



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERIA COMERCIAL.**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**REESTRUCTURACIÓN DEL SISTEMA ADMINISTRATIVO DE
CONTROL PARA EL MANEJO DE EFECTIVO EN EL ÁREA DE
COBRANZAS DEL COMERCIAL PINTAG DE LA CIUDAD DE
MILAGRO.**

AUTORES:

ARGUELLO LÓPEZ GRELYS

ROSADO MARTILLO ADRIANA

TUTOR:

JINSOP GAMBOA POVEDA MAE

MILAGRO, 2012

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Reestructuración del sistema administrativo de control para el manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag de la ciudad de Milagro”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

INGENIERIA COMERCIAL

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

Presentado por los Egresados

GRELYS ARGUELLO LÓPEZ

C.I 0922562442

ADRIANA ROSADO MARTILLO

C.I. 0926611153

TUTOR

JINSOP GAMBOA POVEDA MAE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Grelys Arguello López y Adriana Rosado Martillo, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Reestructuración del sistema administrativo de control para el manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag de la ciudad de Milagro”** del cual nos responsabilizamos por ser los autores del mismo y tener la asesoría personal del Mba. Jinsop Gamboa Poveda.

Milagro, abril del 2012.

GRELYS ARGUELLO LÓPEZ

C.I 0922562442

ADRIANA ROSADO MARTILLO

C.I 0926611153

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERÍA COMERCIAL. Otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA	()
CIENTÍFICA	
DEFENSA	()
ORAL	
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

Está dedicado al ser supremo como lo es Dios por ser el sendero espiritual, aquel que con su guía me ha encaminado siempre por el bien y el éxito. Y por tener la conformidad de tener a mi madre con vida solo él sabe cuán importante es para mí.

Gracias Dios por poseer la dicha de tenerla a mi lado en todo momento y de tener la complacencia de escribirle estas pequeñas palabras.

Martina López Guzmán por ser mi pilar principal en el transcurso de mi vida dándome aquel empuje para lograr alcanzar mi meta anhelada, que hoy en día gracias a Dios y conjuntamente con ella lo he logrado. Dios me la bendiga siempre y sobre todo me le de salud para gratificarle un poco de lo que me ha brindado.

La amo y va para ella este logro y todos aquellos que se me traspasen en mi vida, este es solo el estreno de una vida llena de triunfo.

A mi hermano Cristhian Arguello para que tenga en mente que todo lo que uno se propone lo puede lograr, que el éxito que he logrado hoy sean de él en un mañana.

Los estimo un mundo y gracias por todo lo brindado.

GRELYS ARGUELLO LÓPEZ

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a las mujeres de mi familia, por ser ejemplo de sacrificio acompañándome en cada una de las metas que me he propuesto por ser siempre mi apoyo moral y emocional. A mis padres, por todo lo que me han dado en esta vida, especialmente por sus sabios consejos y por estar a mi lado en los momentos más difíciles. A mi hermano Rafael, quien me acompañado en silencio con una comprensión a prueba de todo. A mi madre por ser ejemplo de perseverancia, paciencia y resistencia para lograr lo propuesto.

ADRIANA ROSADO MARTILLO

AGRADECIMIENTO

A Dios quien fue y será el origen de inspiración en mis instantes de angustia, esmero, dedicación, y alegrías.

A mi madre Martina López porque creyó en mí y me estimuló a seguir adelante, dándome muestras dignas de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ella, hoy puedo percibir el alcance de mi meta, ya que constantemente estuviste incitándome en los momentos más difíciles de mi carrera estudiantil, y porque el orgullo que sientes por mí, fue lo que me hizo marchar hasta el final. Va para ti, por lo que vales, porque admiro tu fortaleza y por lo que has hecho de mí.

A mi hermano, a mis tíos, primos, y amigos.

Gracias por haber impulsado en mí el deseo de superación y el afán de triunfo en la vida.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

A todos, espero no decepcionarlos y contar siempre con su valioso apoyo, espontáneo e incondicional.

GRELYS ARGUELLO LÓPEZ

AGRADECIMIENTO

Son numerosas las personas a las que debo agradecer por ayudarme con el logro de mi carrera, es poco el decir gracias, pero en el fondo de mi ser eternamente les estaré agradecida.

Y siempre presta a tenderles una mano cuando así lo requieran. Sin embargo resaltaré solo a algunas de estas personas sin la cuales no hubiese hecho realidad este sueño tan anhelado como es la culminación de mi carrera universitaria

Antes que todo quiero agradecer a Dios por darme las fuerzas necesarias en los momentos en que más las necesité y bendecirme con la posibilidad de caminar a su lado durante toda mi vida.

A mi familia por su constante amor inexplicable para mi superación personal, sin ningún interés material y sin importarles nuestras diferencias ni mis fallas me han brindado su apoyo absoluto.

A mi MADRE por estar siempre a mi lado por su constante apoyo y consejos prodigados a lo largo de mi vida.

ADRIANA ROSADO MARTILLO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster
Jaime Orozco Hernández
RECTOR

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 fue la **“Reestructuración del sistema administrativo de control para el manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag de la ciudad de Milagro”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, abril del 2012

GRELYS ARGUELLO LÓPEZ

C.I 0922562442

ADRIANA ROSADO MARTILLO

C.I 0926611153

ÍNDICE GENERAL

Página de carátula o portada.	i
Página de la constancia de aprobación por el tutor.	ii
Página de declaración de autoría de la investigación.	iii
Certificación de la Defensa	iv
Página de dedicatoria.	v
Página de agradecimiento.	vii
Página de Cesión de Derechos de Autor.	ix
Índice general.	x
Índice de cuadros.	xi
Índice de gráficos.	xiv
Índice de Imágenes.	xv
Resumen.	xviii
Abstract.	xix

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	26
Antecedentes Referenciales 1	
Cuadro 2.	28
Antecedentes Referenciales 2	
Cuadro 3.	29
Antecedentes Referenciales 3	
Cuadro 4.	30
Antecedentes Referenciales 4	
Cuadro 5.	31
Antecedentes Referenciales 5	
Cuadro 6.	45
Operacionalización de las Variables	
Cuadro 7.	53
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Cuadro 8.	54
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Cuadro 9.	55
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Cuadro 10.	56
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Cuadro 11.	57
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Cuadro 12.	58
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Cuadro 13.	59
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Cuadro 14.	60
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Cuadro 15.	63
Verificación de la Hipótesis	

Cuadro 16.	87
Matriz FO-FA-DO-DA	
Cuadro 17.	90
Lista de Precios	
Cuadro 18.	121
Activos Fijos	
Cuadro 19.	121
Inversión del Proyecto	
Cuadro 20.	122
Depreciación de los activos fijos	
Cuadro 21.	122
Detalle de gastos	
Cuadro 22.	123
Gastos Generales	
Cuadro 23.	124
Estado de Pérdidas y Ganancias	
Cuadro 24.	125
Balance General	
Cuadro 25.	126
Flujo de caja	
Cuadro 26.	127
Índices Financieros	
Cuadro 27.	128
Propuestas	
Activos Fijos	
Cuadro 28.	
Inversión del Proyecto	128
Cuadro 29.	
Detalle de Gastos	129
Cuadro 30.	
Estado de Perdidas y Ganancias Proyectado	130
Cuadro 31.	

Balance General	131
Cuadro 32.	
Flujo de Caja Proyectado	132
Cuadro 33.	
Índices Financieros	133
Cuadro 34.	
Cronograma	135

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico 1.	53
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Grafico 2.	54
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Grafico 3.	55
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Grafico 4.	56
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Grafico 5.	57
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Grafico 6.	58
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Grafico 7.	59
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Grafico 8.	60
Encuestas realizadas a los clientes visitados por recaudadores.	
Grafico 9.	86
FODA	
Grafico 10.	114
Análisis Fuerzas de Portter	

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.	69
Mapa zonas de Milagro	
Imagen 2.	70
Croquis Comercial Pintag	
Imagen 3.	71
Logotipo Comercial Pintag	
Imagen 4.	89
Marketing Mix	
Imagen 5.	89
Producto empaquetado (Bodega)	
Imagen 6.	90
Producto exhibido	
Imagen 7.	91
Producto exhibido	
Imagen 8.	91
Producto exhibido	
Imagen 9.	92
Producto exhibido	
Imagen 10.	92
Producto exhibido	
Imagen 11.	93
Volantes Promocionales	

INTRODUCCION	20
CAPITULO I	
EL PROBLEMA	
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.1.1 Problematización	21
1.1.2 Delimitación del problema	22
1.1.3 Formulación del Problema	23
1.1.4 Sistematización del Problema	23
1.1.5 Determinación del tema	23
1.2 OBJETIVOS	23
1.2.1 Objetivo general de la investigación	23
1.2.2 Objetivo específicos de la investigación	24
1.3 JUSTIFICACION	24
CAPITULO II	
MARCO REFERENCIAL	
2.1 MARCO TEORICO	25
2.1.1 Antecedentes históricos	25
2.1.2 Antecedentes referenciales	26
2.1.3 Fundamentación	31
2.2 MARCO LEGAL	35
2.3 MARCO CONCEPTUAL	39
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES	43
2.4.1 Hipótesis general	43
2.4.2 Hipótesis particulares	44
2.4.3 Declaración de variables	44
2.4.4 Operacionalización de las variables	45
CAPITULO III	
MARCO METODOLOGICO	
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL	47
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA	50
3.2.1 Característica de la población	50
3.2.2 Delimitación de la población	50
3.2.3 Tipo de muestra	50

3.2.4	Tamaño de la muestra	50
3.2.5	Proceso de selección	51
3.3	LOS METODOS Y LAS TECNICAS	51

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1	ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA, Y	53
4.2	PERSPECTIVAS	61
4.3	RESULTADOS	62
4.4	VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS	63

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1	TEMA	65
5.2	JUSTIFICACIÓN	65
5.3	FUNDAMENTACIÓN	66
5.4	OBJETIVOS	68
5.4.1	Objetivo general de la propuesta	68
5.4.2	Objetivos específicos de la propuesta	68
5.5	UBICACIÓN	69
5.6	FACTIBILIDAD	70
5.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	71
5.7.1	Actividades	88
5.7.2	Recursos, análisis financiero	121
5.7.3	Impacto	134
5.7.4	Cronograma	135
5.7.5	Lineamiento para evaluar la propuesta	136
	BIBLIOGRAFÍA	137
	ANEXO	138

RESUMEN

El estudio investigativo se lo realizo en la comercializadora PINTAG del cantón Milagro, la cual presenta un problema en su sistema de cobranza, donde no se refleja la información real del dinero recaudado, motivo por el cual se ha planteado la Reestructuración del sistema administrativo de control para el manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag de la ciudad de Milagro. Dentro de los primeros parámetros de este trabajo se ha empezado con el planteamiento de la problemática planteada, sus objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, también se ha realizado una pequeña reseña histórica sobre esta actividad comercial y el mercado, además se encontrará toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo así mismo su respectiva hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables. En el marco metodológico se determinó el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se utilizo un instrumento investigativo conocido como la encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se pudo conocer que este casco comercial si existe esta clase de prestación de servicios, sin embargo las personas están cansadas de recibir lo mismo, por lo tanto se identifico que existe un problema que está afectando la rentabilidad de esta empresa, por ello, se considero altamente viable el control del área de cobranzas, para lo cual se propuso la incorporación de un jefe de cobranza, con el fin de optimizar esta labor. se realizó una proyección de estados financieros como el P Y G y flujo de caja, donde se demostró un incremento la rentabilidad de la empresa a través de los estados financieros y los sus respectivos índices como el VAN y TIR. Para concluir con este trabajo se efectuó las respectivas conclusiones y recomendaciones, las mismas que deben ser tomadas en consideración para optimizar cada día las actividades de cobranza de esta comercializadora.

ABSTRACT

The research study was conducted in the city marketing Pintag of miracle, which present a problem in its collection system, which does not reflect the actual information collected money, why has raised the administrative system restoration control for cash management in the area of the commercial collection Pintag miracle city, within the parameters of this first job has begun with the approach of the problems caused, objectives, delimitation, formulation and justification for, has also been made a little history about this business and the market, plus you will find all the information necessary for a better understanding of the legwork so the respective same hypothesis which answer the formulation of the problem variables. The methodological framework was determined the universe, in a portion of the population for the calculation of the sample where I use a research instrument known as the survey of milagreña citizenship, after obtaining the data from this tool proceeded to perform the interpretation of the results is that the collection, tabulation and analysis of the instrument investigative, where it was learned that this commercial center if this kind of provision of servicing, but people are tired of receiving the same, thus identified that existing problem that is affecting the profitability of this company, therefore, was considered highly viable control the collection area for which and proposed the incorporation of a head of collections, in order to optimize this work. We conducted a protection of the P Y G financial statements as cash flow, which showed an increase in the profitability of the company through financial statements and their respective indices as the NPV and IRR to conclude this work was done the respective conclusions, recommendations, all of which must be taken into consideration to optimize daily collection activities of this trading

INTRODUCCION

El presente trabajo "**Reestructuración del sistema administrativo de control para el manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag de la ciudad de Milagro**" tiene por finalidad de dar a conocer los resultados de la incidencia de los procedimientos administrativos en la celeridad de los actos y acciones administrativas del Administrador; para lo cual se ha planteado el siguiente problema: ¿De qué forma influye la deficiencia de Procesos administrativos de control óptimo para el manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag en la ciudad de Milagro?

Y como hipótesis al problema se ha propuesto lo siguiente: "La carencia de óptimos procesos administrativos de control generará un mal manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag en la ciudad de Milagro".

El funcionamiento de la administración se enmarca en diferentes factores, ellos pueden ser: Instrumento de la ética, valores, reglas, relaciones, derechos y obligaciones, reglas morales, relaciones humanas, entre otros.

Asimismo el presente trabajo servirá de base para posteriores investigaciones que tengan como perfil el estudio de controles administrativos, y que a partir de ellos se pueda plantear alternativas y propuestas de solución, en función a las comparaciones que se puedan dar en trabajos similares existentes con respecto a la administración,

Para finalizar la presente tesis nos llevará a la posibilidad de encausar acciones y plantear alternativas y generación de propuestas con capacidad de innovación para dar solución a este tipo de problemas existentes en nuestro medio a fin de: Reforzar el papel del sistema de control interno y mantener la correcta administración; Establecer criterios claros y unificados por especialización y niveles de la administración para evaluar los resultados; Hacer que el control ejercido contenga lo que se espera para evitar falencias.

Capacitar ampliamente tanto a los colaboradores que están inmersos en el control como a los controlados, en materias propias del control como en sus actividades cotidianas asociadas con su labor.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En la Ciudad de Milagro el Comercial Pintag inicia sus trámites para constituirse como un establecimiento comercial en el año 2000 y logra su constitución definitiva en el año 2001. Debido al poco interés en los controles internos por parte de la administración conlleva al personal a un manejo de efectivo de manera indebida.

Por la gran cantidad de clientes extendidos dentro y fuera del límite tanto urbano como rural hace que exista falencias con respecto a los procesos de cobros a domicilio.

No cuenta con un plan desarrollado de proceso de selección ya que existe negligencia del contratante, por ende hay personal que no cumple con el perfil, además de no ser apto para la empresa, de esta forma es notorio la falta de compromiso de los colaboradores.

Otro de los motivos por lo que no existe un control es por la falta de tiempo por parte del administrador por la que genera una pérdida en la utilidad.

Esta comercializadora nació como un proyecto particular dentro del sector de ofertas de artículos para el hogar en sus diversas líneas, es una comercializadora dedicada a la venta de electrodomésticos, motocicletas y artículos en general.

Los esfuerzos de la empresa fueron dirigidos hacia la oferta al consumidor dotándole de una gran variedad de artículos, y un servicio al cliente que se diste de la competencia, ya que se buscaba la satisfacción total de los clientes.

Pronóstico

Si el sistema sigue contando con las falencias actuales en lo que respecta a administración y control en el comercial Pintag de la ciudad de Milagro seguirá obteniendo cobros no reportados por parte de los recaudadores el Área de Cobranzas; y en consecuencia disminución de ingresos que en un cierto tiempo podría llevar a la quiebra de la empresa.

Control del pronóstico

La solución es la reestructuración del sistema administrativo que permita llevar un mejor control de efectivo en el área de cobranza. Se destinará por lo menos cada dos meses por parte del administrador para realizar visitas a los clientes y verificar sus pagos exactos además de la verificación del saldo de sus cuentas que debería concordar con el sistema que se maneja en el comercial. Con la aplicación de este método tendremos un mayor control y subsiguientemente existirá confianza por parte de los clientes hacia el almacén.

1.1.2 Delimitación del Problema

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Urbano – Comercial

Área: Sistema de Administración y Control

1.1.3 Formulación del Problema

¿De qué forma influye la deficiencia de Procesos administrativos de control optimo para el manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag en la ciudad de Milagro?

1.1.4 Sistematización del Problema

¿Cómo repercute el poco interés de parte del administrador del comercial en los controles internos?

¿De qué manera afecta el mal manejo de la cantidad de clientes que se tiene dentro y fuera del límite urbano y rural?

¿Cuáles son los inconvenientes que ocasionan el no poseer procesos de selección para reclutar el personal?

¿Cómo influye la falta de tiempo por parte del dueño del Comercial Pintag para dedicarlo al manejo del negocio?

1.1.5 Determinación del Tema

Reestructuración del Sistema Administrativo de control para el manejo de efectivo en el Área de Cobranzas del comercial Pintag de la ciudad de Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general de la Investigación

Realizar un análisis que permita conocer la influencia que tiene el poseer eficientes procesos administrativos en el manejo de efectivo en el comercial Pintag, valiéndose de herramientas estadísticas e informáticas, encuestas, entrevistas; buscando mejorar el flujo de efectivo de la empresa.

1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación

- Conocer las causas que ocasionan el poco interés del administrador en los controles internos.
- Identificar de qué forma afecta el mal manejo de la cartera de clientes del comercial Pintag.
- Averiguar los inconvenientes que ocasionan no contar con procesos de selección para escoger el personal.
- Reconocer los motivos que no permite al dueño del negocio dedicarle el tiempo necesario al mismo.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En la presente investigación se aspira solucionar el problema que claramente hemos visto respecto a la reestructuración del sistema administrativo de control en el área de cobranzas.

El Comercial Pintag de la ciudad de Milagro tiene problemas con el manejo de efectivo por parte del área de cobranzas, esto se debe a que no existe un mayor control al personal, que da como resultado una disminución de ingresos y una pérdida de clientes, lo cual se trata de mejorar para así poder cumplir con los objetivos que se plantea el comercial. Se efectuarán continuas visitas a los clientes y además se tendrá contacto vía telefónica para saber el servicio que se les estaría brindando a través de los recaudadores: las visitas vendrán acompañadas de encuestas las cuales nos ayudaran a conocer la realidad por la que atraviesa la empresa.

Cabe recalcar que se manejará con un personal comprometido con la empresa. Se debe planificar los esfuerzos necesarios y que sean apropiados además de ponerlos en marcha para hacer efectivo los cobros y las cuentas de esta manera evitar tener pérdidas.

Por otro lado se observa la falta de control por parte del administrador o se podría decir hasta despreocupación lo que hace de cierto modo que les resulte fácil al personal del Área ya referida debido a las circunstancias de realizar este tipo de acto.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Los cambios generados día a día a nivel nacional e internacional, en aspectos económicos, tecnológicos, políticos y financieros, exigen a las organizaciones buscar constantemente alternativas que les permitan insertarse en un entorno cada vez más competitivo. Uno de los principales problemas en toda organización, es el control y utilización eficiente de un recurso tan líquido y considerado en ocasiones como muy volátil, como es el flujo de efectivo. Por tanto, encontrar los mecanismos que permitan maximizar la administración de efectivo se constituye en una verdadera necesidad, debido a que un manejo inadecuado puede influir en la calidad del servicio, la motivación del capital humano, y la preferencia misma de los clientes.

Debido al mundo económico integrado que existe hoy en día, se ha creado la necesidad de integrar metodologías y conceptos en todos los niveles de las diversas áreas administrativas y financieras, con el fin de ser competitivos y responder a las nuevas exigencias empresariales; además independientemente de las actividades a que se dedique una empresa, cada uno de sus procesos generan riesgos y de manera inherente la imperfección o los errores que voluntariamente e involuntariamente se cometan; así surge el concepto de control interno en las empresas.

www.monografias.com

Al igual que muchos países latinoamericanos, no siempre ha sido fácil para el Ecuador la construcción de su desarrollo económico. Los problemas del pasado se solucionan gradualmente para estar a tono con las transformaciones económicas a nivel mundial y a la apertura de los mercados. Se moderniza y libera la economía de los frenos conceptuales que obstaculizaron el progreso.

Son difíciles algunos segmentos de las sociedades que no se hayan visto afectados, de alguna forma, por la fuga de efectivo en el área de cobranzas.

Desde los inicios la comercializadora tuvo problemas de faltantes de efectivo y a medida que ha transcurrido el tiempo si bien es cierto se ha tratado de tomar medidas para reducir este problema que aqueja gravemente al negocio. Pero debido al gran número de clientes que hoy en día pertenecen a la base de datos del comercial, se le es difícil llevar un control adecuado que permita dar por terminado la fuga de efectivo.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Cuadro 1

Universidad:	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Título:	Diseño de un manual de control interno para el área contable de la empresa molinos El Fénix de la ciudad de Riobamba.
Autor:	Huilca Álvarez, Sofía Daniela
Fechas de Publicación:	30 – 07 – 2010
Resumen:	El presente trabajo investigativo es el Diseño de un Manual de Control Interno para el Área Contable Empresa Molinos El Fénix de la ciudad de Riobamba, siendo su objetivo principal diseñar un sistema adecuado de control interno que proporcione a la compañía una herramienta para el fortalecimiento de su área contable. Se utilizó la metodología de narraciones, descripciones, cuestionarios, flujo gramas y se realizó la identificación de componentes, subcomponentes y funciones para

	<p>poder determinar el propósito como alcance, definiciones, abreviaturas, responsabilidad y procedimientos, encuestas, entrevistas, observación directa, bibliografía y pagina web.</p> <p>Se realizo la descripción de cada uno de los procesos contables que tiene la empresa con el fin de ir determinando los controles necesarios para así evitar posibles fraudes o falencias humanas y la pérdida de recursos económicos salvaguardando los activos de la misma. Se concluye con que la única alternativa eficaz para prevenir daños contables en la empresa vinculados con una falta de control oportunos, es implementar en un corto plazo el presente manual de control, así como una evaluación permanente que le permita a la empresa detectar oportunamente riesgos innecesarios y tomar medidas de control oportunas. Se recomienda elaborar futuras investigaciones con el objetivo de realizar una auditoría a la Aplicación del Manual de Control Interno para el Área Contable permaneciendo en continua evaluación y de esta manera reducir considerablemente los errores.</p>
--	--

Cuadro 2

Universidad:	Escuela Superior Politécnica del Litoral
Título:	Propuesta para implantar un sistema de control interno para el departamento de crédito y cobranzas en el sector privado.
Autor:	Espin Beltran, Karla Pactong, Ramón
Fechas de Publicación:	05 – 03 – 2009
Resumen:	<p>El presente trabajo contiene la alternativa de mejoramiento de control interno en una empresa del sector privado, teniendo como principal objetivo motivar a los directivos de las empresas a mejorar su sistema de control interno. En este artículo se detalla todo lo concerniente a los componentes técnicos, principios de control interno, evaluación, así como la evaluación de riesgos ya que en el desarrollo del proyecto es imprescindible seguir estos lineamientos para que la propuesta cumpla con las expectativas de la empresa en tener un sistema de control interno en el departamento de crédito y cobranzas capaz de reducir fraudes, costos y aumentar seguridades y beneficios económicos. Al tener el entorno necesario se comenzó con el trabajo de realizar la propuesta del sistema de control interno analizando el entorno operativo de la empresa para conocer su necesidad de cambio en esta etapa; se dieron lineamientos de evaluación de la información que se obtiene del cliente, para así proveer los criterios financieros que ayuden a otorgar eficazmente el crédito. Se establecieron factores de riesgos relativos tanto a la actividad económica del cliente como el prestatario. En lo concerniente a cobranzas se establecieron control y formas de liquidación de la cartera; formas, concesión de descuentos. Se crearon funciones para el personal y políticas generales para el proceso de cobranzas.</p>

Cuadro 3

Título:	Implementación de políticas, métodos y procedimientos en la gestión de cobros en Petrocomercial
Autor:	Román, Gregorio, Ec. Negrón Rio frío, Amanda Antonieta, Ing.
Fechas de Publicación:	02 – 2008
Resumen:	El trabajo que se presenta se desarrollo basado en un estudio de carácter exploratorio realizada a las áreas explicadas en lo relacionado a la cartera vencida de PETROCOMERCIAL, a fin de conocer las causas mas importantes por la que esta Filial de PETROECUADOR registra importantes volúmenes de cartera vencida en el periodo comprendido entre los años 2000 – 2007, en este sentido se busca conocer si las políticas , métodos y procedimientos aplicados en dicho periodo han tenido impacto en el comportamiento de los altos niveles de esta cartera vencida. Como resultado de esta investigación de carácter bibliográfico en el que se aplicó la técnica del análisis documental y la metodología observativa, informativa y entrevista respondiendo loa necesidad de petrocomercial y con el fin de precautelar los intereses de la empresa y la sociedad ecuatoriana, esta empresa pretende entregar una solución viable que permitirá mejorar la administración del crédito y la cobranza.

