



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
INGENIERO COMERCIAL**

## **TÍTULO DEL PROYECTO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE  
CONTABILIDAD EN LA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS LÁCTEOS EL  
RANCHITO DE LA CIUDAD DE MILAGRO”.**

**AUTORES: Párraga Monar Adriana Anaiz**

**Veloz Cisneros Julio Eduardo**

## **CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL ASESOR**

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 “Estudio de factibilidad para la implementación de un sistema de contabilidad en la Distribuidora de productos lácteos El Ranchito de la ciudad de Milagro”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: INGENIERO COMERCIAL

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

Presentado por los Egresados

Adriana Anaiz Párraga Monar

C.I. 0925719817

Julio Eduardo Veloz Cisneros

C.I. 0911721835

### **TUTOR**

---

Abg. Elicza Ziadet Bermúdez

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Egr. Párraga Monar Adriana Anaiz y Veloz Cisneros Julio Eduardo, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Estudio de factibilidad para la implementación de un sistema de contabilidad en la Distribuidora de productos lácteos El Ranchito de la ciudad de Milagro”**, del cual nos responsabilizamos por ser los autores del mismo y tener la asesoría personal de la Abg. Elicza Ziadet

Milagro, Abril del 2012.

---

Párraga Monar Adriana Anaiz

C.I 0925719817

---

Veloz Cisneros Julio Eduardo

C.I 0911721835

## **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

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

<b>MEMORIA</b>	<b>( )</b>
<b>CIENTÍFICA</b>	
<b>DEFENSA</b>	<b>( )</b>
<b>ORAL</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>( )</b>
<b>EQUIVALENTE</b>	<b>( )</b>

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR DELEGADO**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis va dedicada con mucho amor para mi Esposo e Hijo, padres quienes con su esfuerzo, dedicación, ejemplos y excelentes consejos supieron guiarme de la mejor manera en el largo del camino que me llevo hasta este momento de mi vida, estoy segura que sin su apoyo no solo económico sino también moral y más que nada espiritual, nada de lo que hoy es seria posible.

**PÁRRAGA MONAR ADRIANA ANAIZ**

## **DEDICATORIA**

A mí Querido Hijo:

Andrés

Que son mi apoyo y fuerza moral que me ha estimulado para enfrentar con valor a los duros recursos que nos depara la vida, para esa forma culminar mi carrera profesional.

A mi madre Lcda. Violeta Cisneros, esa viejecita santa y buena y a mis hermanos que son parte de mi modesta familia.

Y en general a todos mis amigos que han deseado lo mejor para mí.

.

**VELOZ CISNEROS JULIO EDUARDO**

## **AGRADECIMIENTO**

Este trabajo de tesis de grado va dedicado primeramente a Dios, a mis padres, esposo e hijo, maestros y compañeros los cuales han sido un pilar fundamental, a mi hijo porque me dio fuerzas para seguir adelante y no descansar hasta lograr el objetivo deseado, a mi esposo por sus ganas y apoyo para que yo sea una profesional por su tiempo, paciencia y dedicación, y sobre todo por la confianza brindada en lo que yo realice.

Agradezco a la Abg. Elicza Ziadet por sus numerosas horas que ocupó en ayudarnos a desarrollar cada capítulo de esta tesis.

**PÁRRAGA MONAR ADRIANA ANAIZ**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios a nuestro padre por concedernos la gracia de amar y vivir.

Expreso mi eterna gratitud a mis distinguidos maestros universitarios que con infinita bondad supieron brindarnos toda su sabiduría, para hacer de nosotros seres dignos y capaces de servir a la patria y a nuestros semejantes.

Agradezco a la Abg. Elicza Ziadet, directora de mi tesis, gran maestra por su ayuda intelectual que hizo posible terminar mi obra iniciada.

También expreso mi gratitud a cada uno de las personas que aportaron con su caudal de conocimientos

**VELOZ CISNEROS JULIO EDUARDO**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

Rector de la UNEMI

Ciudad.

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 de de **“Estudio de factibilidad para la implementación de un sistema de contabilidad en la Distribuidora de productos lácteos El Ranchito de la ciudad de Milagro.”**, que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, abril del 2012

---

PÁRRAGA MONAR ADRIANA ANAIZ

C.I 0925719817

---

VELOZ CISNEROS JULIO EDUARDO

C.I 0911721835

## 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.	vi
Página de Cesión de Derechos de Autor.	vii
Índice general.	viii
Índice de cuadros y gráficos.	ix
Índice de Figuras.	x
Resumen.	xi
Abstract.	

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA

	<b>Pág.</b>
Introducción.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	4
1.1.1. Problematización del Problema.....	4
1.1.2 Delimitación del Problema.....	5
1.1.3 Formulación del Proyecto.....	5
1.1.4 Sistematización del problema.....	6
1.1.5 Determinación del problema.....	6
1.2 Objetivos.....	6

1.2.1 General.....	6
1.2.2 Específicos.....	7
1.3 Justificación.....	8

## CAPITULO II

### MARCO REFERENCIAL

	<b>Pág.</b>
2.1 Marco teórico.....	9
2.1.1 Antecedentes históricos.....	9
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	10
2.1.3 Fundamentación.....	14
2.2 Marco legal.....	36
2.3 Marco conceptual.....	42
2.4 Hipótesis y variables.....	44
.4.1 Hipótesis General.....	44
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	44
2.4.3 Variable Independientes y Dependiente.....	44
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	46

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

	<b>Pág.</b>
3.1 El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	48
3.2 Población y muestra.....	50
3.2.1 Definición de los sujetos que van hacer medidos.....	50
3.2.2 Delimitar la población.....	50
3.2.3 Tipo de la muestra.....	50
3.2.4 Tamaño de la muestra .....	50
3.2.5 Proceso de selección.....	51
3.3 Métodos y técnicas.....	51
3.3.1 Métodos Teóricos.....	51
3.3.2 Método Empírico.....	51
3.4 El procesamiento estadístico de la información.....	52

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

	<b>Pág.</b>
4.1 Análisis de la situación actual.....	53
4.2 Análisis comparativo, evolución tendencias y perspectiva.....	69
4.3 Resultados.....	69
4.4 Verificación de la hipótesis.....	70

## CAPITULO V

### PROPUESTA

	<b>Pág.</b>
5.1 Tema.....	71
5.2 Fundamentación.....	71
5.3 Justificación.....	72
5.4 Objetivos.....	78
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	78
5.4.2 Objetivos específicos.....	78
5.5 Ubicación.....	78
5.6 Factibilidad.....	79
5.7 Descripción de la propuesta.....	80
5.7.1 Actividades.....	110
5.7.2 Recursos análisis financiero.....	111
5.7.3 Impacto.....	118
5.7.4 Cronograma.....	119
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	119
Conclusiones.....	120
Recomendaciones.....	121

## ÍNDICE DE CUADROS

### **Cuadro 1.**

Operacionalización de las variables.....46

### **Cuadro 2.**

Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora.....53

### **Cuadro 3.**

Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....54

### **Cuadro 4.**

Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....55

### **Cuadro 5.**

Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....56

### **Cuadro 6.**

Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....57

### **Cuadro 7.**

Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....58

### **Cuadro 8.**

Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....59

### **Cuadro 9.**

Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....60

### **Cuadro 10**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora .....61

### **Cuadro 11.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora ..... 62

**Cuadro 12.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora ..... 63

**Cuadro 13.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora ..... 64

**Cuadro 14.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora ..... 65

**Cuadro 15.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora ..... 66

**Cuadro 16.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora ..... 67

**Cuadro 17.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora ..... 68

**Cuadro 18.**

Verificación de la hipótesis.....70

**Cuadro 19**

Activos fijos.....112

**Cuadro 20.**

Depreciación Activos fijos.....113

**Cuadro 21.**

Salarios.....113

**Cuadro 22.**

Detalles de Gastos.....114

**Cuadro 23.**

Costo de venta.....115

**Cuadro 24**

Presupuesto de venta.....115

**Cuadro 25.**

Inversión del proyecto.....115

**Cuadro 26**

Estado de resultado.....116

**Cuadro 27**

Flujo de caja.....116

**Cuadro 28**

Balance general.....117

**Cuadro 27**

Índice financieros.....117

## ÍNDICE DE GRÁFICO

	<b>PÁG.</b>
<b>Grafico 1.</b>	
Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora.....	53
<b>Grafico 2.</b>	
Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....	54
<b>Grafico 3.</b>	
Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....	55
<b>Grafico 4.</b>	
Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....	56
<b>Grafico 5.</b>	
Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....	57
<b>Grafico 6.</b>	
Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....	58
<b>Grafico 7.</b>	
Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....	59
<b>Grafico 8.</b>	
Encuestas realizadas al talento humano de la distribuidora .....	60
<b>Grafico 9.</b>	
Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora.....	61
<b>Grafico 10.</b>	
Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora .....	62

**Grafico 11.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora.....63

**Grafico 12.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora .....64

**Grafico 13.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora.....65

**Grafico 14.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora.....66

**Grafico 15.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora .....67

**Grafico 16.**

Encuestas realizadas a los clientes de la distribuidora.....68

## ÍNDICE DE FIGURAS

Pág.

### **Figura 1.**

Mapa.....79

### **Figura 2.**

Organigrama estructural.....83

### **Figura 3.**

Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....92

## RESUMEN

La distribuidora de productos Lácteos El Ranchito fue el centro de investigación de este proyecto debido a la falencia que presenta en el control de sus tareas en las labores contables y de inventario puestos que las mismas se han llevado de una forma manual, donde no se ha podido verificar el comportamiento económico financiero de esta Distribuidora de Productos Lácteos. Con el propósito de identificar las causas de esta problemática se ha realizado un estudio profundo el mismo que fue analizado bajo lineamientos establecidos por la Universidad Estatal de Milagro y la Unidad de Ciencias Administrativas y Académicas, permitiendo entonces detallar el problema central y su respectivo subproblema para de esta manera poder identificar las causas que genera los mismos. Además se planteo los objetivos los cuales fueron cumplidos para direccionar el estudio de este trabajo a una solución eficiente. Seguidamente fundamentamos la investigación a través de datos veraces que tienen que ver con los aspectos contables de toda empresa sea esta grande o pequeña debe regirse para lograr una alta operatividad. Esto conllevó a la utilización de herramientas investigativas como la encuesta, instrumento que fue aplicada a los clientes y al talento humano de la distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito, proceso en el cual se determinó que la falta de un control contable está afectando el entorno interno y externo de esta empresa, información que dio la pauta para establecer nuestra propuesta con el título de Diseño de un sistema de contabilidad en la Distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito de la ciudad de Milagro. Esto permitirá que esta entidad mantenga un control de su comportamiento contable; así como el de las existencias es decir de las entradas y salidas del producto. Este tipo de controles le permitirá a esta empresa elevar su nivel de rendimiento financiero que beneficie tanto a los interesados (gerente) como el de sus clientes.

## SUMMARY

Dairy products distributor El Ranchito was the focus of research for this project due to the flaw that occurs in control of their work Tares in accounting and inventory positions that they have been in a manual, which has not been able to verify the financial economic behavior of this Distributor of Dairy Products. In order to identify the causes of this problem has made a thorough study it was analyzed under guidelines established by the State University of Miracle and Administrative Sciences Unit and Academic, allowing then to detail the central problem and its corresponding subproblem for thus able to identify the causes that generate them. It also went objectives which were met to address the study of this work to an efficient solution. Then we argue about the research through accurate data that deal with accounting aspects of any company be it large or small should be governed to achieve high operability. This ultimately led to the use of investigative tools such as the survey instrument was administered to customers and the human talent Dairy distributor El Ranchito, a process in which it was determined that the lack of an accounting control is affecting the internal environment and outside of this company, information that set the tone for our proposal to establish title design an accounting system in the Dairy Distribuidora El Ranchito city Miracle. This will allow this institution holds an accounting control their behavior, as well as the stock is of the inputs and outputs of the product. Such controls will allow the company to raise its level of financial performance that benefits both parties (manager) and that of their customers.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mundo empresarial mantiene un alto índice de crecimiento, puesto que emplean herramientas administrativas y tecnológicas que ayudan a mantener un buen desarrollo en las labores o actividades dentro de una empresa, con el fin de cumplir con los objetivos trazados, para alcanzar una rentabilidad sostenida que augure un posicionamiento permanente en este caso comercial del cantón Milagro.

La distribuidora El Ranchito es una distribuidora que está en pleno crecimiento, debido a la alta demanda que tienen los productos que comercializa, por lo tanto están exigidos a implementar mecanismos de control en el sistema contable de esta empresa, por ello se ha desarrollado todo el proceso en cinco capítulos

El primer capítulo consiste específicamente en el planteamiento del problema, delimitación y la evaluación del mismo lo cual nos permite darnos cuenta de la importancia que tiene en el desarrollo de la distribuidora este trabajo investigativo.

También encontramos los objetivos generales y específicos que abarcan los logros y beneficios que pretendemos alcanzar con el desarrollo del mismo. La justificación nos explica el porqué de nuestro proyecto la importancia y seriedad ya que esto nos ayuda al crecimiento empresarial de esta entidad.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico se compone de una pequeña reseña histórica de esta distribuidora, es decir desde sus inicios hasta la actualidad. En su fundamentación científica consta la información sobre el tema planteado.

El tercer capítulo, aquí nos referimos a la modalidad de investigación que es de campo, que nos permite definir claramente el problema existente y nos conlleva a formular interrogantes con respuestas trascendentales para la realización de una investigación y análisis profunda.

Contamos con el marco metodológico el mismo que nos da la pauta para el respectivo estudio e investigación de la muestra que estamos considerando para el desarrollo del presente tema.

Nuestro proyecto aplica la técnica de la encuesta dirigida a comerciantes informales, microempresarios y demás personas dedicadas a una actividad comercial, a través de esta técnica obtendremos los resultados necesarios para la obtención de nuestro objetivo.

En el cuarto capítulo tenemos las respectivas preguntas planteadas en la encuesta las mismas que se realizaron y aplicaron a la muestra poblacional tomada como referencia para realizar nuestro estudio de mercado, las cuales fueron aplicadas en su totalidad pudiendo obtener los resultados esperados y un correcto análisis a través de esta técnica investigativa.

En el quinto capítulo tenemos la propuesta de nuestro proyecto. Se proporciona información general de la distribuidora y sus mecanismos en el manejo contable, podemos encontrar claramente establecida la misión, visión y objetivos generales y específicos que esperamos obtener con la creación e implementación de nuestro proyecto.

Se da a conocer detalladamente cómo va estar organizada la distribuidora, el talento humano que tiene así la capacidad y experiencia que debe tener cada uno para poder realizar eficiente y eficazmente su cargo dentro de la empresa.

Aquí también tenemos el análisis de mercado con sus respectivos componentes. Este análisis nos permite conocer nuestro segmento de mercado, nuestros competidores, las barreras de entrada.

A través de este análisis se desarrolla el FODA de la organización el mismo que nos da a conocer los aspectos positivos y negativos de la empresa que se pretende implementar el sistema de contabilidad. Así mismo en este capítulo tenemos el marketing Mix el mismo que aplicado correcta y eficazmente nos permitirá conocer con mayor exactitud el mercado en el cual se encuentra inmersa esta distribuidora.

Finalmente tenemos las respectivas conclusiones y recomendaciones aplicables a este proyecto esperando con ello, poder contribuir positivamente al desarrollo y crecimiento de nuestra sociedad.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

#### **1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN.**

La distribuidora de productos lácteos El Ranchito está ubicada en Milagro en las calles Eloy Alfaro y 24 de Mayo, es una empresa que en un corto tiempo ha logrado posicionarse en este mercado del Cantón Milagro, sin embargo en la actualidad, un mal llevado sistema contable, ha originado que no haya un verdadero control, ni un debido seguimiento de las actividades que realiza, por lo tanto, está causando problemas en la operatividad contable de este negocio, puesto que no existe una veracidad de los datos que tienen que ver con la venta y compra, produciéndose así la compra excesiva de productos que tienen poca salida, como la adquisición de aquellos que tienen alta demanda, esta situación está generando pérdidas económicas, de seguir así puede ocurrir la desaparición del negocio.

Otro de los problemas presentes en la empresa, es la pérdida de los productos, lo que ocasiona bajos rendimientos económicos de la distribuidora, esta situación crea un ambiente hostil, además de no poder cumplir a cabalidad con las obligaciones que tiene este establecimiento comercial.

La no contratación de personal idóneo impide un buen tratamiento y control del inventario, donde los productos mantengan una adecuada rotación acorde a las fechas de caducidad, esto se da por la falta de un manual de funciones donde se describe el perfil del cargo. Esta forma de operar hace que este trabajo no obtenga los resultados que la administración espera para obtener buenos rendimientos económicos que les auguren un desarrollo respetable en este sector comercial.

**Pronóstico:**

Si no existe una solución al buen manejo de la información contable esto llevaría a que la empresa baje sus ingresos económicos, produciéndose así la quiebra del negocio, pues cabe mencionar que la parte contable forma parte importante para el desarrollo de toda empresa.

**Control de Pronostico:**

Para poder solucionar el problema es necesario implementar un sistema contable dentro de la organización, para optimizar las entradas y salidas del efectivo y así poder canalizar adecuadamente las actividades de compra y venta de estos productos, garantizándose así la permanencia de este negocio, dentro de este casco comercial del Cantón Milagro.

**1.1.2.- Delimitación del problema.**

País: Ecuador  
Provincia: Guayas  
Región: Costa  
Cantón: Milagro  
Sector: Comercial  
Área temática: Pequeña Empresa

**Universo**

El presente estudio está dirigido a la Distribuidora de productos lácteos el Ranchito del Cantón de Milagro. Siendo los sujetos objeto de estudio el talento humano de la empresa los cuales corresponden a 20 y 3000 clientes.

**1.1.3.- Formulación del problema.**

¿Cómo incide en la rentabilidad de la Distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito, llevar el control de las actividades económicas, de una manera empírica?

#### **1.1.4.- Sistematización del problema.**

¿Cómo influye en la rentabilidad de la Distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito, el carecer de personal capacitado que lleve el control de las actividades económicas?

¿Cómo incide en el inventario del negocio, el tener un inadecuado control de la compra y venta del producto?

¿Cómo influye en la operatividad de la distribuidora, el llevar un control manual de la mercadería?

¿Cómo incurre en el adelanto comercial del negocio, el poseer equipos computacionales de poca tecnología?

¿Cómo incide en la satisfacción de los clientes, la forma de operar de la Distribuidora El Ranchito?

#### **1.1.5.- Determinación del tema.**

Estudio de factibilidad para la implementación de un sistema de contabilidad en la Distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito de la ciudad de Milagro.

### **1.2. OBJETIVOS**

#### **1.2.1.- Objetivo General de la Investigación.**

Determinar cómo incide en la rentabilidad de la distribuidora de productos lácteos el ranchito, el llevar un control de las actividades económicas de una manera empírica, a través de estudio investigativo que involucre al personal del negocio, con la finalidad de incrementar las ventas.

### **1.2.2.- Objetivos específicos de la Investigación.**

- ∴ Identificar como afecta en la rentabilidad de la distribuidora el Ranchito, el carecer de personal capacitado.
- ∴ Examinar cómo afecta en el inventario del negocio, el inadecuado control de la compra y venta del producto
- ∴ Demostrar que llevar el control manual de la mercadería, influye en la operatividad de la empresa.
- ∴ Investigar como incurre en el adelanto comercial del negocio, el poseer equipos computacionales de poca tecnología.
- ∴ Analizar como incide en la satisfacción de los clientes, la forma de operar de la distribuidora.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La Distribuidora el Ranchito es una empresa respetable en el sector comercial del cantón Milagro, sin embargo, en la actualidad presenta un problema económico que está afectando la productividad de la empresa, debido a que no posee un buen manejo de la información contable, a pesar de lo relevante que resulta el canalizar las operaciones de contabilidad.

Es importante mencionar que la informática forma parte esencial en el desarrollo de las empresas pues aportan significativamente en el manejo de la información sea esta administrativa como operativa, por tal razón es necesario implementar nuevas formas de operar para mantenerse en el mercado y marcar la diferencia ante la competencia.

El estudio de este trabajo investigativo orientado a la Distribuidora El Ranchito del cantón Milagro se lo realizará a través de una investigación de mercado, en el cual identificaremos las causas por la que este negocio es sujeto de falencias de control operativo, por ello se empleará una encuesta dirigida al personal que ahí labora; para conocer a profundidad la problemática planteada,

Esta herramienta investigativa nos ayudara a visualizar las necesidades y expectativas de los clientes internos, así mismo se la empleara para los clientes con el objeto de medir el servicio brindado, la atención pero sobre todo la eficiencia en el despacho de los productos.

