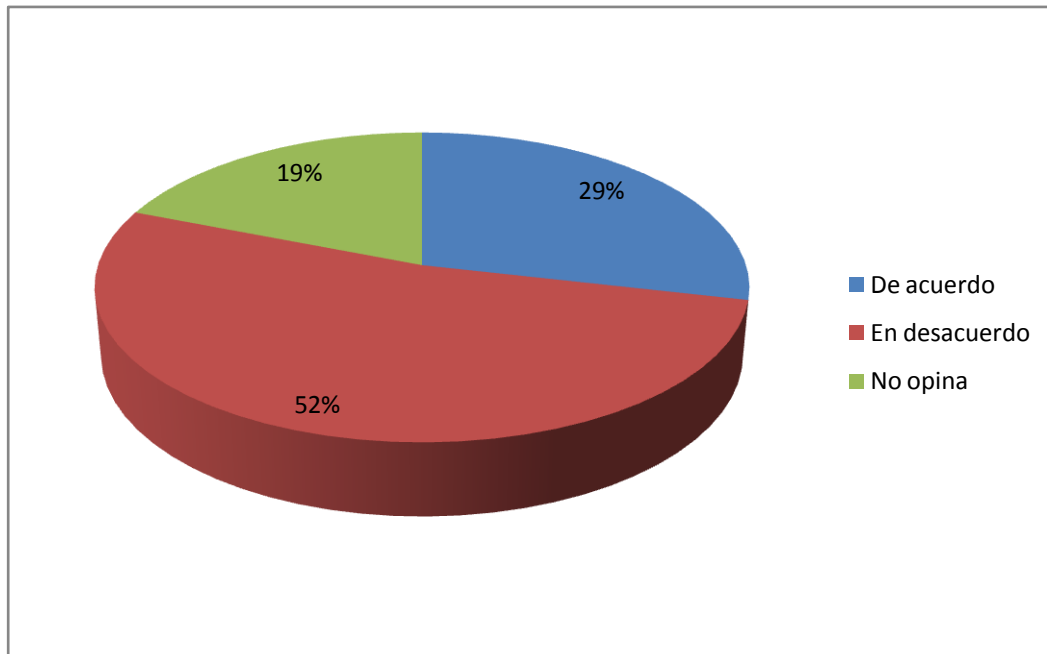
Cuadro 14: Resultados pregunta 11 – Encuesta a Empleados

<i>OPCIONES</i>	<i># DE ENCUESTADOS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
De acuerdo	6	29%
En desacuerdo	11	52%
No opina	4	19%
<i>TOTAL</i>	<i>21</i>	<i>100%</i>

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 12: Resultados pregunta 11 – Encuesta a empleados.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

El 52% de los empleados piensan que tal vez sería importante contar con un método de control para la mercadería existente, esto es por falta de conocimiento a la actividad que se dedica la empresa ya que si habría una un correcto control de las mercaderías la empresa podría surgir económicamente.

12. Con respecto a capacitaciones para el desempeño de sus funciones, usted las recibe:

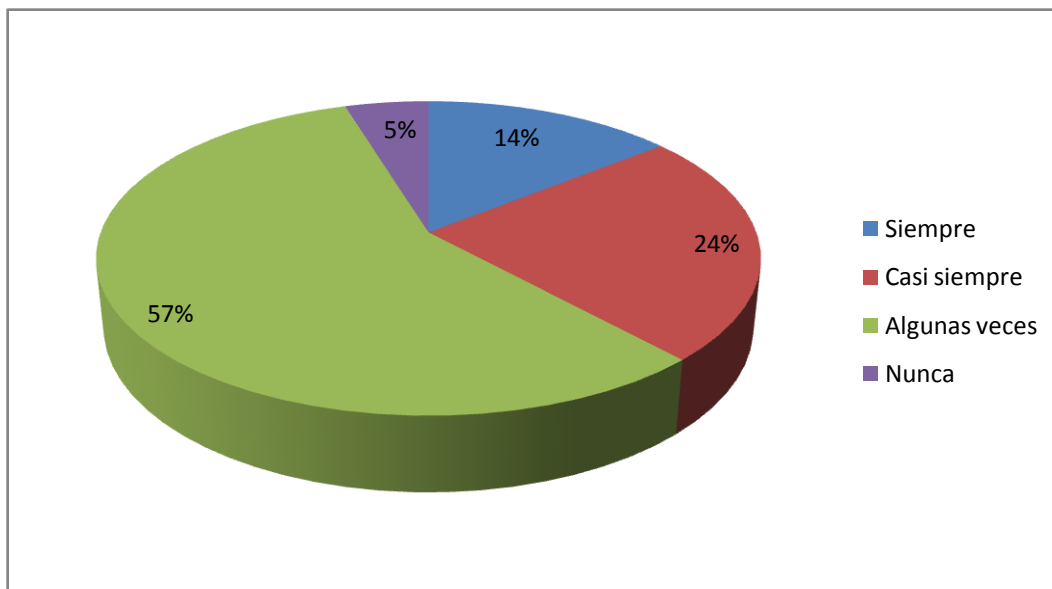
Cuadro 15: Resultados pregunta 12 – Encuesta a Empleados

<i>OPCIONES</i>	<i># DE ENCUESTADOS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Siempre	3	14%
Casi siempre	5	24%
Algunas veces	12	57%
Nunca	1	5%
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 13: Resultados pregunta 12 – Encuesta a empleados.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

De acuerdo con el resultado que muestra la encuesta, el 57% algunas veces han recibido capacitaciones y el 24% casi siempre los capacitan con respecto a las funciones para el desempeño dentro de la empresa.

ENCUESTA – CLIENTES DE LA EMPRESA EDICIONES ORTEGA

1. Con relación al tiempo usted es cliente de la empresa Ediciones Ortega:

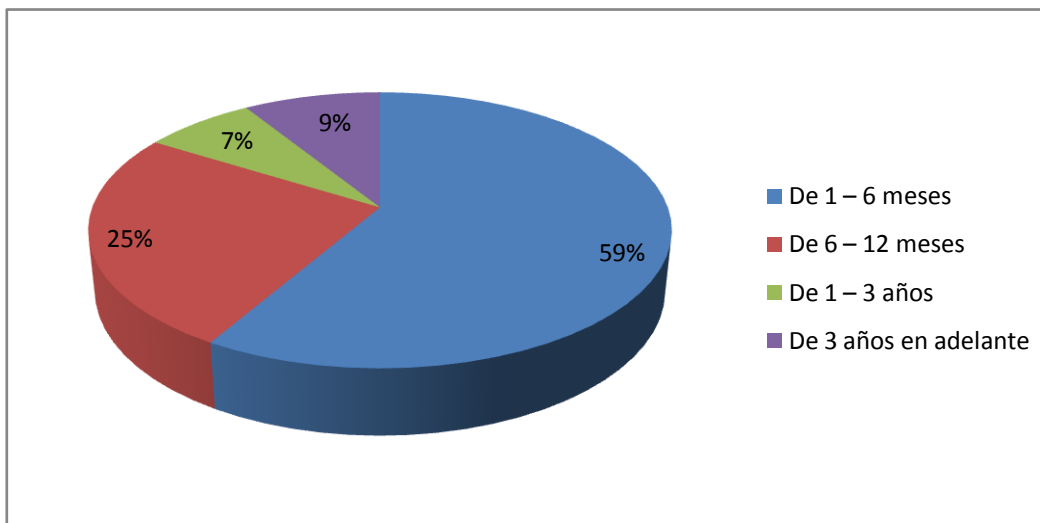
Cuadro 16: Resultados pregunta 1 – Encuesta a Clientes

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
De 1 – 6 meses	177	59%
De 6 – 12 meses	77	25%
De 1 – 3 años	22	7%
De 3 años en adelante	27	9%
TOTAL	303	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 14: Resultados pregunta 1 – Encuesta a clientes.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Análisis.

El 59% de los clientes indican que el tiempo que tiene en la empresa es de 1 a 6 meses y el 25% de 6 a 12 esto indica que no tienen plena fidelidad los clientes en la empresa.

2. ¿Cuándo usted requiere de un producto de la empresa Ediciones Ortega lo encuentra en stock?

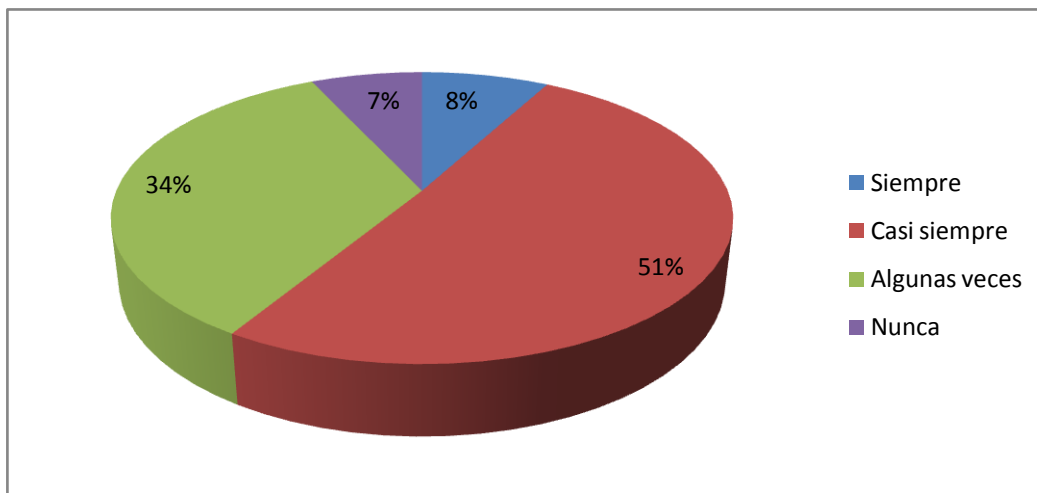
Cuadro 17: Resultados pregunta 2 – Encuesta a Clientes

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Siempre	24	8%
Casi siempre	154	51%
Algunas veces	104	34%
Nunca	21	7%
TOTAL	303	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olall

Figura 15: Resultados pregunta 2 – Encuesta a clientes.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

Los resultados de la encuesta a los clientes muestra que el 51% casi siempre el producto que requiere lo encuentra en stock y el 34% algunas veces, por lo que esto ocasionaría perdidas tanto económicas como de clientes.