Cuadro 4

Título:	Propuesta de mejoramiento del proceso de cobranzas de la compañía comercial KYWI S.A.
Autor:	Herrera Torres, Margarita Mireya.
Resumen:	<p>El presente tema de tesis trata de crear una técnica introductoria al enfoque de la administración por procesos para la compañía comercial KYWI S.A. la cual mantiene una estructura jerárquica que requiere adaptarse a cambios continuos.</p> <p>Siendo KYWI una organización sumamente grande, en la cual se lograra identificar muchos procesos, se ha escogido el proceso de cobranzas porque conlleva a un conjunto de procesos y actividades que manejan un gran volúmenes de datos que representan rubros importante en la situación financiera de la organización, lo cual significa que en el manejo eficiente en el proceso de cobro debe ser lo más optimo, tal que garantice contar con información oportuna y actualizada en las cuantas contables de la compañía para una mejor toma de decisiones de los directivos.</p>

Cuadro 5

Título:	Desarrollo de un sistema de gestión del talento humano para la empresa TRIONICA CIA LTDA
Fechas de Publicación:	2009
Resumen:	La gestión del talento humano de una empresa es un proceso dinámico donde conviven pasado, presente y futuro. En el proceso se combinan activamente el análisis del pasado (gestión), revisión y evaluación de alternativas futuras (planeamiento) y la instrumentación del plan en el presente (normas y procedimientos). Lógicamente todas estas innovaciones deben ser acompañadas de un plan de organización y procedimientos que garanticen una gestión empresarial correcta eficiente y segura, con un buen sistema de gestión del talento humano.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación Científica

“Es una forma de conocimiento científico. El objeto de la ciencia es demostrar, analizar, crear conocimiento, explicar la realidad de los fenómenos, observar, contrastar, refutar, relacionar causa-efecto, buscar relaciones, experimentar, generalizar (universalizar), validar, etc.”¹

Debido al desarrollo tecnológico y la renuente resistencia de los negocios y micro negocios en actualizarse con sistemas administrativos o informáticos modernos para llevar un eficaz control administrativo en las áreas que manejan efectivo dentro de las pequeñas empresas, se puede decir que a cierto personal le resulta sencillo cometer pequeños desfalcos pretendiendo no ser descubiertos.

¹http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_1.htm

Los inventarios son de gran importancia especialmente en las empresas privadas, representar una parte esencial en los estados financieros y debido a que su inversión puede ser fundamental para obtener una pérdida o una ganancia en las empresas que se dedican a la comercialización de dichos inventarios.

Aunque no existe una regla general de cómo manejar correctamente los inventarios existen algunos sistemas y métodos para su control, utilizados de acuerdo al mayor beneficio que le dé a la empresa.

Debido la gran cantidad de cliente que pudieren tener estos pequeños negocios y de cierta manera se vuelca difícil llevar un control exhaustivo, preciso y sistemático.

Los comportamientos de los empleados están regulados por valores compartidos, normas, tradiciones, rituales, creencias y otros aspectos que de cultura organizacional.

Fundamentación Sociológica

La Sociología es la conciencia crítico-reflexiva de los disímiles espacios de la vida social. Es el requerimiento ineludible de los seres humanos modernos por hacer explicable las estructuras y los procesos de nuestra sociabilidad; por tornar comprensible los campos de sentido que cohesionan y soportan nuestros imaginarios sociales; y, finalmente, por volver operante la crítica en la procesualidad social con el fin de lograr más altos grados de humanización. La Sociología es, pues, mirarnos para explicarnos, comprendernos y transformarnos.

Este campo considera dos estructuras sociales cognitivas, y materiales. Un ejemplo de una estructura social cognitiva; es una religión y cómo su operación afecta al conocimiento colectivo. Por ejemplo, los cristianos, comparten una disposición que “la Vida Humana” es un elemento separado de la naturaleza y que matar un feto está mal. Al mismo tiempo, el sistema monetario basado en la competencia tiene defensores que presentan ideas como: la competición es el estado social más productivo en el que los seres humanos pueden encajar.

Las estructuras sociales materiales, por otra parte, son muy obvias y existen bajo la forma de corporaciones y gobiernos; cada una tiene una fuerte injerencia en la sociedad. Por supuesto, todas las estructuras sociales materiales se nutren de las de tipo cognitivo, porque siempre tienen una ideología detrás de ellas.

Ahora, un problema a menudo mencionado es la sociológica es la "Naturaleza Humana"; y su efecto en un sentido colectivo. Por ejemplo, han enseñado a la mayoría de la gente que los seres humanos son naturalmente competitivos con uno, junto con la asunción que la estratificación social o la jerarquía es también una "Tendencia Humana Natural".

"La sociología estudia al hombre en su medio social, es decir en el seno de una sociedad, cultura, país, ciudad, clase social, se basa en la idea de que los seres humanos no actúan de acuerdo a sus propias decisiones"²

El individuo según su medio social tiene que encontrar la forma de sobrevivir, si este medio no brinda los recursos suficientes para coexistir busca metodologías alternas para conseguir dichos recursos, de una forma u otra así sea esta la menos adecuada.

La empresa brinda principios éticos y responsables al público, por ejemplo la no discriminación por la raza, sexo, religión, etc., además de cubrir necesidades. Cuando las empresas fallan en su objetivo no solo le fallan a la sociedad sino también generan en la empresa misma factores negativos que repercuten en el giro de la empresa.

Los objetivos de los colaboradores se encuentran determinados por los objetivos del comercial, y esto refleja cada vez más las responsabilidades sociales de la empresa, que va en aumento y no solo incluyen las responsabilidades tradicionales con los clientes, empleados y administrador, sino también las responsabilidades ante la comunidad y la sociedad en general.

²<http://es.scribd.com/doc/52491458/14/FUNDAMENTACION-SOCIOLOGICA>

Fundamentación Psicológica

“El aprendizaje es un proceso interno y activo en el cual el individuo busca información, la reorganiza, se fija metas, planifica, soluciona problemas y llena de sentido sus experiencias.”³

Con respecto al personal responsable de las fugas de efectivo en la comercializadora se debe al aprendizaje de conductas adquiridas desde la niñez por imitación o influencia ambiental, en un principio pueden ser normas familiares o socio-familiares; que son reforzadas en los establecimientos educativos para luego establecerse como parte de su personalidad y conducta natural. Este tipo de comportamientos cleptómanos una vez adquiridas se torna complicado suprimirlas.

La parte social también influye mucho al respecto debido a imágenes estereotipadas que de uno u otro modo también intervienen tanto en lo positivo como en lo negativo, como son conductas imitativas si el modelo en cuestión a seguir no es el adecuado o perfecto todo este constructo pasa a ser del individuo receptor o aprendiente.

Fundamentación Empresarial

“La generación de oportunidades de trabajo ha sido la preocupación de los gobernantes responsables y hoy con especial énfasis es esta una materia que puede dejarse a los gobiernos sino que debe ser tarea de todos.”⁴

Depende mucho de la autoridad organizacional, reglas administrativas y otros mecanismos administrativos para garantizar que los empleados muestren los comportamientos apropiados y satisfagan los estándares de control.

El control es importante porque constituye el eslabón final de la cadena, funcional de las actividades administrativas. Es el único medio por el cual los gerentes pueden hacer efectivo y saber si las metas de la organización han sido alcanzadas o no, y las cuales de una u otra situación.

³http://www.normalsanpedroalejandrino.edu.co/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=42

⁴ Instituto Nacional de Formación y Capacitación para el Desarrollo Humano INADEH

El valor específico de la función de control reside en su relación con las actividades de planificación y delegación.

Si los gerentes no ejercieran el control, no tendrían ningún medio para saber si sus objetivos y planes eran acertados o que futuras acciones debían emprender.

2.2 MARCO LEGAL

- **De los Derechos de los Consumidores y Usuarios**

Artículo 6°.- Son derechos de los consumidores y usuarios:

1°. La protección de su salud y su seguridad frente a los riesgos provocados por productos o servicios, que sean considerados nocivos o peligrosos por las

autoridades competentes, o llegar a serlo por deterioro, desperfecto o negligencia del fabricante o de quien preste el servicio;

2°. La información adecuada sobre los diferentes bienes y servicios, con especificaciones de cantidad, peso, características, composición, calidad y precios, que les permita elegir conforme a sus deseos y necesidades;

3°. La promoción y protección de sus intereses económicos, en reconocimiento de su condición de débil jurídico en las transacciones del mercado;

4°. La educación e instrucción sobre la adquisición y utilización de bienes y servicios;

5°. La obtención de compensaciones efectivas o de la reparación de los daños y perjuicios;

6°. La protección de los intereses colectivos o difusos, en los términos que establece esta Ley:

www.ventanalegal.com

7°. La protección contra la publicidad subliminal, engañosa o abusiva; los métodos comerciales coercitivos o desleales que distorsionen la libertad de elegir; y las prácticas o cláusulas abusivas impuestas por proveedores de bienes y servicios; y,

8°. La constitución de asociaciones, ligas, grupos, juntas u otras organizaciones de consumidores o usuarios para la representación y defensa de sus derechos e intereses.

- **Ley de Contratación Pública**

Esta Ley establece el Sistema Nacional de Contratación Pública y determina los principios y normas para regular los procedimientos de contratación para la adquisición o arrendamiento de bienes, ejecución de obras y prestación de servicios, incluidos los de consultoría, que realicen:

1. Los Organismos y dependencias de las Funciones del Estado.
2. Los Organismos Electorales.
3. Los Organismos de Control y Regulación.
4. Las entidades que integran el Régimen Seccional Autónomo.
5. Los Organismos y entidades creados por la Constitución o la Ley para el ejercicio de la potestad estatal, para la prestación de servicios públicos o para desarrollar actividades económicas asumidas por el Estado.
6. Las personas jurídicas creadas por acto legislativo seccional para la prestación de servicios públicos.
7. Las corporaciones, fundaciones o sociedades civiles en cualquiera de los siguientes casos: a) estén integradas o se conformen mayoritariamente con cualquiera de los organismos y entidades señaladas en los números 1 al 6 de este artículo o, en general por instituciones del Estado; o, b) que posean o administren bienes, fondos, títulos, acciones, participaciones, activos, rentas, utilidades, excedentes, subvenciones y todos los derechos que pertenecen al Estado y a sus instituciones, sea cual fuere la fuente de la que procedan, inclusive los provenientes

de préstamos, donaciones y entregas que, a cualquier otro título se realicen a favor del Estado o de sus instituciones; siempre que su capital o los recursos que se le asignen, esté integrado en el cincuenta (50%) por ciento o más con participación estatal; y en general toda contratación en que se utilice, en cada caso, recursos públicos en más del cincuenta (50%) por ciento del costo del respectivo contrato.

8. Las compañías mercantiles cualquiera hubiere sido o fuere su origen, creación o constitución que posean o administren bienes, fondos, títulos, acciones, participaciones, activos, rentas, utilidades, excedentes, subvenciones y todos los derechos que pertenecen al Estado y a sus instituciones, sea cual fuere la fuente de la que procedan, inclusive los provenientes de préstamos, donaciones y entregas que, a cualquier otro título se realicen a favor del Estado o de sus instituciones; siempre que su capital, patrimonio o los recursos que se le asignen, esté integrado en el cincuenta (50%) por ciento o más con participación estatal; y en general toda contratación en que se utilice, en cada caso, recursos públicos en más del cincuenta (50%) por ciento del costo del respectivo contrato. Se exceptúan las personas jurídicas a las que se refiere el numeral 8 del artículo 2 de esta Ley, que se someterán al régimen establecido en esa norma.

Art. 2.- Régimen especial.- Se someterán a la normativa específica que para el efecto dicte el Presidente de la República en el Reglamento General a esta Ley.



Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

- Esta Ley regula el impuesto a la renta, el impuesto al valor agregado y el impuesto a los consumos especiales.
- Obligaciones Tributarias:
 - Declaración de impuesto a la renta
 - Declaración de retenciones en la fuente
 - Declaración mensual del IVA
 - Impuesto a la propiedad de vehículos motorizados
 - Entrega de anexos transaccionales

Código de Comercio

Es la norma que rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque se lleven a cabo por no comerciantes. Porque se dedica a la comercialización; el comercial Pintag se acoge a esta ley ya que se dedica a la compra venta de electrodomésticos y motocicletas.



Código de Trabajo

Regula las relaciones entre empleadores y trabajadores, aplicando las diferentes modalidades y condiciones de trabajo. Estas leyes cumple el comercial Pintag; ya que para realizar sus actividades necesita recurso humano.



Ley de Seguridad Social

Regula la aplicación del seguro general obligatorio, y norma al organismo de control y aplicación IESS.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Aprendiente

Es la persona que se encuentra en proceso de aprendizaje de una lengua extranjera, al margen de otras consideraciones, como la edad o el contexto en que aprende. El término de aprendiente abarca otros como los de estudiante, alumno, discente o aprendiz pero no es, en sentido estricto, sinónimo de ninguno de ellos.

Coercitivos

Tiene capacidad para reducir o restringir a límites menores restrictivo, de lo que tiene virtud o fuerza para restringir y apretar de lo que restringe, limita o coarta

Consiguiente

Indica que una cosa es la consecuencia de otra hecha o dicha anteriormente.

Control Interno

Se define como el conjunto de principios, fundamentos, reglas, acciones, mecanismos, instrumentos y procedimientos que ordenados, relacionados entre sí y unidos a las personas que conforman una organización pública, se constituye en un medio para lograr el cumplimiento de su función administrativa.

Control Interno Administrativo

Se realizan con Normas y Procedimientos relativos a la Eficiencia Operativa ya la adhesión a las políticas prescritas por la administración incluye indirectamente los registros Contables.

Control Interno Financiero

El control interno financiero comprende en un sentido amplio, el plan de organización y los métodos, procedimientos y registros que tienen relación con la custodia de recursos, al igual que con la exactitud, confiabilidad y oportunidad en la presentación de información financiera, principalmente, los estados financieros de la entidad o programa.

Constructo

La solución del problema de la definición es definir un constructo respecto de otros constructos; son las llamadas definiciones constitutivas. Otra posibilidad de definición son las llamadas definiciones operacionales de los constructos que buscan referir al constructo que pretenden definir en función de las operaciones en virtud de las cuales se puede inferir dicho constructo, es decir, gracias a las cuales se puede ver su presencia o ausencia o la magnitud en que se presenta.

Coexistir

Una relación simbiótica en la que dos o varias personas en la que no compartan pensamientos y creencias, aprenden a vivir en presencia del otro compartiendo ciertos aspectos como lo es el sentimiento de comunidad.

Cleptómano

El cleptómano, a diferencia del ladrón, roba por necesidad de satisfacer un desorden mental, mientras que el último roba por diversión, o necesidad de satisfacer un deseo material, económico o social llegando incluso al profesionalismo.

Efectividad

Es el criterio político que refleja la capacidad administrativa de satisfacer las demandas planteadas por la comunidad externa reflejando la capacidad de respuesta a las exigencias de la sociedad.

www.gestiopolis.com

Eficiencia

Uso racional de los medios con que se cuenta para alcanzar un objetivo predeterminado; es el requisito para evitar o cancelar dispendios y errores. Capacidad de alcanzar los objetivos y metas programadas con el mínimo de recursos disponibles y tiempo, logrando su optimización.

Eficacia

Capacidad de lograr los objetivos y metas programadas con los recursos disponibles en un tiempo predeterminado. Capacidad para cumplir en el lugar, tiempo, calidad y cantidad las metas y objetivos establecidos.

Economía

El Diccionario de la Real Academia Española, define la economía como: "1) la administración eficaz y razonable de los bienes, 2) el conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo, 3) la ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos".

Estereotipo

Es una imagen trillada, con pocos detalles acerca de un grupo de gente que comparte ciertas cualidades, características y habilidades. Por lo general ya fue aceptada por la mayoría como patrón o modelo de cualidades o de conducta. El término se usa a menudo en un sentido negativo, considerándose que los estereotipos son creencias ilógicas que limitan la creatividad y que sólo se pueden cambiar mediante la educación.

Eslabón

Elemento necesario para la sucesión en un proceso El crédito es un eslabón necesario para la reactivación económica.

Estratificación social

El concepto de estratificación social implica que existe una jerarquía social así como una desigualdad social estructurada. Dicha desigualdad esta institucionalizada, y tiene una consistencia y coherencia a través del tiempo. Formas de estratificación social, generalmente citadas, son las castas, estamentos y clases sociales.

Información

La información pertinente se identifica, capta y comunica de una forma y en un marco de tiempo que permiten a las personas llevar a cabo sus responsabilidades. Los sistemas de información usan datos generados internamente y otras entradas de fuentes externas y sus salidas informativas facilitan la gestión de riesgos y la toma de decisiones informadas relativas a los objetivos.

Injerencia

De una persona en asuntos ajenos o en cuestiones que no son de su incumbencia es inadmisiblesu injerencia en nuestras relaciones personales intromisión

Metodología

Hace referencia al conjunto de procedimientos basados en principios lógicos, utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

Proceso

Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) bajo ciertas circunstancias con un fin determinado.

Receptor

En términos generales, se designa con el término de receptor al equipo o persona cuya principal función es la de recibir. Un receptor es una persona o un equipo que recibe una señal, código o mensaje emitido por un transmisor o emisor. La recepción puede ser lisa y llanamente de un paquete, una carta, o cualquier otro material que se quiera hacer llegar a una persona, o bien puede tratarse de una recepción un poco más sofisticada como en el caso de una señal, un código o un mensaje, entre otros, las cuales provienen de un transmisor.

Reestructuración

El concepto de reestructuración es un concepto bastante abstracto que hace referencia al reordenamiento o a la reorganización de determinado tipo de estructuras en ámbitos y espacios específicos.

Subvenciones

Consiste en una transferencia de dinero del sector público al privado con el objetivo de ayudar

Es una ayuda de tipo económico percibida por una persona o un grupo de personas desde un organismo público con el objetivo de ayudar a llevar a cabo una actividad que necesita una inversión alta o a la que la persona en cuestión no podría hacer frente en solitario.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La carencia de óptimos procesos administrativos de control generará un mal manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag en la ciudad de Milagro.

(HG)

2.4.2 Hipótesis Particulares

- El desinterés de los administradores del comercial Pintag en los controles internos provocará desconfianza de los clientes. (HP1)
- El mal manejo de la cartera de clientes dentro y fuera del límite urbano y rural dará lugar a falencias en los procesos de cobros a domicilio.(HP2)
- La falta de correctos procesos para escoger el personal influirá en la selección de profesionales idóneos para los cargos.(HP3)
- La falta de tiempo para dedicarlo al negocio por parte del dueño del comercial Pintag generará deficientes ingresos para la empresa.(HP4)

2.4.3 Declaración de Variables

Hipótesis General

Variable Independiente

La carencia de óptimos procesos administrativos de control

El desinterés del administrador del comercial Pintag en los controles internos

El mal manejo de la cartera de clientes dentro y fuera del límite urbano y rural

La falta de tiempo para dedicarlo al negocio por parte del dueño del comercial

Variable Dependiente

Mal manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag en la ciudad de Milagro

Desconfianza de los clientes

Falencias en los procesos de cobros a domicilio

Deficientes ingresos para la empresa

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 6

VARIABLES INDEPENDIENTES	DEFINICIÓN	INDICADORES
La carencia de óptimos procesos administrativos de control	Se debe considerar que para tratar cualquier proceso administrativo, es necesario manejar integradamente aspectos técnicos y aspectos humanos, ya que sin capacidad para tratarlos, el proceso de aceptación del cambio y la adopción de los aspectos técnicos en función, resultan mucho más dificultoso y hasta pueden tener una gran probabilidad de fracaso.	Técnicas de observación
El desinterés del administrador del comercial Pintag en los controles internos	El poco interés que se aplica en los controles dará como resultado una mala administración en el comercial y arrastrara un bajo ingreso de utilidades.	Reportes
Mal manejo de la cartera de clientes dentro y fuera del límite urbano y rural	Podemos apreciar que cuando se mantiene un mal manejo de cartera de clientes las dos partes no saben el estado de cuenta además de que el cliente no está motivado para seguir comprando por lo que se puede apreciar en la baja de las ventas.	Informes
La falta de tiempo dedicado al negocio por parte del dueño del comercial	Son tantas las obligaciones encomendadas al administrador que hace que el tiempo le sea corto para manejar y controlar las funciones de cada área.	Técnicas e Observación

VARIABLES DEPENDIENTES	DEFINICIÓN	INDICADORES
Mal manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag en la ciudad de Milagro	Puede haber algunas razones se puede dar el mal manejo de efectivo por falta de capacitación tanto por parte del colaborador como del supervisor así como por falta de incentivos para llegar a hacer un trabajo impecable y honesto	Encuestas o entrevistas
Desconfianza de los clientes	Se genera por medio de acciones erradas por parte de la persona que realiza las ventas o entrega estados de cuenta, cuando se obtiene la desconfianza de un cliente probablemente no repetirá su compra.	Encuestas
Falencias en los procesos de cobros a domicilio	Por la mala selección y la falta de capacitación de personal encargado de recaudación da como resultado un mal manejo de cobros domiciliarios.	Informes
Deficientes ingresos para la empresa	Los deficientes ingresos se dan por varias razones al menos enfocados a el comercial pueden ser los ya mencionados; la falta de control, la desmotivación, factor pobreza, además de mal reclutamiento de personal entre otros.	Reportes

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA

Investigación Exploratoria

Explorar significa incursionar en un territorio desconocido. Por lo tanto, emprenderemos una investigación exploratoria cuando no conocemos el tema por investigar, o cuando nuestro conocimiento es tan vago e impreciso que nos impide sacar las más provisionales conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no.

Se puede tener una gran voluntad y entusiasmo para estudiar o investigar cualquier tema, pero si se desconoce el mismo se debe iniciar un estudio exploratorio para empezar a conocerlo y familiarizarse con él, para precisar mejor el problema que interesa resolver o para comenzar a dar forma a alguna hipótesis previa que sobre la cuestión tengamos.

Para explorar un tema relativamente desconocido disponemos de un amplio espectro de medios para recolectar datos en diferentes ciencias: bibliografía especializada, entrevistas y cuestionarios hacia personas, observación participante (y no participante) y seguimiento de casos. La investigación exploratoria terminará cuando, a partir de los datos recolectados, adquirimos el suficiente conocimiento como para saber qué factores son relevantes al problema y cuáles no. Hasta ese momento, se está ya en condiciones de encarar un análisis de los datos obtenidos de donde surgen las conclusiones y recomendaciones sobre la investigación.

Será aplicada en esta investigación porque proporciona información y a su vez tiene como objetivo crear hipótesis sobre la causa de la situación esta nos permite examinar la causa o alternativas ante el problema que presenta el comercial, para facilitar la determinación de estos supuestos, existen algunos procedimientos como buscar fuentes secundarias o realizar entrevistas a personas que estén bien informadas del tema.

Investigación de Campo

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

Este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio. Ello permite el conocimiento más a fondo del investigador, puede manejar los datos con más seguridad y podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes (efectos).

Cuando los datos se recogen directamente de la realidad se les denominan primarios, su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, por lo que facilita su revisión y/o modificación en caso de surgir dudas.

Este tipo de investigación será aplicada para conocer las causas por las cuales el personal del área de cobranzas tiende a sustraer dinero de los clientes y no ser reportados al comercial.

Investigación Cualitativa

La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

En investigaciones cualitativas se debe hablar de entendimiento en profundidad en lugar de exactitud: se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible.

Sera aplicada porque requiere de una investigación de carácter interna para detectar los problemas enunciados.