Con todo lo antes expuesto esperamos contribuir al desarrollo de esta Distribuidora y a su vez poner en práctica los conocimientos que poseemos con la finalidad de buscar las soluciones más acertadas a través de esta investigación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO.**

##### **2.1.1 Antecedentes históricos.**

La distribuidora el Ranchito es un establecimiento un respetable en el sector comercial del cantón Milagro, entidad que es de propiedad del empresario Giovanni Zapata Barberán.

Durante nueve años viene laborando en este mercado, la decisión del gerente y propietario fue por que en aquel tiempo no existía mucha competencia, pero las ganas de salir adelante han votado sus frutos y en la actualidad esta empresa está compuesta por un grupo importante de ciudadanos Milagreños que laboran en pro del servicio a la comunidad, a través de la distribución de productos lácteos.

Desde sus inicios empezó repartiendo los productos en triciclos pero a medida que ha pasado el tiempo la empresa posee cinco furgones, los cuales están prestos a llevar los productos a su lugar de destino, vehículos que son conducidos por profesionales comprometidos en satisfacer la demanda de los sectores de Cien camas, La Lolita, La Pradera, Las Piñas, Bellavista y sectores aledaños.

Esto demuestra el gran espíritu de superación de este empresario del cantón Milagro que pone a la disposición de la ciudadanía productos de calidad y un excelente servicio.

## **2.1.2 Antecedentes referenciales.**

### **TONI.**

Hoy en día, Industrias Lácteas Toni S.A. se encuentra entre las más importantes empresas en el Ecuador que ofrecen alimentos funcionales de alta calidad y valor nutritivo con beneficios para la salud. Además, está comprometida con el desarrollo sostenible y la conservación del medio ambiente.

En la actualidad, Toni ofrece productos lácteos como leches, yogures, quesos crema, manjar, Manjar lateado y otros como Gelatoni, jugos, cereales y bebidas hidratantes (Profit). Los productos están elaborados con calidad, sabor e higiene. Nuestros procesos de elaboración y desarrollo se basan en una planificación adecuada y constante.

### **Logros**

Con una trayectoria de casi 30 años en el mercado ecuatoriano, Toni se ha ganado una intachable reputación gracias a la excelencia de sus productos.

La compañía ha logrado un gran crecimiento y reconocimiento de los consumidores, quienes otorgan su preferencia al momento de consumir un yogur, una leche chocolatada o un queso crema.

Toni ha constatado el reconocimiento de la comunidad obteniendo el segundo lugar del IV Premio a la Ecoeficiencia, organizado por la M. I. Municipalidad de Guayaquil, y el primer lugar en el sector leche y productos lácteos del Premio Ekos de Oro 2006. Además, Industrias Lácteas Toni S.A. tiene las certificaciones de Sistema Integrado ISO 9000 e ISO 14000, además de la planta más moderna de Sudamérica. Estos son logros que se ha obtenido gracias al compromiso que Toni tiene en todas las acciones que emprende y realiza con responsabilidad social, manteniendo su convenio con el país de proteger, preservar y enriquecer el medio ambiente.

Otro logro es la implementación del Programa de Escuelas Sostenibles en la ciudad de Guayaquil, donde Industrias Lácteas Toni S.A., como parte de su compromiso con la ciudadanía y el medio ambiente, ha desarrollado este programa de escuelas donde los alumnos, profesores y empleados se comprometen a hacer de su sitio de

estudio un mejor lugar para estudiar, crecer y desarrollarse. En el año 2007, el programa de Escuelas Sostenibles abarca Guayaquil y Bucay, con la participación de 15 escuelas y las siguientes actividades:

- Implementación de infraestructura básica para viveros y huertos.
- Implementación de programas de reciclado, almacenamiento y comercialización.
- Enfoque en mejoramiento de calidad de vida con programas como desarrollo ciudadano, nutrición y deporte.

## **Historia**

Industrias Lácteas Toni S.A. nació en el año de 1978 bajo la dirección y tecnología de Toni de Suiza; fue la primera planta procesadora de yogur industrial en el Ecuador.

Hasta ese entonces, el yogur se comercializaba de forma casera en los famosos puestos de yogur y pan de yuca. Es así como el año de 1980 sale la primera producción de yogur; de ahí en adelante, no hemos dejado de investigar y desarrollar nuevos productos.

Además de ello, Toni ha venido renovando y mejorando la calidad y presentación de sus productos a lo largo de los años, aplicando tecnología más avanzada (como la tecnología LGG, aplicada desde 1996) y ofreciendo más sabores y variedades de yogures, leches, cereales, quesos, etc.

## **Producto**

Industrias Lácteas Toni S.A. es una de las empresas pioneras en desarrollo de alimentos funcionales que, además de favorecer una buena nutrición, contribuyen a reducir el riesgo de enfermedades y apoyan el desarrollo y mantenimiento del cuerpo.

Para complementar a la familia de alimentos funcionales, Toni lanza al mercado los Cereales Toni, alimento ideal para niños y deportistas.

Contienen fibra, 12 vitaminas y minerales, micronutrientes esenciales para el crecimiento. Leche Toni, entera, semidescremada y descremada, tiene un contenido

de grasa acorde a los diferentes gustos y necesidades de todas las edades. Fortificada con hierro y ocho vitaminas, es la mejor forma de complementar la alimentación diaria de la familia. Además, Toni ofrece las leches especializadas Omega 3, Huesos Sanos y Deslactosada, todas creadas para satisfacer cada una de las necesidades del consumidor ecuatoriano.

Nuestra Leche Sabores, que es preferida por el mercado ecuatoriano, está enriquecida con hierro, calcio y 8 vitaminas, y viene en deliciosos sabores como chocolate, manjar, vainilla y frutilla.

Yogurt Toni con Lactobacillus GG normaliza las funciones digestivas. Acelera la recuperación en distintos tipos de alergias. Previene el asentamiento del Helicobacter Pilory, principal causa de gastritis. Previene y trata diferentes tipos de diarrea (infantil, viral, diarrea del viajero y las causadas por antibióticos). Además, activa las defensas naturales del organismo.

Profit, única bebida hidratante con vitaminas B, C y E, ácido fólico, niacina y minerales, es ideal para reponer las energías gastadas durante la actividad física. Repone adecuadamente los líquidos y electrolitos para mejorar el funcionamiento del cuerpo. Su poder energético proviene de la óptima combinación que se asimila más fácilmente por el organismo.

Gelatoni es la única gelatina de origen animal que no requiere refrigeración. Gelatoni *diet* mejora el metabolismo y es apta para diabéticos.

Contiene fibra polidextrosa, una fuente importante de fibra que reduce la formación y acción de sustancias nocivas en el intestino, facilitando el tránsito de los alimentos. Además, regula la digestión, mantiene la piel más joven porque actúa como antioxidante evitando el daño celular, favorece la cicatrización de heridas y resguarda al organismo de enfermedades cardiovasculares.

### **Desarrollos recientes**

A finales del año 2006 y en lo que va del año 2007, Industrias Lácteas Toni S.A. ha desarrollado alrededor de ocho nuevos productos en diferentes presentaciones y sabores.

Septiembre de 2006: Industrias Lácteas Toni S.A. lanza su nueva línea de té:

Relájate, Energízate y Adelgázate, bebidas con propiedades benéficas para la salud, en los sabores de limón, durazno y mora. En mayo de 2007, se incluyó el nuevo sabor de toronja.

Noviembre de 2006: Toni lanza su nuevo producto Toni Shake, yogur batido de frutilla y durazno, más el beneficio de LGG.

Febrero de 2007: se lanzan las nuevas presentaciones de leche *Tetra Pak* 250 ml: entera, descremada, semidescremada, deslactosada, Omega 3 y Huesos Sanos.

Marzo de 2007: se lanza el nuevo producto Yogurt Natural Diet, con 0% de grasa y azúcar.

También apareció Profit Light en los sabores de naranja y toronja, y cereales Copix con trozos de *marshmallows* de chocolate y vainilla.

Abril de 2007: Queso crema Toni incluye los nuevos sabores frutilla, tocino y finas hierbas, en la presentación de 200 g.

## **Promoción**

En mayo de 2004, Toni realizó la promoción «Tenderman, el tendero regalón», enfocada a tiendas detallistas, minoristas y consumidor final.

El personaje animado representaba a un tendero que, al recordar la promoción, se convertía en un superhéroe de caricatura e intentaba hacer feliz a sus consumidores entregando productos de calidad y haciéndolos participar de una promoción regalona. En ella se entregaron muchos premios:

Dos carros Volkswagen

Gol, cuarenta viajes a

Cartagena, electrodomésticos, bicicletas, juegos de video y mucho más.

Con la entrada al mercado de cereales, Toni ha desarrollado promociones de ventas dirigidas especialmente al mercado infantil, para lo cual ha adquirido las licencias del Chavo del Ocho y de los Padrinos Mágicos.

En la línea de yogur, Toni desarrolló una promoción educativa relacionada con el fútbol que se llamó «Súper mundial Toni», la cual consistía en un mapamundi donde 'La Vaca Desordeñada' —el personaje de Toni— indicaba en qué sitio se ubican los países que participaron en el Mundial de Fútbol Alemania 2006.

En el 2007, con la promoción de yogur «Hazte famoso», Toni fue la primera empresa en el Ecuador que invitó a sus consumidores a compartir sus experiencias enviando

un video sobre cómo el Yogurt Toni con *Lactobacillus* les ha ayudado a tener una mejor salud y vida. Se eligieron ocho ganadores, los cuales se han convertido en la imagen de Yogurt Toni aparecieron en comerciales, material pop y actividades de Relaciones Públicas y, además, fueron premiados con viajes a Hollywood, cámaras de video, cámaras e impresoras de fotos digitales.

### **Valores de marca**

En estos casi 30 años de existencia, Industrias Lácteas Toni siempre ha estado preocupada y comprometida con el bienestar de cada una de las personas que de una u otra manera están envueltas en su proceso de producción, sean clientes, colaboradores, accionistas o la comunidad en general.

Por lo anterior, Toni está continuamente generando negocios e innovando en productos que contribuyan al bienestar de sus consumidores.

Siempre ha mantenido la calidad y excelencia de cada uno de los productos que ha lanzado al mercado.

Por eso se ha convertido en una organización comprometida con el desarrollo sostenible y la conservación del medio ambiente.

Para Toni, sus colaboradores son una parte fundamental de la empresa, por lo que fomenta un estilo de vida saludable para que ellos tomen conciencia y obtengan un equilibrio en sus vidas y de esta manera logren un desarrollo tanto personal como profesional.

### **2.1.3 Fundamentación.**

#### **Fundamentación Científica.**

Su fundamentación científica se basa en el desarrollar proactividad en cada una de las operaciones se que desenvuelve sean estas contables, cobros/pagos, informes de transacciones, multas, gestión de inversiones entre otras actividades que se deben cumplir en un departamento financiero.

A demás debemos establecer que en nuestra sociedad, las personas de emprendimiento de empresas antiguamente no registraban sus transacciones comerciales dentro de documentos que le sirvan de soporte sino, que solamente los

añadía en una nota las operaciones que ellos realizaban en el día por creer que era la mejor forma de controlar sus operaciones.

Es por ello que gracias al desarrollo de las operaciones o transacciones y el apoyo de la tecnología, se ha logrado el mejoramiento de las actividades comerciales y así desarrollar futuros medios de inversión, gastos y consultas bancarias que anteriormente no eran operacionadas de manera inmediata.

En la actualidad muchos de estos cambios en sus departamentos financieros lo han realizado muchas instituciones como la ESPOL el cual su departamento financiero creado en 1959 ha tenido como único objetivo servir a la comunidad politécnica en todas y cada una de sus gestiones financieras. A sí mismo ha venido desarrollándose de acuerdo a la demanda de nuestra sociedad y la comunidad que aquí se educa.

Es así como el desarrollo de esta institución ha generado una gran ventaja en sus planeaciones estratégicas de inversión; ha permitido también que otras instituciones se pongan en el camino del desarrollo financiero. Logrando de esta manera el manejo de operaciones de forma ágil y oportuna.

Teniendo además que regular todas las operaciones de acuerdo a las leyes del Ecuador, delimitando sus reglamentos tanto internos institucionales y del departamento financiero para el control de dichas actividades económicas y al nivel externo con las instituciones del estado como la controlaría que es uno de los organismos máximos de control.

Por otra parte según las funciones que debe desarrollar todo departamento en la parte administrativa y financiera son:

- . Elaborar presupuesto del sector educativo departamental de acuerdo a las normas legales vigentes y según las necesidades y requerimientos.
- . Supervisar y evaluar el diseño y los estudios necesarios para los proyectos de ampliación, adecuación, reparación o mantenimiento de las obras físicas requeridas.
- . Orientar a la institución en la programación y ejecución presupuestal.

- . Evaluar el manejo contable, financiero y administrativo con el fin de tomar las acciones correctivas del caso.
- . Analizar el comportamiento y proyección de las operaciones financieras para planes y programas educativos.

El establecer estas funciones como guía en la parte del desarrollo de todo departamento financiero educativo es primordial porque permitirán analizar las posibles estrategias y medios para llegar al logro esperado y al desarrollo operacional que se desea adquirir.

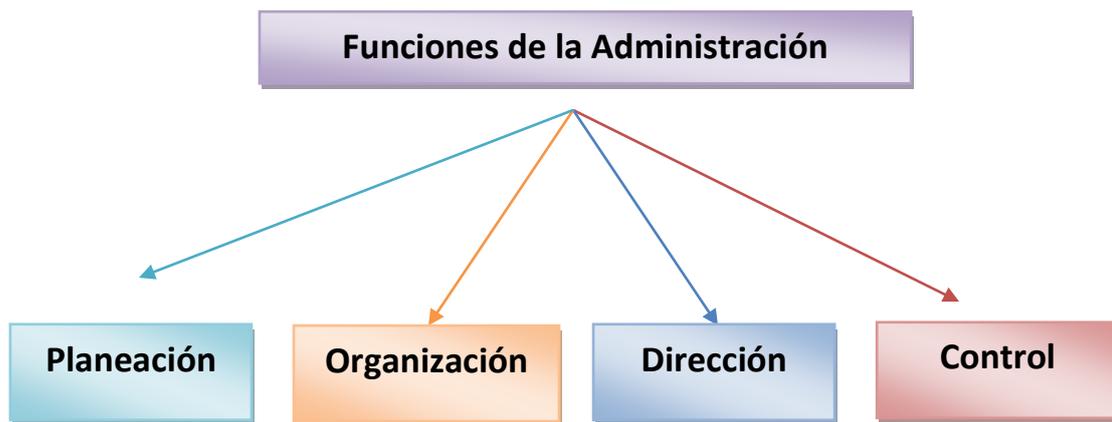
En la institución que se ha tomado como tema de investigación; se debe considerar que cada una de las operaciones a desarrollarse son tomadas en base a las propuestas que les presentan sus posibles inversiones, más no tienen en claro lo que desean y que les beneficiaría para desarrollarse en el futuro.

Lo que se aspira para el futuro de la institución, es que la administración estratégica financiera sea definida con un plan de acción donde no solamente comprometa al departamento sino a todos quienes conforman el establecimiento educativo.

Además que se permita el desarrollo de un trabajo ágil y flexible que se adapte además a los cambios, incorporando tecnologías de la información en la gestión financiera y fraternidad en el cumplimiento de sus actividades diarias y estratégicas.

### **Técnicas de administración.**

Teniendo como consecuencia que para lograr la operatividad financiera y administrativa se debe señalar técnicas de administración, las cuales permitirán obtener resultados de máxima eficiencia en la coordinación de las cosas y personas que integran una entidad y que requerirá del constante ejercicio de ciertas responsabilidades a las cuales se las denomina funciones de la administración las cuales están perfectamente definidas y son:



En lo que tiene que ver con la planificación se la realizará en el aspecto financiero, fijando principios que lo habrán de prescindir y orientar, a la secuencia de operaciones necesarias para alcanzarlo.

Es imperativo además tomarse un tiempo para planificar administrativamente las futuras estrategias que desarrollará este departamento para su normal operatividad y desenvolvimiento, para que de esta manera su rentabilidad y crecimiento sea duradero.

Debemos también considerar que existen muchas maneras de vigilar el desenvolvimiento de la institución y especialmente del departamento financiero, el cual consiste en establecer metas y poder controlar los problemas que surjan.

Podríamos decir que entre los métodos que se tomarían para la detección de problemas serían:

- Celebrar reuniones para actualizar cifras, evaluar resultados y observar atentamente su operatividad.
- El establecimiento de planes de contingencia mediante escenarios optimistas y pesimistas.
- Promover el desarrollo de técnicas financieras y contables.
- Canalizar su FODA en el desarrollo esperado.

Cabe además acotar en nuestra fundamentación que todo departamento financiero debe desempeñar básicamente las siguientes funciones: <sup>12</sup>

1.-) Coordinar, supervisar y evaluar la ejecución de las labores financieras, contables y presupuestarias de los recursos financieros.

2.-) Coordinar y supervisar la formulación de los anteproyectos de los presupuestos ordinarios, extraordinarios, de recursos asignados por presupuesto nacional, de recursos externos de las cuentas especiales y de cualquier otro recurso económico asignado conjuntamente con las direcciones respectivas y someterlos a consideración de las instancias correspondientes.

3.-) Garantizar la eficiencia del sistema de información contable y presupuesto de los recursos financieros internos y externos, mediante la formulación y puesta en práctica de métodos, procedimientos y técnicas de registro de probada eficiencia, modalidades de administración financiera.

4.-) Velar por el cumplimiento de la Ley de Administración Financiera de la República y las normas de ejecución establecidas por los organismos controladores nacionales e internacionales en los aspectos financieros, contables y presupuestarios.

5.-) Verificar que el uso de los fondos sea correcto y oportuno de conformidad con las directrices, normas e instrucciones establecidas por la Contraloría General de la República.

6.-) Asesorar en la ejecución de las labores financiero-contable y presupuestaria de todas las direcciones que cuenten con recursos internos y externos que exija la legislación.

7.-) Velar por el uso oportuno y adecuado de las cajas chicas de recursos financieros internos y externos mediante registros y procedimientos eficaces, de acuerdo con la legislación vigente.

8.-) Mantener los registros financiero-contables actualizados junto con todos los documentos de soporte que se originen de las operaciones financiera.

---

<sup>1</sup> INTA,2001

<sup>2</sup> Sistema Costarricense de información Jurídica, 2011

9.-) Realizar las gestiones de reembolso y desembolso de fondos ante los organismos financieros correspondientes.

10.-) Registrar, controlar y ejecutar las transacciones que se deriven de la aplicación de los recursos de financiamiento externo y de renta de factores productivos financieros.

11.-) Preparar estados financieros por categorías de inversión.

12.-) Velar por la correcta custodia de los valores y dinero de la institución que se encuentren bajo la responsabilidad del departamento.

13.-) Asesorar a los directores de la institución sobre las necesidades de efectuar modificaciones en los programas de la ley de presupuesto nacional de las cuentas especiales y de recursos internos.

14.-) Efectuar la presentación correcta y oportuna de los pagos que se tramitan ante el Ministerio de la Hacienda y Contraloría General de la Republica.

15.-) Brindar asistencia técnica en materia financiero-presupuestaria a los directores en general de la institución.

16.-) Coordinar las acciones con los entes gubernamentales y otras instituciones en materias financiero-contables.

17.-) Planear, dirigir y ejecutar la actualización de los diferentes sistemas de información necesarios para las actividades del departamento.

18.-) Cualquier otra función que las autoridades superiores, leyes y reglamentos lo asignen.

Teniendo como eje principal que dentro de las Funciones de un Departamento Financiero es llevar a cabo y supervisar todas las operaciones financieras de la institución, además este se divide en tres secciones que son:

Departamento de Contabilidad, Director del Departamento y el Cajero o Colector que actúa como el centro del todo el movimiento del dinero en efectivo dentro y fuera de la institución, inclusive todas las facturas y procesos de todos los ingresos

recaudados comúnmente, paga a los empleados y contratistas e interactúa con los bancos en nombre de la institución.

El Cajero o Colector utiliza un sistema sencillo informatizado de mantenimiento de registro para cada una de las actividades diarias realizadas.

La función financiera de los responsables depende en gran parte del tamaño de la empresa. En empresas pequeñas la función financiera la lleva a cabo normalmente el departamento de contabilidad, a medida que la empresa crece la importancia de la función financiera da por resultado normalmente la creación de un departamento financiero separado a una unidad autónoma vinculada directamente al presidente de la compañía a través de un administrador financiero.