3. Según su criterio, la calidad de los productos que ofrece la empresa es

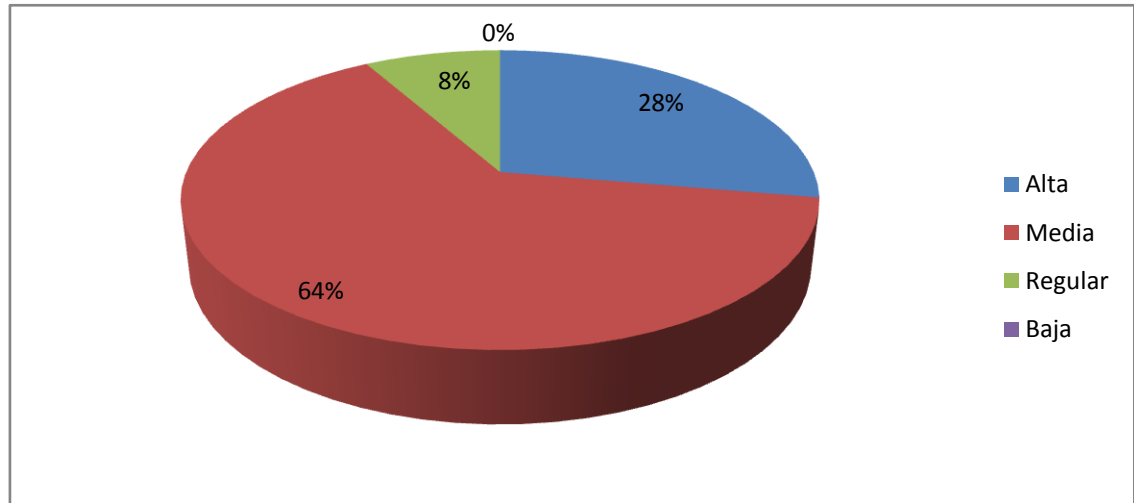
Cuadro 18: Resultados pregunta 3 – Encuesta a Clientes.

<i>OPCIONES</i>	<i># DE ENCUESTADOS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Alta	84	28%
Media	194	64%
Regular	25	8%
Baja	0	0%
TOTAL	303	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 16: Resultados pregunta 3 – Encuesta a Clientes.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

En la encuesta que se realizó a los clientes se refleja que el 64% de ellos indican que la calidad del producto es media y el 28% es alta, la empresa tendrá que tomar en cuenta el estado de los productos que entregan a sus clientes.

- 4. ¿Cómo calificaría, la atención que otorga el personal de la empresa a sus clientes?**

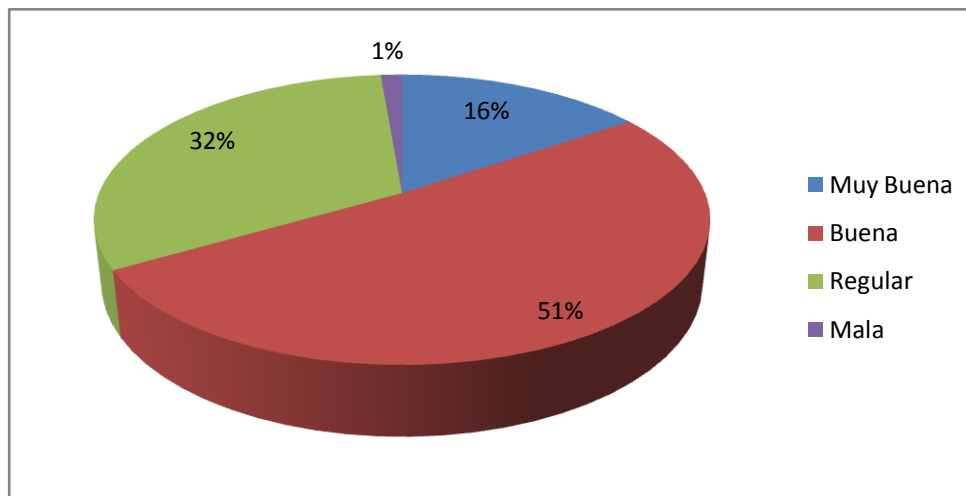
Cuadro 19: Resultados pregunta 4 – Encuesta a Clientes.

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Muy Buena	47	16%
Buena	155	51%
Regular	97	32%
Mala	4	1%
TOTAL	303	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 17: Resultados pregunta 4 – Encuesta a clientes.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

El 51% de los clientes consideran que la atención que otorga el personal es buena y el 32% es regular, esto es bueno para la empresa sin embargo los empleados debería perfeccionar su atención ya que esto aportaría con la imagen de la empresa.

5. ¿Cuándo usted ha adquirido un producto de los que comercializa la empresa, ha tenido inconvenientes en:

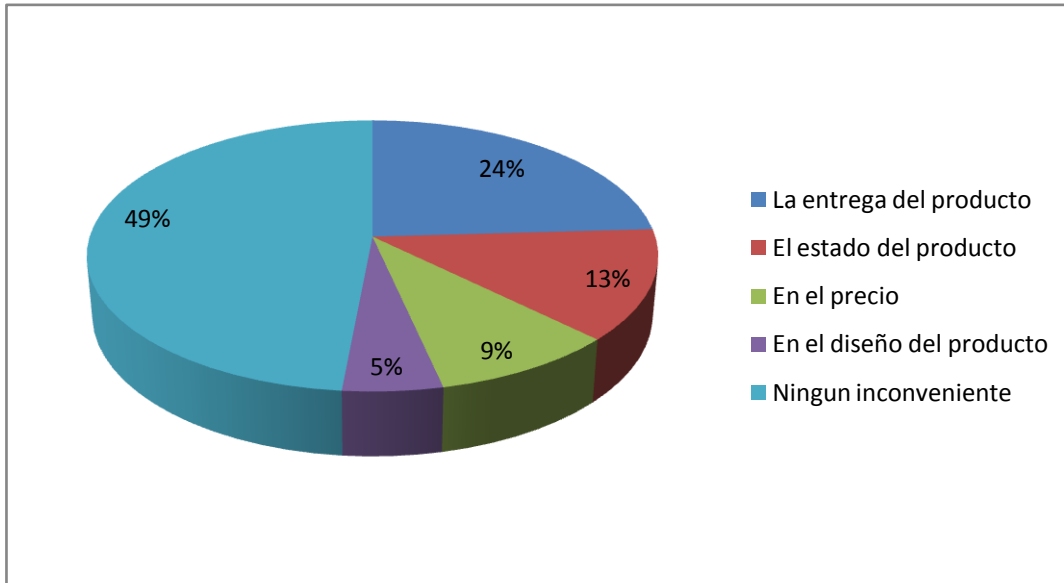
Cuadro 20: Resultados pregunta 5 – Encuesta a Clientes.

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
La entrega del producto	73	24%
El estado del producto	40	13%
En el precio	28	9%
En el diseño del producto	15	5%
Ningún inconveniente	147	49%
TOTAL	303	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 18: Resultados pregunta 5 – Encuesta a clientes.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

De acuerdo a los resultados de la encuestas a los clientes reflejan que el 49% ningún inconvenientes tienen cuando adquieren los productos que la empresa comercializa, lo que quiere decir que es favorable.

6. ¿En el momento que usted realiza una compra le hacen la entrega de factura?

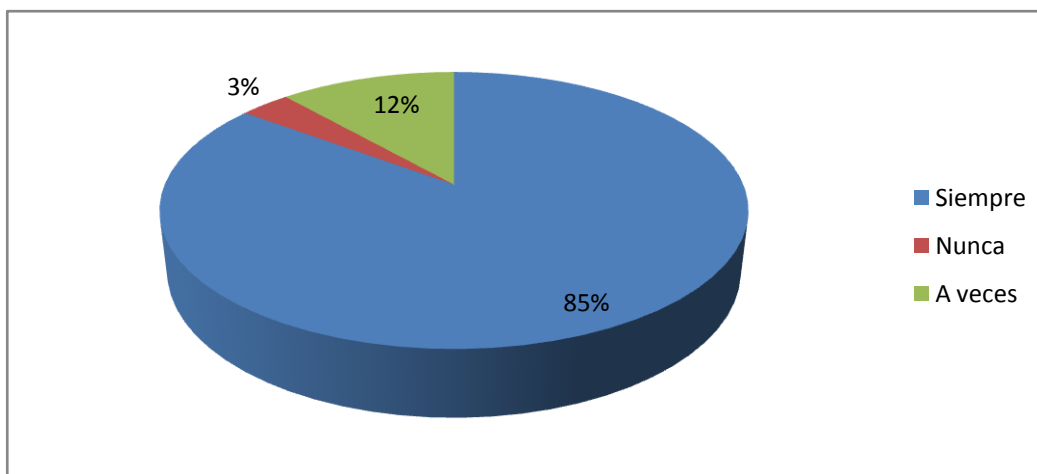
Cuadro 21: Resultados pregunta 6 – Encuesta a Clientes.