Investigación Cuantitativa

La Metodología Cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera científica, o de manera más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la Estadística.

Para que exista Metodología Cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en cuál dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos. La utilizaremos dentro de ésta investigación porque el problema está definido en sí sólo dentro del área de cobranzas.

Investigación Bibliográfica

Es el conjunto de conocimientos y técnicas que el estudiante, profesional o investigador deben poseer para:

Usar habitualmente la biblioteca y sus fuentes,

Hacer pesquisas bibliográficas, y

Escribir documentos científicos.

Es bibliográfica, porque se fundamentarán científicamente las variables de este proyecto a través de documentos, libros revistas, consultas en Internet.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Característica de la Población

La población que se considera objeto de esta investigación la constituyen personas que no tiene la facilidad de acceder a un crédito por parte de una entidad financiera sector urbano como rural e la ciudad de Milagro.

3.2.2 Delimitación de la Población

La encuesta se la va a realizar a los clientes que son visitados por los recaudadores del comercial Pintag, los cuales son 680.

3.2.3 Tipo de Muestra

Se utilizará la muestra probabilística porque se escogerá un cierto número de la población.

3.2.4 Tamaño de Muestra

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq} \qquad n = \frac{680(0,5)(0,5)}{\frac{(680-1)0,05^2}{1,96^2} + (0,5)(0,5)}$$

n= 245

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, p = 0,5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q = 0,5

E: error, se considera el 5%; E = 0,05

Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z = 1,96

3.2.5 Proceso de Selección

Utilizaremos el método probabilístico utilizando, ya que escogeremos para encuestar a los clientes q son visitados y se le realizan los cobros domiciliarios.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TECNICAS

Método Analítico Sintético

El análisis es un procedimiento mental que logra la descomposición de una integridad en sus partes y relaciones componentes. Este procedimiento se complementa con el de síntesis, que permite la integración, a nivel mental, de las partes constitutivas del objeto. En esta nueva comprensión del objeto de forma total se alcanza una profundización en el conocimiento del todo, en tanto además de su asimilación fenoménica, puede explicarse su estructura interna y relaciones entre sus partes.

El método analítico-sintético porta dos momentos básicos en toda investigación científica, ya que permite penetrar en aspectos que pueden constituir causas del fenómeno, y así, desentrañar los elementos que necesita modificar el investigador para cambiar el comportamiento del todo, en estrecha relación con sus partes constitutivas.

El Método Histórico-Lógico

Permite descubrir el devenir y desarrollo de los fenómenos, centrándose en sus aspectos más fundamentales y apoyándose en dos procedimientos.

El procedimiento histórico reproduce, cronológicamente, los hitos fundamentales de la trayectoria de desarrollo del fenómeno que es objeto de estudio. A partir del mismo, es posible estructurar la regularidad interna, mediante el procedimiento lógico, que explica ese fenómeno. De este modo, se puede arribar a una comprensión más profunda del conocimiento del objeto.

En empleo del método histórico-lógico no puede limitarse la historicidad del objeto, sino que observa a éste en su decursar para arribar a regularidades del mismo que se Vinculan con el problema. Por tanto, no se agota con el relato histórico, ni se detiene en especificidades colaterales al campo de acción y al problema investigativo.

Así mismo, no se trata de imaginar la lógica estructural, ni el funcionamiento del fenómeno, sin esclarecer su génesis ni explicar las distintas manifestaciones que ha tenido, precisamente se integran ambos procedimientos en un método, ya que se complementan mutuamente.

Encuesta

La técnica de la encuesta permite recopilar información mediante un cuestionario que será elaborado previamente para conocer la valoración y el criterio de los encuestados sobre un determinado asunto. A diferencia de la entrevista el encuestado no necesariamente se ve comprometido con el criterio que brinda, ya que puede no revelar su identidad. Los criterios son recogidos por escrito.

La aplicación masiva de la encuesta permite recoger información muy valiosa para las investigaciones en ciencias sociales.

La elaboración del cuestionario es un momento decisivo, en el que debe atenderse la claridad y objetividad de las preguntas y a su simplicidad y posibilidades de procesamiento de la información.

Puede emplearse preguntas con respuestas cerradas, que son aquellas en las que es posible previamente determinar las posibles respuestas con exactitud (alternativas de selección simple o múltiple).

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

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

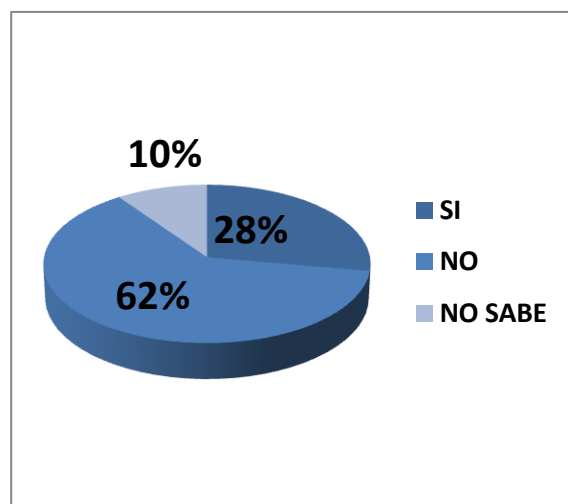
1^o - ¿Cree usted que la empresa cuenta con un sistema automatizado para llevar el correcto control de los abonos realizados?

Cuadro 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	68	28%
NO	153	62%
NO SABE	24	10%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuesta.

Gráfico 1



Autor: Arguello Grelys y Rosado Adriana
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta.

Análisis.-El 62% de los encuestados cree que la empresa no cuenta con un adecuado sistema automatiza para llevar el correcto control de los abonos, mientras que el 10% no sabe que el comercial cuente con sistema alguno.

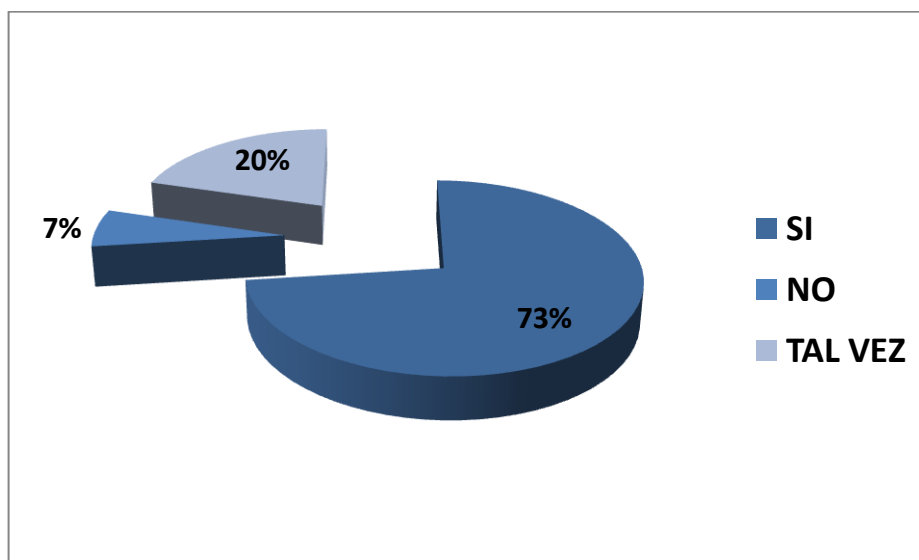
2º.- ¿Usted como cliente cree que la implementación de una restructuración en el sistema de control es apropiado?

Cuadro 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	179	73%
NO	16	7%
TAL VEZ	50	20%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuesta.

Grafico 2



Autor: Arguello Grelys & Rosado Adriana
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta.

Análisis.-El 73% de los clientes cree que es apropiado que se implemente una restructuración en el sistema de control mientras que el 7% cree que no es correcto llevar a cabo la implementación del mismo

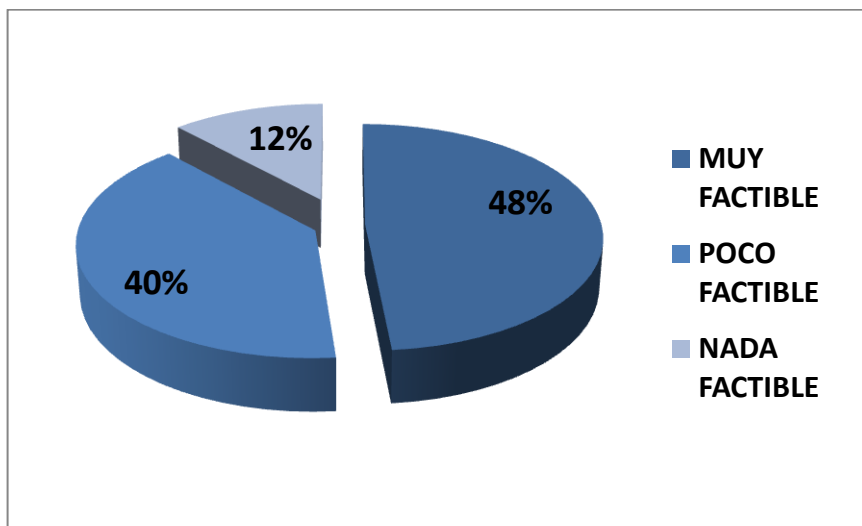
3º.- ¿Cree usted que es factible realizar llamadas telefónicas a los clientes para la verificación de abonos a su cuenta?

Cuadro 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MUY FACTIBLE	119	48%
POCO FACTIBLE	97	40%
NADA FACTIBLE	29	12%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuesta.

Grafico 3



Autor: Arguello Grelys & Rosado Adriana
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta.

Análisis.-En esta pregunta encontramos un porcentaje 48% y 40% respectivamente, casi por una mínima diferencia creen que es factible y conveniente que se realicen llamadas para la verificación de abonos a su cuenta, mientras tan solo la mínima cantidad del 12% nada factible.

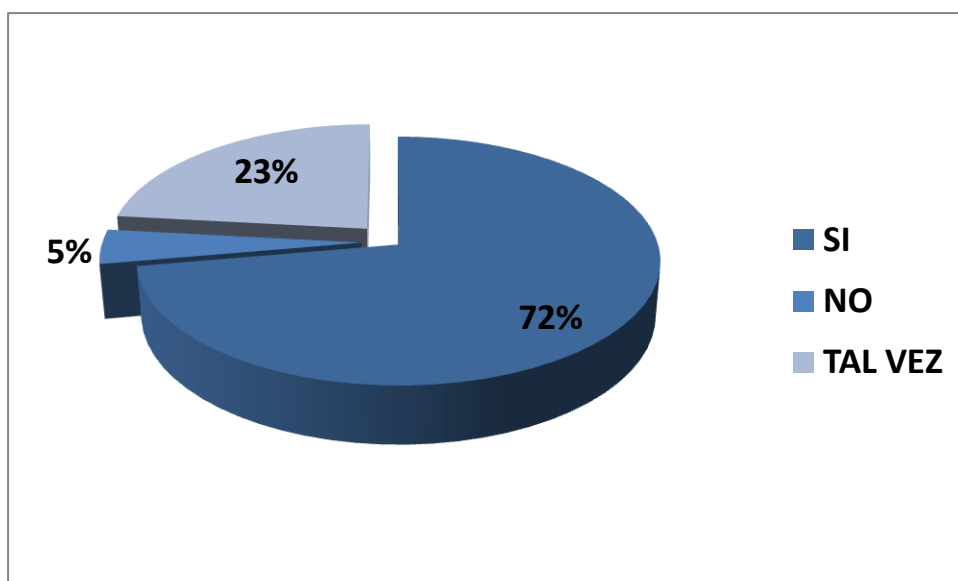
4º.- ¿Cree usted que con una reestructuración en el sistema de control se verá reflejada una buena imagen en el comercial?

Cuadro 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	177	72%
NO	11	5%
TAL VEZ	57	23%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuesta.

Grafico 4



Autor: Arguello Grelys & Rosado Adriana
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta.

Análisis.-Un 72% de los encuestados nos da la seguridad de reestructurar este sistema de control lo que dará una buena imagen al comercial, con un 23% opinan que no se verá reflejada y un 5% están inseguros.

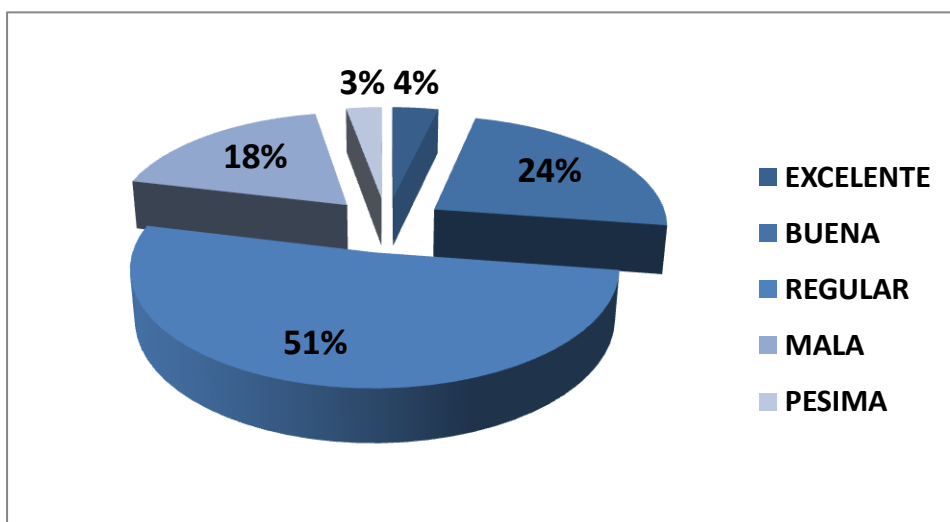
5º.- ¿Cómo cree usted que es la calidad de manejo y control en cuanto a los cobros realizados?

Cuadro 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
EXCELENTE	9	4%
BUENA	58	24%
REGULAR	126	51%
MALA	45	18%
PESIMA	7	3%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuesta.

Grafico 5



Autor: Arguello Grelys & Rosado Adriana
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta.

Análisis.-El resultado de esta interrogante nos impulsa a la reestructuración de este sistema para manejar una buena calidad en cuanto a los cobros ya que podemos observar claramente que el 51% de los clientes creen que el manejo es regular lo que no es muy favorable para la empresa.

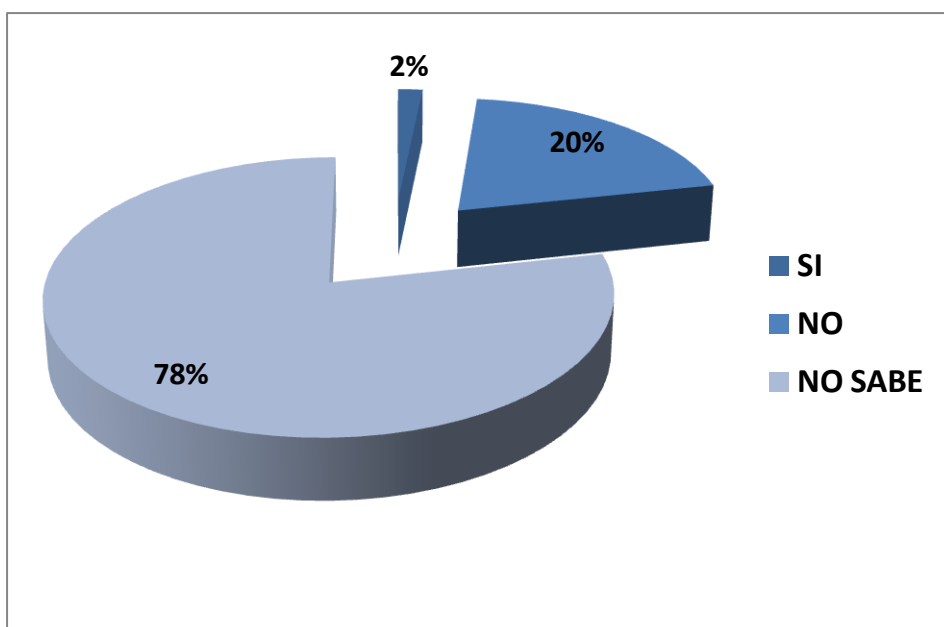
6º.- ¿Cree usted que la contratación del recurso humano se realiza en función de las necesidades del personal existente en la empresa?

Cuadro 12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	4	2%
NO	49	20%
NO SABE	192	78%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuesta.

Grafico 6



Autor: Arguello Grelys & Rosado Adriana
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta.

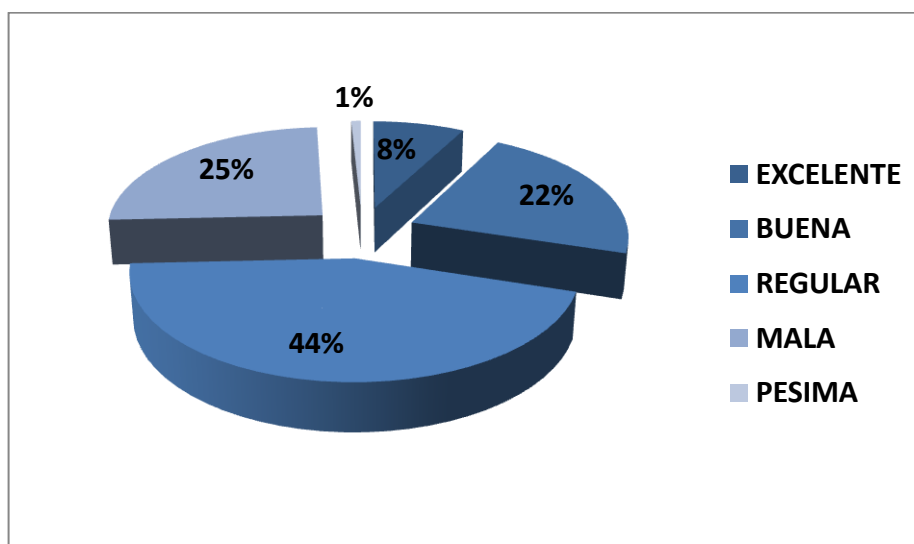
Análisis.-En esta pregunta podemos apreciar que el 78% de los encuestados respondieron que no sabe, porque no tienen conocimientos de la selección de personal ni de las necesidades de recurso humano de la empresa.

7º.- ¿Cómo calificaría la supervisión por parte del administrador en base a los ingresos de abonos y ventas?

Cuadro 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
EXCELENTE	19	8%
BUENA	54	22%
REGULAR	109	44%
MALA	61	25%
PÉSIMA	2	1%
TOTAL	245	100%

Grafico 7



Autor: Arguello Grelys & Rosado Adriana
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta.

Análisis.-Podemos apreciar que el 44% dice y siente que la supervisión del administrador es regular, y que hace falta un mejor control por parte del mismo percibiendo así que la tercera parte de los encuestados dijeron que es mala. Está claro que hay que corregir esta falencia.

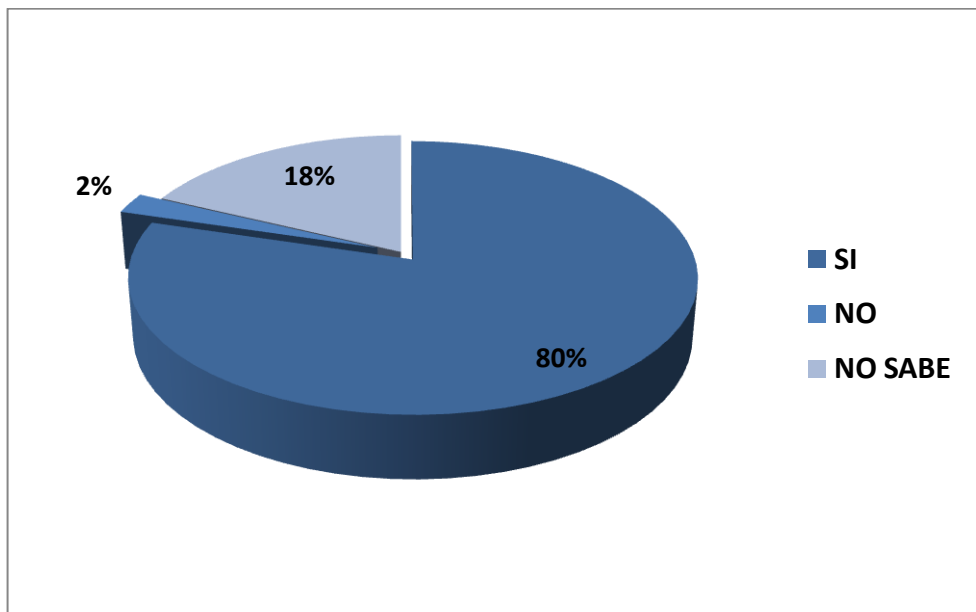
8º.- ¿Volvería a hacer una compra en el Comercial sabiendo que se empleara un correcto sistema de control?

Cuadro 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	195	80%
NO	6	2%
NO SABE	44	18%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuesta.

Grafico 8



Autor: Arguello Grelys & Rosado Adriana
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta.

Análisis.-Es grato observar que el 80% de los clientes encuestados respondieron que si se lleva a cabo la restructuración de este sistema volvería a comprar, se ve claramente la necesidad de solucionar la problemática ya planteada.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

Análisis comparativo.

El control que se está manejando actualmente en el Comercial "Pintag" está perjudicando considerablemente en la parte financiera además de la imagen de la empresa, estos tipos de problemas se vienen dando según el administrador hace ya más de 4 años, intentando darles solución pero siendo fallidas; podríamos encontrar la solución a dichos problemas con la reestructuración del sistema administrativo de control para el manejo de efectivo específicamente en el área de cobranzas en el comercial. Aumentando así la confianza administrador-empleado, cliente-cobrador, cliente-almacén. Viéndose reflejado en aumento en las ventas y por ende un aumento en el capital.

Evolución

Si bien es cierto antes el comercio las ventas y el efectivo era llevado en libros, facilitando revisar y analizar las ventas de semanas o meses pasados, empezando así a llevar inventarios y hasta facturar, los "controles" eran manejados con métodos rudimentarios, utilizando primero un ábaco para poder realizar cálculos antes de que aparezca las monedas de metal después de utilizar el cacao, y el papel como herramienta de trabajo. El mercado de hoy en día es muy competitivo por lo que nos obliga a innovar, cada vez buscar nuevas tácticas y técnicas para llevar un mejor control y aumentar las ventas, buscando así las mejores formas o maneras de estrategias de ventas y controles de efectivo además de controles administrativos para los empleados asegurando una alta rentabilidad y menos pérdida al final del año, por esto fue necesario concientizar para que dicho comercial invierta en dicho sistema de administración y control.

Tendencias y perspectivas

Las preferencias o estilo de comercio que maneja el comercial es lo que de cierto modo ha repercutido en el manejo y control de la empresa, demanda estrategias administrativas, operacionales, promocionales y tecnológicas para satisfacer las necesidades internas (empleados) y externas (clientes). Logrando así un mejor

ambiente laboral, logrando competir con el mercado y ponerse a la par con sus directos rivales mercantiles, consiguiendo la excelencia en este tipo de actividad; llegando a alcanzar una perspectiva de cambio, que incremente la competencia eficiente por parte del comercial en la ciudad de Milagro

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

Decimos que es factible su ejecución de este sistema de administración y control en el que los clientes son el principal beneficiario además de la empresa con la satisfacción del cliente, claro está; logrando así mayor rentabilidad pues eso se reflejara en la gestiones administrativas de la empresa, donde cada proceso exista total colaboración, esencialmente en el manejo y control de la información. Con este ofrecimiento la empresa tendrá la gran oportunidad de demostrar que puede competir y llegar a ser una empresa de las más confiables del mercado milagreño.

4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

Cuadro 15

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
<p>La falta de supervisión en el manejo del efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag se da por la inexistencia de un “Sistema Administrativo de Control”.</p>	<p>Evidentemente según los resultados que arrojaron las encuestas por medio de la pregunta N° 7 podemos observar que es necesario e indispensable desarrollar e implementar este sistema administrativo de control.</p>
HIPÓTESIS PARTICULARES	VERIFICACIÓN
<p>La falta de conocimiento conlleva a un mal desarrollo en cuanto a administración y control en el área de cobranza del comercial,</p>	<p>Según los datos arrojados por la pregunta N° 5 ya hemos comprobado que la falta de conocimiento es el principio de el problema base de esta tesis, hemos confirmado que es necesario llenar vacíos en cuanto a estas interrogantes dentro de la empresa.</p>
<p>Las dudas que tienen los clientes en cuanto al saldo de su crédito pueden ocasionar una disminución en las ventas.</p>	<p>Según los resultados arrojados por la pregunta N° 4 efectivamente en el aumento de ventas se vería reflejada la confianza de los clientes en el comercial, si se mejora el informe de estados de cuentas del crédito.</p>
<p>Debido al incorrecto reclutamiento del personal en el comercial dan como resultado fallos en el proceso de control de cobranza</p>	<p>Podemos decir que por los resultados vistos en la pregunta N° 6 es trascendental mejorar la selección del personal por medio de perfiles laborales para cada puesto especialmente en los que se maneja efectivo estudiando referencias de trabajo y recomendaciones.</p>

<p>Es elemental el desarrollo de un sistema de administración y control que permita el adecuado seguimiento de la cobranza.</p>	<p>En base a los datos recogidos en la encuesta pos medio de la pregunta N° 2 con la ejecución de este sistema lograremos el completo control y seguimiento de los pagos realizados por parte de los clientes.</p>
---	--

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA.