La administración financiera actual se contempla como una forma de la economía aplicada que hace énfasis a conceptos teóricos tomando también información de la contabilidad, que es igualmente otra área de la economía aplicada.

### **Economía vs. Finanzas**

La importancia de la economía en el desarrollo del ambiente financiero y la teoría financiera puede describirse mejor a la luz de dos amplios campos de la economía:

#### **La macroeconomía.**

Esta rama se ocupa del ambiente institucional e internacional en que una empresa opera de los intermediarios financieros, de la estructura del sistema bancario, el tesoro de la nación, los conceptos que entrañan las relaciones de suministros y demanda, así como también de las estrategias para maximizar las utilidades y las políticas económicas a disposición del gobierno para hacer frente y controlar el nivel de actividad económica.

#### **La microeconomía.**

Esta se ocupa de determinar las estrategias óptimas de operación de empresas e individuos, define las actividades que permite a la empresa alcanzar el éxito financiero como los resultados de la mezcla de factores productivos, niveles óptimos de venta y las estrategias para fijar los precios.

El conocimiento de la economía es necesario para entender en tanto el ambiente financiero como la teoría de las decisiones que son la razón fundamental de la administración financiera.

La función financiera es necesaria para que la empresa pueda operar con eficiencia y eficacia, para muchos la función financiera y contable de un negocio es virtualmente la misma aunque hay una relación estrecha entre estas funciones, la función contable debe considerarse como un insumo necesario de la función financiera.

Frente al tratamiento del manejo de los fondos, el contador cuya función principal es de producir y suministrar información para medir el funcionamiento de la empresa, prepara los estados financieros partiendo de la premisa de que los ingresos se reconocen como tales en el momento de la venta y gastos cuando se incurren en ellos.

El administrador financiero se preocupa de mantener la solvencia de la empresa, obteniendo los flujos necesarios para satisfacer las obligaciones y adquirir los activos fijos y circulantes necesarios para lograr los objetivos de la institución y reconocer los ingresos y gastos como lo efectúa el contador, reconociéndolo por los ingresos y egresos de efectivo.

### **Función Financiera.**

El administrador financiero juega un papel importante en toda institución, sus funciones y sus objetivos pueden evaluarse con respecto a los estados financieros básicos dentro de sus tres funciones primarias tenemos:

- ∴ El análisis de los datos financieros.
- ∴ La determinación de la estructura de activos de las instituciones.
- ∴ La fijación de la estructura de capital.

La nueva perspectiva empresarial ya no se basa en la maximización de las utilidades, esta ha cambiado por un enfoque de la maximización de las riquezas.

### **- Análisis de los Datos Financieros.**

Esta función se refiere a la transformación de los datos financieros a una forma que puedan utilizarse para controlar la posición financiera de la empresa, hacer planes para funcionamiento futuros, evaluar las necesidades para incrementar la capacidad productiva y determinar el financiamiento adicional que se requiera.

### **Determinación de la estructura de activos de las instituciones.**

El administrador financiero debe tener tanto la composición como el tipo de activos que se encuentran en el balance de la institución.

El término composición se refiere a la cantidad de dinero que comprenden los activos circulantes y fijos.

Una vez que se determinan la composición, el gerente financiero debe determinar y tratar de mantener ciertos niveles óptimos para cada tipo de activos. La determinación de la estructura óptima de activos de una empresa no es un proceso simple, requiere de perspicacia y estudio de las operaciones pasadas y futuras de la institución, así como también comprensión de los objetivos a largo plazo.

### **Determinación de la estructura de capital.**

Esta función se ocupa del pasivo y capital en el balance, deben tomarse dos decisiones fundamentales acerca de la estructura de capital de la empresa.

Primero se debe determinar la composición más adecuada de financiamiento a corto plazo y largo plazo, esta es una decisión importante por cuanto afecta a la rentabilidad y la liquidez general de la compañía. Otro de los asuntos de igual importancia es determinar cuáles fuentes de financiamiento a corto o largo plazo son mejores para la empresa en un momento determinado.

Muchas de estas decisiones las impone la necesidad, y otras requieren un análisis minucioso de las alternativas disponibles, su costo y sus implicaciones a largo plazo. La evaluación de los balances por parte del administrador financiero refleja la situación financiera general de la empresa y buscar áreas problemáticas y aquellas susceptibles de mejoras.

Al determinar la estructura de los activos de la empresa, se da forma a la parte de los activos y al fijar la estructura de capital se está construyendo las partes del pasivo y capital en el balance.

También debe cumplir funciones específicas como:

- ∴ Evaluar y seleccionar clientes.
- ∴ Evaluación de la posición financiera de la empresa.
- ∴ Adquisición de financiamiento.
- ∴ Adquisición de activos fijos.

El objetivo final del administrador o sistema financiero de una institución, es el de alcanzar los objetivos de los dueños de la empresa. Frente a esto la función financiera debe plantear estrategias más viables que los esfuerzos para maximizar utilidades.

Una de las estrategias es hacer hincapié en el aumento del valor de la inversión de los dueños y en la implementación de proyectos que aumenten el valor en el mercado de valores de la empresa.

### **Los Departamentos Financieros.**

Es el departamento responsable de dirigir todos los procesos financieros contables y presupuestarios de la institución como órgano asesor de la materia de sus competencias, conforme a lineamientos y normas preestablecidas.

El control presupuestario es la encargada de controlar y preparar los informes de ejecución presupuestaria para las dependencias internas y externas que se dan con el fin de atender y asesorar los requerimientos de las autoridades institucionales para utilizar los recursos de una forma eficiente y eficaz, asignándoles de acuerdo a las prioridades, dado que se encuentra en un proceso de desarrollo continuo.

La sección de tesorería nace de la creación de los departamentos financieros siendo muy importante la labor que aquí se delega como los controles de manejo y ejecución de recursos financieros que le permiten a la institución el desarrollo de todos sus niveles.

Y además el establecer y mantener programas de control y ejecución profesional y técnico que garantice la agilidad y eficiencia en el manejo presupuestario, financiero y contable.

### **Servicios Financieros.**

Entre los servicios financieros que debe desarrollar toda institución educativa para su departamento financiero son las siguientes:

- ∴ Cobro de aranceles a estudiantes regulares y de educación no formal.
- ∴ Pago a proveedores entre otros.
- ∴ Cobro de ventas de servicios por capacitación a empleados de empresas por la Dirección de Educación y Asistencia técnica.
- ∴ Cobro de morosidades por entrega tardía o pago de pensiones.
- ∴ Atención de consultas de presupuestos.
- ∴ Pago de salarios al personal.
- ∴ Pago por gastos menores efectuados por el personal de la institución.
- ∴ Pago de proveedores.

### **Organización Empresarial.**

Corresponde al proceso de organización de los recursos (humanos, financieros y materiales) de los que dispone la empresa, para alcanzar los objetivos deseados, son muchos los modelos o estilos de organización que podemos encontrar. Las estructuras más comunes son:

#### **Organización Lineal.**

Con Staff de asesoramiento.

Con comités o consejos.

#### **Organización funcional**

Departamental o de Taylor.

Uno de los aspectos de toda organización es el establecimiento de departamentos, que designan un área o división en particular de una organización sobre la cual un administrador posee autoridad respecto al desempeño de actividades específicas, de acuerdo con su uso más general, los departamentos pueden ser producción, control, investigación y financiero.

El primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa es revisar que los objetivos de la empresa y lo de sus áreas funcionales concuerden y se complementen para cada uno de los procesos operativos y funcionales de la institución.

### **Los Créditos (préstamos).**

Denominados como: Entradas y Salidas.

- ∴ ENTRADAS.- Son todos los ingresos de dinero que la empresa recibe.
- ∴ SALIDAS.- Son todos los egresos que la empresa realiza, los gastos o costos en que la empresa incurre son salidas de dinero.

Dentro de los aspectos organizacionales de toda institución es preponderante el hecho de designar responsabilidad y proactividad en cada una de las actividades que se están desarrollando en el departamento requerido.

### **La Contabilidad Financiera y la Contabilidad de Gestión.**

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

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

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

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

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

### **Los Fundamentos Contables:**

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

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

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

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

### **LOS FLUJOS DE RECURSOS<sup>3</sup>**

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

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

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

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

---

<sup>3</sup> SILVA Palavecinos, Berta, 2003, Fundamentos del sistema contable, [https://www.u-cursos.cl/ieb/2009/2/0206/267201/material\\_docente/previsualizar?id\\_material=524074](https://www.u-cursos.cl/ieb/2009/2/0206/267201/material_docente/previsualizar?id_material=524074)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **Proceso de toma de decisiones:<sup>4</sup>**

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

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

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

---

<sup>4</sup> SILVA Palavecinos, Berta, 2003, Fundamentos del sistema contable, [https://www.u-cursos.cl/ieb/2009/2/0206/267201/material\\_docente/previsualizar?id\\_material=524074](https://www.u-cursos.cl/ieb/2009/2/0206/267201/material_docente/previsualizar?id_material=524074)

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

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

Estratégico,

Táctico o de gestión,

Operativo.

De manera simple se podría indicar que:

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

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

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

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

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

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

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

### **Características de un sistema de información contable efectivo**

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

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

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

## Marco técnico<sup>5</sup>

La eficiencia y eficacia en la implementación de un sistema de contabilidad depende de su implementación dentro de la empresa. Este debe estar hecho con base en los objetivos organizacionales y debe estar ligado con los programas y procedimientos que integran el esquema funcional de la empresa.

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

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

Preparar los informes pertinentes registrar las operaciones en los libros correspondientes

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

Procedimientos de instalación del sistema contable:

- ∴ El estudio preliminar de la empresa.
- ∴ Revisar los formularios y comprobantes originales.
- ∴ Identificar y registrar todas las transacciones validas.

---

<sup>5</sup> Gómez Giovanni E., 2001 Los sistemas contables, <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/24/siscont.htm>

- ∴ Medir el valor de las transacciones de modo que pueda anotarse su valor monetario en estados financieros.

## **Definiciones y Conceptos**

### **Balance e Inventario.**

El balance constituye uno de los elementos básicos en el marco de la información de las instituciones, el cual se puede calificar como la radiografía de la situación económica, financiera, jurídica y fiscal que constituye un valioso instrumento de gestión y control.

### **Contabilidad del Negocio.**

La contabilidad es una herramienta de control, que permitirá determinar la real situación de su negocio, es decir las ganancias, pérdidas, inversiones y saldo de capital. Y, al mismo tiempo, se podrá fundamentar sus decisiones económicas.

### **Estado de Pérdidas y Ganancias.**

Debemos reconocer que las cuentas de pérdidas y ganancias conforma el estado contable que suministra información sobre:

- ∴ Clasificación, volumen y cuantificación de los ingresos del ejercicio.
- ∴ Clasificación y cuantificación de todos los gastos.
- ∴ Determinación del resultado del ejercicio.

### **Flujo de Caja.**

Lo conforma el registro que proporciona el flujo de caja, lo que constituye en una poderosa herramienta de información de control muy útil para el departamento lo cual refleja las entradas y salidas de dinero proyectadas las cuales se originaron como consecuencia del desarrollo habitual de la institución.

La elaboración de este registro posee los siguientes propósitos principales como:

Indicar de donde provendrán los ingresos.

Se usarán esos fondos en el futuro.

### **Libro Diario.**

Se necesita poseer un sistema de registro de operaciones de cada día; para lograr desarrollar una mayor efectividad en el control de los ingresos y egresos que se realizan dentro del departamento financiero.

Dentro de las cuales las operaciones se las clasifica en: Compras, Gastos, Pagos, Adquisiciones, Depósitos, Operaciones Bancarias, Impuestos entre otros.

### **Metas.**

Permiten conocer los resultados específicos, medibles, cuantificables que una empresa o institución debe lograr en un tiempo expresamente definido, lo que permitirá alcanzar tanto los objetivos como las estrategias puestas en marcha.

Es de reconocer además que toda meta por lo general se debe realizar en un tiempo no mayor a un año.

### **Operaciones económicas.**

Es necesario que toda empresa o institución sea esta pequeña, mediana o grande desarrollen sus registros y proyección de sus operaciones como toda empresa.

Lo que permitirá disponer de información precisa y actualizada sobre la evolución pasada, presente y futura de la institución.

El poder contar con estos registros es importante para poder desarrollar una Gestión Financiera acorde a las características de la empresa ya que brinda información para:

- Conocer si su desarrollo económico está aportando pérdidas y ganancias y de que magnitud.
- Controlar los costos y gastos.
- Poder analizar un plan proyectado para un periodo de tiempo

- ∴ Estimar las necesidades futuras de obtener créditos.
- ∴ Observar su capacidad para controlar tanto costos como gastos.

### **Planeación de las actividades económicas.**

La planeación es un conjunto de decisiones que se toman para alcanzar lo propuesto en el futuro. Es necesario comprender que sin planes no se lograrían desarrollar los recursos de forma organizada; lo cual conllevaría a no poseer una idea clara de lo que se necesita para lograr una organización.

Sin un plan, no se lograría dirigir con confianza o esperar que otros lo sigan además sin un plan los empresarios y sus seguidores tienen muy pocas posibilidades de lograr sus metas o de saber cuándo y dónde se están desviando de su camino hacia el desarrollo y el éxito.

### **Fundamentación Sociológica.**

La fundamentación Sociológica se establecerá a través del comportamiento de las personas cuando buscan un lugar para obtener un producto o servicio, si estos satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes o no.

Pues si no satisfacen sus necesidades y expectativas ellos se verán en la necesidad de desplazarse a ciudades cercadas en busca de estos productos, por ello es importante contar con una empresa que brinde un producto de calidad, como es la distribuidora el Ranchito, la cual tiene como objetivo principal cubrir la demanda de este bien a toda la ciudadanía Milagreña y de sectores aledaños, cabe mencionar que la sociedad es quien tienen el poder de compra es por ello, que la empresa debe buscar un valor agregado que diferencia a la distribuidora de la competencia, para así mantener un posicionamiento permanente en este mercado.

## **2.2 MARCO LEGAL.**

### **CODIFICACIÓN Y REFORMAS A LA LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES<sup>6</sup>**

#### Capítulo I

#### DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Concepto de Registro Único de Contribuyentes.- Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

Art. 2.- Del Registro (Sustituido inc. 1 por el Art. 21 de la Ley 41, R.O. 206, 2-XII-97).- El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas.

Todos los organismos del Sector Público así como las instituciones, empresas particulares y personas naturales están obligados a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha Dirección.

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes. Si un obligado a inscribirse no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión, el Director General de Rentas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción.

También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene

---

<sup>6</sup> SRI, Ley de Registro Único de Contribuyentes, 2012, [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)

relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo si lo consideran conveniente.

Art. 4.- De la inscripción.- La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las Oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades según el caso y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

Aquellos contribuyentes, personas naturales que desarrollen actividades como empresas unipersonales, y que operen con un capital en giro de hasta S/.10.000 , serán consideradas únicamente como personas naturales para los efectos de esta Ley. En todo caso, la Dirección General de Rentas, deberá, de conformidad con lo prescrito en el Reglamento, calificar estos casos.

La solicitud de inscripción contendrá todos los datos que sean requeridos, y que señale el Reglamento y se presentarán en los formularios oficiales que se entregarán para el efecto.

En caso de inscripciones de oficio la administración llenará los formularios correspondientes.

Art. 5.- Del Número de Registro.- La Dirección General de Rentas, establecerá, el sistema de numeración que estime más conveniente para identificar a las personas jurídicas, entes sin personalidad jurídica, empresas unipersonales, nacionales y extranjeras, públicas o privadas.

Para las personas naturales, que no constituyan empresas unipersonales, el número de identificación tributaria estará dado por el número de la cédula de identidad y/o ciudadanía.

Art. 6.- De las Sucursales y Agencias.- Las empresas o sociedades que tuvieren sucursales, agencias u otros establecimientos permanentes en el país, al inscribir la matriz tienen también la obligación de registrarlas, utilizando el formulario correspondiente. Si posteriormente constituyeren nuevos establecimientos de esta índole, deberá procederse a su registro en las condiciones estipuladas en los artículos anteriores.

Art. 7.- Del Otorgamiento del Número de Registro.- A la presentación de la solicitud se otorgará el número de inscripción, mediante un certificado de inscripción. Igual procedimiento se observará en el caso de inscripciones de oficio.

Art. 8.- De la Intransferibilidad del Certificado de Inscripción.- El certificado de inscripción con el número de identificación tributaria es un documento público, intransferible y personal.

Art. 9.- De las Responsabilidades.- Los obligados a inscribirse son responsables de la veracidad de la información consignada, para todos los efectos jurídicos derivados de este acto.

En el caso de los responsables por representación se estará a lo dispuesto en el artículo 26 del Código Tributario.

Art. 10.- Del uso del número de Inscripción en Documentos.- El número de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes determinado en la forma establecida en el artículo 5 de esta Ley, deberá constar obligatoriamente en los siguientes documentos:

- a) Cédula Tributaria;
- b) Certificado Militar o Cédula de las Fuerzas Armadas;
- c) Certificado de antecedentes personales conferido por la Policía Civil Nacional;
- d) Documento de afiliación personal al Seguro Social;
- e) Licencias de conductores;
- f) Matrículas de Comerciantes;
- g) Matrículas de Industriales;

- h) Cédulas de Agricultores;
  - i) Documento de afiliaciones a las Cámaras de Artesanías y Pequeñas Industrias;
  - j) Carnés de los Colegios Profesionales;
  - k) Registros de importadores y exportadores;
  - l) Documentos que contengan la matrícula de vehículos (no placas);
  - m) Catastro de la Propiedad;
  - n) Declaraciones y comprobantes de pago de toda clase de tributos, cuya recaudación se realice por cualquier tipo de institución;
  - ñ) Certificado de no adeudar al Fisco o a los Municipios;
  - o) Facturas, Notas de Ventas, Recibos y más documentos contables que otorgan los contribuyentes por actos de comercio o servicios;
  - p) Planillas de sueldos de todas las instituciones de derecho público o privado;
  - q) Permisos de importación, pólizas de exportación y pedimentos de aduana;
  - r) En todos los documentos que el Estado y las instituciones oficiales y privadas confieran en favor de terceros y siempre que se relacionen con aspectos tributarios;
- y,
- s) En todas las etiquetas y envases de productos que físicamente así lo permitieren.

**Superintendencia de Compañías.-** sujeta a presentar la Información correspondiente de acuerdo al artículo 20 de la Ley de Compañías, que entre otros determina enviar en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso

anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

**Servicio de Rentas Internas.-** tiene las siguientes obligaciones tributarias:

- a) Anexo de compras de retenciones en la Fuente por Otros Conceptos
- b) Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades
- c) Declaración de Retenciones en la Fuente
- d) Declaración Mensual de IVA

### **Permiso y patente municipal**

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

- ∴ Registro único de (RUC). contribuyentes
- ∴ Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- ∴ Copia del certificado de votación del representante legal.
- ∴ Formulario de declaración para obtener la patente.

### **Permiso de dirección de higiene municipal**

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deberán someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, mas aun al tratarse de una empresa que provee a sus clientes productos consumo masivo y de primera necesidad. Además se deberá presentar la siguiente documentación:

- ∴ Especie de habilitación y funcionamiento.
- ∴ RUC.
- ∴ Copia de cedula del representante legal.
- ∴ Copia de papeleta de votación del representante legal.
- ∴ Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

## **Permiso de funcionamiento del ministerio de salud publica**

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:

1. Permiso de dirección de Higiene Municipal.
2. Registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de cedula del representante legal
4. Papeleta de votación del representante legal
5. Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
6. Documento de afiliación a la cámara de comercio.

## **Afiliación a la cámara de comercio**

Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la cámara de comercio del cantón Milagro, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja.

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

**Calidad:** Herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.<sup>7</sup>

**Cliente:** Persona que demanda un servicio con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

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

**Contabilidad.-** La contabilidad en su proceso de reconocimiento de los efectos que producen los hechos económicos en la estructura patrimonial de la empresa, actúa captando datos acerca de los flujos económicos y financieros y sus sucesivas

---

<sup>7</sup> Calidad, <http://es.scribd.com/doc/79418206/Cal-Id-Ad>

transformaciones, realizadas tanto al interior de la empresa o como del intercambio con el medio. Dichos flujos y transformaciones forman parte del proceso básico vital, conocido como proceso primario o ciclo operacional.