<i>OPCIONES</i>	<i># DE ENCUESTADOS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Siempre	258	85%
Nunca	10	3%
A veces	35	12%
TOTAL	303	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 19: Resultados pregunta 6 – Encuesta a empleados.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

El 85% de los clientes indican que siempre reciben factura al instante de realizar una compra de algún producto que ofrece la empresa, mientras que el 12% dicen que nunca reciben factura de su compra.

7. ¿Cuándo ha visitado la empresa, ha sido testigo de conflictos entre los empleados?

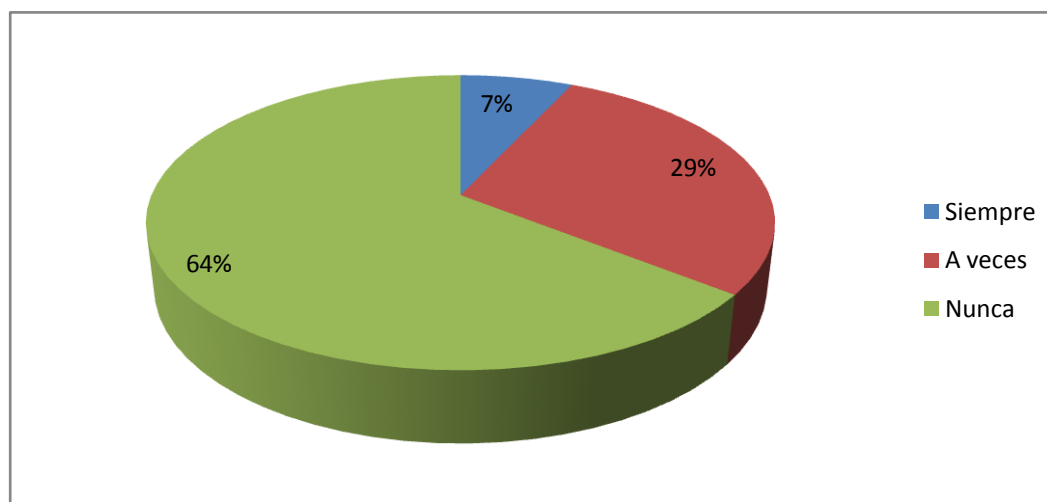
Cuadro 22: Resultados pregunta 7 – Encuesta a Clientes.

OPCIONES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Siempre	21	7%
A veces	87	29%
Nunca	195	64%
TOTAL	303	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 20: Resultados pregunta 7 – Encuesta a clientes.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

El 64% de los clientes indican que nunca han sido testigos de conflictos entre los empleados mientras que por otro lado el 29% de los clientes dicen que si han presenciados conflictos entre los empleados de la empresa.

8. ¿Cuándo necesita de un producto, la empresa cumple con su requerimiento?

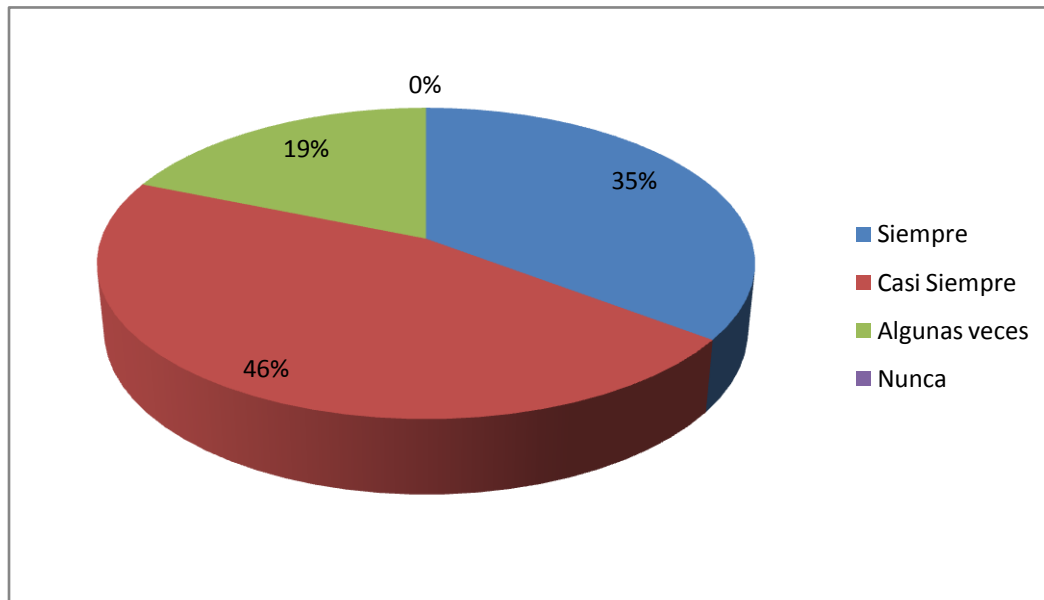
Cuadro 23: Resultados pregunta 8 – Encuesta a Clientes.

<i>OPCIONES</i>	<i># DE ENCUESTADOS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Siempre	107	35%
Casi Siempre	139	46%
Algunas veces	57	19%
Nunca	0	0%
<i>TOTAL</i>	303	100%

Fuente: Encuesta a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

Figura 21: Resultados pregunta 8 – Encuesta a clientes.



Fuente: Encuestas a empleados administrativos de la empresa Ediciones Ortega

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis.

Los resultados de la encuesta a los clientes reflejan que el 46% casi siempre la empresa cumple con los requerimientos del producto y el 35% siempre, esto ocasiona disgustos en los clientes con su satisfacción.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA, Y PERSPECTIVAS.

En base a los resultados obtenidos para la recolección de datos, Ediciones Ortega debe analizar las actividades que se realizan en bodega para detectar las debilidades o puntos críticos y así poder establecer parámetros que permitan mejorar el progreso de las actividades de esa área.

También es importante el análisis de cada una de las funciones de los empleados, con la finalidad de dar solución ante los inconvenientes que presenta la empresa.

4.3. RESULTADOS.

De acuerdo a la investigación realizada al ejecutar el análisis correspondiente de cada una de las preguntas, se ha comprobado que las hipótesis trazadas son consistentes a la realidad del negocio.

El proceso del reclutamiento no cumple con la realización de todas las fases para la contratación adecuada del personal, lo que ocasiona rotación constante del personal, el tiempo de permanencia dentro de la empresa es no mayor a seis meses.

El personal desconoce cuáles son las funciones y tareas que debe realizar, lo que le ocasiona inconvenientes en el momento de desarrollar su trabajo.

El desconocimiento sobre la existencia de los productos que comercializa la empresa produce disgustos en el cliente, debido a que el empleado no posee la adecuada información referente a la mercadería en stock, con lo que se ocasiona una mala imagen en la empresa.

Como también es preocupante la carencia de entrega de facturas de venta, que afecta en la exactitud de las cantidades de los productos en bodega al no disponer de un control adecuado de registro.

Por otra parte los empleados no controlan sus reacciones entre ellos cuando estén frente a un cliente, por lo que esos inconvenientes también afectan a la imagen de la empresa.

4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

Cuadro 24: Verificación de Hipótesis.

HIPÓTESIS GENERAL	RESULTADOS
El control de inventarios afecta en la	Se verifica esta hipótesis en las preguntas a los empleados 6, 8, 9, y 10,

<p>rentabilidad de la empresa Ediciones Ortega en el cantón Milagro.</p>	<p>y en las preguntas a los clientes en la 2, 3, y 8.</p> <p>Un correcto manejo de inventarios es de gran ayuda tanto en su crecimiento como en su rentabilidad para empresa dentro del mercado comercial.</p>
<p>HIPÓTESIS PARTICULARES</p>	<p>RESULTADOS</p>
<p>El proceso de reclutamiento, incide en la contratación del personal.</p>	<p>Está hipótesis se la verifica en las preguntas a los empleados 1 y 2.</p> <p>Es claro que la contratación del personal depende mucho del bienestar de la empresa porque permitirá evitar pérdidas de recursos económicos en publicidad.</p>
<p>El conocimiento de las políticas de la empresa por parte de los empleados, incurre en el manejo del inventario.</p>	<p>Se la verifica esta hipótesis en las preguntas 3, y 5, realizadas a los empleados de la empresa,</p> <p>El conocimiento de las políticas por parte de los empleados es primordial que tengan conocimientos de la existencia de la mercadería que dispone la empresa.</p>
<p>La organización de la mercadería en bodega, influye en la comercialización de los productos.</p>	<p>Esta hipótesis se la verifica en las preguntas 7, 8, y 11 realizadas a los empleados y en las pregunta 5 y 6 realizada a los clientes.</p> <p>Una correcta organización en la mercadería ayuda a mejorar las ventas,</p>

	ya que los empleados tendrán seguridad en ofrecer el producto al cliente.
La atención que brindan los empleados incide en la satisfacción de los clientes.	Se verifica esta hipótesis en las preguntas 1, 4, y 7 realizada a los clientes de la empresa. Una buena atención brindada por parte del personal depende de la fidelidad existente del cliente dentro de la empresa.
La distribución de funciones de los empleados afecta en el bienestar de la empresa.	La hipótesis es verificada en las preguntas realizadas a los empleados 4 y 12. Es ineludible la adecuada asignación de las funciones a los empleados porque con esto podrán satisfacer los requerimientos o necesidades de los cliente y también evitar deterioros en la existencia de la mercadería.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1. TEMA

Diseño de un manual de procedimientos para el control de los ingresos y egresos de los productos que comercializa la empresa Ediciones Ortega del Cantón Milagro.