Reestructuración del Sistema Administrativo de control para el manejo de efectivo en el Área Cobranzas del comercial Pintag de la ciudad de Milagro.

5.2 JUSTIFICACIÓN.

El desarrollo de la propuesta radica en ejecutar una reestructuración del Sistema Administrativo de control para el manejo de efectivo en el Comercial Pintag de la Ciudad de Milagro, se estableció este tema ya que el resultado de la encuesta realizada a aquellos clientes que son visitados a sus domicilios por los recaudadores; dieron resultados notorios, los clientes tienen más que claro que el almacén no cuenta con un buen sistema apropiado de control y están completamente de acuerdo con que se tomen medidas para frenar este tipo de inconvenientes que terminan siendo molestias, además se puede observar que las personas prefieren estar informadas y actualizadas respecto a sus pagos y transacciones, viéndose así mejorada la imagen y reputación del almacén. Por el contrario cuenta como los clientes a pesar de que piensan que la calidad de manejo en los cobros que se realizan puerta a puerta son “regulares”; aun compran en este establecimiento obviamente siendo perjudicial para las ventas a crédito, calificando la supervisión como regular se pudo descubrir que no están satisfechos con el manejo que se viene dando en cuanto al control; debido a “problemas” y además porque sienten dudas en realizar las compras, e inseguridad en cuanto a su estado

de cuenta, este tipo de sucesos se podría decir que se producen por una negligencia o falta de conocimiento por parte del administrador en llevar un mejor control, este ambiente que se ha creado debido a constantes reclamos, este tipo de dificultad tendrá un cambio al implantarse esta reestructuración por lo que trataremos de conseguir una mejora tanto en imagen y progreso y en cuanto al manejo del efectivo en el área de cobranzas.

Dentro de este capítulo se podrá notar cómo se llevara la gestión sobre este sistema administrativo en el Comercial Pintag, por la que podrá ser adquirida como un modelo a seguir para otras empresas que transiten por este similar problema. Cabe indicar que el propósito de realizar este tipo de cambio en cuanto a un mejor control administrativo será para potencializar las actividades comerciales de esta empresa y sus intereses financieros, así mismo el mejorar significativamente el ambiente laboral en el que se encuentran, todo bajo una percepción de cooperación y comunicación que se manifieste en sus labores cotidianas.

Se contratara un asistente que se encargue de llevar un mejor control como realizar llamadas telefónicas, verificación constante de las cuentas de los clientes, visitas a los domicilios una vez por mes en cada ruta, Realizar documentación de ventas realizadas, verificar la existencia de mercadería con Inventario entregado por bodega.

5.3 FUNDAMENTACIÓN.

En este punto se logrará descubrir y señalar claramente las perspectivas más sobresalientes y significativas para que la propuesta sea entendida y tenga sentido.

Lo que queremos es dar o brindar una solución que resulte práctica para el auto aprendizaje de técnicas de control administrativo apropiadas, es decir, manuales o tecnológicas que expliquen de forma suficientemente clara el paso a paso del proceso a seguir, cada uno de los implementos tendrán que ser fáciles de seguir por lo que el proyecto se propone también diseñar procesos y hasta un reglamento interno.

También se proyecta establecer gráficos detallados para que sirvan de apoyo al personal y posibiliten una mejor difusión de los conocimientos.

Para ello se tomará las fuentes de información ya disponibles y se ampliará sus contenidos.

Una diferencia a resaltar es que trataríamos de que el sistema Administrativo a crear funcione como una respuesta idónea, porque para su creación e implementación necesitamos y promoveríamos la participación de todo el personal de esta área podríamos atraer la atención para el conocimiento e iniciaríamos una incursión en las tecnologías y sistemas apropiados para este tipo de comercio que no le vendría nada mal al sector.

Claro está utilizando técnicas administrativas, contables y financieras si se es preciso, las mismas que nos arrojaran los resultados esperados, siendo una herramienta clave para el acoplamiento del nuevo sistema administrativo.

Como todos sabemos acoplarse a las cosas nuevas es algo difícil para todo ser humano, pero explicándolo bien y sabiendo utilizar las nuevas herramientas a brindarse se entenderá de ambas partes empleador-empleado que es lo mejor para la empresa e inclusive para la mejora del ambiente laboral.

Dentro del comercial existe Administración que es el encargado de gerencial y controlar las actividades y funciones a realizarse por cada colaborador, Administrar una empresa es asociar cada uno de los componentes que la constituyen para que de esta manera se obtenga una mejor satisfacción del personal que la rodea. El Área de cobranzas su tarea es recaudar los abonos realizados por cada cliente; dichos abonos pueden ser directamente en el almacén o cobrados por los recaudadores en cada una de las rutas. Los abonos a su cuenta son realizados a través de pagos domiciliarios. El Área de de ventas con la que cuenta con un personal que esta delegado a realizar ventas directas dentro y fuera del almacén, recalcando así que aquel personal que realiza las ventas fuera de la empresa es la única por la que gana sus comisiones. El Área de bodega facultada en llevar el inventario de cada mercadería que entra y sale en el almacén.

Una de las perspectivas de cualquier empresa u organización es implantar un buen control, en todas las áreas, pero centrándose muy a fondo en el área de cobranzas que es la que maneja el patrimonio de la empresa.

Como primer plano para implantar un sistema administrativo en el comercial se examinará y reconocerá cuales son los motivos por la que existe un descontrol, ya que nos ayudará a tomar nuevas medidas que sin duda alguna se podrá reformar con claridad las anomalías que se puedan detectar.

Un sistema administrativo se fundamenta en la creación de nuevas ideas, de poder tomar las decisiones correctas para que de esta manera poder alcanzar un mejor control.

La estrategia de llevar a cabo este sistema es para que se vea una constancia de cambio en este comercial, alcanzando de esta forma un compromiso de cambio tanto del personal como del administrador y así logrando fidelidad por parte de los clientes que la conforman, y competencia en el mercado.

5.4 OBJETIVOS.

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Implementar una reestructuración en el sistema administrativo de control de manejo de efectivo” para el comercial Pintag de la ciudad de Milagro, a través de técnicas de la administración utilizándolas eficientemente para mejorar y tratar de perfeccionar las labores conjuntamente con los controles en la empresa.

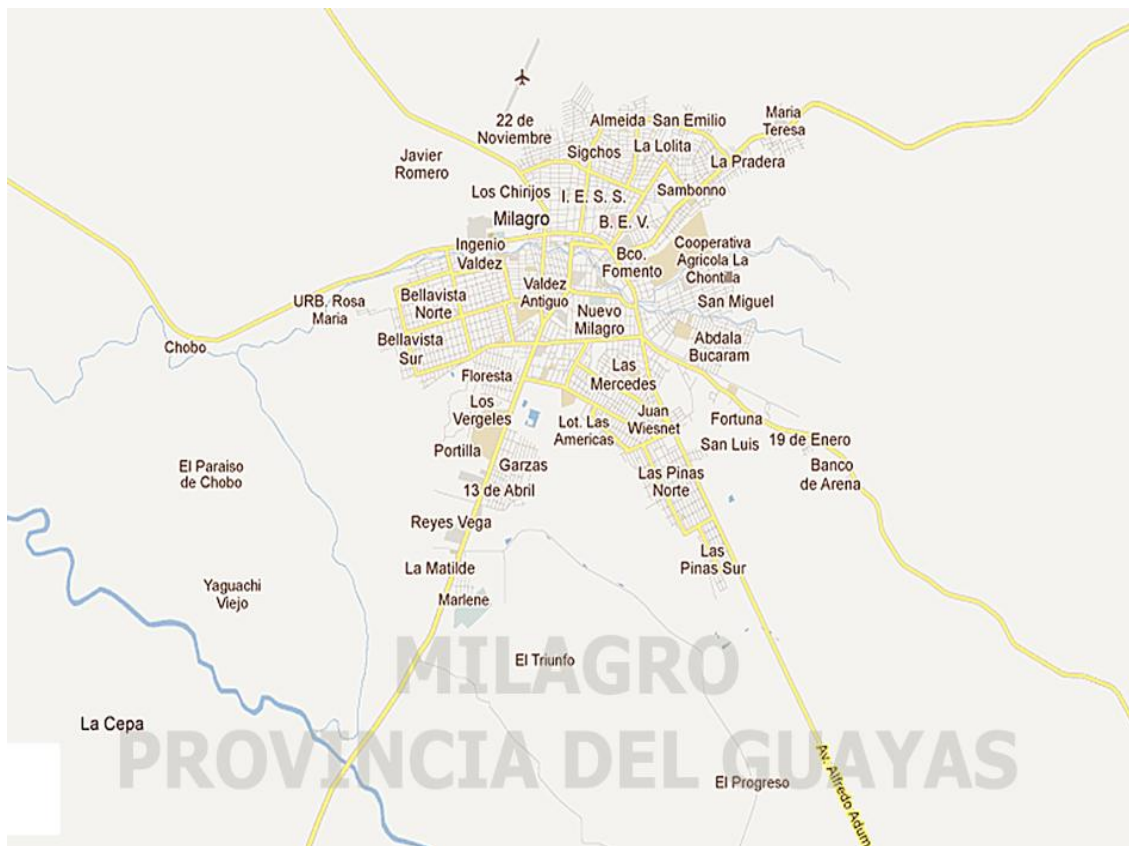
5.4.2 Objetivos específicos de la Propuesta

- Optimizar la competitividad en el mercado.
- Corregir las falencias que existen dentro del comercial en cuanto a controles del manejo de efectivo dentro y fuera de la empresa.
- Empezar con determinación el desarrollo y cumplimiento de la misión, visión y valores del comercial por medio del compromiso empleador-colaborador.
- Lograr calidad de imagen por medio de controles eficientes y mantener estados de cuenta que concuerden tanto cliente-sistema.

5.5 UBICACIÓN.

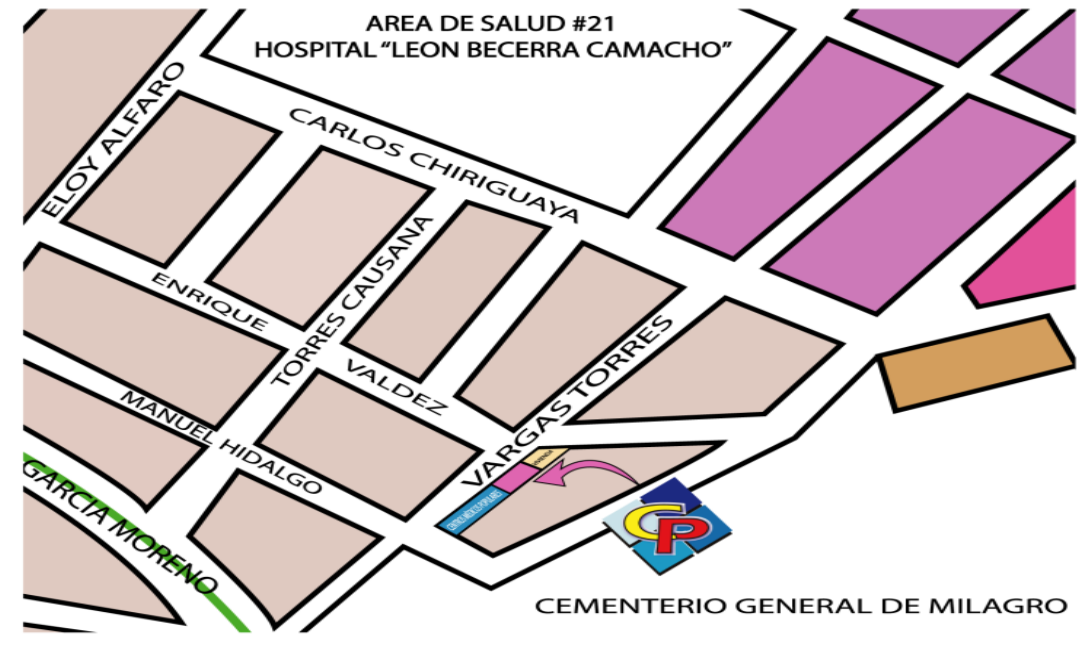
El comercial “Pintag” está ubicado en la República del Ecuador, provincia del Guayas, Cantón Milagro en las calles Vargas Torres entre Manuel Hidalgo y Enrique Valdez.

Imagen 1



CROQUIS DEL COMERCIAL PINTAG

Imagen 2



5.6 FACTIBILIDAD.

Administrativa: se contara con el personal necesario para realizar la reestructuración de un sistema administrativo y control de fugas de efectivo.

Legal: Se posee todos los documentos en regla para el correcto funcionamiento del comercial.

Presupuestario: El dueño de la empresa está dispuesto a realizar la inversión necesaria para mejorar los procesos que maneja la empresa.

Técnico: Las locación de la empresa brinda todas las facilidades físicas en cuanto a tamaño y la distribución necesarios para el funcionamiento correcto del almacén

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Imagen 3



Enfocado a toda clase de cliente del sector urbano y rural, en la que está a dividido por zonas, para darle mayor comodidad y tiempo. A visibilidad se puede ver una imagen con un enchufe en la que da a entender que es una comercializadora de electrodomésticos.

El color rojo utilizado en el diseño del logo como una manera para llamar la atención del observador y en este caso del cliente

VALORES

Responsabilidad: La responsabilidad es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral. También es el que cumple con sus obligaciones o que pone cuidado y atención en lo que hace o decide, que lleve a su cargo la dirección en una actividad.

Respeto: Acatar su autoridad y considerar su dignidad. El respeto se acoge siempre a la verdad; no tolera bajo ninguna circunstancia la mentira, y repugna la calumnia y el engaño.

Exige un trato amable y cortés; ser la esencia de las relaciones humanas, de la vida en comunidad, del trabajo en equipo, de cualquier relación interpersonal. El respeto es garantía de transparencia.

Lealtad: Es el cumplimiento de aquello que exigen las leyes de la fidelidad y el honor. Un hombre de bien debe ser leal a otras personas, a organizaciones (como la empresa para la cual trabaja). La lealtad es una virtud que se desarrolla en la conciencia y que implica cumplir con un compromiso aún frente a circunstancias cambiantes o adversas.

Profesionalismo: La actitud de profesionalismo de actuar como un profesional significa que a la hora de ejercer esa tarea o actividad, la persona se desempeña de acuerdo a los parámetros específicamente establecidos para la misma como también de acuerdo a parámetros generales de conducta y moral

Honestidad: Consiste en comprometerse y expresarse con coherencia y autenticidad, de acuerdo con los valores de verdad y justicia. Se trata de vivir de acuerdo a como se piensa y se siente, respeto a la verdad en relación con el mundo, los hechos y las personas; en otros sentidos, la honestidad también implica la relación entre el sujeto y los demás, y del sujeto consigo mismo.

MISIÓN

Somos una empresa de comercialización de productos y servicios en el área de electrodomésticos, confiables, eficientes y ética orientada a satisfacer las necesidades y aspiraciones de nuestros clientes, estableciendo relaciones de largo plazo.

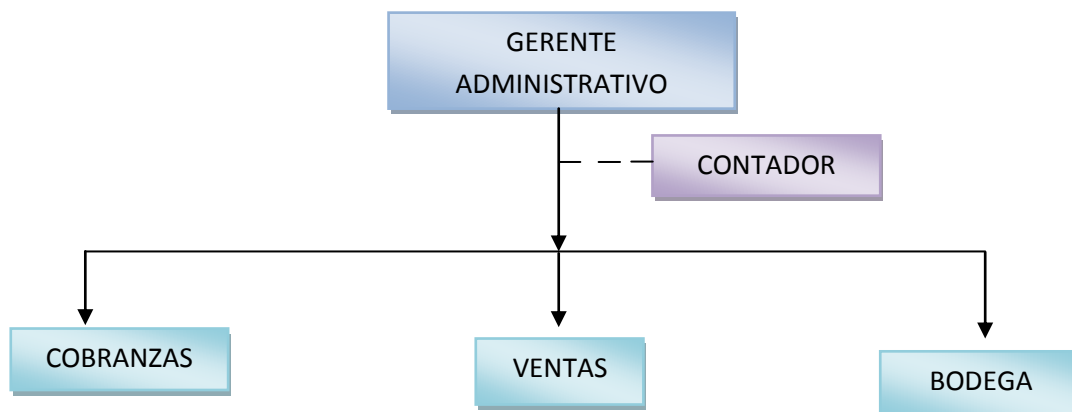
Somos un aporte positivo para la sociedad, generando empleo directo e indirecto dentro de un buen ambiente de trabajo, pagando impuestos y obteniendo un justo margen de utilidad.

VISIÓN

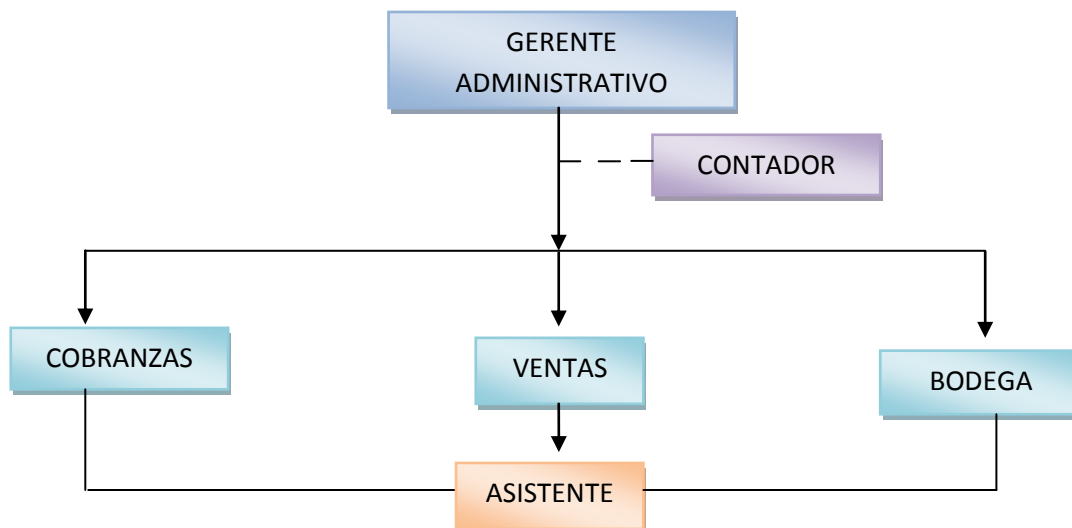
Llegar a ser líder en la comercialización de productos y servicio satisfaciendo todas las interrogantes, asimismo orientar de mejor manera nuestro esfuerzo, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, capital humano y sociedad.

Nuestro compromiso es excelencia.

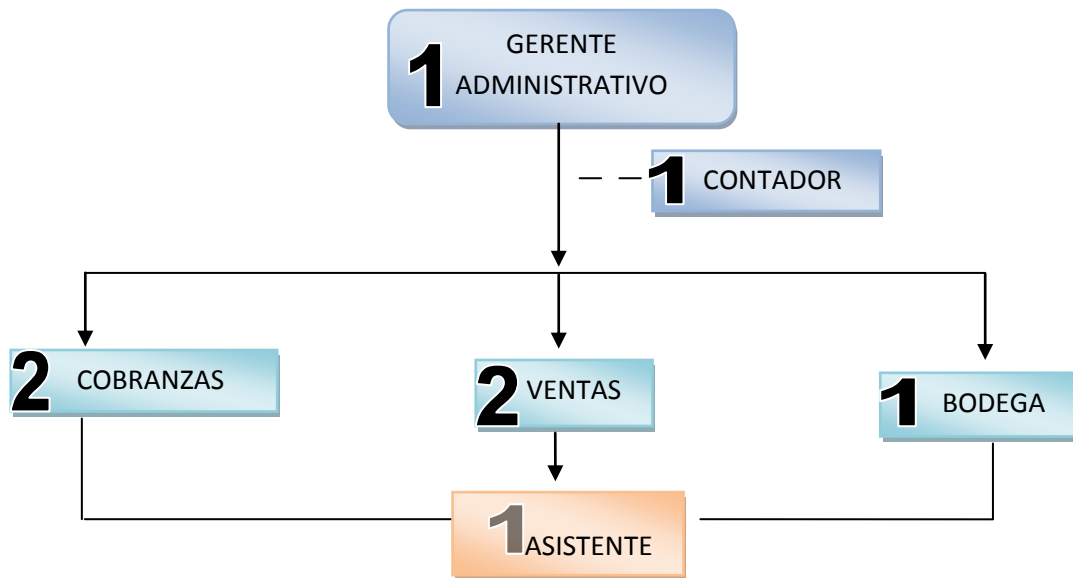
Organigrama Actual



Organigrama Estructural.



Organigrama Estructural



Manual de Funciones.

Perfil del puesto.

Cargo: Gerente Administrativo

Función Básica

Valorar, estudiar, informar y comprobar información importante de toda organización con el objetivo de tomar las mejores decisiones para que la empresa logre cumplir las metas y logre posicionamiento en el mercado.

Función Específica

- Realiza el seguimiento de las operaciones diarias y mensuales del negocio.
- Fijar y vigilar el cumplimiento de objetivos y metas.
- Elabora presupuesto mensual y anual.
- Elabora los cheques para realizar los pagos, proveedores.
- Administra adecuadamente los recursos de la empresa.
- Controla, autoriza y aprueba las compras a realizarse.
- Firma y da autorización permisos, certificados, cheques, etc.
- Asiste a los empleados en sus distintos puestos de trabajo.
- Elabora el reglamento interno de la empresa.
- Toma decisiones en base a estados financieros.
- Supervisa, dirige, y coordina las actividades programadas al personal y a la empresa.

Ambiente de Trabajo

Ambiente amplio y cómodo con equipos y suministros necesarios acordes a la labor a desempeñarse con eficacia y eficiencia, un ambiente agradable y confortable para que ponga en práctica todas sus habilidades y destrezas para el bien de la empresa.

Especificaciones

- Autoridad para tomar decisiones
- Establecer el cumplimiento e implantación de políticas, metas y objetivos con la finalidad de que la empresa logre alcanzar sus objetivos y mantenerse como los mejores en la mente de los clientes.
- Ratificar y controlar el presupuesto y desempeño de cada área y colaboradores con el objetivo de comprobar el desenvolvimiento de los mismos.

Relaciones Interpersonales

- Internas.- Con los colaboradores de las áreas.
- Externa.- Con los proveedores y Gerentes de las instituciones financieras.

Situación típica

- Supervisar el cumplimiento de políticas, normas, metas, objetivos y estrategias.
- Tomar toda clase de decisiones dentro de la organización.
- Controlar el desempeño organizacional.

Procesos en los que intervienen

- Formulación de estrategias para la organización
- Solicitud de Compras
- Compras

Manual de Funciones.

Perfil del puesto.

Cargo: Cobranza.

Función Básica

Realiza los cobros a los clientes que pertenecen a la base de datos de la empresa dentro del plazo acordado además de llevar un correcto control en los pagos a realizarse.

Funciones Específicas

- Coordinar con el departamento de ventas.
- Revisar el contrato de venta.
- Visita del domicilio de los clientes para su respectiva cobranza.
- Emite comprobante de cobro.
- Realiza informe de cobranza.
- Entrega dinero Gerente Administrativo.

PERFIL DEL CARGO

Edad: 20 a 30 años

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Competencias Conductuales

Calidad del trabajo

Confianza en sí mismo

Credibilidad técnica

Orientación al cliente externo

Responsabilidad

Competencias Técnicas

Educación: Estudios de Segundo Nivel.

Experiencia: 1 año en cargos similares.

Capacitación mínima requerida

Cursos generales:

Word

Excel

Conocimiento de Idiomas

No indispensable.

Cursos de Especialización:

Relaciones humanas.