**Higiene:** Conjunto de conocimientos y técnicas que deben aplicar los individuos para el control de los factores que ejercen o pueden ejercer efectos nocivos sobre la salud

**Inversión.-** "la inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa".

**Fundamentos Contables.-** No son de aplicación exclusiva a las entidades que persiguen fines de lucro, conocidas como las empresas; también alcanzan en muchos aspectos a las entidades sin fines de lucro, sin embargo, en el desarrollo de las materias, el énfasis, salvo que se diga lo contrario, estará puesto en las primeras

**Mercado:** Área dentro de la cual los vendedores y compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

**Mercado Laboral.-** Es el sitio donde se encuentran un grupo de personas que desean ofrecer o vender productos y otro grupo de personas que desean comprar o demandar productos o servicios.

**Mezcla de marketing.-** La mezcla del marketing para la toma de decisiones hace referencia a cuatro variables controlables: producto, plaza, precio y promoción. Esta mezcla es la más utilizada en el marketing privado o de bienes.

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

**Proceso.-** Acción de seguir adelante.

**Productividad.-** La productividad es la relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción, es decir la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos.

**Publicidad.-** f., deriv. Medios empleados para difundir algo./ Anuncios, cuñas, mensaje.

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

**Tecnológicas.-** Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados, científicamente, que permitan diseñar y crear bienes o servicios que faciliten al medio y satisfagan las necesidades de las personas.

**Variable dependiente:** Características de la realidad que se ven determinadas o que dependen del valor que asuman otros fenómenos o variables independientes.

**Variable independiente:** Cambios en los valores de este tipo de variables determinan cambios en los valores de otra variable.

## **2.4. Hipótesis y Variables.**

### **2.4.1 Hipótesis General**

El llevar el control de las actividades económicas de una manera empírica, incide en la rentabilidad de la Distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito

### **2.4.2 Hipótesis Particulares**

- ∴ El personal capacitado afecta en la rentabilidad de la distribuidora de productos lácteos el ranchito.
- ∴ El control en la compra y venta del producto, incide en el inventario de la empresa.
- ∴ El llevar control manual de la mercadería, incide en la operatividad de la empresa El Ranchito

- ∴ El poseer equipos computacionales de poca tecnología incurre en el adelanto comercial del negocio.
- ∴ La forma de operar de la distribuidora el ranchito. incide en la satisfacción de sus clientes.

### **2.4.3 Declaración de Variables.**

#### **Hipótesis General**

**Variable Independiente:** Actividades económicas

**Variable dependiente:** Rentabilidad.

#### **Hipótesis Particulares**

Número 1

**Variable Independiente:** Personal capacitado.

**Variable dependiente:** Rentabilidad

*Número 2*

**Variable Independiente:** Control de compra y venta de productos.

**Variable dependiente:** Inventario

Número 3

**Variable independiente:** Control manual

**Variable dependiente:** Operatividad

Número 4

**Variable independiente:** Equipos computacionales de poca tecnología

**Variable dependiente:** Adelanto comercial.

Número 5

**Variable independiente:** Administración

**Variable dependiente:** Nivel de satisfacción

#### 2.4.4 Operacionalización de las Variables

**Cuadro 1**

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIONES	INDICADORES
<b>Variable independiente:</b> Actividades económicas	Las actividades económicas, de una empresa deben de ser bien canalizadas, puesto de otra manera se disminuirán los ingresos de la misma.	. Índices de rentabilidad. . Controles internos.
<b>Variable independiente:</b> Rentabilidad	La rentabilidad de un negocio se logra a través del cumplimiento de estándares, presupuestos y buen manejo administrativo y operativo que impulsen al recurso humano ha hacer bien su trabajo.	. Balance financiero. . Incremento de ventas.
<b>Variable dependiente:</b> Control	Es la forma de optimizar las actividades administrativas y operativas de una empresa con el fin de cumplir con los propósitos trazados.	. Identificación de los problemas. . Manuales de funciones. . Evaluaciones de desempeño. . Reportes
<b>Variable Independiente:</b> Personal capacitado	El personal capacitado es todo aquello que se especializa en un carrera, con el propósito de satisfacer el perfil del mercado laboral	. Cursos, seminarios. Títulos y documentos otorgados por los organismos competentes
<b>Variable dependiente:</b> Rentabilidad	La rentabilidad de un negocio se logra a través del cumplimiento de estándares, presupuestos y buen manejo administrativo y operativo que impulsen al recurso humano ha hacer bien su trabajo.	. Balance financiero. . Incremento de ventas.
<b>Variable Independiente:</b> control de compra y venta de productos	El Control se debe al manejo adecuado de las actividades administrativas y operativas de la empresa.	. Facturas de compras Notas de ventas
<b>Variable dependiente:</b> Inventario	El inventario es el control que se mantiene de un producto, con el fin de darle una adecuada rotación.	. Facturas. . Notas de pedidos

<b>Variable Independiente:</b> Control manual	El control manual se lo llevaba en tiempos atrás por la falta de sistemas informáticos, donde las labores eran más trabajosas.	. Talonarios. . Facturas. . Vales. . Reportes. . kardex
<b>Variable dependiente:</b> Operatividad	Es la optimización de las actividades administrativas, operativas y financieras de una empresa, con la finalidad de lograr una ansiada rentabilidad que proporcione la permanencia de una entidad en el mercado.	. Planillas de servicios básicos. . Factura de compra. . Gastos. . Ingresos y egresos.
<b>Variable Independiente:</b> Equipos computacionales de poca tecnología	El sistema contable es una herramienta muy importante en el desarrollo empresarial, pues se tiene un control de las actividades administrativas y operativas con el propósito de incrementar los niveles de rentabilidad.	. Estado de resultado. . B y G
<b>Variable dependiente:</b> Adelanto comercial.	El obtener los resultados deseados, depende mucho del adecuado manejo administrativo, financiero e informático.	. Rentabilidad del negocio. . PyG.
<b>Variable independiente:</b> Administración.	La administración es emplear una adecuada dirección correcta de una organización, manteniendo un debido control de las actividades que rigen dentro de la empresa.	Reglamentos. Normas Cumplimientos de estándares
<b>Variable dependiente:</b> Nivel de satisfacción	El nivel de aceptación se mide por el beneplácito de la personas sobre un producto o servicio que vayan acorde a sus exigencias y expectativas para su consumo o uso.	. Servicio de calidad . Atención personalizada . A través de información adecuada.

**Elaborado por: Julio Veloz & Adriana Párraga**

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

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

La característica del diseño de investigación es no experimental, emplearemos el diseño longitudinal, el mismo que lo aplicaremos una sola vez en el tiempo, y la herramienta que utilizaremos es la encuesta la cual nos proporcionará información relevante sobre el objetivo de investigación

#### Tipo de Investigación

##### Según su finalidad

Teórica.

##### Según su objetivo

Exploratoria-descriptiva y explicativa

##### Según su contexto

De campo

##### Según el control de las variables

no experimental

##### Según la orientación temporal

Histórico-longitudinal

**Investigación teórica** A través de este tipo de investigación podemos apoyarnos en fuentes de carácter documental.

Como subtipos de esta investigación están la investigación bibliográfica; se basa en la consulta de libros, artículos o ensayos de revistas y periódicos, en

documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes.

**Investigación de Campo:** Este tipo de investigación nos sirve de apoyo en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad que se encuentra, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador, cabe mencionar que para el estudio de la problemática planteada se aplicara el instrumento investigativo la encuesta.

**Investigación Exploratoria:** La cual se ejecuta con el propósito de acentuar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica el abrir líneas de investigación y proceder a su comprobación.

**Investigación Descriptiva:** Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación que sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

**Investigación Explicativa:** Mediante este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta de los porque del objeto que se investiga.

### **Perspectiva general de la investigación**

La perspectiva general de la investigación se la plantea según el criterio del investigador donde se constatará la realidad acerca de la problemática planteada, realizando un análisis que permita llegar a las soluciones más acertadas con respecto a la problemática planteada.

## 3.2 La población y la muestra.

### 3.2.1 Características de la población.

La población sujeta de estudio está conformada por el talento humano de la Distribuidora el Ranchito y los Clientes de esta empresa.

### 3.2.2 Delimitación de la población.

La población está conformada por el talento humano de la distribuidora, la cual corresponden a 20, personas. En cuestión a los clientes, ascienden a 3000 universo del cual se aplicará la muestra.

### 3.2.3 Tipo de la muestra

Se ha escogido el tipo de muestra no probabilística, puesto que fue determinada a través de la elección del grupo objetivo, cabe mencionar que se aplica la fórmula estadística solo al universo conformado por los clientes de la distribuidora, con respecto al talento humano no se realiza el cálculo de la muestra ya que su universo es menos de 100.

### 3.2.4 Tamaño de la muestra.

El tamaño de la muestra se lo calcula de la siguiente manera:

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

$$n = \frac{3000 (0,5) (0,5)}{\frac{(3000 - 1) 0,05}{1,96} (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{3000 (0,25)}{\frac{2999 0,0025}{3,84} 0,25}$$

$$n = \frac{750}{\frac{7,4975}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{750}{1,952474 + 0,25}$$

$$n = \frac{750}{2,202474}$$

$$n = \mathbf{341}$$

### 3.2.5 Proceso de selección.

De acuerdo al proceso de selección, aplicaremos nuestro instrumento de clase no probabilística la muestra de sujetos voluntarios.

### 3.3 Los métodos y las técnicas.

Los métodos e instrumentos que aplicaremos en el estudio de la problemática planteada son los siguientes:

#### 3.3.2 Métodos empíricos complementarios o técnicas de investigación

El procedimiento de nuestra investigación lo vamos a realizar por medio del método de observación en la Distribuidora El Ranchito.

#### 3.3.3 Técnica e instrumento.

**La encuesta** es un instrumento investigativo que sirve para obtener información de un tema específico para conocer las expectativas y necesidades que tienen las personas sobre un producto o servicio.

**La Entrevista:** Esta técnica relaciona directamente al investigador con el objeto de estudio, ya que nos permite obtener información verbal relevante. La entrevista es una conversación seria que tiene como propósito extraer información sobre un determinado tema, se considerarán como instrumentos de investigación los **cuestionarios** con preguntas estructuradas, previamente preparado con preguntas

redactadas en forma ordenada, que nos han permitido recoger la información deseada.

- ∴ La técnica o instrumento que se aplicará en la investigación es la **encuesta**, la misma que será dirigida al talento humano de la distribuidora y a los clientes.
- ∴ La **entrevista**, este instrumento estará direccionado al gerente propietario de la Distribuidora.

### **3.4 El procesamiento estadístico de la información.**

Los datos obtenidos de los instrumentos aplicados serán tabulados y resumidos en tablas estadísticas, desarrollándose estas de manera computarizada, posteriormente los datos se presentarán de manera escrita, tabulada y graficada, empleándose grafica de tipo circular con el respectivo análisis de los resultados obtenidos, igualmente se va a establecer inferencias de los datos utilizando escala de medición acerca de la población estudiada, además se emplearán las medidas de tendencia central, tales como porcentajes y proporciones.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 4.1 ANÁLISIS DE SITUACIÓN ACTUAL.

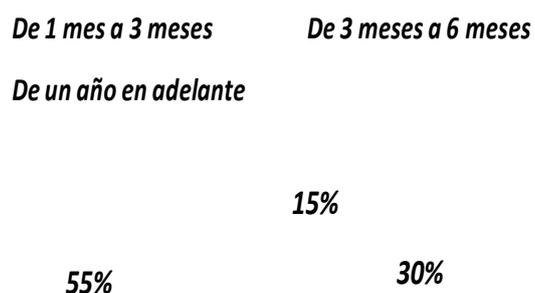
Encuesta dirigida al talento humano de la Distribuidora El Ranchito y a los clientes.

##### 1.- ¿Qué tiempo lleva laborando en la distribuidora el Ranchito?

Cuadro 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
De 1 mes a 3 meses	3	15%
De 3 meses a 6 meses	6	30%
De un año en adelante	11	55%
TOTAL	20	200%

Gráfico 1



**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.  
**Autor:** Adriana Párraga & Julio Veloz

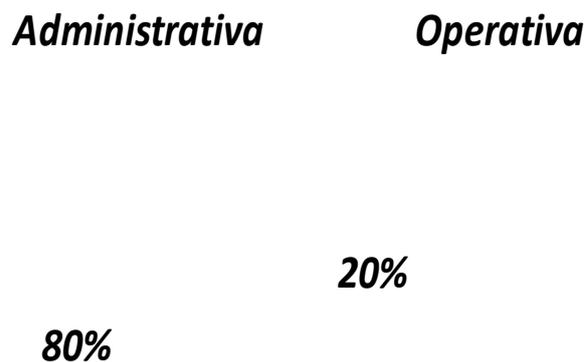
**Interpretación.-** Los encuestados indicaron que llevan laborando en su gran mayoría más de un año (55%), de 3 a 6 meses un (30%), y de un mes a 3 meses (15%) por lo tanto se podrá obtener verás ya que el talento humano conoce con certeza el movimiento administrativo y operativo de esta empresa.

## 2.- ¿En qué área se desempeña usted?

**Cuadro 3**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Administrativa	4	20%
Operativa	16	80%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 2**



**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.

**Autor:** Adriana Párraga & Julio Veloz

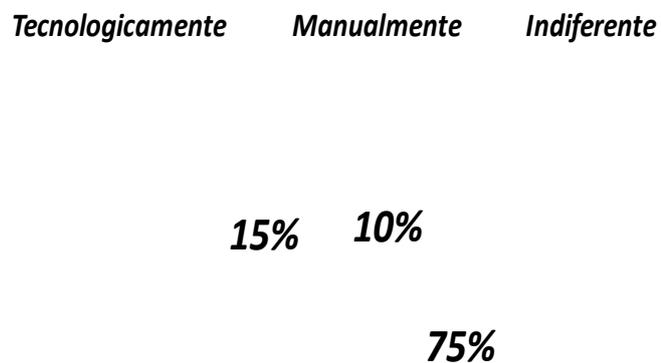
**Interpretación.-** Como se observa el 80% de los encuestados indicaron que laboran en la parte operativa, es decir en la entrega y venta de los productos, mientras que el 20% labora en la parte administrativa es decir en la planificación y gestiones internas.

3.- En la función que usted se desempeña ¿cómo lleva el control contable de la distribuidora?

**Cuadro 4**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Tecnologicamente	2	10%
Manualmente	15	75%
Indiferente	3	15%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 3**



**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.

**Autor:** Adriana Párraga & Julio Veloz

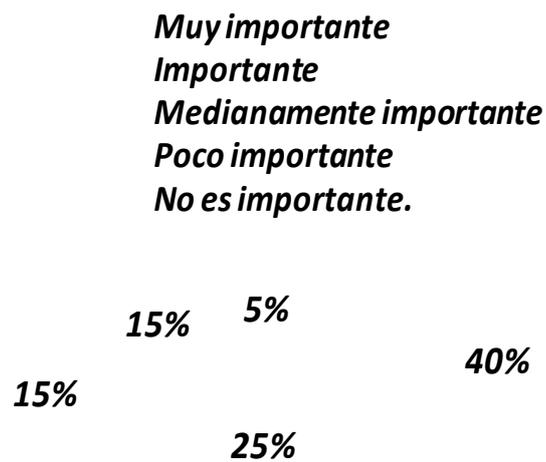
**Interpretación.-** El 75% del talento humano manifestó que el control contable lo llevan de manera manual, el 15% indiferentemente y el 10% tecnológicamente, lo que demuestra que las actividades operativas no son muy eficientes, ya que de llevarlo de manera empírica, se suele proceder de una forma lenta.

#### 4.- ¿Como considera la capacitación en el desarrollo de sus actividades?

**Cuadro 5**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy importante	8	40%
Importante	5	25%
Medianamente importante	3	15%
Poco importante	3	15%
No es importante.	1	5%
TOTAL	20	100%

**Gráfico 4**



**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.

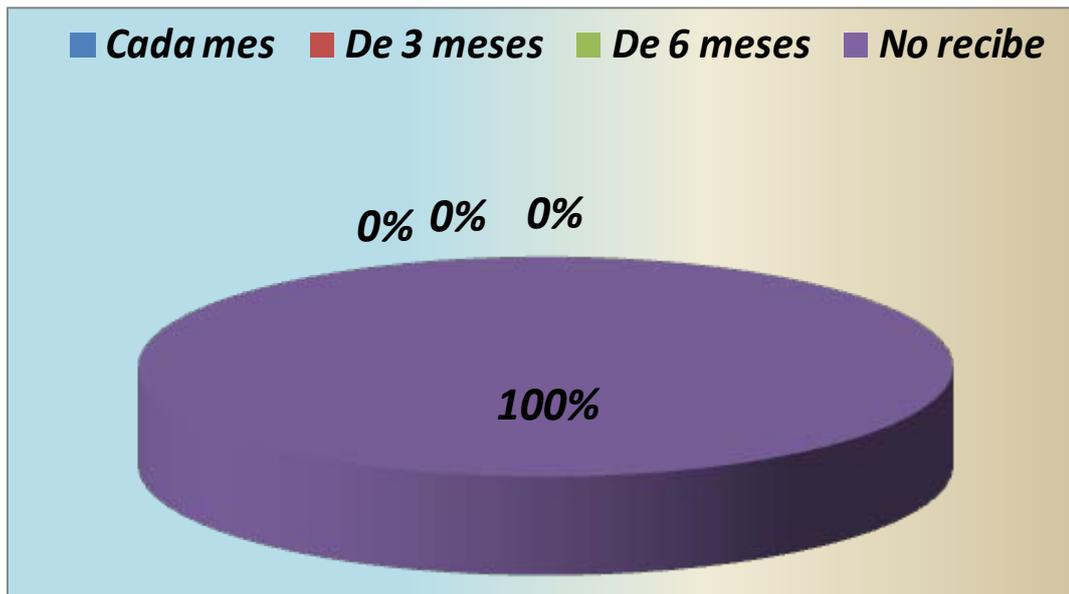
**Autor:** Adriana Párraga & Julio Veloz

**Interpretación.-** Los encuestados consideran que un 40% la capacitación es muy importante en el desempeño de sus funciones, importante un 25%, el 15% poco importante, sin embargo existe un 5% que piensa que no es importante. Indudablemente las capacitaciones son herramientas potenciales para el talento humano.

5.-En la función que usted desempeña ¿cada qué tiempo recibe capacitación?

Cuadro 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Cada mes	0	0%
De 3 meses	0	0%
De 6 meses	0	0%
No recibe	20	100%
TOTAL	20	100%



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Autor: Adriana Párraga & Julio Veloz

**Interpretación.-** Como se observa los encuestados manifestaron en su totalidad que un 100% no son capacitados, esto demuestra que existe una falencia en cuestión de administración de recursos humanos, prueba de eso el escaso control del inventario como de la parte contable de la Distribuidora.

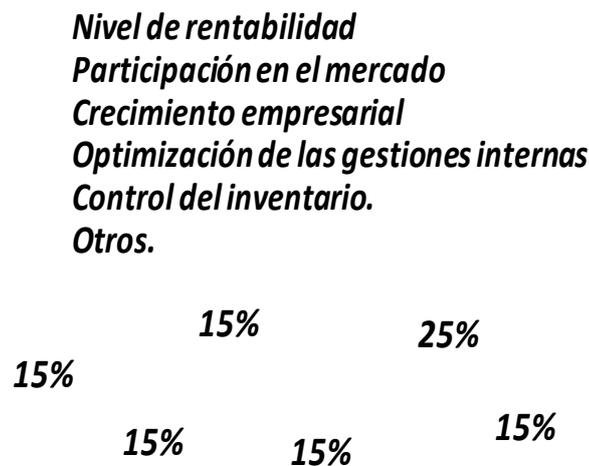


7.- El emplear equipos y sistema de alta tecnología beneficiaran a la distribuidora en:

**Cuadro 8**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Nivel de rentabilidad	5	25%
Participación en el mercado	3	15%
Crecimiento empresarial	3	15%
Optimización de las gestiones internas	3	15%
Control del inventario.	3	15%
Otros.	3	15%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 7**



**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.

**Autor:** Adriana Párraga & Julio Veloz

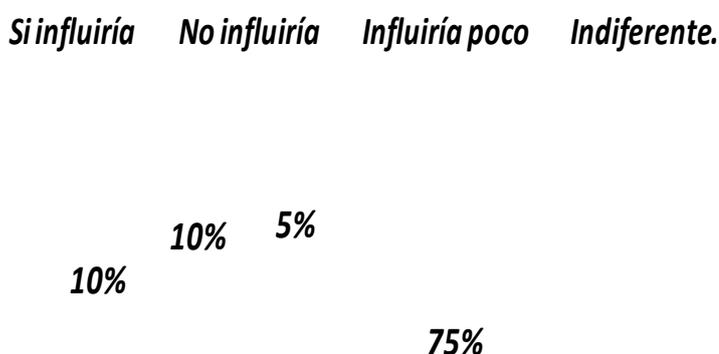
**Interpretación.-** Un 25% de los encuestados piensan que el nivel de rentabilidad incrementara, el poseer tecnología de punta la distribuidora mejora en todos sus ámbitos y lo más relevante es que el talento humano podrá desempeñar eficazmente sus labores, el 15% de los encuestados piensan que no tienen mucha participación en el mercado laboral.