5.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTIFICA

Sabemos que dentro de una empresa comercial la base primordial es la compra y venta ya sea de bienes o servicios por lo tanto el inventario puede estar representando hasta un 50% del capital empleado, esto lo convertiría en uno de los activos más importante, también se reconoce que en la existencia de un buen control de inventarios es de gran ayuda en el desarrollo financiero y situación económica para toda organización, por eso es necesario mantener un nivel moderado en la existencia de la mercadería ya que si existiere faltantes esto podría generar o provocar una insatisfacción en los clientes, para aquello un factor primordial podría ser la reducción de costos, esto permitiría la obtención de un considerado equilibrio del inventario.

El exceso de inventario, por lo general el empresario se concentra en mantener niveles altos de inventarios porque cree que así podrá asegurar sus ventas, por lo tanto esto trae consecuencias en el aumento de mermas y disminución de tener productos de buena calidad para ofrecer al cliente. Al tener un exceso en el inventario la empresa

debe tener en cuenta en adquirir mayor créditos con sus proveedores, como así también plantear estrategias de cobranza para recuperar pronto el efectivo y poder pagar dichos créditos.

La insuficiencia del inventario, no es conveniente para el crecimiento económico de la empresa porque se puede perder la realización de una venta como también la pérdida de clientes. Por lo tanto el no contar con la cantidad específica de productos provoca que el consumidor decida ir a otro negocio para satisfacer su necesidad.

El control interno se compone en cinco formas de gestionar la organización.

1. **Ambiente de control.**- es el entorno de una organización que permite el estímulo en las actividades que realice el personal humano dentro de ella, mediante la integridad y buenos valores éticos, sus competencias y la experiencia de la alta administración.
2. **Evaluación de Riegos.**- en toda organización es importante analizar e identificar los riesgos por los que esté pasando porque muchas veces se encuentran en un medio ambiente cambiante es decir no agradable, si estos son reconocidos a tiempo pueden ser manejables. Existen varios de riesgos como:
 - El riesgo de control.- es aquel que con una sola representación errónea que puede suceder en el saldo de alguna cuenta o transacción, no sea detectado a tiempo y corregido oportunamente por los controles internos y de los procedimientos de contabilidad.
 - Riesgo inherente.- es cuando tiene una representación errónea que puede ser de importancia relativa ya sea en una transacción o en una cuenta o también cuando en otras cuentas con representaciones erróneas asumieron que no hubo control interno concernientes.
 - Riesgo de detección.- es aquel donde se detectó en una cuenta representaciones erróneas en sus saldos son de importancia relativa o también cuando en otros saldos son agregadas con representaciones erróneas.

- 3. Actividades de control.-** toda actividad que ha sido analizadas, verificadas, inspeccionadas, revisadas e identificadas a tiempo la existencia de algún error con relación a la misión y los objetivos de la organización en beneficio de la protección de los recursos, estas son actividades de control.
- 4. Información y comunicación.-** las entidad u organización que cuente con sistemas altos de información sobre las gestiones que se ejecutan dentro de ella, permitirá conocer claramente las responsabilidades y el control de las actividades de cada uno de los miembro que conforma la organización. Asi como también es importante contar con canales de comunicación externa porque estas nos facilitaran información sobre los intereses de los terceros.
- 5. Supervisión y seguimiento.-** es indispensable la supervisión diaria y dar seguimiento a las actividades en todas las entidades aunque cuente un alto sistema de control interno, esto ayudara a realizar ajustes de acuerdo a las circunstancias del entorno si lo requiere.

El manejo y la responsabilidad de los inventarios podría afectar a diversos departamentos existentes en una empresa ya que por distintos procesos tiene conocimiento de la presencia de la mercadería por eso deberían mantener un grado de control en los productos.

Norma Internacional de Contabilidad nº 2 (NIC 2) Existencias

Objetivo 1. El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de las existencias. Un tema fundamental en la contabilidad de las existencias es la cantidad de coste que debe reconocerse como un activo, y ser diferido hasta que los correspondientes ingresos ordinarios sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de ese coste, así como para el posterior reconocimiento como un gasto del ejercicio, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas de coste que se utilizan para atribuir costes a las existencias. (Veronica Vera Avendaño y Evelyn Vizuete Centeno, 2011)

En los micros y pequeñas empresas el inventario se considera que es uno de los elementos de la administración menos atendido, sin contar con un registro diario, políticas, sistemas, métodos o un responsable que ayude a la realización o ejecución de esta labor, por tal motivo se considera importante tener un sistema o método que facilite el control del manejo de los inventarios porque este ayudara a reducir los altos costos financieros que son causados por conservar cantidades enormes de inventarios, deterioro de los inventarios, reducción de los riesgos de robos, fraudes, evita a que no se realice una venta por falta de mercadería en bodega, etc.

5.3. JUSTIFICACIÓN.

En toda empresa es importante mantener controlado el inventario lo que permite tener como base un sistema de mejoramiento y de calidad para la imagen de la misma, no solo se trata de tener normas de control también es muy importante el rol que cumplen cada uno de los trabajadores de la empresa, al incentivarlos por el buen desempeño que han realizado permitirá que trabajen con más entusiasmo en sus funciones, esto ayudará que ellos se sientan a gusto en pertenecer parte de la misma y así se podrá sacar adelante conjuntamente a la empresa Ediciones Ortega.

La ejecución de un modelo de control de inventario ayudara a perfeccionar la situación de la empresa Ediciones Ortega permitiendo una disminución de errores en la existencia de los productos.

Está comprobado que un correcto manejo de control de inventarios ha logrado que otras empresas surjan económicamente y se expandan en el mercado comercial, como ejemplo la Empresa Extrusiones Plásticas EXPLAST S.A y así otras más empresas reconocidas a nivel mundial.

5.4. OBJETIVOS.

5.4.1. Objetivos Generales.

Elaborar un manual de procedimientos a través de normas, que permita el control de los productos que comercializa Ediciones Ortega.

5.6. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD.

Factibilidad Administrativa.

Existe factibilidad administrativa porque se cuenta con el consentimiento y permiso de los propietarios del negocio para la disposición de información necesaria sobre las actividades que se desempeñan dentro de la empresa, dando la apertura de establecer enunciados viables que aporten con el crecimiento de la misma.

Factibilidad Legal.

En este proyecto existe factibilidad legal debido a que toda empresa pública y privada los inventarios que poseen se encuentran reflejados dentro de las Normas Internacionales de Contabilidad que entraron en vigencia en el año 2008, tomando como referencia la NIC No.2 Existencia donde indica la forma de definir el costo, su registro, el modo de representarlo como gasto, etc.