Entrenamiento en el puesto:

De 15 días para conocer el puesto, estructura y organización de la Empresa.

Ambiente de Trabajo

Área de trabajo acondicionada.

ESPECIFICACIONES

Autoridad para tomar decisiones

Organización de su trabajo diario.

Tipo de Supervisión recibida

Directa pero frecuente con el Gerente Administrativo.

Relaciones Interpersonales Internas

Con el Área de Ventas.

Relaciones Interpersonales Externas

Clientes.

Situación típica

Contactos con la Gerencia Administrativa y Vendedores.

PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE

Cobranza.

Requerimientos.

Manual de Funciones.

Perfil del puesto.

Cargo: Ventas.

Función Básica

Atender de forma cordial al cliente para la venta de nuestros electrodomésticos, brindando siempre buen servicio e imagen.

Funciones Específicas

- Establecer un Vínculo entre la Empresa y el Cliente
- Contribuir a la Solución de Problemas.
- Administrar su territorio o zona de Ventas.

PERFIL DEL CARGO

Edad: 18 a30 años

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Competencias Técnicas

Educación: Bachiller o estudios de Segundo Nivel en Comercialización o carreras afines.

Experiencia: No indispensable

Capacitación mínima requerida

Cursos de Utilitarios

Word, Excel.

Cursos de Especialización:

Ventas y Servicios al Cliente.

Entrenamiento en el puesto:

De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la Empresa.

Conocimiento de Idiomas:

No indispensable.

Ambiente de Trabajo

Área compartida.

ESPECIFICACIONES

Autoridad para tomar decisiones

Organización de su trabajo diario.

Tipo de Supervisión recibida

Directa pero frecuente de Jefe Inmediato (Gerente Administrativo)

Relaciones Interpersonales Externas

Clientes, para tomar órdenes de pedidos

Situación típica

Satisfacer las necesidades de los clientes.

Contactos con clientes.

PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE

Ventas de productos.

Atención y Servicio al Cliente.

Manual de Funciones.

Perfil del puesto.

Cargo: Bodega.

Función Básica

Es el responsable de controlar e informar claramente el stock permanente de mercadería, despachar y mantener un claro registro de las existencias.

Funciones Específicas

- Es necesario asegurar que la carga almacenada permanezca en buenas condiciones.
- Clasificar los electrodomésticos según su peso y tamaño además de sus respectivas normas de almacenamiento y mantener una fluida comunicación con las distintas áreas del comercial.
- Este perfil de competencia incluye los conocimientos, habilidades y destrezas de las unidades de competencia definidas para el mismo.

Perfil del cargo

Edad: 25 años en adelante.

Género: Indistinto.

Estado civil: Indistinto

Competencia Técnica

Experiencia mínima de un año.

Nivel de educación mínima de bachiller con conocimientos básicos de atención al cliente y de relaciones humanas.

Entrenamiento en el puesto:

De 15 días para conocer el puesto, estructura y organización de la Empresa

Riesgo de enfermedades profesionales

Lesiones lumbares.

Conocimientos y habilidades requeridos

- Deberá tener un estado físico saludable que le permita estar en movimiento durante toda la etapa exigida por su trabajo
- Monitoreado el estado de la mercadería almacenada
- Almacenando y clasificando la mercadería recibida.
- Despachando mercadería hacia el área de Ventas
- Limpiando y ordenando el lugar de trabajo
- En los accesos al trabajo (entradas y salidas)
- Registrando la información relativa a stocks de mercadería.
- Respetando las normas de seguridad dependiendo de las condiciones operativas donde trabaja.

Tipo de Supervisión recibida

Directa pero frecuente con el Gerente Administrativo.

Relaciones Interpersonales Internas

Personal de Ventas y Gerente Administrativo y Asistente

Relaciones Interpersonales Externas

Clientes.

PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE

Custodia de la mercadería.

Control de la mercadería.

Despacho de la mercadería

Manual de Funciones.

Perfil del puesto.

Cargo: Asistente

Función Básica

Colaborar y cumplir con las funciones encomendadas por el Gerente Administrativo, para el mejor desarrollo de las áreas.

Funciones Específicas

- Realizar documentación de ventas realizadas.
- Verifica la existencia de mercadería con Inventario entregado por bodega.
- Realiza, estructura y entrega Informes a Gerente Administrativo.
- Realizar comunicaciones internas de los distintos departamentos.
- Realizar llamadas telefónicas a los clientes de cada ruta.
- Verificación constante de las cuentas de los clientes.
- Visitas a los domicilios una vez por mes en cada ruta.

Perfil del Cargo.

Edad: 20 a 30 años

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Competencias Técnicas

Educación: Educación de Segundo Nivel en Secretariado, Contabilidad o carreras afines.

Experiencia: 1 año en cargos similares.

Capacitación mínima requerida

Cursos generales:

Utilitarios

Word, Excel

Cursos de Especialización:

- Ética y comportamiento humano

Calidad en atención y Servicio al Cliente

Entrenamiento en el puesto:

De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la Empresa.

Ambiente de Trabajo

Oficina compartida.

Especificaciones.**Autoridad para tomar decisiones**

Organización de su trabajo diario.

Tipo de Supervisión recibida.

Directa pero frecuente con las Áreas de Cobranza, Ventas y Bodega.

Relaciones Interpersonales Internas

Con todos las áreas para comunicar y recibir requerimientos dados por el Gerente.

Relaciones Interpersonales Externas

Clientes.

Situación típica

Resolver los requerimientos presentados por las Áreas.

Colaborar en la solución a problemas operativos y administrativos requeridos por la empresa o sus áreas.

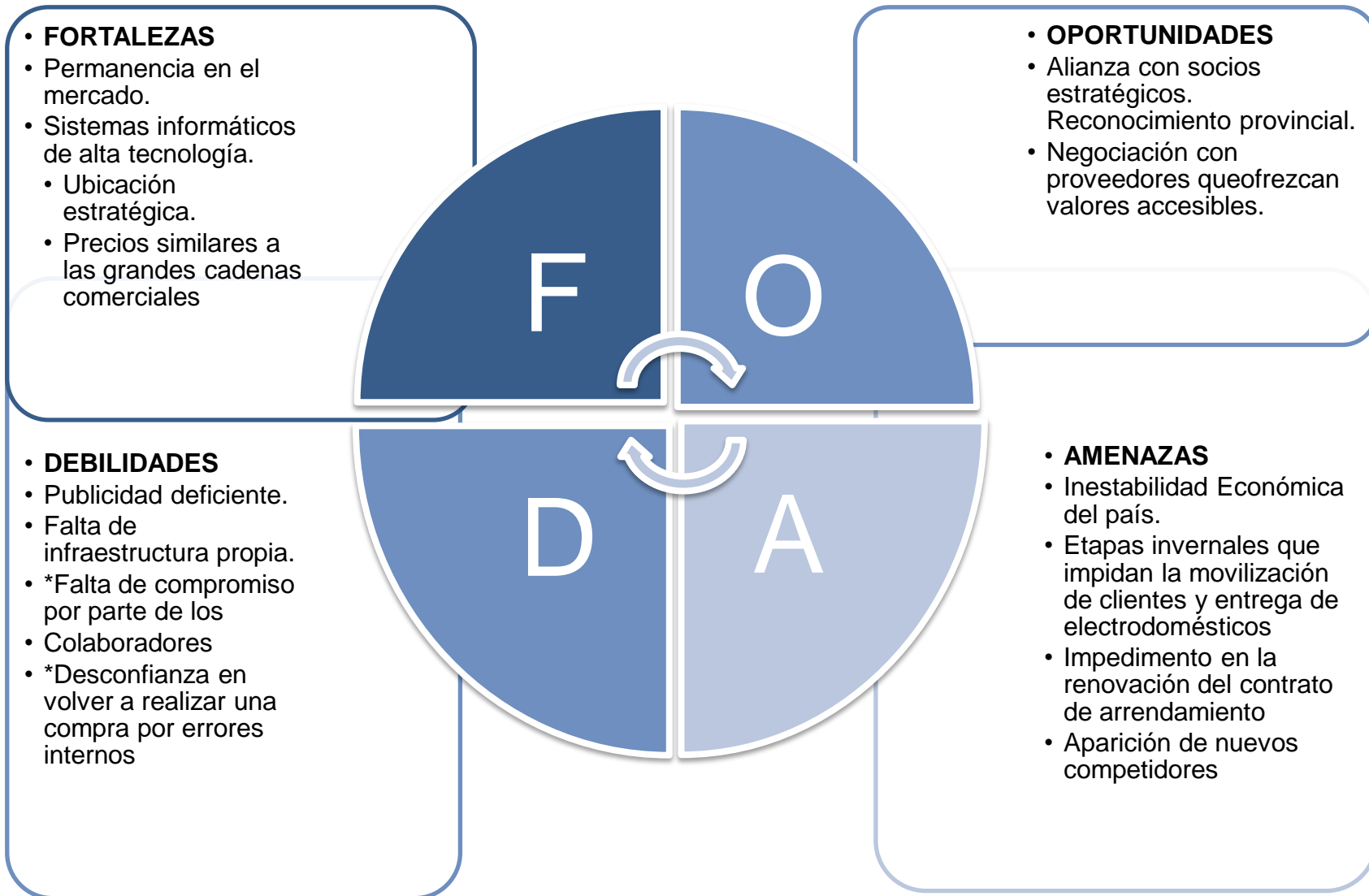
Procesos en los que interviene.

Archivo de Documentación de todas las áreas

Verificación y control del inventario

Lo requerido por las diferentes Áreas.

Grafico 9



Cuadro 16

Matriz FO-FA-DO-DA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>F1. Permanencia en el mercado.</p> <p>F2. Sistemas informáticos de alta tecnología.</p> <p>F3. Ubicación estratégica.</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>D1. Publicidad Deficiente.</p> <p>D2. Falta de infraestructura propia.</p> <p>D3. Falta de compromiso por parte de los Colaboradores</p> <p>D4. Desconfianza en volver a realizar una compra por errores internos</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>O1. Alianza con socios estratégicos.</p> <p>O2. Reconocimiento provincial</p> <p>O3. Negociación con proveedores que ofrezcan valores accesibles.</p>	<p style="text-align: center;">FO (Maxi-Maxi)</p> <p>1.- Mejorar el servicio y calidad de atención al cliente con capacitación permanente a los colaboradores, sumando la modificación complementaria del sistema administrativo de control utilizando la información ya conocida.</p> <p>(F1, F3, O1, O2, O3)</p>	<p style="text-align: center;">DO (Mini-Maxi)</p> <p>1. - Reestructurar el manejo de cartera de distribuidores, selección de personal y manejo de publicidad.</p> <p>(D1, D3, D4, O1, O2, O3)</p>
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>A1. Inestabilidad Económica del país.</p> <p>A2. Etapas invernales que impidan la movilización de clientes y entrega de electrodomésticos</p> <p>A3. Impedimento en la renovación del contrato de arrendamiento</p> <p>A4. Aparición de nuevos</p>	<p style="text-align: center;">FA (Maxi-Mini)</p> <p>1.- Perfeccionar la calidad de servicios, productos y precios sumado a la estabilización en la relación con los proveedores más convenientes</p> <p>(F1, A1, A2, A4)</p>	<p style="text-align: center;">DA (Mini-Mini)</p> <p>1.- Aumentar la variabilidad en los productos y la promoción de los mismos, anexando una inversión en un análisis financiero que determine el plazo para adquirir infraestructura propia</p> <p>(A1, A4, D1, D2, D4,)</p>

5.7.1 Actividades

Para la segmentación y composición del mercado de esta propuesta se han determinado cuatro factores de gran relevancia que influyen en la composición y comportamiento de los mercados.

Aspecto demográfico: Edad: 25 años en adelante (reconociendo que el comprador es uno de los usuarios del producto) sexo: masculino y femenino

Aspecto Geográfico: País: Ecuador: Provincia: del Guayas: Cantón Milagro (determinando que los clientes serán aquellas personas que estén cerca del perímetro urbano).

Aspecto social: Clase social (los clientes pertenecerán a la clase, baja, media y alta).

Aspecto económico; Personas con ingresos promedios de \$300 que tengan la facilidad de un crédito.

MARKETINGMIX

Imagen 4



Producto

Los electrodomésticos que comercializa el comercial Pintag serán colocados con su respectivo embalaje, además de brindar un asesoramiento en cuanto al producto, de esta manera obtendremos satisfacción por parte de los clientes.

La modificación de las características del producto suele ser una de las formas de influir en el mercado.

Imagen 5



Precio

Hay que destacar que el precio es el único elemento que proporciona ingresos, ya que los otros componentes únicamente producen costos.

Sin dejar a un lado que se brindara precios cómodos de acuerdo a las necesidades del mercado y exigencias del cliente.

LISTA DE PRECIOS

CUADRO 17

PRODUCTO	CREDITO	MENSUAL	CONTADO
COCINA INDURAMA VALENCIA 4 QQ BLAN	480,00	40,00	310,00
LAVADORA DAEWOO DW-C700C MANUAL	260,00	30,00	140,00
REFRIGERADORA GLOBAL RG-12AF BLAN	750,00	54,17	510,00
CONGELADOR MAGIC QUEEN PEQUEÑO BLAN	680,00	50,00	460,00
TELEVISOR LCD SONY 32 PULG	900,00	66,00	670,00
MINI COMPONENTE SONY MHC-EX6	380,00	33,00	250,00
LICUADORA OSTER			60,00
DVD LG DV-586			55,00
MOTO LINGKEN LK150-2B	1800,00	100,00	1200,00

Imagen 6



Imagen 7



Imagen 8



Imagen 9



Imagen 10



Plaza

El Comercial Pintag se maneja comercialmente en el Cantón Milagro y zonas aledañas, en las calles Vargas Torres entre Manuel Hidalgo y Enrique Valdez, local de una sola planta.

Promoción

Imagen 11



Se dará a conocer al mercado netamente por sus buenos precios y ofertas, por radio y prensa escrita.

Por la compra de cada electrodoméstico de line blanca el cliente tiene para elegir entre: planchas, ollas arroceras, sandwicheras, extractor de jugos, Dvd's,

Línea de motocicletas: al cliente se le obsequiara 2 cascos y además los primeros 3 meses recibirá mantenimiento gratuito.

Si el cliente realiza los pagos puntales de sus letras tendrá el descuento de las dos últimas letras de pagos.

El transporte por el traslado de los electrodomésticos o motocicletas a comprar será sin ningún costo.

Para poder posibilitar esta propuesta

- 1.- Recolección de información sobre el tema planteado a través de la encuesta.
- 2.- Visita al establecimiento para constatar en qué ambiente están laborando el personal de cobranzas.
- 3.- Identificación de las situaciones críticas del área de cobranzas.
- 4.- Informe Verbal a los administradores las situaciones críticas encontradas
- 5.- Proposición de la Restructuración del Sistema Administrativo de control para el manejo de efectivo en el Área Cobranzas.
- 6.- Realización de cuestionario de preguntas para una encuesta dirigida a los clientes a los cuales se les realiza el servicio de cobranza.
- 7.- Recopilación de la información.
- 8.- Análisis los resultados.
- 9.- Aplicación de la propuesta.

MANUAL DE PROCEDIMIENTO

COMPRA.

OBJETIVO.- Tener un stock en Electrodomésticos y Motocicletas de calidad con el fin de mantener siempre nuestro inventario y de esta manera poder servir y brindar seguridad a los clientes y posibles clientes manteniéndonos en constante competencia en el mercado.

POLÍTICAS:

- Las compras se realizan de lunes a viernes en horarios laborables.
- Se llega a los proveedores a través de la visita de los mismos.
- En caso de agotarse un producto el contacto con el proveedor se lo hará vía telefónica.
- Los pagos se lo realizaran con Cheque en base al plazo de crédito otorgado.
- Dentro del Sistema informático se lleva un registro del inventario, fechas de compras diarias.

Descripción del Proceso

Compra.

GERENTE ADMINISTRATIVOS

1. Identifica productos a comprar.
2. Orden de Pedido Original y Copia
3. Registra firma en original y Copia.
4. Genera reportes sobre el pedido
5. Reporte de pedido

ENCARGADO DE BODEGA

6. Receta del encargado de los Proveedores las compras el reporte original y copia.
7. Revisa en los inventarios y verifica stock existente en el Sistema Informático y en Físico.
8. Reporta y da el visto bueno al área de cobranzas.

COBRANZAS

9. Ingresa el Inventario al Sistema Informático

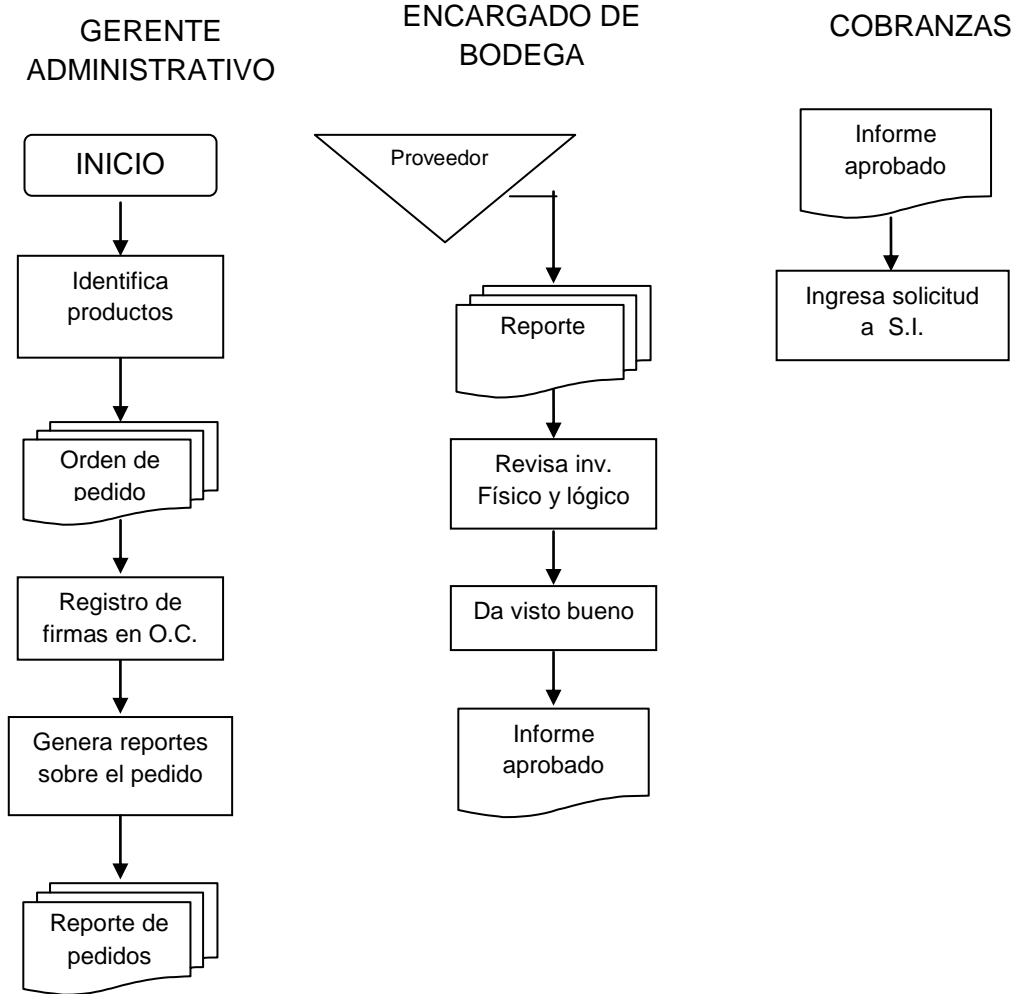
GERENTE ADMINISTRATIVOS

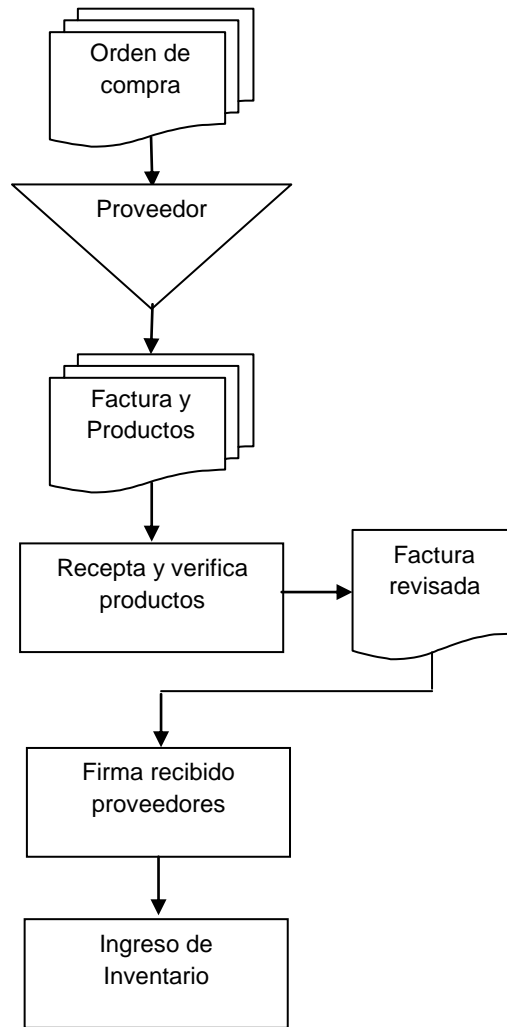
10. Recibe copia y original de la orden de compra.
11. Entrega copia de la orden de compra a los Proveedores.
12. Espera la entrega de producto del proveedor.
13. Receta del proveedor el producto y adjunta facturas.
14. Verifica productos con las facturas y con la orden de compra.
15. Firma y entrega acuse de recibido a Proveedor.
16. Ingresa a inventario y entrega a contabilidad documentación.

CONTADOR

17. Recibir las Facturas por el monto de la compra para su respectiva declaración

DIAGRAMA DE FLUJO





VENTAS

OBJETIVOS.- Vender el máximo de electrodomésticos y motocicletas de calidad con precios módicos y excelente servicio.

POLÍTICAS

PRECIOS:

Los precios de todos los productos incluyen IVA además de que cuentan con su respectiva garantía.

FORMAS DE PAGO:

Se acepta efectivo, cheques

Condiciones de Cheque:

Previa autorización del Gerente Administrativo.

Girados a nombre del Gerente Propietario o en Blanco.

Solo Cheques Nacionales” **NO Extranjeros**”.

Sistema de envío y tiempo de entrega:

Todas las órdenes de compra por parte de los clientes serán enviadas a través de nuestros vendedores.

El despacho de la misma será en el instante en el que el cliente realiza la compra, así de este modo se conoce el domicilio.

Comuníquese de inmediato con nosotros.

Reclamos de las garantías se realizan directamente en el almacén, se hará efectiva la misma previa revisión y verificación.

No se aceptaran devoluciones productos en oferta.

Es responsabilidad del cliente verificar la mercadería entregada.

Cancelación de venta:

En caso de que el cliente haya realizado una compra y sugiere que se le devuelva su dinero, el mismo no se devolverá. El cliente podrá solicitar otros productos para compensar el valor de su compra.