8.- Tomando en consideración la pregunta anterior ¿Cree usted que el poseer equipos computacionales de alta tecnología influirá en las gestiones contables de la distribuidora?

**Cuadro 9**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si influiría	15	75%
No influiría	2	10%
Influiría poco	2	10%
Indiferente.	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 8**



**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.  
**Autor:** Adriana Párraga & Julio Veloz

**Interpretación.**-Un 75% influirá en poseer equipos computacionales como sistemas informáticos de alta tecnología, el 10% es de poca importancia para los encuestados y un 5% es indiferente. Es necesario un buen manejo contable así como de todo el entorno organizacional.

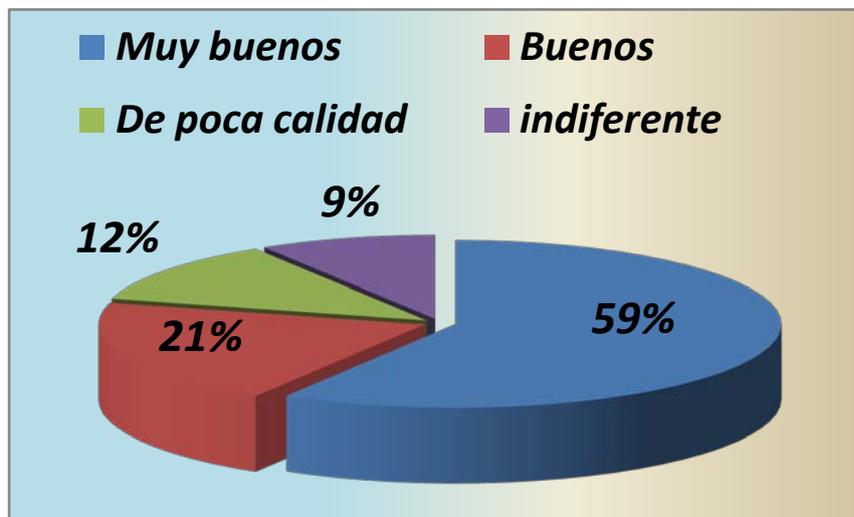
## ENCUESTA REALIZADA A LOS CLIENTES DE LA DISTRIBUIDORA EL RANCHITO

1.- ¿Cómo considera los productos que brinda la distribuidora el Ranchito?

Cuadro 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy buenos	200	59%
Buenos	70	21%
De poca calidad	41	12%
indiferente	30	9%
TOTAL	341	200%

Gráficos 9



**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.  
**Autor:** Adriana Párraga & Julio Veloz

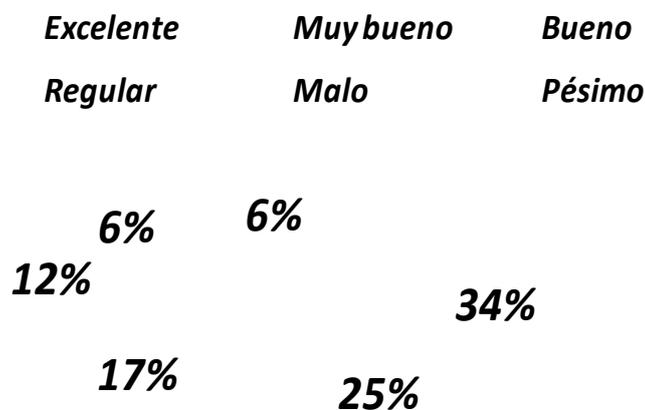
**Interpretación.-** Con respecto a esta pregunta un 59% se puede apreciar que los clientes se sienten satisfechos con los productos que adquieren o consumen, el 25% los consideran muy buenos, el 12% de poca calidad y un 9% indiferente.

**2.- Acorde al servicio que ha recibido por parte de la distribuidora el Ranchito como lo califica**

**Cuadro 11**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>
Excelente	115	34%
Muy bueno	85	25%
Bueno	60	18%
Regular	40	12%
Malo	21	6%
Pésimo	20	6%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

**Gráficos 10**



**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.  
**Autor:** Adriana Párraga & Julio Veloz

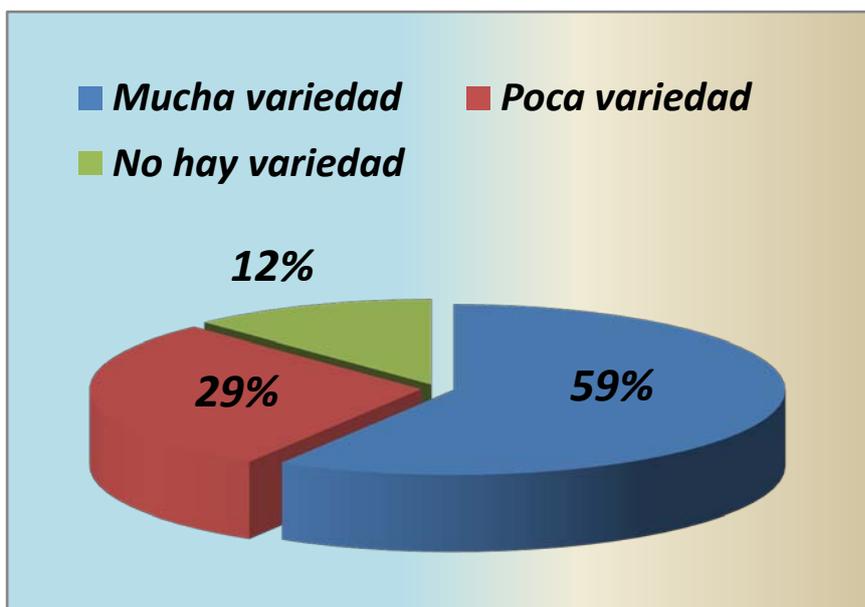
**Interpretación.-** Existe un gran porcentaje de encuestados que están a gusto con el servicio un 34%, sin embargo un 18% piensa que es bueno y un 6% indica que no está a gusto. Esto demuestra que actualmente la distribuidora tiene problemas, por ello es necesario buscar las soluciones más propicias para optimizar el servicio.

3.- Con respecto a los productos que ofrece la distribuidora, hay:

Cuadro 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Mucha variedad	200	59%
Poca variedad	100	29%
No hay variedad	41	12%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

Gráfico 11



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Autor: Adriana Párraga & Julio Veloz

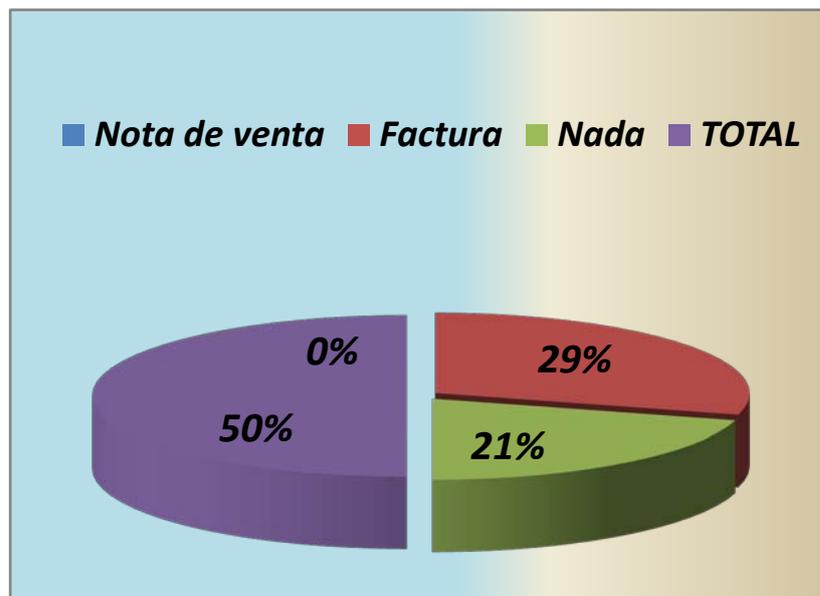
**Interpretación.-** Como se puede apreciar el gráfico circular el 59% de los clientes manifiestan que la distribuidora ofrece una variedad de producto, sin embargo el 29% manifiesta que tienen poca variedad, y el 12% esta última respuesta es producto de que el personal de venta no promociona adecuadamente los lácteos.

4.- ¿Cuándo realiza el pago de sus compras le entregan:

Cuadros 13

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Nota de venta	0	0%
Factura	200	59%
Nada	141	41%
TOTAL	341	100%

Gráfico 12



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Autor: Adriana Párraga & Julio Veloz

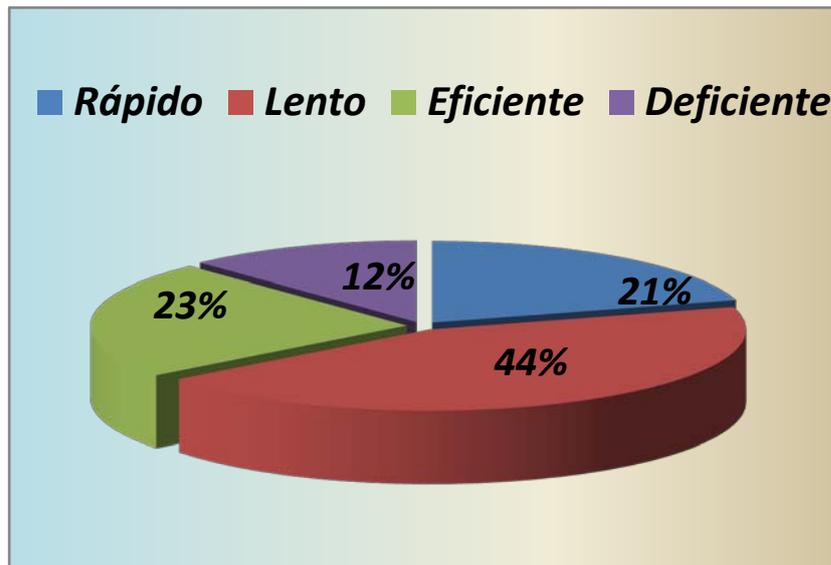
**Interpretación.-** Como se observa un 59% la empresa emite facturas por cada venta, quienes indicaron que nada un 41%, son clientes que compran en poca proporción que no llegan a la base mínima para girarles una factura.

5.- El proceso de cobranza que brinda la distribuidora es:

Cuadro 14

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Rápido	70	21%
Lento	150	44%
Eficiente	80	23%
Deficiente	41	12%
TOTAL	341	100%

Gráfico 13



**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.  
**Autor:** Adriana Párraga & Julio Veloz

**Interpretación.-** Un 44% de los encuestados manifestaron que el servicio de cobranza es lento, el 23% es eficiente, el 21% es rápido, el 12% deficiente. Es decir que cuando compran sus productos existe un tiempo de demora que consideran muy importante para realizar otras actividades. Esto se da debido a que tal proceso se lo lleva de manera empírica.

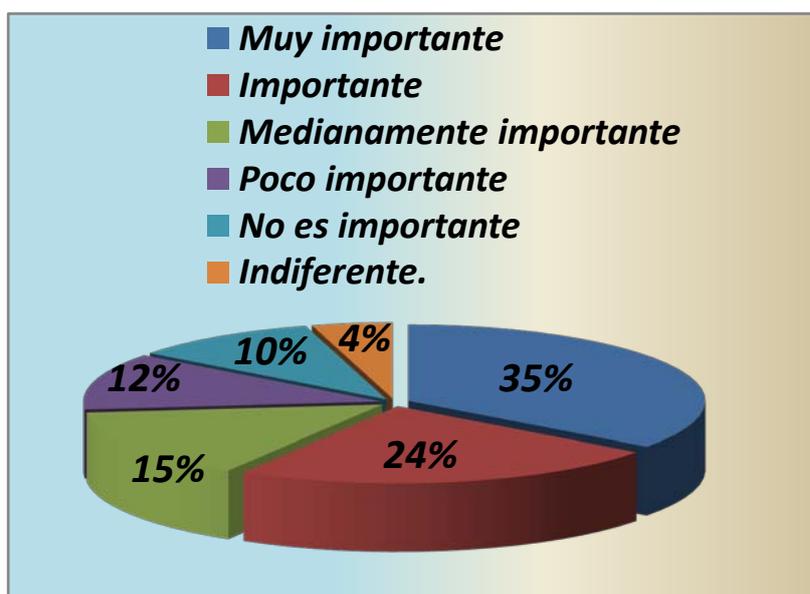


7.- ¿Considera importante que esta distribuidora que está en constante innovación debe mantenerse bajo altos estándares de calidad?

Cuadro 16

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy importante	120	35%
Importante	80	23%
Medianamente importante	50	15%
Poco importante	41	12%
No es importante	35	10%
Indiferente.	15	4%
TOTAL	341	100%

Gráfico 15



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Autor: Adriana Párraga & Julio Veloz

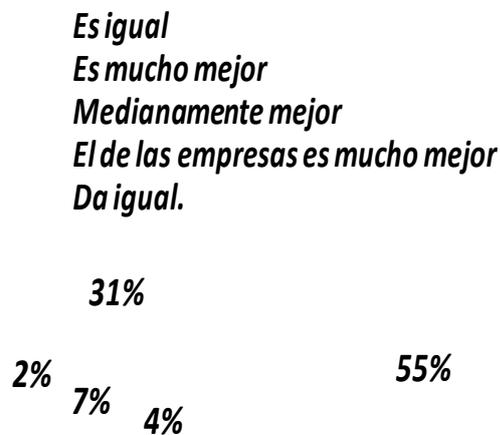
**Interpretación.-** Un 35% piensa que es muy importante los estándares de calidad, el 23% importante, el 15% medianamente importante, el 12% y 10% es poco importante la innovación de la distribuidora. Tanto de la atención al cliente interno como externo, por ello, es importante operar bajo este indicador de cambio y progreso para toda empresa.

8.- En relación a las empresas que distribuyen productos lácteos ¿Como compara el servicio que brinda el Ranchito?

**Cuadro 17**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Es igual	189	55%
Es mucho mejor	15	4%
Medianamente mejor	25	7%
El de las empresas es mucho mejor	6	2%
Da igual.	106	31%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 16**



**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.  
**Autor:** Adriana Párraga & Julio Veloz

**Interpretación.-** El 55% de los encuestados que en comparación a otras empresas el servicio que brinda la distribuidora El Ranchito es igual. El 31% le da igual. Del 7% al 2% demuestra que la empresa debe innovar sus procesos, para de esta manera brindar un óptimo servicio a los clientes en general y de esta manera diferenciarse ampliamente de la competencia.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN TENDENCIA Y PERSPECTIVA**

En los primeros inicios de la administración contable se llevaba las operaciones de una forma manual, como los libros diarios. A medida que ha ido evolucionando la actividad micro y macro empresarial se han ido innovando los procesos, dejando atrás aquellos métodos arcaicos que hacían de este trabajo una actividad muy agotadora, con la presencia de la tecnología todo se ha vuelto muy eficaz, puesto que se ha optimizado el tiempo y eso representa dinero, es decir mayor rentabilidad. Sin embargo muchas empresas en la actualidad mantienen un sistema de trabajo empírico, lo cual está afectando sus rendimientos por la falta de un adecuado control en las actividades tanto administrativas como contables, esta última requiere de mucha atención, puesto que ahí se reflejan las entradas y salidas de efectivo, es decir el comportamiento financiero de la organización.

La Distribuidora El RANCHITO es el objeto de estudio de esta investigación, presenta problemas en su manejo contable, por diversas causas tales como: falta capacitación del talento humano, sistema contable, y equipos de alta tecnología, estas herramientas deben ser puesta en marcha para mejorar radicalmente la situación financiera de la empresa.

## **4.3 RESULTADOS**

La recopilación y tabulación de la información obtenida en el proceso de encuesta permitió conocer que actualmente la Distribuidora El Ranchito tiene una amplia aceptación en el mercado a pesar de las deficiencias que presenta en la parte contable, se puede cerciorar que la empresa no les ha brindado al talento humano capacitaciones, además no posee un sistema contable de alta tecnología, lo cual hace que la información contable no sea veraz, estas deficiencias han hecho que muchos clientes no se sientan a gusto con el servicio que brinda esta organización, condicionalmente una parte de los encuestados lo califican como lento el proceso de cobranza. Esto da la pauta a que se implemente un sistema de contabilidad, el cual canalice las actividades operativas, desde el control de inventario hasta su última operación contable, brindando a los clientes un servicio rápido, entrega oportuna y variedad de los productos. Esto permitirá satisfacer las necesidades y exigencias de nuestros potenciales clientes y por ende la rentabilidad de la empresa.

#### 4.4 VERIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS

Cuadro 18

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
El llevar el control de las actividades económicas de una manera empírica, incide en la rentabilidad de la Distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito.	En la pregunta tres de la encuesta, el talento humano que trabaja en la distribuidora indica que las actividades operativas las llevan de forma manual, lo cual retrasa el trabajo, por lo tanto no se tiene a ciencia cierta registrados los movimientos de efectivo, o cual ha generado una baja rentabilidad.
<b>Hipótesis particular N.- 1</b> El personal capacitado afecta en la rentabilidad de la distribuidora de productos lácteos El Ranchito.	En la pregunta seis de la encuesta realizada a los clientes indican que la falta de capacitan afecta a la organización, por ello, consideran importante este aspecto.
<b>Hipótesis particular N.- 2</b> El control en la compra y venta del producto, incide en el inventario de la empresa.	Obviamente el control en la compra y venta del producto, incide en el inventario de la empresa. Por ello consideran necesario aplicar este control manifiestan el talento humano de la distribuidora en la pregunta seis.
<b>Hipótesis particular N.- 3</b> El llevar control manual de la mercadería, incide en la operatividad de la empresa El Ranchito	Actualmente la distribuidora lleva un control manual de sus actividades, así lo indican los trabajadores en la pregunta tres, lo cual afecta la operatividad, en el sentido que los procesos son lentos, esto lo indican los clientes en la pregunta cinco.
<b>Hipótesis particular N.- 4</b> El poseer equipos computacionales de poca tecnología incurre en el adelanto comercial del negocio.	El talento humano indico en la pregunta siete que el emplear equipos y sistema de alta tecnología beneficia en todo los aspectos a la empresa.
<b>Hipótesis particular N.- 5</b> La forma de operar de la distribuidora el ranchito incide en la satisfacción de sus clientes.	En la pregunta cinco los encuestados indicaron que el servicio es lento por lo tanto existe un nivel de insatisfacción por parte de los clientes.

Elaborado por: Julio Veloz & Adriana Párraga

## **CAPITULO V**

### **LA PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

“Diseño de un sistema contable en la Distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito del cantón Milagro”

#### **5.2 Fundamentación.**

##### **La Contabilidad.<sup>8</sup>**

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

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

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

---

<sup>8</sup> Sistemas Electrónicos de Contabilidad, <http://cursos.aiu.edu/Informatica%20II/PDF/Tema%201.pdf>

## **Evolución de la contabilidad y sus aportes a la Economía.**

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

La contabilidad de doble entrada se inicio en las ciudades comerciales italianas; los libros de contabilidad más antiguos que se conservan provienen de la ciudad de Génova, datan del año 1340, y muestran que, para aquel entonces, las técnicas contables estaban ya muy avanzadas. El desarrollo en China de los primeros formularios de tesorería y de los ábacos, durante los primeros siglos de nuestra era, permitieron el progreso de las técnicas contables en oriente.

El inicio de la literatura contable queda circunscrito a la obra del monje veneciano Luca Pacioli titulada: “La Suma de Aritmética, Geometría Proportioni et Proportionalitá” en donde se considera el concepto de la partida doble por primera vez.

A pesar de que la obra de **Pacioli**, más que crear, se limitaba a difundir el conocimiento de contabilidad, en sus libros se sintetizaban principios contables que han perdurado hasta nuestro días. Fray Luca Pacioli, quien en el año 1494, estableció las bases de toda la teoría contable.

Entre uno de los varios méritos que tuvo este monje, estuvo el de haber explicado en forma detallada los procedimientos que se debían aplicar para el manejo de las cuentas lo cual se conoce hasta hoy como la teoría de la partida doble o teoría del cargo y del abono.

El valor de los principios establecidos por el monje Fray Luca Pacioli ha trascendido hasta nuestros días, en el sentido de que todos los negocios recurren de alguna manera al registro de sus operaciones a través de la teoría de la partida doble.