Factibilidad Financiera

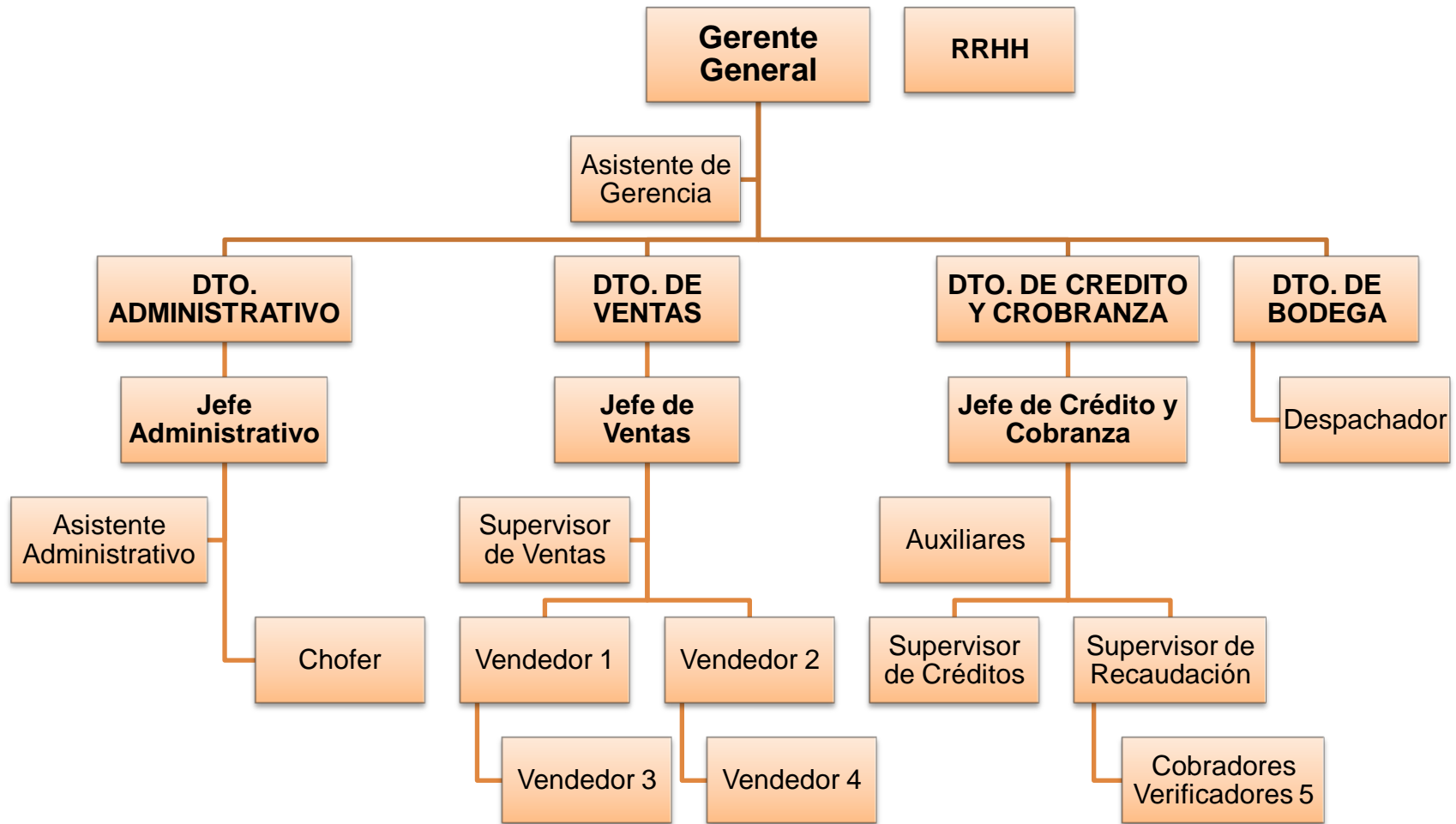
Existe factibilidad financiera por el bajo costo que implica en esta investigación donde se involucra invertir lo necesario, en el cual la empresa facilitara una computadora, internet y una resma de papel para poder lograr el cumplimiento de las metas y objetivos establecidos.

5.7. DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.

5.7.1. Actividades.

La estructura organizacional es la base primordial para cada empresa, donde sabrán cada departamento el nivel jerárquico que ocupan para que así se puedan desenvolver de acuerdo a su actividad, de tal forma que serán regularizadas, fraccionadas, e inspeccionadas, para alcanzar los objetivos planteados por los directivos.

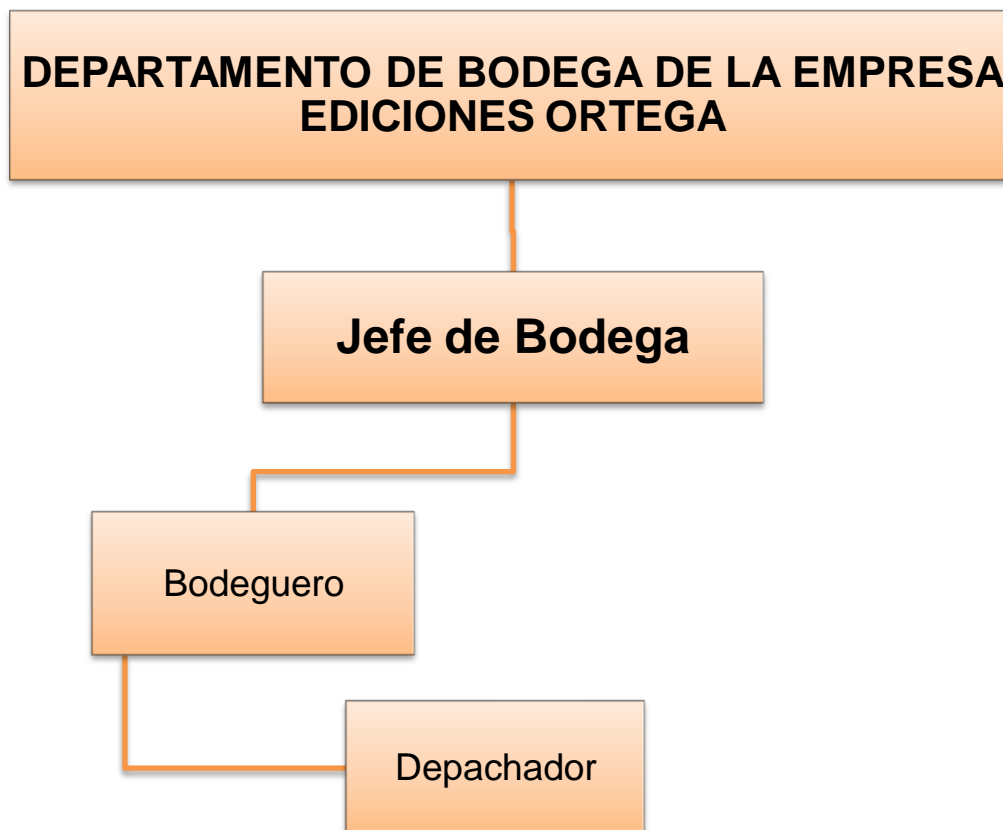
Figura 23: Organigrama Estructural y Funcional de la Empresa Ediciones Ortega.



Fuente: Empresa Ediciones Ortega.

Se puede visualizar en el organigrama funcional de la empresa que el departamento de bodega solo se encarga el despachador de su manejo, esto no permite un control efectivo de las mercaderías que tiene la empresa por lo tanto en la propuesta se reestructurara el departamento de bodega donde se contará con un jefe de bodega permitiendo un mayor control de la existencia y calidad del inventario, un bodeguero controlando y aprobando la ingreso de la mercadería a los interiores de la bodega por parte de la entrega de sus proveedores, y un despachador revisar el estado de la mercadería y control de egreso asía los clientes de la empresa, mostrándose de la siguiente manera.

Figura 24. Organigrama Funcional (Propuesta)



Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

FUNCIONES DE LOS EMPLEADOS.

JEFE DE BODEGA

- **Datos de identificación.**

Nombre del Cargo: Jefe de Bodega

Área: Bodega

Reportar a: Gerente General

- Descripción del Cargo.

Objetivo

Coordinar, programar y controlar que se cumplan las funcionalidades de su área, revisar la obtención de la cantidad necesaria de los productos en su almacenaje y entrega a los cliente.

Funciones

- Supervisar el cumplimiento de la organización del proceso de bodega.
- Verificar y aprobar el ingreso y salida de la mercadería.
- Mantener un clima laboral apropiado.
- Presentar informes a la Gerencia General del cumplimiento de las actividades de bodega.
- Informar a la Gerencia General los motivos que se dan de baja los productos.
- Controlar la calidad y estado del producto.
- Verificar el físico de los productos en bodega.

Perfil Básico

- Educación mínima requerida.
 - ❖ Profesional graduado en Administración de Empresas, Economía, Finanzas o carreras afines.
 - ❖ Título de Cuarto Nivel.
 - ❖ Manejo de utilitarios.

- Años de experiencia.

De 3 a 5 años de conocimientos y experiencia en cargos similares, manejo y trato de personal y control del manejo de inventarios de una compañía.

- Habilidades y Destrezas.
 - ❖ Liderazgo en la realización de labores de trabajo en equipo y cumplimiento de metas y objetivos.
 - ❖ Capacidad de toma de decisiones y criterio propio.
 - ❖ Manejo de grupos de trabajo.
 - ❖ Solución de problemas.

BODEGUERO.

- **Datos de identificación.**

Nombre del Cargo: Bodeguero.

Área: Bodega

Reportar a: Jefe de Bodega

- Descripción del Cargo.

Objetivo

Responsable del ingreso de los productos a bodega, cuidando la calidad y el estado de la mercadería.

Funciones

- Control del ingreso de la mercadería a bodega.
- Manejo de Kardex y sistemas.
- Verificar el estado de la mercadería.
- Recibir de los productos que ingresan a bodega.
- Almacenar.

- Mantener actualizado el registro de la entrada de los productos.
- Presentar informes al Jefe de Bodega del ingreso productos en bodega.

Perfil Básico

- Educación mínima requerida.
 - ❖ Mínimo título de Bachiller.
 - ❖ Manejo de utilitarios.
- Años de experiencia.

De 1 a 3 años de conocimientos y experiencia.

Habilidades y Destrezas.

- ❖ Ordenado.
- ❖ Habilidad numérica.
- ❖ Manejo de Word y Excel.

DESPACHADOR.

- **Datos de identificación.**

Nombre del Cargo: Despachador.

Área: Bodega

Reportar a: Jefe de Bodega

- **Descripción del Cargo.**

Objetivo

Responsable del egreso de los productos a bodega, cuidando la calidad y el estado de la mercadería.

Funciones

- Control de la salida de la mercadería en bodega.

- Manejo de Kardex y sistemas.
- Verificar el estado de la mercadería a ser entregada al cliente.
- Informar al Bodeguero del producto que sale de la bodega.
- Registrar los egresos de la mercadería.
- Presentar informes al Jefe de Bodega del egreso de los productos en bodega.

Perfil Básico

- Educación mínima requerida.
 - ❖ Mínimo título de Bachiller.
 - ❖ Manejo de utilitarios.
- Años de experiencia.

De 1 a 3 años de conocimientos y experiencia.

Habilidades y Destrezas.