Descripción de Proceso

Ventas

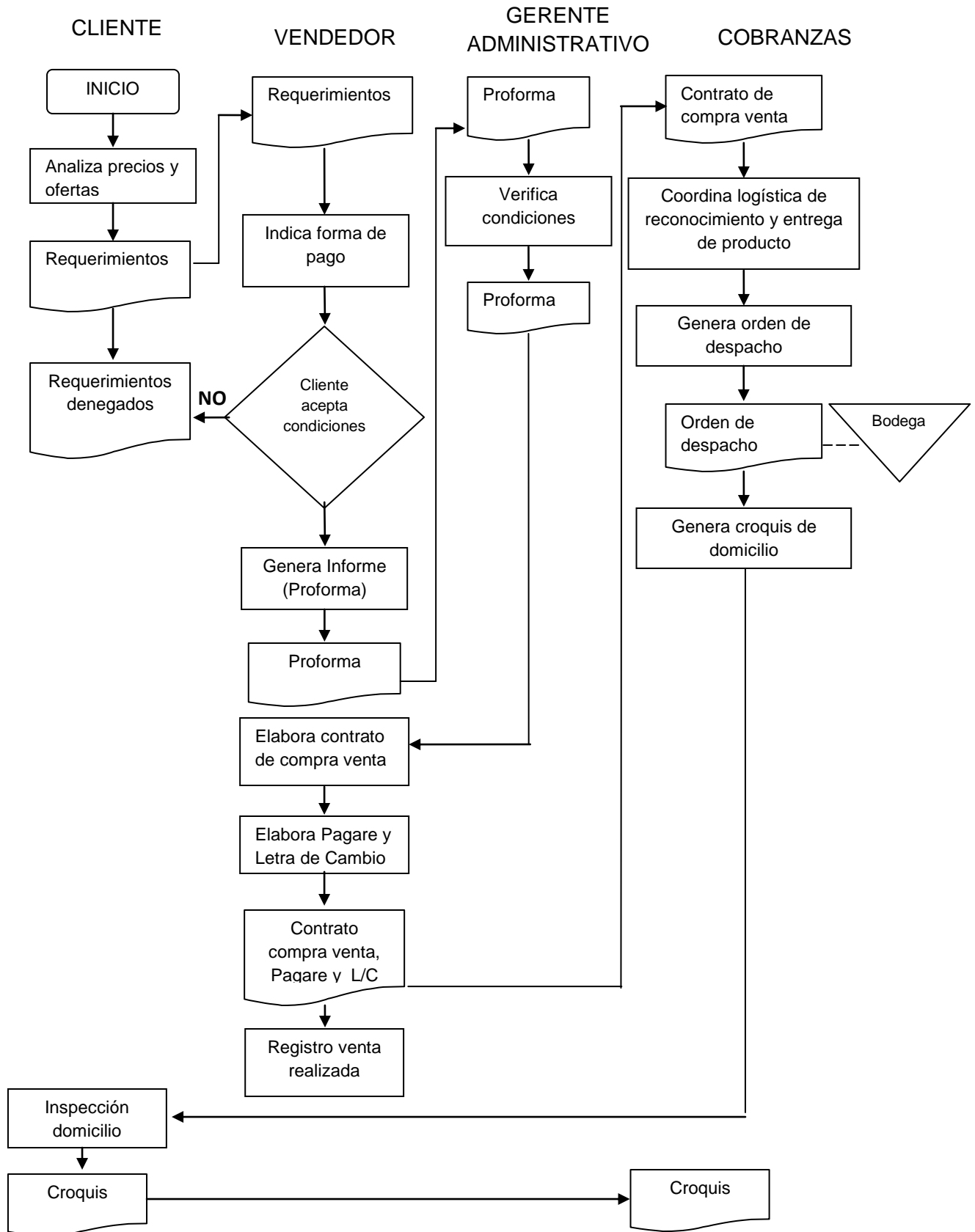
VENDEDOR

1. Atiende al Cliente y recepta requerimiento.
2. Ofrece productos
3. Realiza demostración e indica precios y ofertas.
4. Informa al Cliente las formas de pago: Efectivo o Cheque certificado. En caso de que el cliente no esté conforme con el producto, precio o forma de pago finaliza la venta.
5. Informa al Gerente Administrativo para Visto Bueno.
6. Elaboración de Contrato de Compra-Venta
7. Elaboración de Pagares y Letras de Cambio.
8. Coordina con cobranzas para entrega de la mercadería y reconocimiento del domicilio.
9. Ingresar al Sistema Informático la Venta realizada.

VENEDORES

15. Recibe orden de despacho.
16. Entregan los pedidos a los clientes.
17. Realiza croquis de domicilio del cliente previa visita.
18. Entrega croquis al Área de Cobranzas

DIAGRAMA DE FLUJO



PUBLICIDAD

OBJETIVOS:

Introducirla al mercado un servicio de calidad y calidez acompañado de productos garantizados informando, persuadiendo a los clientes en general acerca de los productos y servicios ofrecidos con el objetivo de incrementar las ventas y por ende la rentabilidad.

POLÍTICAS

- Los gastos Publicitarios no deberán exceder a un valor superior de \$80.00 salvo autorización de Gerencia.
- Para cualquier tipo de publicidad que tenga como fin dar buena imagen a la empresa deberá presentar la respectiva Cotización de publicidad.
- Únicamente el Gerente Administrativo tiene la facultad de realizar cualquier tipo de publicidad.

Descripción del Proceso

PUBLICIDAD

GERENTE ADMINISTRATIVO

1. Acudir a un centro publicitario
2. Elaborar el modelo de anuncio publicitario.
3. Realiza un listado de distinto Medios de Comunicación.
3. Busca en guía telefónica los números de medios de comunicación.
4. Procede a contactarse con medios de comunicación.
5. Solicita cotización de precios a Medios de Comunicación vía telefónica.
6. Recibo Cotización.
7. Evalúa Cotizaciones en base a precios y calidad de medios de comunicación.

8. Valida la mejor opción.
9. Fija días para publicación del anuncio.
10. El pago de la publicidad se lo realiza en efectivo o mediante cheque.
11. Entrega de Facturas.

CONTADOR

19. Recibe Facturas.
20. Verifica firmas y valores a pagar.
21. Cuenta valores.

GERENTE ADMINISTRATIVO

24. Recibe valores para la publicidad.
25. Acude a las oficinas de los Medios de Comunicación.
26. Cancela y Recibe Comprobante de pago de Publicidad.
28. Entrega Factura cancelada.

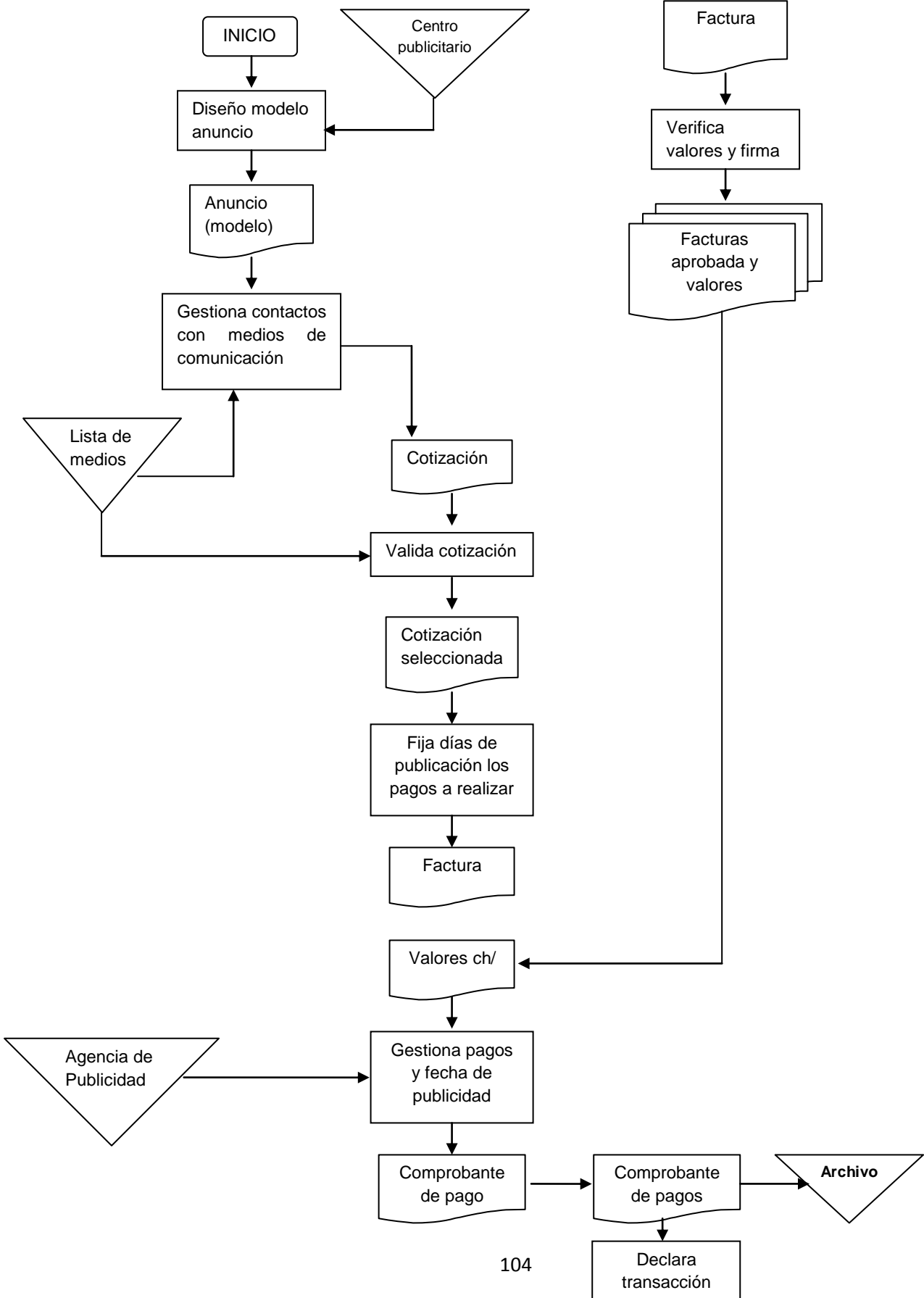
CONTADOR

29. Recibe comprobante de pago y adjunta demás soportes.
30. Archiva documento.
32. Declara y Tributa.

GERENTE ADMINISTRATIVO

DIAGRAMA DE FLUJO

CONTADOR



PAGO DE SERVICIOS BÁSICOS

OBJETIVOS.- Efectuar el pago de planillas de luz, teléfono, de manera puntual, y cumplir con nuestras obligaciones.

POLÍTICAS:

- Los pagos lo realizara el Personal de Cobranzas un día hábil antes de la fecha de vencimiento.
- Se efectuara los pagos en efectivo en ventanilla del Banco.
- Se archivará las planillas de luz y teléfono con su respectivo comprobante de pago
- El dinero será entregado por cobranzas al enviado a realizar os pagos previo a una autorización de gerencia.
- De no cumplirse con lo dispuesto referente a las fechas de pago a cancelarse el encargado (enviado) de los pagos será responsable de los intereses por mora y será descontado de su sueldo.

Descripción del Proceso

Pago de servicios básicos

COBRANZAS

1. Recibe planillas de luz y teléfono
2. Verifica fechas de las planillas (luz y teléfono)
3. Solicita al Gerente Administrativo la autorización para el respectivo pago.

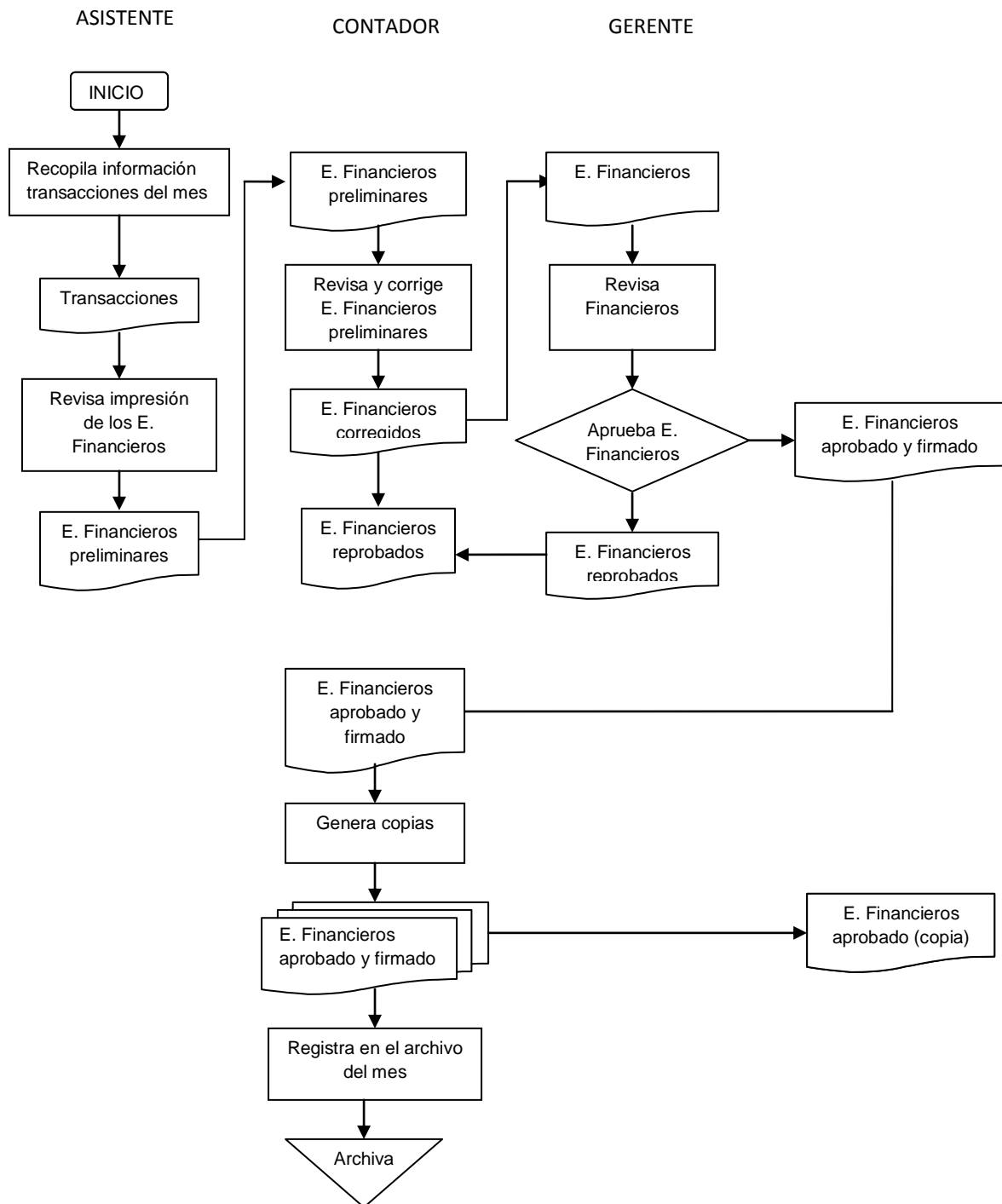
GERENTE ADMINISTRATIVO

4. Entrega autorización de Pago con sus respectivas planillas.
5. Verifica planillas (luz y teléfono)
6. Entrega a personal de cobranzas para cancelación.

COBRANZAS

7. Recibe la documentación con sus respectivas aprobaciones.
8. Recibe dinero en efectivo para respectivo pago.
9. Verifica cantidad de dinero indicada en el documento
10. Realización del pago del servicio.
11. Archivo de planilla con respectivo comprobante cancelado.

DIAGRAMA DE FLUJO



ELABORACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS

OBJETIVOS.- Facilita información del Comercial en un período estipulado y de esta manera brinda a la gerencia los informes necesarios para la toma de decisiones.

POLÍTICAS:

Está estrictamente establecida para el contador la entrega de los estados financieros mensuales, los mismos que deberán ser proporcionados los primeros cinco días laborables del mes que corresponde.

Será netamente obligación y responsabilidad del Contador salvaguardar con el debido control, seguridad y orden permanente de manera física como electrónica los estados financieros debidamente firmados.

Los estados financieros deberán contar con la firma de responsabilidad del Contador.

Descripción del Proceso

Elaboración de estados financieros

ASISTENTE.

1. Recopila información de las respectivas transacciones del mes, incluidas: facturas de compra-venta y retenciones.
2. Revisa soportes de transacciones del mes.
6. Revisa la correcta impresión de los estados financieros preliminares.
7. Entrega estados financieros preliminares al contador.

CONTADOR

8. Realiza estados financieros preliminares.
9. Revisa estados financieros preliminares.
10. Realiza correcciones para revisión final.

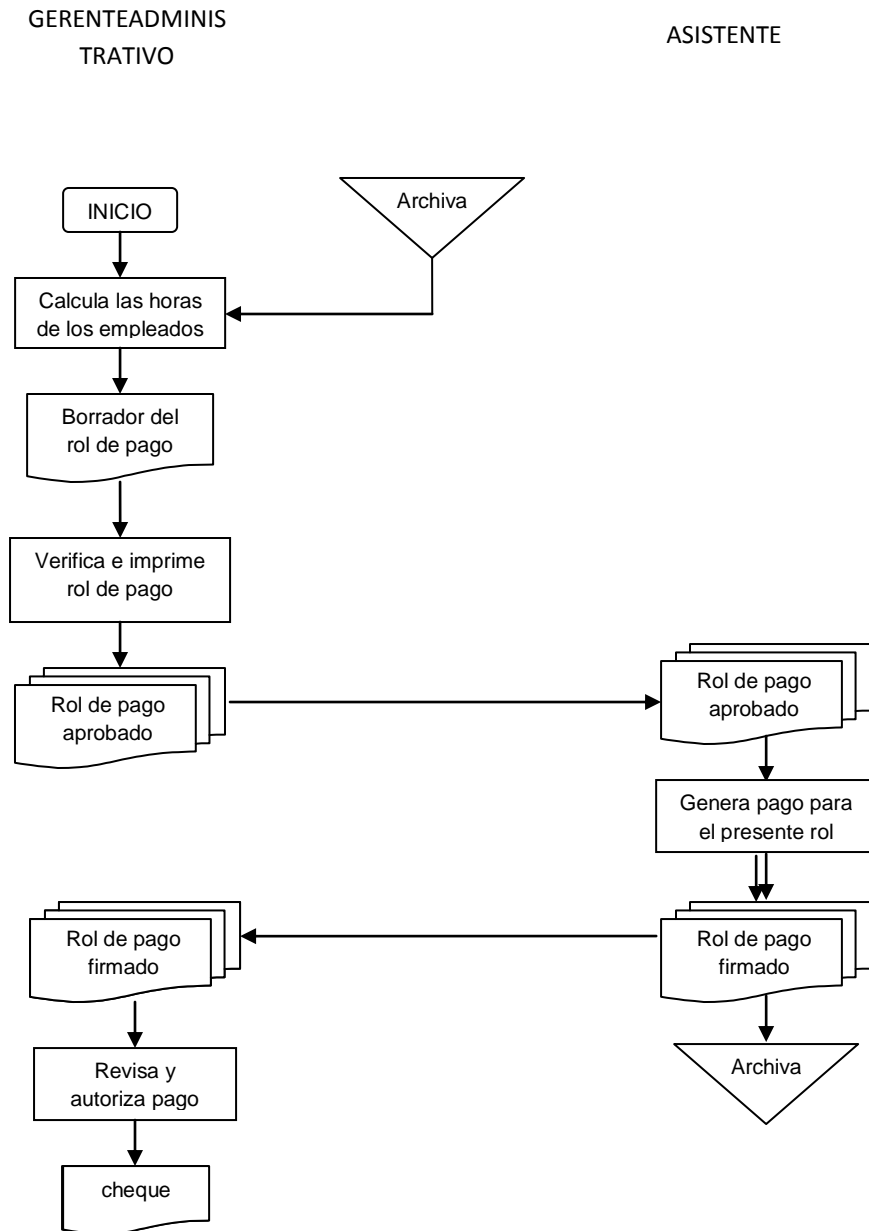
GERENTE

18. Recibe estados financieros.
19. Revisa estados financieros.
20. Aprueba estados financieros. (En el caso de negarlos devuelve al contador.)
22. Entrega estados financieros al Contador para trámite respectivo.
26. Firma los estados financieros.
27. Entrega estados financieros al asistente para su archivo.

CONTADOR

28. Recibe estados financieros.
29. Entrega copia de los estados financieros a la gerencia.
30. Registra en el archivo el mes al que corresponde los estados financieros.
31. Archiva estados financieros.

DIAGRAMA DE FLUJO



PAGO DE SUELDOS

OBJETIVOS.- Efectuar los pagos de manera puntual y eficiente para de esta forma satisfacer las necesidades de los empleados.

POLÍTICAS:

- Se recibirá control de asistencias mensuales hasta el 28 de cada mes.
- Los pagos de sueldos se realizara en días hábiles, 24 horas antes de culminar cada mes.
- Los pagos de anticipos se realizaran la primera quincena de cada mes hasta 30%.
- Los préstamos a empleados se realizara únicamente por enfermedad grave del empleado o familiar cercano hasta segundo grado de consanguinidad y por calamidades domesticas, el monto será hasta dos sueldo unificados.
- Para otorgar préstamos deberá tener laborando por lo menos 1 año ininterrumpido y posterior contrato por el siguiente año, serán deducibles de sus haberes dentro del ejercicio fiscal
- Los sueldos serán cancelados en efectivo.
- Se deberá llevar un registro de anticipos y prestamos y deberá ser actualizado periódicamente

Descripción del Proceso

Pago de sueldos

GERENTE ADMINISTRATIVO

1. Procede a realizar cálculos de cada uno de los empleados.
2. Revisa cálculos.
3. Verifica que estén correctos los valores de acuerdo al soporte por si no están correctos los cálculos.
4. Autoriza el pago mediante la firma en roles.
5. Imprime roles de pago original y copia.
6. Entrega a la asistente roles para respectivo pago.

ASISTENTE

7. Recibe roles aprobados.
8. Procede a retirar previa autorización valores a pagar por roles.
9. Entrega de roles firmados al Gerente Administrativo.

GERENTE

10. Revisa que estén en correcto orden los roles.
11. Autoriza mediante su firma el pago de los empleados.
12. Realización del respectivo pago.