La Revolución Industrial provoco la necesidad de adoptar las técnicas contables para poder reflejar la creciente mecanización de los procesos, las operaciones

típicas de la fábrica y la producción masiva de bienes y servicios. Con la aparición, a mediados del siglo XIX, de corporaciones industriales, propiedades de accionistas anónimos, el papel de la contabilidad adquirió aun mayor importancia.

La teneduría de libros, parte esencial de cualquier sistema, ha sido informatizándose a partir de la segunda mitad del siglo XX, por lo que, cada vez más, corresponde a los ordenadores o computadoras la realización de estas tareas.

El uso generalizado de los equipos Informáticos permitió sacar mayor provecho de la contabilidad utilizándose a menudo el termino procesamiento de datos, actualmente el concepto de teneduría ha decaído en desuso.

La contabilidad como se conoce actualmente, es el producto de toda una gran cantidad de prácticas mercantiles disímiles que han exigido a través de los años, el mejorar la calidad de la información financiera en las empresas.

La contabilidad hacia el siglo XXI se ve influenciada por tres variables:

- ∴ Tecnología.
- ∴ Complejidad y globalización de los negocios.
- ∴ Formación y educación.

La tecnología a través del impacto que genera el aumento en la velocidad con la cual se generan las transacciones financieras, a través del fenómeno INTERNET. La segunda variable de complejidad y globalización de los negocios, requiere que la contabilidad establezca nuevos métodos para el tratamiento y presentación de la información financiera. La última variable relacionada con la formación y educación requiere que los futuros gerentes dominen el lenguaje de los negocios.

### **Los Sistemas de Información Contable.**

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

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

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

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

### **Propósito y Naturaleza de la Información Contable.**

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

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

### **Utilización de la Información Contable.**

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

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

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

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

### **Características de un Sistema de Información Contable Efectivo.**

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

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

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

### **Objetivos de la Información Contable.**

La información contable debe servir fundamentalmente para:

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

- Predecir flujos de efectivo.

- Apoyar a los administradores en la planeación, organización y dirección de los negocios.
- Tomar decisiones en materia de inversiones y crédito.
- Evaluar la gestión de los administradores del ente económico.
- Ejercer control sobre las operaciones del ente económico.
- Fundamentar la determinación de cargas tributarias, precios y tarifas.
- Ayudar a la conformación de la información estadística nacional.
- Contribuir a la evaluación del beneficio o impacto social que la actividad económica representa para la comunidad.

### **Cualidades de la Información Contable**

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

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

### **IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD EN FUNCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA INFORMACIÓN**

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

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

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

Una persona debe explicar sus ingresos y presentar una declaración de renta. A menudo, una persona debe proporcionar información contable personal para poder comprar un automóvil o una casa, recibir una beca, obtener una tarjeta de crédito o conseguir un préstamo bancario. Las grandes compañías por acciones son responsables ante sus accionistas, ante las agencias gubernamentales y ante el público.

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

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

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

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

La Distribuidora Ranchito es una empresa dedicada a la venta de productos lácteos que lleva mucho tiempo en el mercado, teniendo a su cargo la responsabilidad de satisfacer las necesidades tanto del usuario interno como externo, donde los dos aspectos uno de ellos presenta problemas de gestión; es decir de carácter interno, específicamente en la parte contable, donde todo el control lo llevan de una forma

empírica, esto origino a la aplicación de una herramienta investigativa, la cual fue dirigida al talento humano y a los clientes de esta distribuidora, proceso en el cual se pudo comprobar que esta empresa no cuenta con un sistema contable, por lo tanto, se propone la implementación de un sistema de contabilidad en este establecimiento. A través de esta propuesta se lograra mantener un control de los productos, así como el de la información contable, con el fin de optimizar las actividades internas, de la empresa, teniendo información veraz del comportamiento financiero, pudiendo de esta manera tener una clara visión de las entradas y salidas de efectivo.

El propósito primordial de este trabajo es proponer a esta empresa el diseño de un sistema de contabilidad que optimice el manejo de la parte contable y a su vez se regule la actividad administrativa, con el claro objetivo de incrementar la rentabilidad del negocio y posicionar a la empresa entre las más reconocidas dentro de este sector.

## **5.4 Objetivos**

### **5.4.1 Objetivo general de la propuesta**

Diseñar un sistema contable que optimice las actividades administrativas e integrales internas de la distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito, que le permita el crecimiento del negocio y sus niveles de rentabilidad, envase a la nueva proyección para igualar negocios similares y poder llegar así al éxito como lo hacen las empresas de grande calidad con servicios y sistemas innovadores.

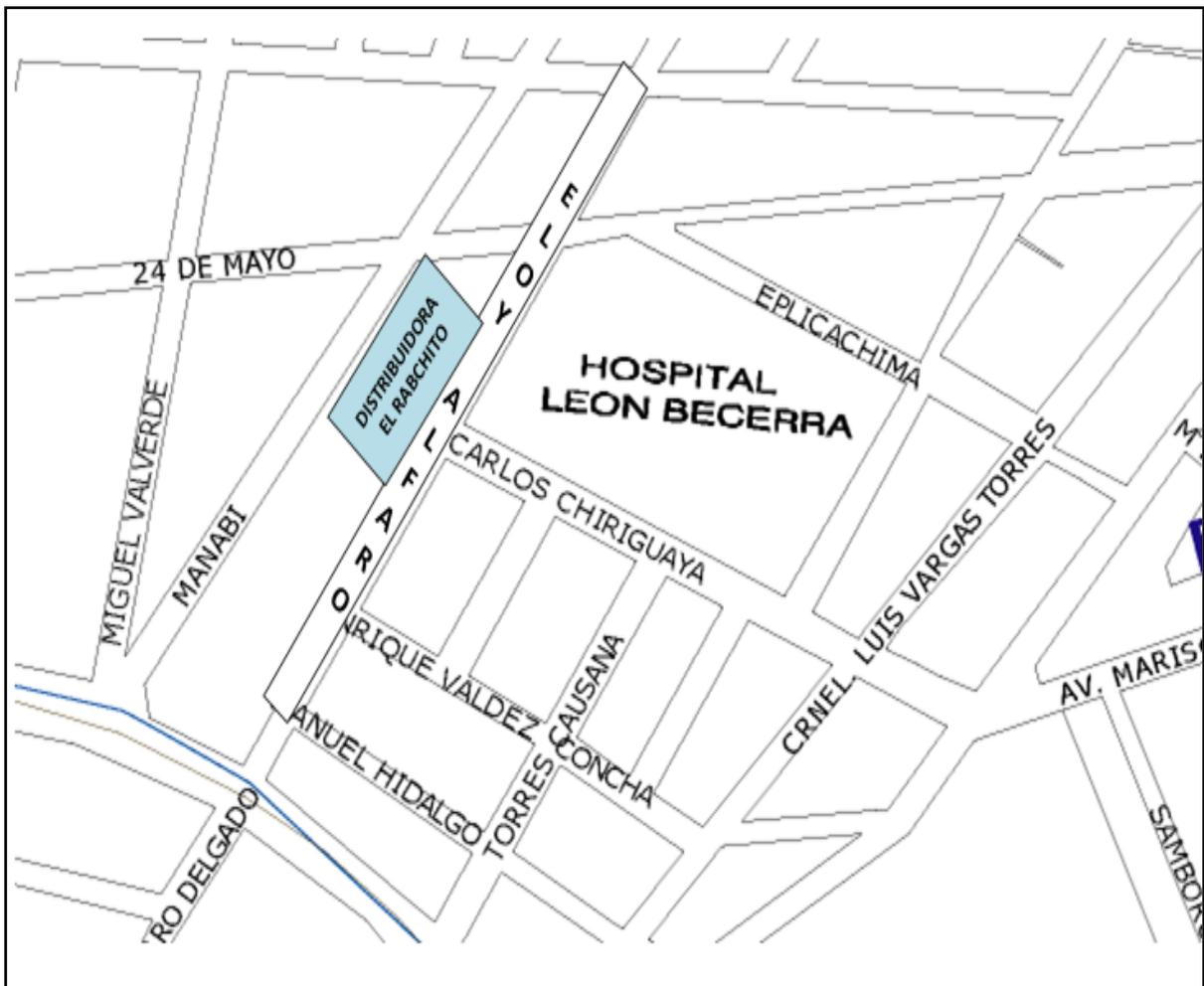
### **5.4.2 Objetivos Específicos.**

- ∴ Evaluar y Capacitar del talento humano.
- ∴ Tener personal capacitado acorde al negocio.
- ∴ Determinar factores de seguimiento mensual para verificar que la inversión haya sido la correcta.
- ∴ Solucionar envase al sistema anterior los errores antes ocurridos.

## 5.5 Ubicación

La distribuidora El Ranchito se encuentra situada en la provincia del Guayas, cantón Milagro en las calles Eloy Alfaro entre Carlos Chiriguaya y 24 De Mayo, lugar en el cual está desde hace más de 10 años a servicio de la comunidad.

Figura 1



## 5.6 FACTIBILIDAD

### Factibilidad Presupuestaria

Se realizará las cotizaciones respectivas del sistema que se pretende implementar en la Distribuidora El Ranchito así como la adquisición de activos fijos que

complementa tal implementación, de esta manera se determinara la inversión de esta propuesta.

### **Factibilidad técnica**

La distribuidora El Ranchito cuenta con tres áreas, la administrativa, almacenamiento y desembarque de los productos, así mismo existe un área de venta al consumidor final a quienes les vende el producto por unidad.

### **Factibilidad administrativa**

El área administrativa está formada por el gerente-propietario, secretaria, quienes tienen la responsabilidad de mantener la organización de las actividades administrativas, además de solucionar algún inconveniente que se presente con el trabajo que realiza el personal de cobertura, esta área es la encargada de tener el control de inventarios, y la organización de la información contable.

La propuesta consiste en implementar un sistema contable en la Distribuidora el Ranchito, puesto que la empresa ha venido llevando sus actividades financieras de una forma desorganizada, por ello la importancia de este sistema para mejorar la operatividad del negocio y llegar al punto de ser reconocidos a nivel local como otras empresas del medio.

## **5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

### **Misión**

En la Distribuidora de Productos Lácteos **EL RANCHITO**, nos esforzamos por comercializar productos lácteos y alimentos de calidad, para satisfacción y buena nutrición de nuestros consumidores.

A través de esta actividad buscamos crecer y asegurar a la distribuidora y su entorno, promoviendo el desarrollo y bienestar de nuestros trabajadores, clientes y al igual que el de la comunidad a la cual estamos integrados.

## **Visión**

Seremos la distribuidora líder por excelencia, sabor y confianza en el mercado a nivel nacional.

## **Objetivos de la Empresa**

### **Objetivo General**

Brindar un servicio de calidad, a través de la aplicación de herramientas adecuadas que controlen las actividades administrativas y operativas, contando con la información administrativa y contable bajo un estricto control, manteniendo de esta manera un crecimiento constante que refleje una rentabilidad sostenida.

### **Objetivos específicos.**

- ∴ Incrementar la demanda.
- ∴ Incremento de los niveles de rentabilidad.
- ∴ Ampliar las líneas de cobertura a otras plazas de mercado.
- ∴ Ser líderes en el mercado.

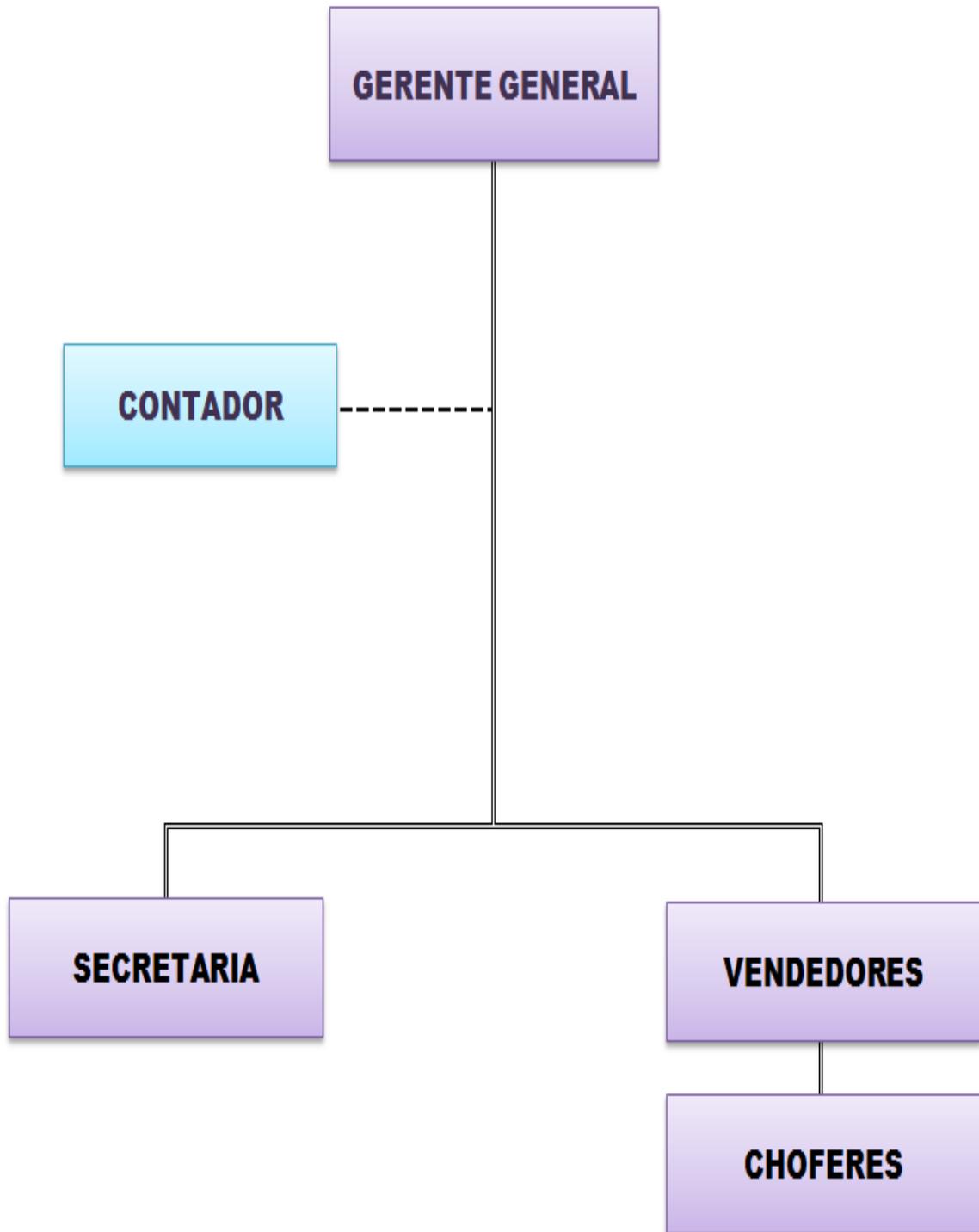
### **Metas.**

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

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

## ORGANIGRAMA

Figura 2



Elaborado por: Adriana Párraga & Julio Veloz

## **Manual de Funciones.**

### **Función del Cargo: Gerente General.**

#### **Función Básica:**

El gerente lleva a cabo el trabajo de administrar en forma constante todas las áreas de la distribuidora, enfocarse a resultados mensuales dado por el área administrativa y contable, negociar con diversos proveedores para buscar las mejores opciones de compra y venta generando así una mayor rentabilidad.

#### **Funciones Específicas:**

- ∴ El gerente concreta y analiza el factor pedido bajo un visto bueno.
- ∴ El gerente se encarga de retroalimentar por las diversas variantes positivas o negativas que ocurran en la empresa.
- ∴ Supervisa la administración de cada área.
- ∴ Presenta un programa de organización para todos los empleados de la distribuidora.
- ∴ Distribuye la política y procedimientos nuevos de la empresa de todos los empleados.

#### **Perfil del Cargo:**

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

#### **Características de Personalidad:**

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

### **Requisitos Mínimos:**

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

### **Nivel de conocimiento:**

**Educación:** Título Universitario

**Experiencia:** 3 años en puestos similares

### **Capacitación Mínima Requerida:**

#### **Cursos Generales**

- ∴ Word
- ∴ Excel
- ∴ Power Point

### **Especificaciones:**

#### **Autoridad para tomar decisiones**

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

### **Procesos en los que Interviene:**

Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal.

Pago de Proveedores

Control de Asistencia.

Compra de Productos cárnicos y reses.

Recepción de mercaderías

Revisión de los Estados Financieros.

Revisa informe de Pago de Sueldo

### **Manual de Funciones**

**Funciones:** Secretaria

#### **Función: básica**

Organizar toda la documentación que tiene a su cargo, además de llevar el control del pago de las obligaciones de la empresa como de la cobranza

#### **Funciones específicas**

#### **Funciones y tareas específicas:**

- ∴ Encargado de tomar decisiones relevantes en la empresa, coordinar y controlar las acciones con respecto al servicio.
- ∴ Solucionar problemas referentes a la institución y lograr los objetivos fijados por la empresa.
- ∴ Aportar con nuevos procesos que mejoren la calidad e imagen de la empresa y su servicio, así como planificar estrategias para ganar y ampliar segmentos de mercado.

#### **Análisis del cargo**

#### **Requisitos mínimos:**

Ser graduado en ingeniería comercial, administración de empresas o carreras afines.

Poseer dos años experiencia laboral en cargos similares.

Tener conocimientos de computación: Windows, Word, Excel, Power Point, Internet.

Ser una persona eficiente, eficaz, honesta y responsable.

Haber realizado cursos de Relaciones Humanas y Públicas.

### **Función del Cargo: "Contador"**

#### **Función Básica**

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

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

#### **Funciones Específicas**

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

- ∴ Realizar en Excel ajuste de inventarios, las provisiones respectivas del mes, informe de la cartera de los clientes con cuentas vencidas y por vencer.
- ∴ Revisar diario de ajuste, asientos contables, estados de cuentas con la conciliación, formulario, fecha de vencimiento de cada cliente.

### **Perfil del Cargo:**

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

### **Características de Personalidad:**

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

### **Habilidades/aptitudes específicas:**

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

### **Nivel de conocimiento:**

**Educación:** Título Universitario CPA

**Experiencia:** 3 años en puestos similares

### **Capacitación Mínimo Requerida:**

#### **Cursos Generales**

- ∴ Word
- ∴ Excel
- ∴ Power Point

- ∴ Project
- ∴ Cursos de actualización en leyes tributarias y laborales.

#### **Cursos de Especialización:**

Tributación y leyes laborales.

#### **Especificaciones:**

##### **Autoridad Para Tomar Decisiones**

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

##### **Tipo De Supervisión Recibida**

Directa con el Gerente para la presentación de informes.

#### **Relaciones Interpersonales Externas:**

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

#### **Procesos en los que interviene:**

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

## **Función del Cargo: “Vendedores”**

### **Función del Cargo:**

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

### **Funciones Específicas:**

- ∴ Receptar la mercadería en bodega.
- ∴ Controlar la calidad de los productos.
- ∴ Controlar la fecha de caducidad de los productos.
- ∴ Atender a los clientes.
- ∴ Ubicar los productos en perchas.
- ∴ Detallar los productos vendidos.
- ∴ Elaborar una lista de los diferentes `productos y/o materiales en bodega.
- ∴ Realizar listado de los productos
- ∴ Retirar los productos de las perchas al cumplir 1 meses de elaboración.
- ∴ Participar en los inventarios anuales de la distribuidora.

### **Perfil del Cargo:**

Edad: 18 años en adelante  
Sexo: indistinto  
Estado Civil: soltero

### **Características de Personalidad:**

Trabajo a presión, estabilidad emocional, amable, cortes.

### **Nivel de Conocimiento:**

Educación: Mínimo que sea bachiller.