- ❖ Ordenado.
- ❖ Habilidad numérica.
- ❖ Manejo de Word y Excel.

FLUJOGRAMAS DE LOS PROCESOS EN EL DEPARTAMENTO DE BODEGA.

Figura 25: Proceso de la Estructura Departamental de Bodega.

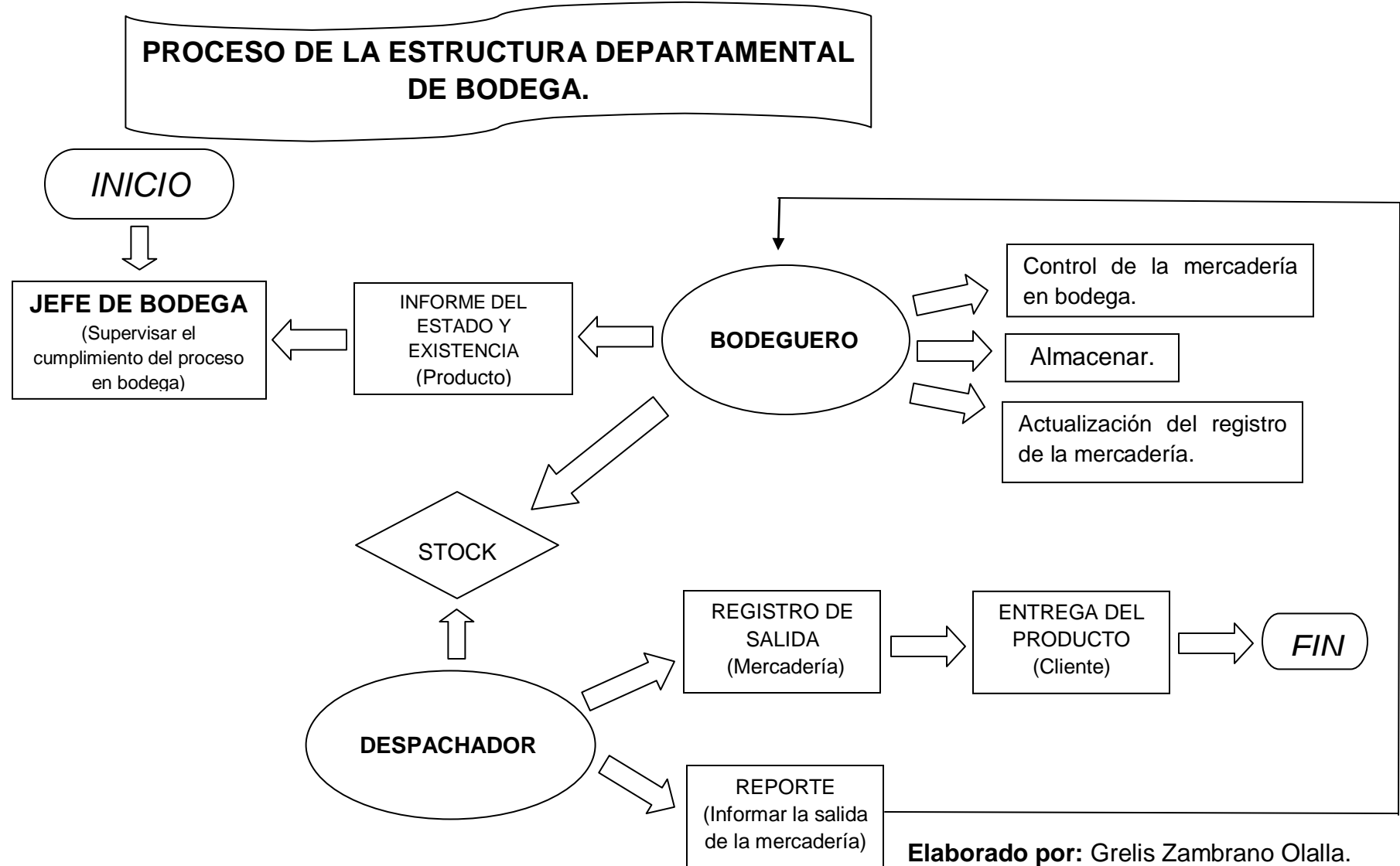
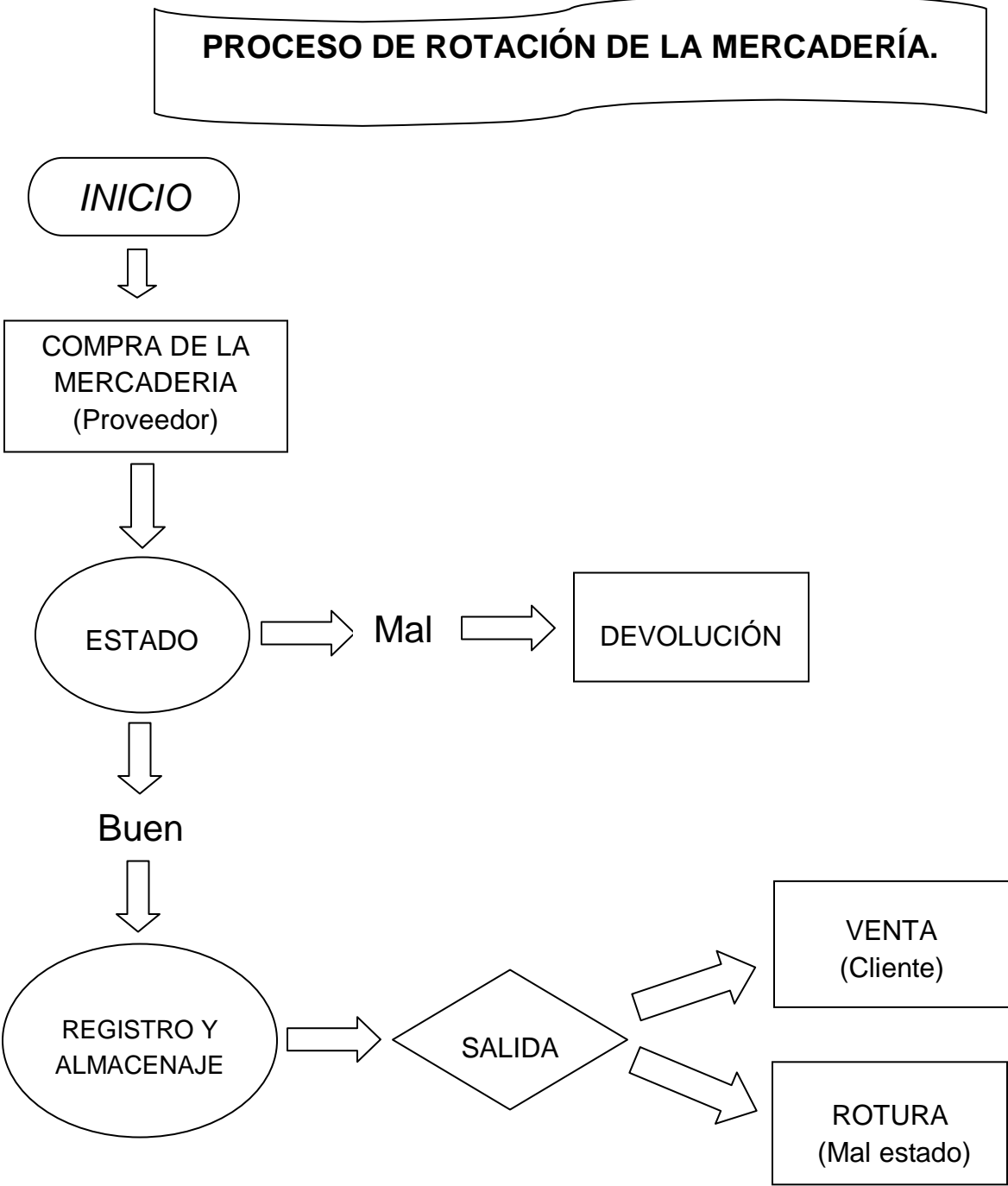


Figura 26: Proceso de Verificación y Rotación de la Mercadería.



Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Control de los Inventarios del Departamento de Bodega.

Se entiende que el inventario es el activo que mueve el giro del negocio, para ello es necesario establecer controles para el correcto manejo de los inventarios:

- La bodega debe contar con niveles altos de seguridad que protejan el físico de la mercadería.
- El Jefe de Bodega y los encargados de las entradas y salidas de los productos serán los responsables de la protección del inventario.
- Limitar el acceso o ingreso a personal no autorizado en bodega.
- El registro de los inventarios se conciliarán diariamente con la planilla del control de las entradas y salidas de la mercadería con el fin de ajustar cualquier diferencia de su existencia.
- Las planillas de los ingresos y egresos de la mercadería deben contar con la firma de la persona responsable y la autorización del jefe de bodega.
- Es importante contar con un Sistema Informático permitiendo saber la existencia del inventario.

Políticas Generales.

- ❖ Los empleados durante su estabilidad en la empresa y horas de trabajo debe mostrar una correcta disciplina.
- ❖ Cada empleado deberá mantener ordenado y limpio el área donde desempeñan sus labores.
- ❖ Los empleados por disposiciones de Gerencia utilizarán el uniforme correspondiente dentro de las horas laborables.
- ❖ Los inventarios en mal estado deberán ser dados de bajo de acuerdo a su respectivo procedimiento.
- ❖ Los inventarios deberán ser agrupados de acuerdo a su clasificación.
- ❖ Asistir con puntualidad a las labores diarias de acuerdo al horario determinado por la empresa.