ASISTENTE

13. Archivo documento de pago original y roles debidamente detallados.

DIAGRAMA DE FLUJO

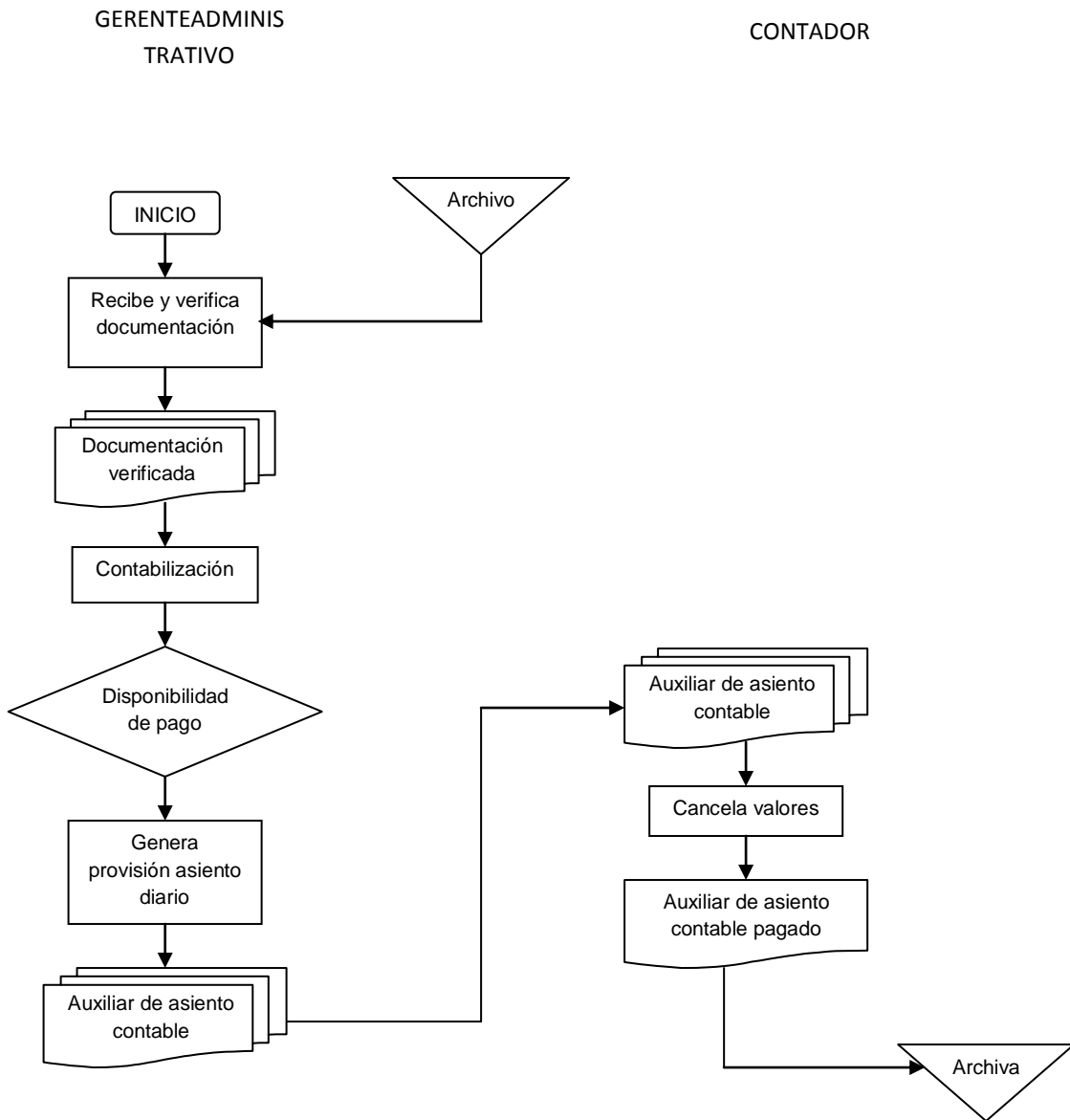
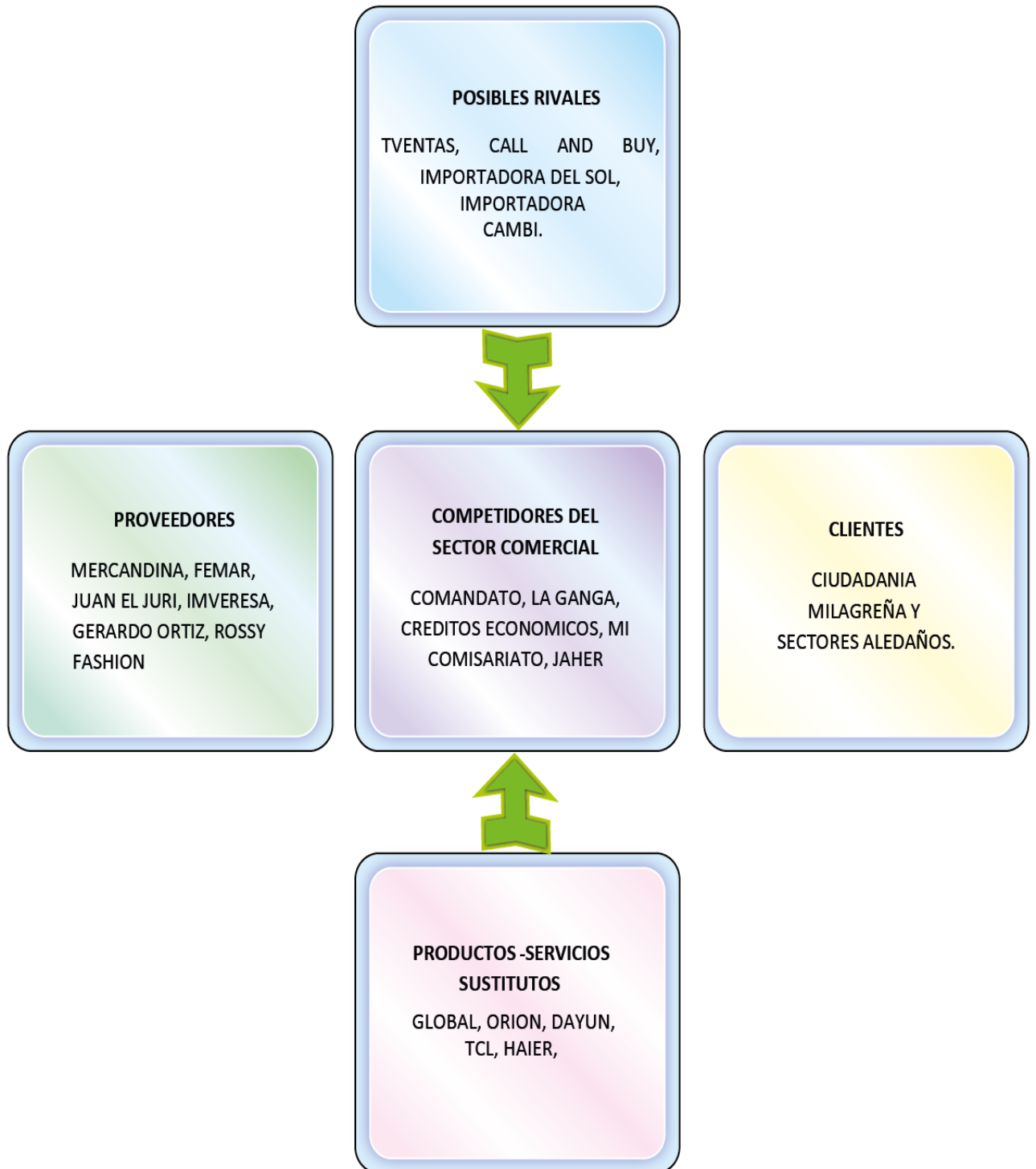


Grafico 10

Cinco fuerzas de Porter



A través de las cinco fuerzas competitivas de PORTER, se puede determinar las consecuencias de rentabilidad a largo y corto plazo en el mercado, la idea es entonces que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos disponibles frente a esta herramienta que rigen la competencia del sector al que pertenecemos.

Esta herramienta de gestión considera que existen cinco fuerzas dentro de una industria, las cuales son las siguientes:

1. Amenaza de la entrada de nuevos competidores.
2. Rivalidad entre competidores existentes.
3. Amenaza de productos/servicio sustituto.
4. Poder de negociación de los compradores/clientes.
5. Poder de negociación de los proveedores.

El emplear adecuadamente estas fuerzas permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa o de la industria a la que se pertenece y, de ese modo, en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas existentes en el mercado.

Análisis del perfil competitivo del sector de las empresas.

F1. Amenaza De Entrada De Potenciales Competidores

Se refiere al deseo que tiene una empresa de ingresar al mercado con el fin de obtener una participación y beneficios del sector. Ingresar en él, dependerá de una serie de barreras creadas por los competidores existentes, el mercado o segmento será atractivo si dichas barreras son fáciles o no de atravesar por los nuevos participantes que tienen la intención de apoderarse de un segmento de mercado.

A continuación se analiza cada una de las barreras que afectan al área de cobranza del comercial Pintag.

1.- Necesidad o inversión en capital

Para la creación o la puesta en marcha de una empresa se requiere una inversión en distintos recursos (infraestructura, equipos, capital de trabajo, publicidad etc.), gastos que fueron realizados por esta empresa, cuando inicio sus actividades comerciales, donde fue relativamente difícil entrar en este dicho, debido a que la inversión era un poco fuerte, sin tener la necesidad de acudir a un financiamiento externo.

Pero sin embargo no fue imposible, todo dependió de encontrar la adopción de socios capitalistas que apoyaron en el emprendimiento del negocio.

2.- Disponibilidad de tecnología

Para iniciar a funcionar el negocio se requiere disponer de mucha tecnología pero por los avances tecnológicos ya no es imposible poder adquirir las maquinarias necesarias y con facilidad de pago por lo que esta barrera no ha representado una dificultad para ingresar en este sector o mercado.

3.- Reglamento de leyes

En este sector de la empresa se puede manifestar que no existen leyes restrictivas que impidieron la apertura de este tipo de negocio.

Sin embargo como toda actividad lícita que se pretenda realizar, es necesario cumplir con una serie de requisitos que parten desde el trámite de la patente, certificados de salud, permiso del cuerpo de bomberos, hasta el permiso otorgado por la intendencia.

4.- Canales de distribución

Para la distribución del producto que se ofrece en el mercado se requiere disponer de una línea de distribución externa o alguna en particular, debido a que la empresa tiene varias coberturas en este mercado.

5.- Respuesta esperada por los competidores establecidos

Se refiere a la posible respuesta agresiva que podemos tener de las empresas ya establecidas o posicionadas en el sector o segmento al cual se pretende ingresar.

Estas barreras dependen de algunos factores como:

- **Las empresas establecidas tienen recursos para defenderse**

Podemos manifestar que los competidores existentes no fueron obstáculo para la realización de la inversión, debido a que la mayoría de las empresas corresponde a la primera categoría, además el servicio ofrecido por ellos es diferente al nuestro, y disponen de muchos recursos financieros, como operativos para establecer una resistencia o hacernos frente a nuestra presencia en el mercado.

- **Crecimiento del sector es bajo o limitado**

En los últimos años el mercado en este tipo de actividad, está liderado por dos o tres empresas de esta localidad, sin embargo no satisfacen las expectativas de todo el mercado nacional. Existiendo entonces una oportunidad para aprovechar, explotar y liderar el mercado. En consecuencia el sector tiene la capacidad de poder absorber a nuevos participantes.

F2. Rivalidad Entre Empresas Competidoras

Esta fuerza consiste en alcanzar una posición de privilegio y de captar la preferencia del cliente entre las empresas rivales. La rivalidad competitiva se intensifica cuando los actos de un competidor afectan a las demás empresas de su sector, haciendo que estas últimas emprendan medidas correctivas para neutralizarlos.

La rivalidad entre competidores puede adoptar distintas formas como competir por precios utilizando otras estrategias competitivas como promociones, descuentos, entre otros a fin de captar más consumidores.

En cuanto al marketing, la rivalidad es fuerte cuando no se está satisfecho con la posición en el mercado y se realizan estrategias más agresivas (aumento de

publicidad, promover precios especiales), entre otros. Asimismo la intensidad de la rivalidad entre estos competidores depende de varios factores como:

- Número y tamaño de competidores
- Crecimiento del sector
- Diferenciación del producto
- Barreras de salida

A continuación se realiza un análisis de lo antes descrito, pero aplicado a nuestro proyecto:

- **Número y tamaño de los competidores**

Es importante manifestar que en el sector que se pretende ingresar no existe una competencia tan directa, si lo observamos desde el punto de vista el servicio que ofrecemos, el sector comercial cuenta con alto movimiento competitivo.

- **Crecimiento del sector**

Como se lo mencionó anteriormente el sector de las empresas fumigadoras está experimentando un crecimiento notable, lo que hace que los productores ya establecidos traten de maximizar sus recursos para atender a la demanda. En relación a la prestación del servicio el mercado es poco explotado es decir la competencia es débil, motivo por el cual la presencia de esta empresa se convierte en un duro rival para la actual competencia existente.

- **Diferenciación del producto**

Entre las empresas existentes en este cantón se halla una relativa preferencia por dos empresas rivales, debido a la demanda de estos productos cuentan con alta demanda en este casco comercial. Los clientes según las encuestas realizadas basan su decisión de compra en la atención y promociones, por ello es importante brindar un servicio diferente que cumpla con las necesidades y requerimiento de las personas, de esta manera podemos crear una relación de larga duración entre la empresa y la lealtad de los clientes.

- **Barreras de salida**

En la parte legal podemos decir que no existen leyes que obliguen a cerrar la empresa, solo en el caso en que no se cumplan a tiempo con el pago de los permisos e impuestos.

F3. Amenaza De Productos Sustitutos

Hace referencia a la entrada potencial o existencia de empresas que ofrecen el mismo producto/servicio, que pueden desempeñar la misma función o en su caso ser alternativos a los del sector objeto de estudio, es decir pueden llegar a satisfacer de manera similar las necesidades de los clientes, pero difieren en características específicas. En un sector el sustituto del producto o servicio puede imponer un límite a los precios de esta clase de servicio.

La disponibilidad de sustitutos origina que el cliente este constantemente comparando calidad, precio, cantidad, beneficio e innovación, esperado frente a los costos cambiantes de los competidores.

Podemos manifestar que en el sector empresarial en el cual se encuentra esta empresa cuenta con muchos competidores como CRÉDITOS ECONÓMICOS, LA GANGA, COMANDATO, COMISARIATO, JAHER ENTRE OTROS

F4. Poder De Negación De Los Compradores/Clientes

Se refiere a la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o clientes sobre sus proveedores, esto se puede originar cuando existe una cantidad de compradores limitada, cuando sucede esto su capacidad de negociación es mayor, ya que al no haber mucha demanda de productos, ellos pueden exigir precios bajos.

En el sector empresarial, podemos referir que existe una cantidad importante de compradores potenciales que estarían dispuestos a solicitar nuestros productos, esto lo podemos corroborar al analizar las encuestas donde observamos que los encuestados prefieren, calidad, promociones y descuentos.

No obstante nuestra propuesta está encaminada a fortalecer los procesos de cobranza, puesto que se ha presentado problemas en la recaudación de dinero.

F5. Poder De Negociación De Los Proveedores

Se refiere a la capacidad de negociación con que disponen los proveedores sobre sus clientes, por ejemplo, si la cantidad de proveedores es reducida, mayor será su capacidad de negociación, debido a que no existe tantos ofertantes de materia prima, estos pueden incrementar los precios de acuerdo a su conveniencia.

El poder de negociación de los proveedores también se puede dar por las siguientes razones:

- Los productos del grupo de proveedores están diferenciados y el costo de cambiarlos es alto.
- El grupo de proveedores representa una amenaza de integración hacia adelante.
- Cuando el producto que comercializa el proveedor tiene pocos sustitutos y es importante para el comprador.
- Cuando el comprador no representa un cliente importante para el proveedor.

El poder de negociación de los proveedores en el sector empresarial se considera que es relativamente alto y bajo, ya que existen muchos proveedores utilizados por nuestra empresa, MERCANDINA, FEMAR, JUAN EL JURI, IMVERESA, GERARDO ORTIZ, ROSSY FASHION, serán obtenidos de otras plazas grandes de mercado como los de la ciudad de Guayaquil.

Con respecto a suministros, u otros gastos operativos serán obtenidos de empresas situadas en este cantón, ya que existen muchos en el sector por lo que tendrán un mediano poder de negociación.

En cuanto al costo de cambiar de proveedor no es elevado debido a que existe un gran número de los mismos, lo que nos permitirá contar con una gran variedad de abastecedores de donde escoger los insumos de calidad a un buen precio.

5.7.2 Recurso, análisis financiero.

Cuadro 18

ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
4	Escritorio	450,00	1.800,00
5	silla ejecutivas	115,00	575,00
4	Sillas de espera	50,00	200,00
4	Archivadores de 2 gavetas	150,00	600,00
5	vitrina	120,00	600,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		3.775,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
2	Aire acondicionado	815,25	1.630,50
1	Teléfono con línea telefónica	150,00	150,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		1.780,50
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
4	Computadora Marca LG	750,00	3.000,00
3	Impresora multifunción	125,00	375,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		3.375,00
	VEHICULO		
1	FURGON	45000,00	45000,00
2	CAMIONETA	20544,00	41088,00
	TOTAL DE VEHICULO		86.088,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		95.018,50

Cuadro 19

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	3.775,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3.375,00
VEHICULO	86.088,00
EQUIPO DE OFICINA	1.780,50
TOTAL DE LA INVERSION	95.018,50

Cuadro 22

GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERGIA ELECTRICA	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00	556,20	572,89	590,07	607,77
TELEFONO	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	384,00	395,52	407,39	419,61	432,20
COMBUSTIBLE	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
ARRIENDO	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	9.200,00	18.000,00	35.600,00	70.800,00
PERMISOS	120,00												120,00	123,60	127,31	131,13	135,06
SUMINISTRO	80,00		40,00		40,00		40,00		40,00		40,00		280,00	288,40	297,05	305,96	315,14
DEP. MUEBLES Y ENSERES	31,46	31,46	31,46	31,46	31,46	31,46	31,46	31,46	31,46	31,46	31,46	31,46	377,50	377,50	377,50	377,50	377,50
DEP. DE EQUIPO DE COMP.	92,81	92,81	92,81	92,81	92,81	92,81	92,81	92,81	92,81	92,81	92,81	92,81	1.113,75	1.113,75	1.113,75	-	-
DEP VEHICULO	358,70	358,70	358,70	358,70	358,70	358,70	358,70	358,70	358,70	358,70	358,70	358,70	4.304,40	4.304,40	4.304,40	4.304,40	4.304,40
DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	14,84	14,84	14,84	14,84	14,84	14,84	14,84	14,84	14,84	14,84	14,84	14,84	178,05	178,05	178,05	178,05	178,05
TOTAL GASTOS GENERALES	1.204,81	1.004,81	1.044,81	1.004,81	1.044,81	1.004,81	1.044,81	1.004,81	1.044,81	1.004,81	1.044,81	1.004,81	12.457,70	16.908,22	25.760,26	42.300,10	77.555,31
OTROS GASTOS	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIALES DE LIMPIEZA	40,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	260,00	267,80	275,83	284,11	292,63
TOTAL DE OTROS GASTOS	40,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	260,00	267,80	275,83	284,11	292,63
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	4.588,42	4.368,42	4.408,42	4.368,42	4.408,42	4.368,42	4.408,42	4.368,42	4.408,42	4.368,42	4.408,42	4.368,42	52.841,08	53.223,07	63.124,95	80.746,14	117.115,13

Cuadro 23

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS																		
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	252.000,00	264.600,00	277.830,00	291.721,50	306.307,58	1.392.459,08
(-) COSTO	10.100,00	10.300,00	10.300,00	10.300,00	10.300,00	10.300,00	10.300,00	10.300,00	10.300,00	10.300,00	10.300,00	10.300,00	123.400,00	127.102,00	130.915,06	134.842,51	138.887,79	655.147,36
UTILIDAD BRUTA	10.900,00	10.700,00	10.700,00	10.700,00	10.700,00	10.700,00	10.700,00	10.700,00	10.700,00	10.700,00	10.700,00	10.700,00	128.600,00	137.498,00	146.914,94	156.878,99	167.419,79	737.311,72
COSTOS INDIRECTOS	4.588,42	4.368,42	4.408,42	4.368,42	4.408,42	4.368,42	4.408,42	4.368,42	4.408,42	4.368,42	4.408,42	4.368,42	52.841,08	53.223,07	63.124,95	80.746,14	117.115,13	367.050,37
UTILIDAD OPERACIONAL	6.311,58	6.331,58	6.291,58	6.331,58	6.291,58	6.331,58	6.291,58	6.331,58	6.291,58	6.331,58	6.291,58	6.331,58	75.758,92	84.274,93	83.789,99	76.132,85	50.304,66	370.261,35
(-) GASTOS FINANCIEROS	386,41	379,97	373,53	367,09	360,65	354,21	347,77	341,33	334,89	328,45	322,01	315,57	4.636,90	3.709,52	2.782,14	1.854,76	927,38	13.910,71
UTILIDAD ANTES PART. IMP	5.925,17	5.951,61	5.918,05	5.964,49	5.930,93	5.977,37	5.943,81	5.990,25	5.956,69	6.003,13	5.969,57	6.016,01	71.122,02	80.565,41	81.007,85	74.278,09	49.377,28	356.350,64
PARTICIPACION EMPLEADOS	889,03	889,03	889,03	889,03	889,03	889,03	889,03	889,03	889,03	889,03	889,03	889,03	10.668,30	12.084,81	12.151,18	11.141,71	7.406,59	53.452,60
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	5.036,14	5.062,58	5.029,02	5.075,46	5.041,90	5.088,34	5.054,78	5.101,22	5.067,66	5.114,10	5.080,54	5.126,98	60.453,71	68.480,60	68.856,67	63.136,37	41.970,69	302.898,04
IMPUESTO RENTA	1.259,45	1.259,45	1.259,45	1.259,45	1.259,45	1.259,45	1.259,45	1.259,45	1.259,45	1.259,45	1.259,45	1.259,45	15.113,43	17.120,15	17.214,17	15.784,09	10.492,67	129.177,11
UTILIDAD NETA	3.776,69	3.803,13	3.769,57	3.816,01	3.782,45	3.828,89	3.795,33	3.841,77	3.808,21	3.854,65	3.821,09	3.867,53	45.340,29	51.360,45	51.642,50	47.352,28	31.478,02	227.173,53

Cuadro 24

BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	71.299,59	126.260,84	178.241,29	222.217,86	243.733,15
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	71.299,59	126.260,84	178.241,29	222.217,86	243.733,15
ACTIVOS FIJOS	95.018,50	95.018,50	95.018,50	95.018,50	95.018,50
DEPRECIAC. ACUMULADA	5.973,70	11.947,40	17.921,10	22.781,05	27.641,00
TOTAL DE ACTIVO FIJO	89.044,80	83.071,10	77.097,40	72.237,45	67.377,50
TOTAL DE ACTIVOS	160.344,39	209.331,94	255.338,69	294.455,31	311.110,65
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	23.184,51	17.388,39	11.592,26	5.796,13	
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	10.668,30	12.084,81	12.151,18	11.141,71	7.406,59
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	15.113,43	17.120,15	17.214,17	15.784,09	10.492,67
TOTAL PASIVO	48.966,25	46.593,35	40.957,60	32.721,93	17.899,26
PATRIMONIO					
APOORTE CAPITAL	66.037,86	66.037,86	66.037,86	66.037,86	66.037,86
UTILIDAD DEL EJERCICIO	45.340,29	51.360,45	51.642,50	47.352,28	31.478,02
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	45.340,29	96.700,73	148.343,23	195.695,51
TOTAL PATRIMONIO	111.378,14	162.738,59	214.381,09	261.733,37	293.211,39
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	160.344,39	209.331,94	255.338,69	294.455,31	311.110,65
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Cuadro 25

FLUJO DE CAJA																			
	AÑO 0	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS																			
VENTAS	-	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	252.000,00	264.600,00	277.830,00	291.721,50	306.307,58	1.392.459,08
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	252.000,00	264.600,00	277.830,00	291.721,50	306.307,58	1.392.459,08
EGRESOS OPERATIVOS																			
INVERSION INICIAL	95.018,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	3.343,62	3.343,62	3.343,62	3.343,62	3.343,62	3.343,62	3.343,62	3.343,62	3.343,62	3.343,62	3.343,62	3.343,62	40.123,38	36.047,05	37.088,86	38.161,93	39.267,19	190.688,41
GASTOS GENERALES	-	707,00	507,00	547,00	507,00	547,00	507,00	547,00	507,00	547,00	507,00	547,00	507,00	6.484,00	10.934,52	19.786,56	37.440,15	72.695,36	147.340,58
OTROS GASTOS		40,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	260,00	267,80	275,83	284,11	292,63	1.380,38
COSTO DE VENTA	-	10.100,00	10.100,00	10.100,00	10.100,00	10.100,00	10.100,00	10.100,00	10.100,00	10.100,00	10.100,00	10.100,00	10.100,00	123.400,00	127.102,00	130.915,06	134.842,51	138.887,79	655.147,36
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.668,30	12.084,81	12.151,18	11.141,71	7.406,59
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15.113,43	17.120,15	17.214,17	15.784,09	10.492,67
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	95.018,50	14.190,62	13.970,62	14.010,62	13.970,62	14.010,62	13.970,62	14.010,62	13.970,62	14.010,62	13.970,62	14.010,62	13.970,62	170.267,38	200.133,10	217.271,27	240.094,05	278.068,77	1.012.455,99
FLUJO OPERATIVO	-95.018,50	6.809,39	7.029,39	6.989,39	7.029,39	6.989,39	7.029,39	6.989,39	7.029,39	6.989,39	7.029,39	6.989,39	7.029,39	81.732,62	64.466,90	60.558,73	51.627,45	28.238,81	286.624,50
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
PRESTAMO BANCARIO	28.980,64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	28.980,64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS																			
INVERSIONES																			
PAGO DE CAPITAL	-	483,01	483,01	483,01	483,01	483,01	483,01	483,01	483,01	483,01	483,01	483,01	483,01	5.796,13	5.796,13	5.796,13	5.796,13	5.796,13	28.980,64
PAGO DE INTERESES	-	386,41	379,97	373,53	367,09	360,65	354,21	347,77	341,33	334,89	328,45	322,01	315,57	4.636,90	3.709,52	2.782,14	1.854,76	927,38	13.910,71
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	869,42	862,98	856,54	850,10	843,66	837,22	830,78	824,34	817,90	811,46	805,02	798,58	10.433,03	9.505,65	8.578,27	7.650,89	6.723,51	42.891,35
FLUJO NETO NO OPERATIVO	28.980,64	-869,42	-862,98	-856,54	-850,10	-843,66	-837,22	-830,78	-824,34	-817,90	-811,46	-805,02	-798,58	-10.433,03	-9.505,65	-8.578,27	-7.650,89	-6.723,51	-42.891,35
FLUJO NETO	-66.037,86	5.939,97	6.166,41	6.132,85	6.179,29	6.145,73	6.192,17	6.158,61	6.205,05	6.171,49	6.217,93	6.184,37	6.230,81	71.299,59	54.961,25	51.980,46	43.976,56	21.515,30	243.733,15
SALDO INICIAL																			
FLUJO ACUMULADO	-	5.939,97	12.106,37	18.239,22	24.418,50	30.564,23	36.756,40	42.915,00	49.120,05	55.291,54	61.509,46	67.693,83	73.924,64	71.299,59	126.260,84	178.241,29	222.217,86	243.733,15	

Cuadro 26

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-95.018,50	81.732,62	64.466,90	60.558,73	51.627,45	28.238,81

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	17%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	286.624,50
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	95.018,50
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	60,33%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		195.193,00
VAN	POSITIVO	100.174,50
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,95
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	94,85
TASA INTERNA DE RETORNO		66%