Experiencia: 1 año en puestos similares

### **Especificaciones:**

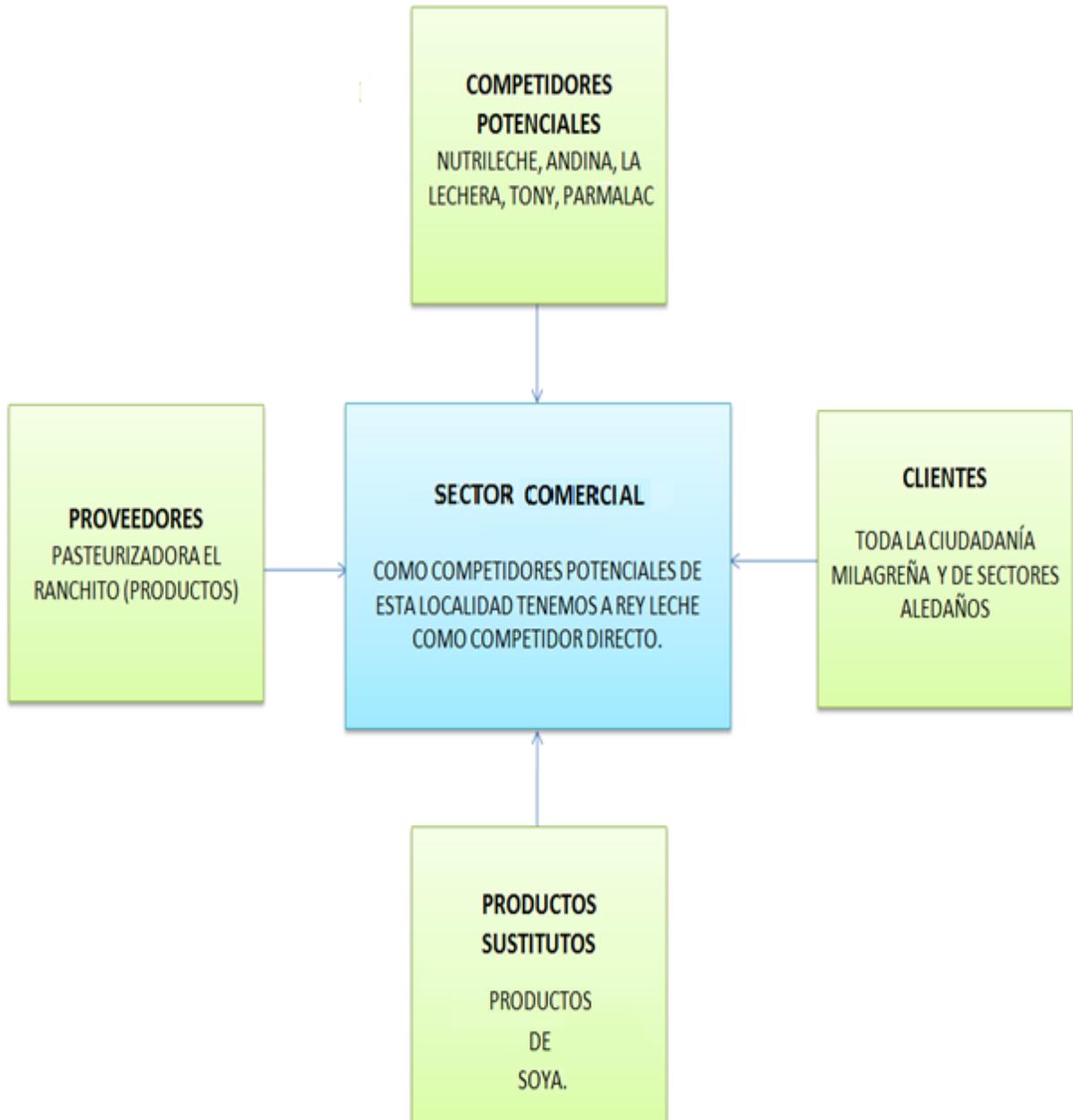
#### **Tipo De Supervisión Recibida**

Directa por parte del supervisor.

### **Procesos en los que Interviene:**

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

**Figura 3 Análisis del mercado.**



**Elaborado por:** Adriana Párraga & Julio Veloz

El análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter se lo realiza con el propósito de conocer cuáles son las consecuencias de rentabilidad de esta nueva alternativa de negocio o implementación de una herramienta. Los factores son objeto de análisis son los clientes, proveedores, competencia local y externa, así como los servicios sustitutos, para de esta manera poder crear estrategias que fortalezcan la

participación de esta nueva organización en este sector comercial competitivo del cantón Milagro.

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

- ∴ Amenaza de la entrada de potenciales competidores.
- ∴ Rivalidad entre competidores existentes.
- ∴ Amenazas de ingresos de servicios sustitutos.
- ∴ Poder de negociación de los compradores/clientes.
- ∴ Poder de negociación de los proveedores

El equilibrar de manera correcta estas fuerzas permite lograr un mejor análisis de sobre la implementación de esta sistema contable a la que se pretender incurrir y, de este modo, en base a dicho análisis poder diseñar estrategias que permita aprovechar las oportunidades y hacer frente a la amenazas existente en el mercado.

### **F 1. Amenaza de entrada de potenciales competidores**

El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles por la presencia de nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado. Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

**Interpretación:** Podemos observar en el gráfico que la competencia externa, se han identificado competidores reconocidos como: NUTRILECHE, ANDINA, LA LECHERA, TONY, PARMALAC, entre otras etc. que gozan de una posición estable en el mercado, los cuales ofrecen sus servicios en este sector como en nuevas plazas, puesto que existe una alta demanda por los productos lácteos, por lo tanto es

necesario la aplicación de estrategias de precios, calidad en el servicio y de los productos, con el fin de mantenerse en este mercado.

## **F 2. Rivalidad entre los competidores existentes**

Para una empresa será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos/servicios.

**Interpretación:** Analizando la figura la distribuidora el Ranchito tiene como competidor potencial a la empresa REY LECHE, cabe mencionar que estas entidades competidoras conlleva a emplear distintos métodos y estrategias comerciales para competir como: precios, cantidades, introducción de nuevos servicios entre otros, los cual nos permitirá situarnos en una categoría similar o superior a estos talleres mecánicos.

## **F 3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Un mercado o segmento no es atractivo si existen servicios sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad.

Los productos/servicios sustitutos que merecen la máxima atención son aquellos que están sujetos a tendencias que mejoran su desempeño y precio del servicio mecánico que obtienen altos rendimientos. En este caso los sustitutos suelen entrar rápidamente si algún desarrollo aumenta la competencia en sus sectores y causa una reducción de precio o mejoran su desarrollo.<sup>9</sup>

**Interpretación:** Como se observa en la figura podemos explicar que los productos sustitutos son aquellos productos que se elaboran en base a la leche de soya que brinden el servicio personalizado, haciendo referencia a la existencia de empresas

---

<sup>9</sup> Porter: Amenazas de Sustitutos y Proveedores, 2009 , <http://wowwwwmarketing.wordpress.com/2009/02/02/porter-amenazas-de-sustitutos-y-proveedores/>

que venden productos similares de una forma diferente y alternativa, es decir pueden llegar a satisfacer las necesidades de los clientes pero difieren en las características específicas, lo cual nos va permitir conservarnos con una perspectiva firme en este sector competitivo.

#### **F 4. Poder de negociación 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.

Asimismo es importante mencionar que el poder del cliente depende de varios factores o circunstancias:

- ❖ Cuando los clientes compran el servicio a la empresa.
- ❖ Los costos de cambiar de proveedor son bajos.
- ❖ Los clientes tienen conocimiento de los costos y precios de los servicios ofrecidos por el proveedor.

**Interpretación:** Tomando en cuenta al sector empresarial podemos referirnos que existe una cantidad importante de compradores/clientes que estarían dispuestos a solicitar el servicio, esto lo podemos corroborar al analizar las encuestas donde los encuestados acepta la implementación de esta propuesta.

No obstante nuestra propuesta está encaminada a ofrecer un servicio diferente que genere satisfacción a los diferentes clientes, el cual originará que una vez que el consumidor nos elija, obtendrá resultados efectivos dentro de su organización.

#### **F 5. Poder de negociación de los proveedores**

Se consideran una amenaza cuando están en capacidad de imponer el precio que una compañía debe pagar por el insumo o reducir la calidad en los bienes suministrados, disminuyendo en consecuencia la rentabilidad de esta. Entonces, los proveedores son más poderosos cuando una empresa depende de estos para desarrollar sus actividades, pero por sí mismos no dependen de la organización; en

estas condiciones, representan una amenaza. Los proveedores son más fuertes en las siguientes circunstancias:

- ❖ Cuando el servicio que venden tiene pocos sustitutos y es importante para la compañía.
- ❖ Cuando la empresa no es un cliente importante para los proveedores.

En tales instancias, su bienestar no depende de la compañía y ellos tienen pocos incentivos para reducir precios y mejorar la calidad.

- ❖ Cuando a fin de aumentar los precios los suministradores pueden usar la amenaza de integrarse verticalmente hacia adelante dentro de la empresa y competir de forma directa con su cliente.<sup>10</sup>

**Interpretación:** El poder de negociación de los proveedores en el sector empresarial se considera que es relativamente bajo, ya que existen muchos proveedores que nos pueden abastecer de suministros de oficina, equipos y maquinarias, mobiliarios. Entre los principales proveedores tenemos: PASTEURIZADORA EL RANCHITO, Imprenta delgado, Librería Dinámica, para ser utilizados por LA DISTRIBUIDORA, los mismos que serán adquiridos en el mercado de esta localidad y fuera de Estudio de factibilidad para la implementación de un sistema de contabilidad en la Distribuidora de productos lácteos El Ranchito de la ciudad de Milagro.

### **Segmentación Y Composición del Mercado**

Analizando el estudio que se realizó en la Distribuidora de productos lácteos El Ranchito, podemos declarar que para la segmentación y composición del mercado se han determinado cuatro factores importantes; que influyen en el comportamiento del mercado, para los cuales se anotan los siguientes puntos:

**Aspectos Geográficos.-** Tendrá lugar en el Ecuador, en la provincia del Guayas; en el cantón Milagro; en donde los clientes de esta empresa serán las personas que se encuentren dentro y cerca del perímetro urbano de esta localidad

---

<sup>10</sup> Análisis Microeconómico, <http://www.slideshare.net/FiorellaLlontop/analisis-microeconomico>

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

**Aspecto Demográfico.-** Finalmente los clientes que consumen los productos; ya sean hombres o mujeres; niños o adultos, deberán de estar dentro de un rango determinado el cual comprende entre los **4 a 70 años de edad**, ya que ellos son los que adquieren los productos lácteos.

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

## **MARKETING MIX**

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

- ∴ Variedad de productos
- ∴ Eficiencia y eficacia de los empleados
- ∴ Capacitación constante
- ∴ Precio justo
- ∴ Fechas de caducidad controladas por un sistema de control de inventario.

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

**Precio:** Los precios son establecidos acorde a las necesidades de los clientes y a las tendencias del mercado, es decir si los precios suben la distribuidora se mantiene, puesto que cuenta con un alto índice de consumidores, lo cual no permitirá que disminuya la cartera de los clientes,

**Plaza:** El mercado en donde se encuentra la distribuidora es en la ciudad de Milagro y está ubicada en las calles Eloy Alfaro y 24 de mayo. El mismo que en un futuro se expandirá en los sectores aledaños a este sector.

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

- ∴ Descuentos en los productos
- ∴ Promociones por iniciación de clase
- ∴ Sorteos quincenales de electrodomésticos
- ∴ Ofertas por lanzamiento de un producto nuevo.

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

**Figura 4 Logotipo de la distribuidora**

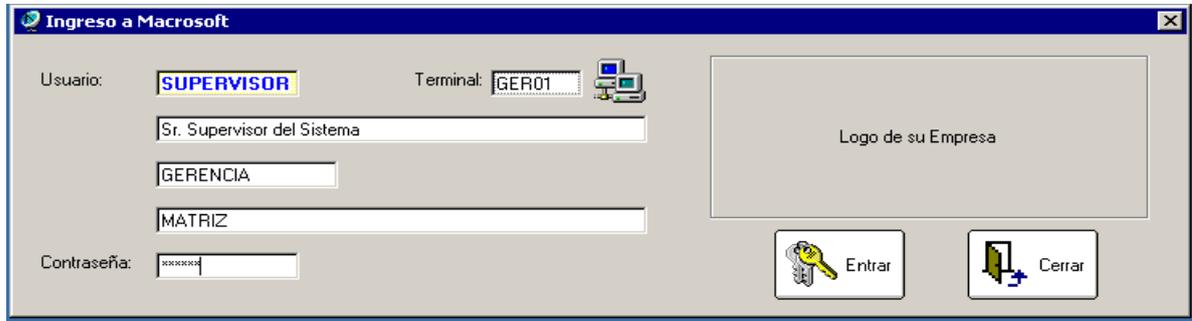


Figura 5 Línea de productos



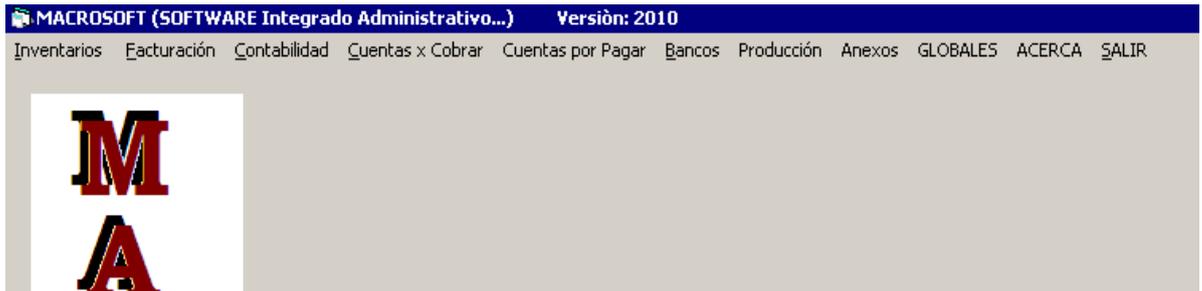
El Software que se recomienda implementar en esta propuesta es el siguiente:

### Ingreso al Sistema



### Panel principal del Sistema





## Módulos de Sistema

- Módulo de Inventarios
- Módulo de Ventas (Facturación)
- Módulo de Bancos y Conciliación
- Módulo de Cuentas por Cobrar
- Módulo de Cuentas por Pagar
- Módulo de Contabilidad
- Módulo de Importaciones
- Módulo de Gestión de Cobranzas
- Módulo de Producción
- Módulo de Anexo del SRI
- Módulo de Roles de Pagos (Nominas)
- Módulo de Auditorias



## Módulo de Contabilidad:

**Registro de Cuentas...** DECORMAXI INTERNACIONAL LLC. www.pcrroman.com

CODIGO	CUENTA
1	ACTIVOS
101	ACTIVO CORRIENTE
10101	ACTIVO DISPONIBLE
1010101	EFFECTIVO
1010101001	CAJA GENERAL
1010101002	CAJA CHICA
1010102	DEPOSITO EN TRANSITO
1010102001	DEPOSITO EN TRANSITO
1010103	BANCOS
1010103001	BANCO PICHINCHA C.C.# 3499201904
1010104	TRANSFERENCIA
1010104001	TRANSFERENCIA EN GENERAL
1010105	CHEQUES POSFECHADOS
1010105001	CHEQUES POSFECHADOS
10102	ACTIVO EXIGIBLE
1010201	CUENTAS POR COBRAR
1010201001	CUENTAS POR COBRAR CLIENTES
1010201002	CUENTAS POR COBRAR EMPLEADOS
1010201003	ANTICIPO EMPLEADOS QUINCENA
1010201999	(-) PROVISION CUENTAS INCOBRABLES
1010202	ANTICIPOS EN GENERAL
1010202001	ANTICIPO A PROVEEDORES
1010202002	ANTICIPO A CONTRATOS

**Codigo:**

**Cuenta:**

**Clase:**

**Tipo:**

Movimiento  Cuenta Inactiva

## Módulo de Cuentas por Cobrar:

**Registro de CLIENTES...** ( DECORMAXI INTERNACIONAL LLC. )

**Codigo:** 0000002 Identificación: WILVII Ruc/Ced.: 1790992748001

**Nombres:** DECORTINAS CIA. LTDA. E. Civil:

**Dirección:** PASAJE LUIS JARAMILLO S/N Y LAS TORONJAS (EL INCA)

**Telefonos:** 2408631/2401017 **Sector:** SECTOR NORTE

**Ciudad:** QUITO **FOTO:**

**Contactos:**  **Telefonos:**

**Credito:** Abierto **Dias Credito:** 30 **Cobra IVA:** SI

**CUPO:** \$0.00 **Disponible:** \$0.00 **SALDOS:** [\$124,651]

**Adicionales** Datos del Garante Mapa Domicilio Imagen de la Firma Marcas

**Vendedor:**  **Cuenta:**

**Referencias Bancarias**  
**Cuenta:**  **Banco:**  **Numero Cuenta:**

**Datos de la Empresa donde Trabaja**  
**Empresa:**  **Dirección:**  **Telefonos:**

**Cargo:**  **Antigüedad:**  **Ingreso Mensual:** \$0.00 **Otros Ingresos:**

**Referencias Personales**  
**1) Nombres Apellidos:**  **Dirección y Telefonos:**

**Datos del Conyugue**  
**Nombres:**  **Cedula:**

**Domicilio:**  **Telefonos:**

**Lugar de Trabajo:**  **Dirección y Telefonos:**

## Módulo de Cuentas por Pagar:

**Registro de Compras...** ( DECORMAXI INTERNACIONAL LLC. )

Nuevo Grabar Borrar Listar Buscar Anterior Siguiet Imprime Asiento SALIR

Número: **0000040**

Proveedor: **DISMECTRA S.A.**

Compras: **20.04** Pagos: **8022.47** Saldos: **-8002.43**

Movimiento: **FACTURA** Numero: **001001** **0094934**

Autorización: **1109761093**

Descripción: **COMPRA DE ADOQUINES PARA LA ENTRADA A LA BODEGA**

Fecha: **07/09/2011** Gravado: **2527.20**

Vencimiento: **19/09/2011** No Gravado: **540.00**

TOTAL: **3067.20** IVA **12** **303.26**

Retención **001001** **0000018** Tot. Retención: **30.67**

Descuento: **0.00** **A Pagar:** **3339.79**

CUENTA **6010101008** SALDOS: **0.00**

## Módulo de Bancos y Conciliación:

**BANCOS(Movimientos...) DECORMAXI INTERNACIONAL LLC.**

Datos del Banco

Banco: **BANCO PICHINCHA** **CORRIENTE** **3499201904**

**DECORMAXI INTERNACIONAL LLC.**

Movimiento: **N/DEBITO** Fecha: **05/09/2011**

Numero: **17227**

Detalle: **RETENCION ESTADO DE CUENTA**

Efectivos: **0.30**

**CHEQUES** **0.00**

Cuenta: **6010103001**

Estado: **Activo**

Nuevo Grabar Borrar Listar Imprime Asiento SALIR

## Módulo de Producción:

**Registro de Recetas de Produccion...**

Número:  Título:

**PRODUCTO:**  Unidad:  Cantidad:

	Código	Alternativo	Producto	Unidad	Costo	Cantidad	TOTAL
1	000348	G-4 PER ALUMINIO 064	ALUMINIO PERFORADO 064 1"	METROS	0.130	91.00	11.830
2	000374	RIEL SUPERIOR 1PUL	RIEL SUPERIOR 1"	METROS	1.320	1.82	2.402
3	000414	EJE DE 1PUL	EJE DE 1"	METROS	0.540	1.82	0.983
4	000375	RIEL INFERIOR 1PUL	RIEL INFERIOR 1"	METROS	0.940	1.82	1.711
5	000692	BASTON DE 3.50MT	BASTON DE 3.50MT PARA HORIZONTAL	METROS	1.540	1.00	0.810
6	000402	CONTROL PIOLA 1PUL	CONTROL DE PIOLA 1"	UNIDAD	0.810	1.00	0.540
7	000408	CONTROL BASTON 1PUL	CONTROL DE BASTON 1"	UNIDAD	0.540	0.00	0.000
8	000400	CORD 1PUL SMOK GREY	PIOLA SMOKEY GREY 1"	METROS	0.050	0.00	0.000
9	000455	SOPORTE INSTAL 1PUL	SOPORTE DE INSTALACION 1"	UNIDAD	0.600	0.00	0.000
10	000404	BORLA PLASTICA 1PUL	BORLAS PLASTICA 1"	UNIDAD	0.050	0.00	0.000
11	000405	CUNAS 1PUL	CUNAS 1"	UNIDAD	0.090	0.00	0.000
12	000406	ROTORES 1PUL	ROTORES 1"	UNIDAD	0.050	0.00	0.000
13	000407	EXPANSORES 1PUL	EXPANSOR 1"	UNIDAD	0.030	0.00	0.000
14	000416	SOPORTE CENEFA 1PUL	SOPORTE DE CENEFA 1"	UNIDAD	0.120	0.00	0.000
15	000409	ANCLA PLASTICA 1PUL	ANCLAS PLASTICA 1"	UNIDAD	0.040	5.00	0.200
16	000410	GANCHO-GARFIO 1PUL	GARFIO 1"	UNIDAD	0.100	1.00	0.100
17	000415	TAPA RIEL SUP 1PUL	TAPA RIEL SUPERIOR 1"	UNIDAD	0.060	2.00	0.120
18	000411	TAPA RIEL INFE 1PUL	TAPA RIEL INFERIOR 1"	UNIDAD	0.030	2.00	0.060
19	000412	FIN DE BASTON 1PUL	FIN DE BASTON 1"	UNIDAD	0.080	1.00	0.080
20	000388	ESC 1PUL SMOK GREY	ESCALERA SMOKEY GREY 1"	METROS	0.060	0.00	0.000
21							
22							
23							