- ❖ A los clientes brindarles una buena atención para que sientan satisfechos y regresen a adquirir un nuevo producto.
- ❖ Se efectuaran cambios de mercadería hasta veinticuatro horas después de la concierne venta.
- ❖ El Jefe de Bodega es el responsable del cumplimiento adecuado y la puesta en marcha del manual de procedimiento del control de inventarios.
- ❖ La mercadería

Procedimientos para el control del manejo de los inventarios.

- La validación del inventario deberá ser realizada por el Jefe de Bodega.
- Por cada ingreso y egreso del inventario se generara un reporte individual.
- Cada entrega total o parcial del inventario deberá ser soportada con su factura adecuada.
- Emitir reportes diarios al departamento de contabilidad de los ingresos y egresos de los productos para su respectiva conciliación.
- El Jefe de Bodega es el responsable en la toma de inventarios.
- Ordenar y ubicar la mercadería en la perchas según su clasificación asignada.
- El ingreso y egreso de los inventarios debe ser registrado en el sistema y kardex.
- El registro del inventario en el sistema y kardex debe coincidir al total del inventario físico en bodega.
- Le Jefe de Bodega efectuara el requerimiento de compra de los productos.
- En la toma de física del inventario debe ejecutarse un acta de inicio.
- El Gerente General revisara y aprobara los requerimientos de compras.
- El encargado de las entradas de las mercaderías recibirá el despacho del ingreso de los productos a bodega.

Procedimientos para la adquisición de la mercadería.

- El jefe de bodega debe tener conocimiento de la fecha acordada con el proveedor para el recibimiento de la mercadería.

- Inspección y recepción de la mercadería.
- Descarga e identificación de los productos traídos por el proveedor.
- Verificación del estado en que se encuentra el producto.
- Comprobación de la cantidad detalla en la factura con el físico de la mercadería obtenida.
- Registro del ingreso en la plantilla correspondiente con su respectiva firma de verificación.
- Ingreso de la mercadería al sistema con su pertinente documentación de adquisición, será la constancia del físico en bodega.
- Almacenamiento con su concerniente codificación.
- Realizar informe de la mercadería recibida.

MODELOS DE LAS PLANTILLAS PROPUESTAS.

- Control del Ingresos de la Mercadería.

Figura 27: Planilla de control del ingreso de mercadería.

PLANILLA DE CONTROL DEL INGRESO DE MERCADERIA						
RESPONSABLE:				ORDEN:		
FECHA:				FIRMA. _____		
RUC	PROVEEDOR	DESCRIPCION DE LA EDICION	CANTIDAD	COMPROBANTE		VALOR DE MERCADERIA
				TIPO	SERIE	

Visto Bueno.
JEFE DE BODEGA.

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

- Control del Egreso de la Mercadería.

Figura 28: Planilla de control del egreso de mercadería.

PLANILLA DE CONTROL DEL EGRESO DE MERCADERIA							
RESPONSABLE:					ORDEN:		
FECHA:					FIRMA. _____		
RUC	CLIENTE	DESCRIPCION DE LA EDICION	CÓDIGO	CANTIDAD	COMPROBANTE		VALOR DE MERCADERIA
					TIPO	SERIE	

 Visto Bueno
BODEGUERO

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

5.7.2. Recursos, análisis financiero.

Cuadro 25: Recursos, análisis financiero.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computadora	1	Unidad	\$ 450,00	\$ 450,00
Impresora	1	Unidad	\$ 250,00	\$ 250,00
Internet	3	Costo mensual	\$ 30,00	\$ 90,00
Grapadora	2	Unidad	\$ 3,00	\$ 6,00
Clip	2	Caja	\$ 0,40	\$ 0,80
Bolígrafos	2	Unidad	\$ 0,50	\$ 1,00
Resma de hojas	3	Unidad	\$ 4,50	\$ 13,50
Carpetas	6	Unidad	\$ 0,50	\$ 3,00
Lápiz	1	Unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Tinta de impresora	4	Unidad	\$ 10,00	\$ 40,00
Cuaderno	1	Unidad	\$ 1,50	\$ 1,50
Saca puntas	1	Unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Pendrive 4GB	1	Unidad	\$ 7,00	\$ 7,00
Grapas	2	Caja	\$ 0,50	\$ 0,50
Saca grapas	1	Unidad	\$ 1,50	\$ 1,50
TOTAL	31	—	—	\$ 865,40

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla

Análisis financiero.

La duración del tiempo para la ejecución de la propuesta es cerca de 16 semanas, apreciando una inversión de \$ 865,40, con el objetivo de alcanzar una buena administración mediante políticas y procedimientos para el control de los inventarios en la Empresa Ediciones Ortega.

5.7.3. Impacto.

Económico.

Será positivo el impacto porque a través de los resultados se demuestra que habrá reducción de costos, perdidas de mercadería por su deterioro, reducción de tiempo en la duplicación de las tareas de los empleados.

Social.

El impacto se evidenciara en la satisfacción de las necesidades de los clientes manteniendo su fidelidad, esto permitirá una buena imagen para la empresa dentro del mercado comercial y gracias a ello se obtendrá un incremento de clientes.

Beneficios.

Los beneficios serán:

- Disminución de pérdidas de mercadería.
- Control físico y sistemático del inventario.
- Reducción de errores o fraudes.
- Buena imagen corporativa.
- Control de costos.
- Políticas bien planteadas
- Organización del espacio físico en bodega.

5.7.4. Cronograma.

Cuadro 26: Cronograma.

ACTIVIDADES	1° MES																2° MES				3° MES				4° MES			
	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4												
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4												
Visitar el departamento de bodega	■																											
Detallar el funcionamiento en bodega.		■																										
Diseñar pruebas de cumplimiento de labores.			■	■																								
Aplicación de las pruebas de cumplimiento.					■	■																						
Sistematización de los procesos.							■																					
Preparación de modelos de procedimientos.								■	■																			
Desarrollo de perfiles profesionales.										■																		
Plan del sistema de capacitación.											■	■																
Formar a los colaboradores.												■	■	■														
Asignación de nuevas responsabilidades.																	■											
Cumplimiento con el manual de procedimientos propuesto.																				■								

Elaborado por: Grelis Zambrano Olalla.

5.7.5. Lineamiento para evaluar la propuesta.

Luego de haber planteado diversas políticas y procedimiento para el manejo del control de inventarios, estrategias para la satisfacción del cliente, y mejorar la estructura del área de bodega, su progreso será evaluado después de haber sido aplicado el manual de procedimientos en un tiempo determinado de seis meses, se establecerá lo alcanzado en la propuesta:

- Fidelidad e incrementación de los clientes.
- Organización adecuada de la bodega.
- Acrecentamiento de la rentabilidad y utilidad de la empresa.
- Mantenimiento del stock de los productos.
- Disminución de errores en el registro del stock de la mercadería.
- Incremento en las ventas diarias.

6. CONCLUSIONES

- Ediciones Ortega carece de políticas, procesos y funciones en el área de bodega, por lo que refleja falta de registro de las mercaderías, entrega a tiempo de los pedidos por parte de los proveedores,
- En los últimos años por la desorganización se ha incrementado el porcentaje de faltante de productos en bodega, se ha visto afectada por el no adecuado manejo de los inventarios, siendo este un grave error para la existencia de la mercadería.
- Es preocupante que la no entrega de facturas, esto afecta al conocimiento exacto de los productos en stock de bodega por no disponer de un registro de las entradas y salidas de la mercadería.
- El desconocimiento por parte de los empleados sobre las actividades que debe realizar es perjudicable para el crecimiento e imagen de la empresa a futuro.
- No existe una correcta estructura organizacional en el área de bodega, por lo tanto no se cuenta con un jefe de bodega que haga cumplir las políticas y procesos del control de inventarios.

7. RECOMENDACIONES

- ✓ Implementar un sistema o método de inventarios para distribución, almacenaje y registro de los productos que posee la empresa para la comercialización.
- ✓ Desarrollar cronogramas de capacitaciones al personal para que puedan realizar debidamente sus labores.
- ✓ Plantear políticas que permitan perfeccionar el manejo y control de inventarios.
- ✓ Registrar de forma adecuada y detallada los ingresos y egresos de la mercadería.
- ✓ Hacer cumplir las políticas establecidas por la empresa para la obtención de buenos resultados.
- ✓ Ejecutar monitorios periódicamente para la verificación del cumplimiento de las actividades por parte los empleados.
- ✓ Mantener un stock acorde a la rotación diaria de los productos.

8. ANEXOS.

TESIS ZAMBRANO OLALLA GRELIS.docx

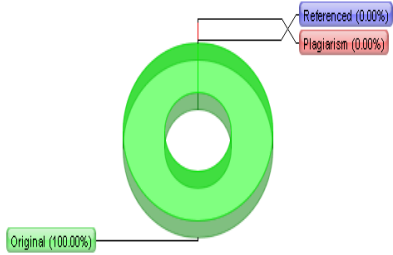
Report file name: originality report 27.6.2016 14:24:26 - TESIS ZAMBRANO OLALLA GRELIS.docx.html
Report location: C:\Users\PORTATIL\Documents\Plagiarism Detector reports\originality report 27.6.2016 14:24:26 - TESIS ZAMBRANO OLALLA GRELIS.docx.html

Unregistered!
Demo version!
Warning: Demo Version - reports are incomplete!
Unregist
To get full version, please order the software:
Buy Now
BlueSnap
Take Charge

Plagiarism Detector - Originality report.