Cuadro 27
PROPUESTA

ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
1	Escritorio	250,00	250,00
1	silla ejecutivas	100,00	100,00
3	Sillas de espera	25,00	75,00
1	Archivadores de 2 gavetas	150,00	150,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		575,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
1	Aire acondicionado	815,25	815,25
1	Teléfono con línea telefónica	150,00	150,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		965,25
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
1	Computadora Marca LG	750,00	750,00
1	Impresora multifunción	125,00	125,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		875,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		2.415,25

Cuadro 28

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	575,00
EQUIPO DE COMPUTACION	875,00
EQUIPO DE OFICINA	965,25
TOTAL DE LA INVERSION	2.415,25

Cuadro 30

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO																		
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	108.000,00	113.400,00	119.070,00	125.023,50	131.274,68	596.768,18
(-) COSTO	30,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.060,00	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18	1.911,29
UTILIDAD BRUTA	8.970,00	8.700,00	8.700,00	8.700,00	8.700,00	8.700,00	8.700,00	8.700,00	8.700,00	8.700,00	8.700,00	5.940,00	107.640,00	113.029,20	118.688,08	124.630,12	130.869,49	594.856,89
COSTOS INDIRECTOS	463,45	463,45	503,45	463,45	503,45	463,45	503,45	463,45	503,45	463,45	503,45	463,45	5.761,38	5.306,01	5.443,99	5.297,36	5.443,74	27.252,47
UTILIDAD OPERACIONAL	8.506,55	8.236,55	8.196,55	8.236,55	8.196,55	8.236,55	8.196,55	8.236,55	8.196,55	8.236,55	8.196,55	5.476,55	101.878,63	107.723,19	113.244,09	119.332,76	125.425,75	567.604,41
(-) GASTOS FINANCIEROS																		
UTILIDAD ANTES PART. IMP	8.506,55	8.236,55	8.196,55	8.236,55	8.196,55	8.236,55	8.196,55	8.236,55	8.196,55	8.236,55	8.196,55	5.476,55	101.878,63	107.723,19	113.244,09	119.332,76	125.425,75	567.604,41
PARTICIPACION EMPLEADOS	1.273,48	1.273,48	1.273,48	1.273,48	1.273,48	1.273,48	1.273,48	1.273,48	1.273,48	1.273,48	1.273,48	1.273,48	15.281,79	16.158,48	16.986,61	17.899,91	18.813,86	85.140,66
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	7.233,07	6.963,07	6.923,07	6.963,07	6.923,07	6.963,07	6.923,07	6.963,07	6.923,07	6.963,07	6.923,07	4.203,07	86.596,83	91.564,71	96.257,47	101.432,85	106.611,89	482.463,75
IMPUESTO RENTA	1.804,10	1.804,10	1.804,10	1.804,10	1.804,10	1.804,10	1.804,10	1.804,10	1.804,10	1.804,10	1.804,10	1.804,10	21.649,21	22.891,18	24.064,37	25.358,21	26.652,97	205.756,60
UTILIDAD NETA	5.428,97	5.158,97	5.118,97	5.158,97	5.118,97	5.158,97	5.118,97	5.158,97	5.118,97	5.158,97	5.118,97	2.398,97	64.947,62	68.673,53	72.193,10	76.074,64	79.958,92	361.847,81

Cuadro 31

BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	102.321,40	173.556,36	248.193,57	326.629,37	408.951,02
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	102.321,40	173.556,36	248.193,57	326.629,37	408.951,02
ACTIVOS FIJOS	2.415,25	2.415,25	2.415,25	2.415,25	2.415,25
DEPRECIAC. ACUMULADA	442,78	885,55	1.328,33	1.482,35	1.636,38
TOTAL DE ACTIVO FIJO	1.972,48	1.529,70	1.086,93	932,90	778,88
TOTAL DE ACTIVOS	104.293,88	175.086,06	249.280,49	327.562,27	409.729,90
PASIVO					
CORRIENTE					
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	15.281,79	16.158,48	16.986,61	17.899,91	18.813,86
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	21.649,21	22.891,18	24.064,37	25.358,21	26.652,97
TOTAL PASIVO	36.931,00	39.049,66	41.050,98	43.258,13	45.466,84
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	2.415,25	2.415,25	2.415,25	2.415,25	2.415,25
UTILIDAD DEL EJERCICIO	64.947,62	68.673,53	72.193,10	76.074,64	79.958,92
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	64.947,62	133.621,15	205.814,26	281.888,89
TOTAL PATRIMONIO	67.362,87	136.036,40	208.229,51	284.304,14	364.263,06
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	104.293,88	175.086,06	249.280,49	327.562,27	409.729,90
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Cuadro 32

FLUJO DE CAJA PROYECTADO																			
	AÑO 0	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS																			
VENTAS	-	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	108.000,00	113.400,00	119.070,00	125.023,50	131.274,68	596.768,18
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	108.000,00	113.400,00	119.070,00	125.023,50	131.274,68	596.768,18
EGRESOS OPERATIVOS																			
INVERSION INICIAL	2.415,25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	4.758,60	4.286,44	4.407,11	4.531,40	4.659,43	22.642,98
GASTOS GENERALES	-	30,00	30,00	70,00	30,00	70,00	30,00	70,00	30,00	70,00	30,00	70,00	30,00	560,00	576,80	594,10	611,93	630,28	2.973,12
COSTO DE VENTA	-	30,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.060,00	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18	1.911,29
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15.281,79	16.158,48	16.986,61	17.899,91	18.813,86
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21.649,21	22.891,18	24.064,37	25.358,21	26.652,97
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	2.415,25	456,55	726,55	766,55	726,55	766,55	726,55	766,55	726,55	766,55	726,55	766,55	3.486,55	5.678,60	42.165,04	44.432,79	46.587,69	48.953,02	72.994,22
FLUJO OPERATIVO	-2.415,25	8.543,45	8.273,45	8.233,45	8.273,45	8.233,45	8.273,45	8.233,45	8.273,45	8.233,45	8.273,45	8.233,45	5.513,45	102.321,40	71.234,96	74.637,21	78.435,81	82.321,65	408.951,02
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS																			
INVERSIONES																			
PAGO DE CAPITAL	-																		
PAGO DE INTERESES	-																		
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FLUJO NETO NO OPERATIVO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FLUJO NETO	-2.415,25	8.543,45	8.273,45	8.233,45	8.273,45	8.233,45	8.273,45	8.233,45	8.273,45	8.233,45	8.273,45	8.233,45	5.513,45	102.321,40	71.234,96	74.637,21	78.435,81	82.321,65	408.951,02
SALDO INICIAL																			
FLUJO ACUMULADO	-	8.543,45	16.816,90	25.050,35	33.323,80	41.557,25	49.830,70	58.064,15	66.337,60	74.571,05	82.844,50	91.077,95	96.591,40	102.321,40	173.556,36	248.193,57	326.629,37	408.951,02	

Cuadro 33

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-97.415,25	102.321,40	71.234,96	74.637,21	78.435,81	82.321,65

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	17%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	408.951,02
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	77.415,25
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	105,65%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		265.498,66
VAN	POSITIVO	168.083,41
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,58
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	57,96
TASA INTERNA DE RETORNO		86%

5.7.3 Impacto

La rentabilidad de la comercializadora PINTAG se verá beneficiada ya que con la Restructuración del Sistema Administrativo de control para el manejo de efectivo en el Área Cobranzas, se tendrá un mayor control de los movimientos de recaudación, y así evitar la fuga de efectivo

Se incrementara talento humano calificado que será clave en el control de los cobros que realiza semanalmente, así se podrá optimizar las actividades operativas de la comercializadora.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 34

Nº	ACTIVIDADES	MESES 2013											
		ENERO				FEBRERO				MARZO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Aceptación del Propietario del comercial	■											
2	Reestructuración Organizacional		■	■									
3	Desarrollo del Manual de Procedimientos				■	■	■						
4	Contratación del personal							■					
5	Capacitación								■				
6	Implementación de procesos									■	■	■	
7	Aplicación de la propuesta												■

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Dentro de los lineamientos para evaluar la propuesta **“Reestructuración del sistema administrativo de control para el manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag de la ciudad de Milagro”** se empieza con la recopilación de información oportuna sobre el tema planteado, la aplicación un tipo de encuesta que está dirigida a los clientes que realizan los pagos en sus domicilios en las que son visitados por los recaudadores, para saber de una forma directa que criterio tenían sobre el manejo de cobro que se realiza, como calificaban el servicio brindado y por ultimo si llenaban las expectativas de ellos. Una vez obtenida esta información se procedió a formular esta propuesta, con el claro objetivo de establecer una reestructuración bien definida con bases sólidas en la parte administrativa.

BIBLIOGRAFIA

AVILÉS, C.V: Metodología de la Investigación Científica, Quito, Sur Editores.(2009).

BREALEY, Richard & Simons Alexander Principios Finanzas Corporativas, España (1998)

HORACIO, L. S: Contabilidad Administración y Economía. Buenos Aires (2001)

ECUADOR, I. D: Control Interno. Marco Integrado, Guía para la Supervisión de Sistema de Control Interno, Quito (2009).

VILLALVA, Carlos: Guía para la elaboración de Anteproyectos y Proyectos (2004)

http://www3.espe.edu.ec:8700/handle/21000/1058/browse?type=title&sort_by=1&order=ASC&rpp=20&etal=-1&null=&offset=180

<http://www.monografias.com/trabajos28/sistema-inscripcion/sistema-inscripcion.shtml>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Fundamentos-De-Control-Administrativo/1308830.html>

http://www.normalsanpedroalejandrino.edu.co/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=42

<http://es.scribd.com/doc/52491458/14/FUNDAMENTACION-SOCIOLOGICA>

http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_1.htm

www.wikipedia.com

<http://www.uniandesonline.edu.ec/publicaciones/librofinal.pdf>

www.monografias.com

www.cepal.org

www.eclac.org

www.eumed.net

www.ventanalegal.com

www.ug.edu.ec

www.ug.edu.ec

www.compraspublicas.gob.ec

www.todoelderecho.com

www.eco-finanzas.com

www.prodemu.org.pe

ANEXOS

ANEXO 1

MODELO DE LA ENCUESTA



Universidad Estatal de Milagro

La presente encuesta es aplicada como requisito previo a la obtención del título de tercer nivel para la presentación de la Tesis, dirigido a los clientes visitados por recaudadores que pertenecen a la base de datos del comercial "Pintag" de la ciudad de Milagro para la reestructuración del sistema administrativo de control para el manejo de efectivo en el área de cobranzas.

PREGUNTAS:

1.- ¿Cree usted que la empresa cuenta con un sistema automatizado para llevar el correcto control de los abonos realizados?

- Si
- No
- No sabe

2.- ¿Usted como cliente cree que la implementación de una reestructuración en el sistema de control es apropiado?

- Si
- No
- Tal Vez

3.- ¿Cree usted que es factible realizar llamadas telefónicas a los clientes para la verificación de abonos a su cuenta?

- Muy Factible
- Poco Factible
- Nada Factible
-

4.- ¿Cree usted que con una reestructuración en el sistema de control se verá reflejada una buena imagen en el comercial?

Si

No

Tal vez

5.-¿Cómo cree usted que es la calidad de manejo y control en cuanto a los cobros realizados?

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

6.- ¿Cree usted que la contratación del recurso humano se realiza en función de las necesidades del personal existente en la empresa?

Si

No

No sabe

7.- ¿Cómo calificaría la Supervisión por parte del Administrador en bases a los ingresos de abonos y ventas?

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

8.- ¿Volvería a hacer una compra en el Comercial sabiendo que se empleara un correcto sistema de control?

Si

No

No sabe

ANEXO 2
FOTOS DE LAS ENCUESTAS







ANEXO 3

TARJETA DE COBRO A DOMICILIO

2206 (9)

COMERCIAL "PINTAG"
 Muebles y Electrodomésticos en General
 Teléfonos: 2975630 / 08-6310584 * Milagro - Ecuador

Cliente: Castro Perrez Jessica Acevedo
 Artículo: Arredadora Placa
 Abono \$ 10 Semanal Fecha: 81-12-09
 Valor \$ 320 Entrada \$ 40 Saldo \$ 280
 Dirección: _____
 Referencia: _____ Telf.: _____

FECHA	ABONO	SALDO	FIRMA
25-01-10	10	270	<i>[Signature]</i>
30-1-10	10	260	<i>[Signature]</i>
22-2-10	20	240	<i>[Signature]</i>
1-3-10	10	230	
15-3-10	10	220	
22-3-10	10	210	
12-4-10	10	200	
19-4-10	10	190	
26-4-10	10	180	
19-05-10	10	170	<i>[Signature]</i>
09/06/10	20	150	Alex!
16/06/10	10	140	Alex.
23/06/10	10	130	Alex.

FIRMA: _____


ANEXO 4

RECIBO DE COBRO DOMICILIARIO

The image shows two identical blank forms for a home collection receipt, one pink and one white. Each form features the PINTAG logo (a circle with 'SP' inside) and the text 'COMERCIAL PINTAG'. The address is listed as 'DIRECCIÓN: VARGAS TORRES ENTRE M. HIDALGO Y E. VALDEZ'. A red stamp indicates the number 'Nº 0071800'. The forms include fields for 'POR US\$', 'FECHA', 'CIUDAD', 'RECIBI DE:', 'LA CANTIDAD DE:', 'POR CONCEPTO DE:', and 'FIRMA AUTORIZADA'. A large, faint 'SP' watermark is visible in the background of each form.

ANEXO 5

CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO

		CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO RUC. 096851 0001	CUERPO DE BOMBEROS MILAGRO R.U.C.: 0968513910001 Dirección: Rocafuerte # 461 y García Moreno Teléfono: 2970-351 (Emergencia 102) 2974-283 (Oficina) • Milagro - Ecuador
DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS			
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO			
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS			
No. 0035268		TASA : \$ 47.52	
FECHA: 16/06/2010		TITULO : \$ 1.40	
AÑO : 2010		RECARGO : \$ 0.00	
RUC : 0922281282		TOTAL : \$ 48.92	
NOMBRES: PINTAG MOROCHO JAIME RODRIGO			CATEGORIA: SEGUNDA
DIRECCION: VARGAS TORRES Y ENRIQUE VALDEZ			
ACTIVIDAD: MUEBLES Y ELECTRODOMESTICOS			
ALMACEN DE ELECTRODOMESTICOS "PINTAG"			

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando requerido.

Abnegación y Disciplina
Jefe de Prevención

EMISION
SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

16/06/2010 10:06:51 AM

Tesorería Cuerpo de Bomberos de Milagro

16 JUN. 2010

TESORERÍA

ANEXO 6

RUC(REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES)

SRI
...le hace bien al país!

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 0922281282001

APELLIDOS Y NOMBRES: PINTAG MOROCHO JAIME RODRIGO

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO: ABIERTO	MATRIZ: MATRIZ	FEC. INICIO ACT.: 05/05/2005
NOMBRE COMERCIAL: COMERCIALIZADORA PINTAG			FEC. CIERRE:
			FEC. REINICIO:


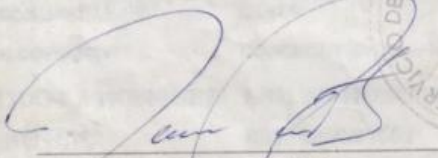
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

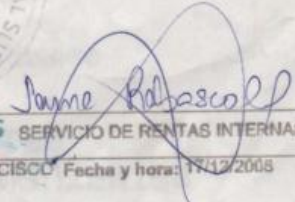
VENTA AL POR MENOR DE ARTEFACTOS ELECTRODOMESTICOS
VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS PARA EL HOGAR
VENTA AL POR MENOR DE MUEBLES DE CUALQUIER MATERIAL
VENTA AL POR MENOR DE MOTOCICLETAS

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: GUAYAS Cantón: MILAGRO Parroquia: MILAGRO Calle: VARGAS TORRES Número: S/N Intersección: HIDALGO - VALDEZ Referencia: A UNA CUADRA DEL ALMACEN EL TIO SAM Telefono Trabajo: 042975630

**Robecalli Tutiven Jaime Andres
DELEGADO DEL RUC
Servicio de Rentas Internas
LITORAL SUR**



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: JART110208 Lugar de emisión: GUAYAQUIL/AV. FRANCISCO Fecha y hora: 15/12/2008

Página 2 de 2

SRI.gov.ec



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 0922281282001
APELLIDOS Y NOMBRES: PINTAG MOROCHO JAIME RODRIGO
NOMBRE COMERCIAL: COMERCIALIZADORA PINTAG
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS • **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 04/11/1982 **FEC. ACTUALIZACION:** 17/12/2008
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 05/05/2005 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**
FEC. INSCRIPCION: 05/05/2005 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA AL POR MENOR DE ARTEFACTOS ELECTRODOMESTICOS

DIRECCIÓN DOMICILIO PRINCIPAL:

Provincia: GUAYAS Cantón: MILAGRO Parroquia: MILAGRO Calle: VARGAS TORRES Número: S/N
Intersección: HIDALGO - VALDEZ Referencia: A UNA CUADRA DEL ALMACEN EL TIO SAM Teléfono: 042975630

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1
JURISDICCION: \ REGIONAL LITORAL SUR \ GUAYAS **CERRADOS:** 0



Robescail Tufiño Jaime Andrés
DELEGADO DEL RUC
Servicio de Rentas Internas
LITORAL SUR

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: JART110208 Lugar de emisión: GUAYAQUIL/AV. FRANCISCO Fecha y hora: 17/12/2008

ANEXO 8

LISTA DE PRECIOS

PRODUCTOS	CREDITO	ENTRADA	MENSUAL	CONTADO
COCINA INDURAMA VALENCIA 4 QQ BLAN	480	80	40	360
COCINA PARMA 6QQ CROMA	930	150	65	700
COCINA FERNANDINA 6 QQ BLAN	690	100	49,17	520
COCINA FLOREANA 4QQ CROMA	530	80	45	400
COCINA VARADERO 6QQ BLAN	690	100	49,17	520
COCINA BERMUDA 4QQ CROMA	370	50	32	280
COCINA BALTRA 4QQ BLAN	320	50	33,75	240
COCINA VERONA 6QQ BLAN	750	100	54,17	565
COCINA GALICIA 6QQ CROMA	970	150	68,33	730
COCINETA FLORENCIA CROMA				120
COCINETA FLORENCIA BLAN				75
LAVADORA DAEWOO DWF-240PS	750	100	54,17	565
LAVADORA DAEWOO DW-C700C	260	40	27,5	190
LAVADORA DAEWOO 2 TINAS BLANCA	480	80	40	360
LAVADORA GLOBAL 2 TINAS BLANCA	480	80	40	360
LAVADORA SANSUNG WA12N9 DIGITAL BLANCA	780	100	56,67	585
LAVADORA LG DIGITAL	750	100	54,17	565
REFRIG GLOBAL RG12AF BLAN	750	100	54,17	565
REFRIG GLOBAL RG12NF BLAN	850	100	62,5	640
REFRIG GLOBAL RG15NF BLAN	1080	200	73,33	810
REFRIG GLOBAL RG15NF STEEL CROMA	1180	200	81,67	885
REFRIG GLOBAL RG10AFD(DISPENSADOR) BLAN	650	80	47,5	490
REFRIG GLOBAL RG10AFD(DISPENSADOR) CROMA	690	80	50,83	520
REFRIG GLOBAL RG14NF STEEL	980	150	69,17	735
REFRIG RI405 BLAN	1080	200	73,33	810
REFRIG RI385 BLAN 12 PIES	950	150	66,67	720
REFRIG RI530 COMERCIAL	1080	200	73,33	810
REFRIG RI425 CUARZO	1150	200	79,17	860
REFRIG INDURAMA RI395 CROMA	1180	200	81,67	885
REFRIG DAEWOO FR-291 BLANC	650	80	47,5	490
REFRIG DAEWOO FR-291 CROMA	680	80	50	510
VITRINA INDURAMA BLANCA	1600	250	90	1200
VITRINA INDURAMA CROMA	1800	300	100	1350
CONGELADOR MAGIC QUEEN PEQUEÑO	680	80	50	510
CONGELADOR MAGIC QUEEN GRANDE	880	100	65	660
CONGELADOR INDURAMA DOS PUERTAS	1350	200	76,67	1010
LCD LG 42 PULG	1800	250	103,33	1350

LCD SONY 32 PULG	950	150	66,67	720
LCD SAMSUNG 40 PULG	1600	200	93,33	1200
LCD DAEWOO 32 PULG	950	150	66,67	720
LCD TCL 24 PULG	590	80	42,5	450
LCD TCL 32 PULG	880	100	65	660
LCD TCL 40 PULG	1400	200	100	1050
LCD LED TCL 32 PULG	980	150	69,17	740
TELEVISOR 21 PULG PRIMA	360	50	31	270
MINI COMP SONY MHC-GTR33	780	100	56,67	590
MINI COMP SONY MHC-EX6	380	50	33	290
MINI COMP SONY HCD-GTR55	900	100	66,67	680
BOMBA SHINERAY 3 PULG	380	50	33	280
BOMBA HONDA 3 PULG	580	100	48	440
BOMBA HONDA-KOSHIN	550	80	47	410
COMPUTADORA COMPLETA	1080	200	73,33	810
LAPTOP HP	1180	200	81,67	880
LICUADORA OSTER 4655	130	30	33,33	95
LICUADORA OSTER BPST02-B	160	30	43,33	120
OLLA ARROCERA				45
EXPRIMIDOR				32
WAFLERA				65
PLANCHA				15
DVD SONY	120	20	33,33	95
MAQUINA DE COSER BROTHER	320	40	35	240
MOTO LONCIN LX150-7	1800	300	100	1200
MOTO LONCIN CABALLITO LX110-4III	1600	250	90	1050
MOTO LINGKEN LK150-5X	1900	300	100	1300
MOTO LINGKEN LK150-2B	1500	200	86,67	1025
MOTO FENGCHI FC150-6A	1800	300	100	1200
MOTO FENGCHI FC150-6A	1800	300	100	1200
MOTO DAYUN DY150GY-6	1900	300	100	1300
MOTO DAYANG DY150-28	1900	300	100	1300
MOTO RANGER CROSS 200GY-8	2200	400	120	1450
MOTO ORION RX200R	2200	400	120	1450
MOTO SKYGO SG150-7	1800	300	100	1200
MOTO QMC 110-8 CABALLITO	1500	200	86,67	1025
MOTO QMC 150-A	1800	300	100	1200
MOTO QMC150-9	1900	300	100	1300
MOTO CABALLITO DAYTONA 125-9C	1600	250	90	1050
MOTO QINGQI QM150-7	1500	200	86,67	1025
MOTO SUZUKI AX100	1900	300	100	1300

ANEXO 9

MATRIZ DE SISTEMATIZACION

FORMULACION / SISTEMATIZACION	OBJETIVOS GENERALES /ESPECIFICOS	HIPOTESIS GENERALES / PARTICULARES
¿De qué forma influye la deficiencia de procesos administrativos de control óptimos para el manejo de efectivo en el área de cobranzas en el comercial Pintag?	Realizar un análisis que permita conocer la influencia que tiene manejar deficientes procesos administrativos en el manejo de efectivo en el comercial Pintag, valiéndose de herramientas estadísticas e informáticas, encuestas, entrevistas; buscando mejorar el flujo de efectivo de la empresa	La carencia de procesos administrativos de control óptimos generará un mal manejo de efectivo en el área de cobranzas del comercial Pintag de la ciudad de Milagro
¿Cómo repercute el poco interés de parte de los administradores del comercial en los controles internos?	Conocer las causas que ocasionan el poco interés de los administradores en los controles internos	El desinterés de los administradores del comercial Pintag en los controles internos provocara desconfianza de los clientes
¿Dequé manera afecta el mal manejo de la cantidad de clientes que se tiene dentro y fuera de los limites urbanos y rurales?	Identificar de que forma afecta el manejo de la cartera de clientes del comercial Pintag	El mal manejo de la cartera dentro y fuera de los limites urbanos y rurales dara lugar a falencias en los procesos de cobros a domicilios
¿Cuáles son los inconvenientes que ocasionan del no tener procesos de selección para reclutar el personal?	Averiguar los inconvenientes que ocasiona no contar con procesos de selección para escoger el personal	La falta de correctos procesos para escoger al personal in fluirá en la selección de profesionales idóneos para los cargos
¿Cómo influye la falta de tiempo por parte de los dueños de comercial Pintag para dedicarlo al manejo del negocio?	Reconocer los motivos que no permiten al dueño del negocio dedicarle el tiempo necesario al mismo	La falta de tiempo para dedicarlo al negocio por parte del dueño del comercial Pintag generará deficientes ingresos para la empresa