Analyzed document:
"TESIS ZAMBRANO OLALLA GRELIS.docx"


Relation chart:



Category	Percentage
Original	100.00%
Referenced	0.00%
Plagiarism	0.00%

Core version: 948
Size: 69638 words
Registered to: Originality report generated by unregistered Demo version!
Generated: 27/6/2016 14:24:26
License type: Plagiarism Detector

Distribution graph:



Fotografías de la Bodega





**ENCUESTA – EMPLEADOS ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA
EDICIONES ORTEGA.**

1. ¿Cuánto tiempo usted lleva laborando en la empresa Ediciones Ortega?

- De 1 – 6 meses
- De 6 – 12 meses
- De 1 – 3 años
- De 3 años en adelante

2. ¿Por cuantas fases tuvo que pasar para poder pertenecer parte de la empresa Ediciones Ortega?

- 1 Fase
- 2 Fases
- 3 Fases
- Ninguna

3. Sobre las políticas de la empresa Ediciones Ortega, usted conoce.

- Mucho
- Algo
- Poco
- Nada

4. ¿Cuánto conoce usted las funciones de su cargo a desempeñar dentro de la empresa Ediciones Ortega?

- Todo
- Algo
- Poco
- Nada

5. ¿Tiene conocimiento usted sobre la mercadería ubicada en los mostradores?

Todo

Algo

Poco

Nada

6. ¿Cuándo el cliente pide una cotización de un producto usted verifica antes la existencia del producto?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Nunca

7. La verificación de los productos se la realiza a través

Del Sistema

De Kardex

De la visualización física

8. ¿Cuándo los proveedores hacen la entrega de los materiales didácticos, lo hacen:

Puntual

A veces con retraso

Impuntualmente

Nada

9. Según su criterio, los motivos por las cuales se dan de baja a los productos, es:

Desgaste del producto

Mala elaboración del producto

Mercadería en mal estado

10. ¿Cree usted que la satisfacción del cliente contribuye a la imagen positiva de la empresa?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

No opina

11. ¿Considera usted que debería implementarse un sistema de control de mercadería en la empresa?

De acuerdo

En desacuerdo

No opina

12. Con respecto a capacitaciones para el desempeño de sus funciones, usted las recibe:

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Nunca

ENCUESTA – CLIENTES DE LA EMPRESA EDICIONES ORTEGA

1. Con relación al tiempo usted es cliente de la empresa Ediciones Ortega:

- De 1 – 6 meses
- De 6 – 12 meses
- De 1 – 3 años
- De 3 años en adelante

2. ¿Cuándo usted requiere de un producto de la empresa Ediciones Ortega lo encuentra en stock?

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

3. Según su criterio, la calidad de los productos que ofrece la empresa es:

- Alta
- Media
- Regular
- Baja

4. ¿Cómo calificaría, la atención que otorga el personal de la empresa a sus clientes?

- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

5. ¿Cuándo usted ha adquirido un producto de los que comercializa la empresa, ha tenido inconvenientes en:

- La entrega del producto

- El estado del producto
- En el precio
- En el diseño del producto
- Ningún inconveniente

6. ¿En el momento que usted realiza una compra le hacen la entrega de factura?

- Siempre
- Nunca
- A veces

7. ¿Cuándo ha visitado la empresa, ha sido testigo de conflictos entre los empleados?

- Siempre
- A veces
- Nunca

8. ¿Cuándo necesita de un producto, la empresa cumple con su requerimiento?

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

SOLICITUD DE PERMISO A LA EMPRESA.

Milagro, 11 de enero del 2016.

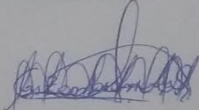
Sr. Ing.
JAVIER ORTEGA DÍAZ.
Gerente Propietario de la Empresa "Almacenes Ortega" de esta ciudad de Milagro.-

De mis consideraciones:

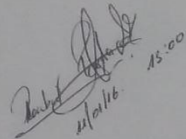
Yo, **GRELIS LADY ZAMBRANO OLALLA**, con C.I. **0928424522**, con el debido respeto que se merece solicito su autorización para realizar mi Proyecto de Grado Previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría – C.P.A. (tesis), en su antes citada empresa, en virtud de su reconocida trayectoria en el ámbito comercial de nuestra ciudad.

Estaré atenta a su respuesta y le agradezco su atención.

Atentamente.



Grelis Zambrano Olalla
C.I. **0928424522**



21/01/16. 15:00.

AUTORIZACION POR PARTE DE LA EMPRESA.



Milagro, 12 de enero del 2016.

Srta.
GRELIS LADY ZAMBRANO OLALLA.
EGRESADA EN INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y
AUDITORÍA (C.P.A) DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE
MILAGRO (UNEMI).-

De mis consideraciones:

Dando contestación al oficio dirigido por usted en cuanto a la autorización para realizar su Proyecto de Grado previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría – C.P.A. (tesis), en mi calidad de Gerente Propietario de la Empresa “Almacenes Ortega” de esta ciudad de Milagro, **AUTORIZO** y estoy presto a brindar las facilidades necesarias para dicho proyecto.

Atentamente.

Ing. Javier Ortega Diaz

**Gerente Propietario de la Empresa “Almacenes Ortega” de esta
ciudad de Milagro**

Dirección: 5 de Junio entre 9 de Octubre y Pedro Carbo
Teléfono: 2976815 - 2702667
Milagro - Ecuador

9. BIBLIOGRAFIAS.

Bibliografía

Blanca Valdiviezo Corella. (2015). *"DISEÑO DE UN MANUAL DE POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA UN ÓPTIMO CONTROL DE INVENTARIOS EN EL COMERCIAL ANTHONY UBICADO EN LA CIUDAD DE MULAGRO.* Milagro: Universidad Estatal de Milagro.

CÓDIGO DEL TRABAJO. (26 de Septiembre de 2012). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, C. E. (5 DE MAYO DEL 2015). EDITORIAL LEXUS.

CÓDIGO TRIBUTARIO. (29-Dic-2014). Lexus.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (30 de ENERO de 2012). EDITORIAL LEXUS. Obtenido de <file:///C:/Users/PORTATIL/Desktop/GRELIS%20TESIS/AB.%20MEDARDO%20ARMIJO/normativa%20aplicable/CONSTITUCION%20DE%20LA%20REPUBLICA%20DEL%20ECUADOR.pdf>

Gabriela Murillo Vargas y Jose Murillo Lopez. (Febrero de 2013). *Manual de Políticas y Procedimientos para el Manejo Técnico del Inventario de la Compañía Extrusiones Plásticas Explast S.A.* Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4233/1/UPS-GT000386.pdf>

Joaquin B. P. (2002). *Diccionario de Terminos Contables.* Mexico: Compañía Editorial Continental.

LADINO, E. (2009). *Control Interno.* Argentina: Editorial El Cid Editor.

LEY ORGÁNICA DE DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. (16 de Enero de 2015). EDITORIAL LEXUS. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp->

content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-
CONSUMIDOR.pdf

LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO LORTI. (05 de Enero de 2015). *Editorial LEXUS*. Obtenido de file:///C:/Users/PORTATIL/Desktop/GRELIS%20TESIS/AB.%20MEDARDO%20ARMIJO/normativa%20aplicable/LEY%20ORGANICA%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,.pdf

MARTIN, Y. S. (s.f.). *Propuesta de un sistema de control y evaluacion en el área de inventarios de "PRODI-MEDA CIA. LTDA."*. Facultad de Ciencias Administrativas, repositorio UCE.

Max MULLER. (2004). *Fundamentos de Administracion de Inventarios*. Bogotá: Editorial Norma.

Nuri Morales Meneses y Angela Ramirez Cedillo. (2014). *Rediseño Integral del Manual de Políticas y Normas de Coontrol Interno en la Gestión Administrativa, Operativa de Inventarios de la Empresa FARGEN S.A, para el periodo 2014 - 2015*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro.

PANY WHITTINGTON. (2005). *Principios de Auditoria*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

REGLAMENTO A LA ESTRUCTURA DE DESARROLLO PRODUCTIVO DE INVERSIÓN. (17 de Mayo de 2011). *Editorial LEXUS*. Obtenido de file:///C:/Users/PORTATIL/Desktop/GRELIS%20TESIS/AB.%20MEDARDO%20ARMIJO/normativa%20aplicable/REGLAMENTO%20A%20LA%20ESTRUCTURA%20DE%20DESARROLLO.pdf

REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA, R. Y. (28 de Febrero de 2015). *Editorial LEXUS*. Obtenido de file:///C:/Users/PORTATIL/Desktop/GRELIS%20TESIS/AB.%20MEDARDO%20ARMIJO/normativa%20aplicable/REGLAMENTO%20DE%20COMPROBANTES%20DE%20VENTA,.pdf

Veronica Vera Avendaño y Evelyn Vizuite Centeno. (27 de Septiembre de 2011).

Diseño de un Control Interno de Inventario para la Empres XYZ. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1681/1/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20CONTROL%20INTERNO%20DE%20INVENTARIO%20PARA%20LA%20EMPRESA%20XYZ.pdf>

VICIANA PEREZ. (s.f.). *Aprovisionamiento y almacenaje en la venta.*