Totales  
**Cantidades:**  **Total:**   
**Costos:**

## Módulo de Anexo del SRI:

**DIMM - REOC (DECORMAXI INTERNACIONAL LLC.)**

Año: 2011 Mes: SEPTIEMBRE

Buscar Selecionar Anular

	Ti Iden Prov.	Id Proveedor	Cod. Comprobante	No. Comprobante de Venta	No. Autorización	Fecha Emisión	Numero Retención	Codigo Retenci	Codigo Retenci	Autorizacion Retención	Selección
1	R.U.C.	1791714474001	FACTURA	001-001-13562	1109478407	05/09/2011	001001-14	312	0	1109819784	<input type="checkbox"/>
2	R.U.C.	1390060757001	FACTURA	040-878-68936	1108851939	09/09/2011	001001-19	312	0	1109819784	<input type="checkbox"/>
3	R.U.C.	1391748930001	FACTURA	001-001-710	1109966049	14/09/2011	001001-33	312	0	1109819784	<input type="checkbox"/>
4	R.U.C.	0991327371001	FACTURA	004-001-6050	1109441318	20/09/2011	001001-34	308	0	1109819784	<input type="checkbox"/>
5	R.U.C.	1391720564001	FACTURA	001-001-95666	1109761093	21/09/2011	001001-35	312	0	1109819784	<input type="checkbox"/>
6	R.U.C.	1391720564001	FACTURA	001-001-95594	1109761093	21/09/2011	001001-36	312	0	1109819784	<input type="checkbox"/>
7	R.U.C.	0991352333001	FACTURA	001-001-7879	1110095405	28/09/2011	001001-39	340	0	1109819784	<input type="checkbox"/>
8	R.U.C.	0991352333001	FACTURA	001-001-7880	1110095405	28/09/2011	001001-41	340	0	1109819784	<input type="checkbox"/>
9	R.U.C.	0911019735001	FACTURA	001-001-168	1109699828	30/09/2011	001001-42	310	0	1109819784	<input type="checkbox"/>

Generar Nuevo Archivo Cerrar

## Información acerca del Sistema Microsoft implantado en la empresa HOMELINE

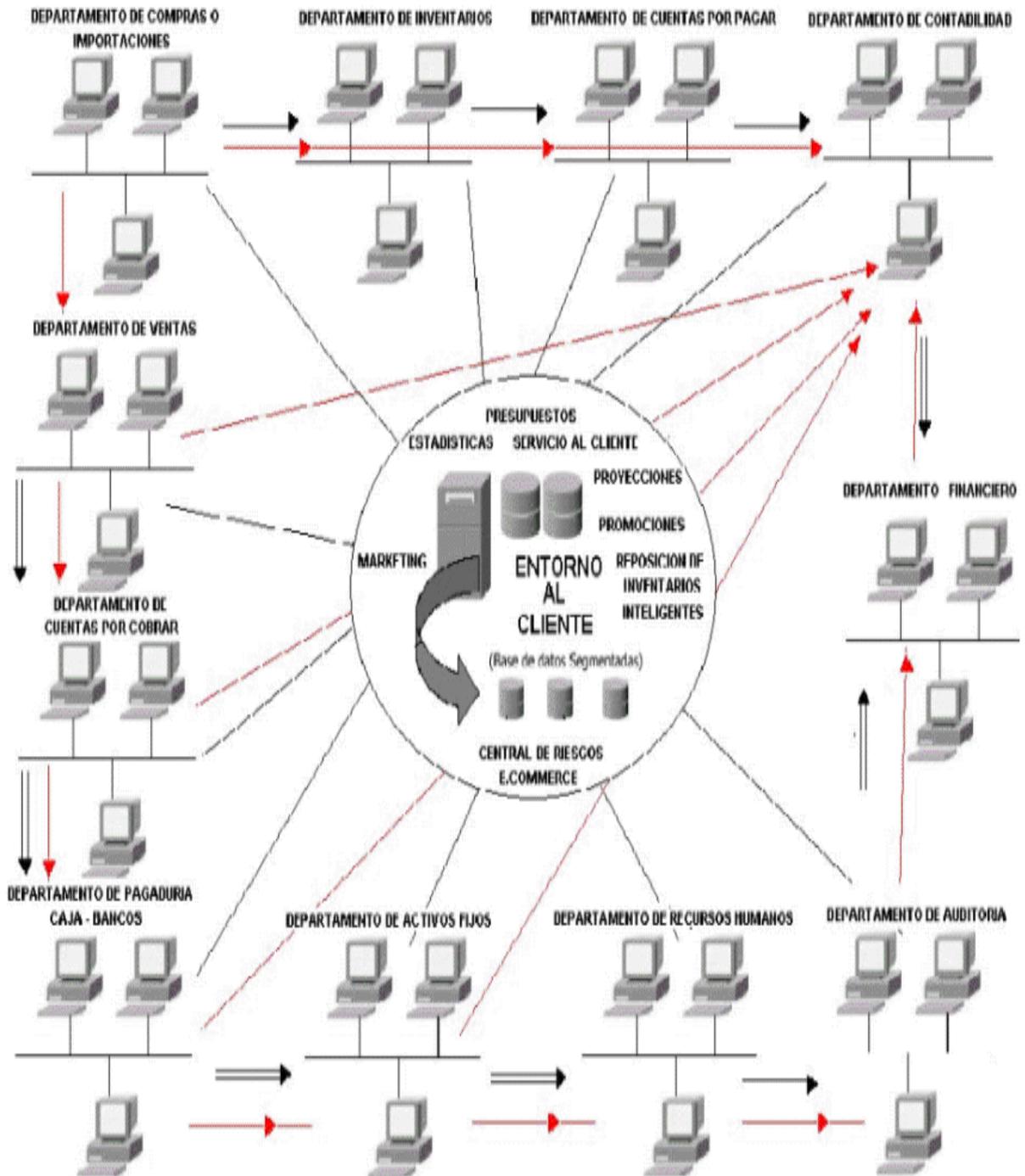
### Generalidades

El Sistema Contable Microsoft Está diseñado para el control de Macro Negocios. Contiene todos los Módulos que una Empresa podrían necesitar. Está diseñado con tecnología en sistemas de última generación.

### Organización del Sistema

El sistema se consolida la información entre sí y a su vez a contabilidad. Esto permite obtener información financiera para la toma de decisiones.

una información sobre el flujo de la información. Esto permite obtener información inmediata para la toma de decisiones.



Según el presente diagrama todo se consolida a contabilidad. Esta técnica de control de su empresa le servirá para encaminarla al éxito.

Microsoft consolida todos los conceptos solicitados. Uno de los más importantes puntos es el gestor de bases de datos capaz de soportar volumen de datos de una manera segura y rápida.

La arquitectura del sistema que garantiza la integridad de datos se explicará más detalladamente.

A continuación se explica varios módulos de los que contiene el sistema:

### **Módulo de Inventarios:**

Consiste en el control de Inventarios por Bodegas. Las opciones de Inventarios se resumen como se ven.



El módulo de Inventarios está Totalmente integrado con Cuentas x Pagar y Contabilidad. El control de inventarios con Macrosoft permite controlar productos en diferentes bodegas de almacenaje. Se puede almacenar hasta cinco precios, veinte bodegas, y clasificar los productos por línea, marca otros.

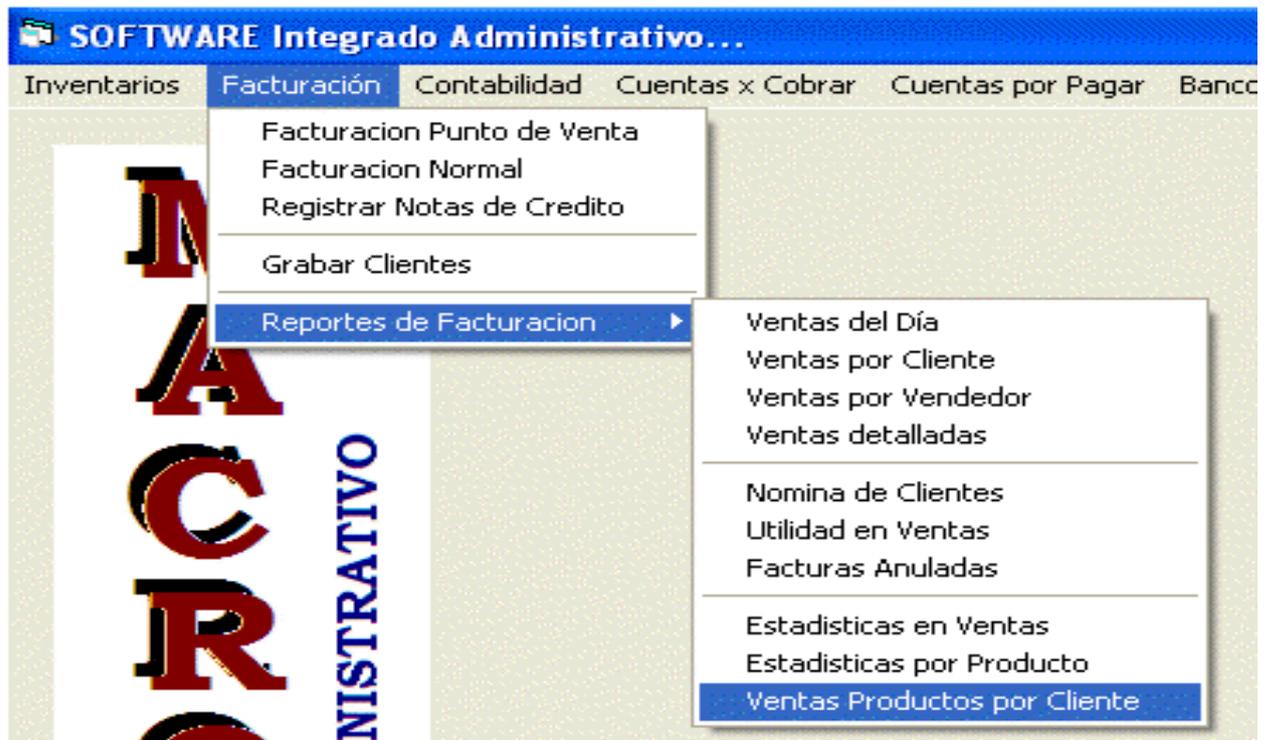
### **Las opciones de estas son:**

- Catálogo de Productos
- Registro de Proveedores
- Registro de Bodegas

- Registrar Compras
- Movimientos de Mercadería
- Registrar Movimientos entre Bodegas

**Módulo de facturación:**

Permite el Registro de Comprobantes de venta: tales como Facturas, Notas de Ventas, Proformas y Notas de Entrega.



El módulo de facturación está íntegramente conectado con el módulo de inventarios y el de cuentas x cobrar ya que al momento de registrar un comprobante de venta se rebaja de inventarios y se crea la cuenta x cobrar si es una venta a crédito. Además de imprimirse la factura en un formato seleccionado.

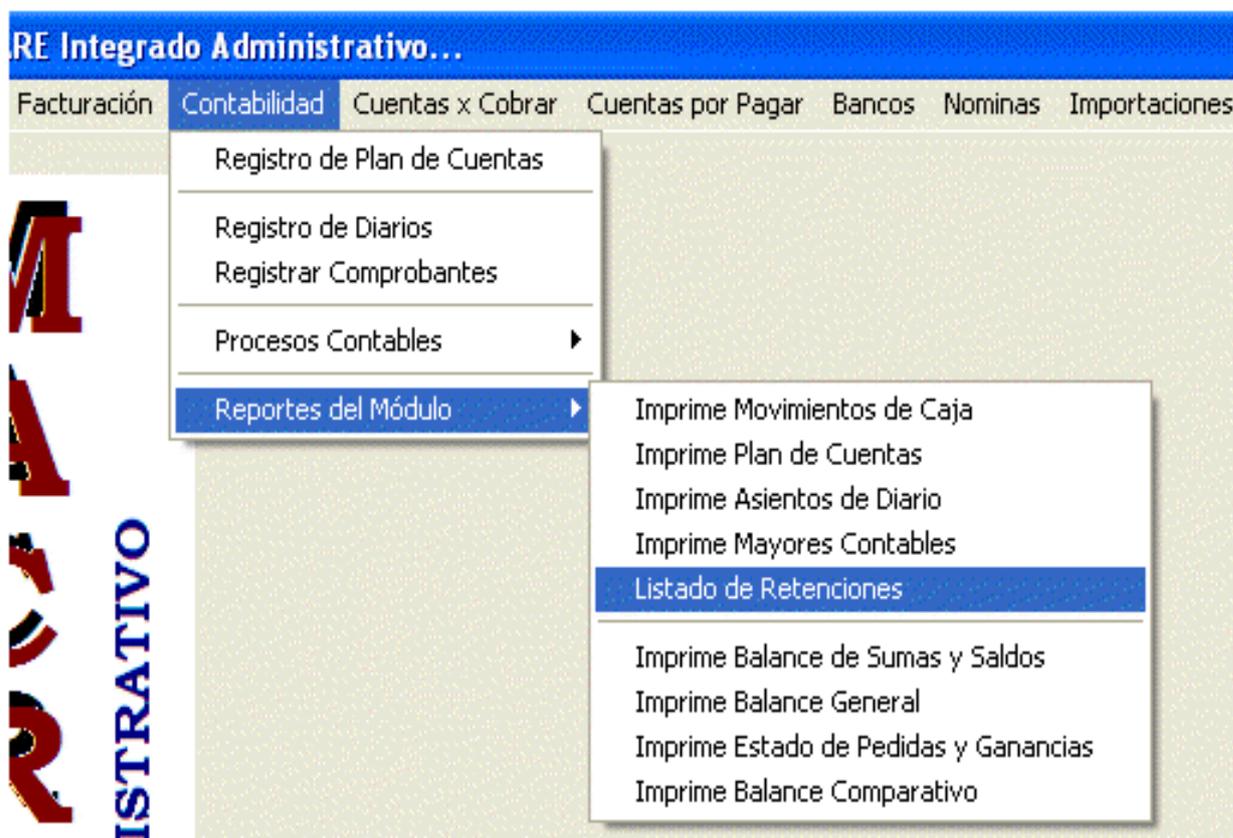
Para tratar con diferentes tipos de ventas se ha implementado el sistema de ventas Normales y Ventas para puntos de venta.

En este módulo se pueden registrar los clientes con todos sus datos, además de efectuar devoluciones en ventas (Notas de Crédito) de los productos.

## Módulo de Contabilidad:

El módulo de contabilidad empieza con el registro del Plan de Cuentas, este se encuentra dividido en dos registros: El registro del plan de cuentas y el registro de las cuenta definir es integradas.

Inicialmente se debe definir el plan de cuentas.



Los asientos de diario se generan en forma automática en los módulos (Inventarios, Facturación, etc.) en forma de asientos.

Se pueden generar asientos en forma manual esto se explicara más adelante.

Entre los informes que genera el sistema de Contabilidad están: Los estados financieros, Libros Mayores Generales y Auxiliares, Listado de Retenciones etc...

El Proceso de Mayorización en el sistema es de forma automática, esto significa que no tiene que mayorizar algún periodo (Mes), simplemente obtener el balance y esto ocasiona que el sistema totaliza las transacciones en el momento de obtener el informe.

Una ventaja de esto permite modificar sin necesidad de desmayorizar.

### **5.7.1 Actividades**

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

1. Se propone el diseño del sistema contable.
2. Se procedió a visitar cada área administrativa para identificar los procesos contables que se aplicará en el sistema.
3. Entrega de informe sobre el análisis de las áreas administrativas
4. Capacita al talento humano sobre el manejo del sistema.
5. Implementación del sistema contable.

## 5.7.2 Recursos, Análisis financiero

Cuadro 19

<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNIT.</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
2	Escritorio	200,00	400,00
2	Sillas giratoria	30,00	60,00
3	Archivador	50,00	150,00
4	Sillas de espera	40,00	160,00
	<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>770,00</b>
	<b>EQUIPO Y MAQUINARIA</b>		
1	Camara Frigorifica	<b>16.500,00</b>	16.500,00
4	Congeladores	<b>920,00</b>	3.680,00
	<b>TOTAL DE EQUIPO Y MAQUINARIA</b>		<b>20.180,00</b>
	<b>VEHICULO</b>		
5	Camiones	<b>32.000,00</b>	160.000,0
	<b>total vehiculo</b>		<b>160.000,0</b>
	<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		
1	Computadora	400,00	400,00
1	Sistema de Inventario	2.500,00	2.500,00
1	Impresora multifunción	120,00	120,00
	<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		<b>3.020,00</b>
	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		
1	AIRE ACONDICIONADO	200,00	200,00
1	TELEFONOS CON LÍNEA	100,00	100,00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>300,00</b>
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>184.270,00</b>

Elaborado por: Adriana Párraga & Julio Veloz

Cuadro 20

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPR. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	770,00	10%	6,42	77,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	<b>20.180,00</b>	10%	168,17	2.018,00
VEHICULO	160.000,00	20%	2.666,67	32.000,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3.020,00	33%	83,05	996,60
EQUIPO DE OFICINA	300,00	10%	2,50	30,00
<b>TOTAL</b>	<b>184.270,00</b>		<b>2.926,80</b>	<b>35.121,60</b>

Cuadro 21

		NÓMINA AÑO 1								
		PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM.	R-ANUAL
1	1200	GERENTE	1.200,00	100,00	22,00	50,00	148,20		1.223,80	14.685,60
1	400	SECRETARIA	400,00	33,33	22,00	16,67	49,40		422,60	5.071,20
1	450	JEFE BODEGA	450,00	37,50	22,00	18,75	55,58		472,68	5.672,10
1	500	CONTADOR	500,00	41,67	22,00	20,83	61,75		522,75	6.273,00
6	300	DESPACHADORES	1.800,00	150,00	22,00	75,00	222,30		1.824,70	21.896,40
4	380	CHOFERES	1.520,00	126,67	22,00	63,33	187,72		1.544,28	18.531,36
		<b>TOTAL</b>	<b>5.870,00</b>						<b>6.010,81</b>	<b>72.129,66</b>

		NÓMINA AÑO 2								
		PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM	R-ANUAL
		GERENTE	1.260,00	105,00	22,00	52,50	155,61	104,96	1.439,50	17.274,00
		SECRETARIA	420,00	35,00	22,00	17,50	51,87	34,99	494,50	5.934,00
		JEFE BODEGA	472,50	39,38	22,00	19,69	58,35	39,36	553,56	6.642,75
		CONTADOR	525,00	43,75	22,00	21,88	64,84	43,73	612,63	7.351,50
		DESPACHADORES	1.890,00	157,50	22,00	78,75	233,42	157,44	2.148,25	25.779,00
		CHOFERES	1.596,00	133,00	22,00	66,50	197,11	132,95	1.817,50	21.810,00
		<b>TOTAL</b>	<b>6.163,50</b>						<b>7.065,94</b>	<b>84.791,25</b>

		NÓMINA AÑO 3								
		PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM	R-ANUAL
		GERENTE	1.323,00	110,25	22,00	55,13	163,39	110,21	1.457,19	17.486,28
		SECRETARIA	441,00	36,75	22,00	18,38	54,46	36,74	500,40	6.004,76
		JEFE BODEGA	496,13	41,34	22,00	20,67	61,27	41,33	560,20	6.722,36
		CONTADOR	551,25	45,94	22,00	22,97	68,08	45,92	620,00	7.439,95
		DESPACHADORES	1.984,50	165,38	22,00	82,69	245,09	165,31	2.174,79	26.097,43
		CHOFERES	1.675,80	139,65	22,00	69,83	206,96	139,59	1.839,91	22.078,89
		<b>TOTAL</b>	<b>6.471,68</b>						<b>7.152,47</b>	<b>85.829,68</b>

Elaborado por: Adriana Párraga &amp; Julio Veloz

<b>NÓMINA AÑO 4</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>BASICO</b>	<b>13RO</b>	<b>14TO</b>	<b>VAC</b>	<b>Aportes IESS - SOLCA</b>	<b>FDO.RESE V.</b>	<b>REM</b>	<b>R-ANUAL</b>
GERENTE	1.389,15	115,76	22,00	57,88	171,56	115,72	1.528,95	18.347,40
SECRETARIA	463,05	38,59	22,00	19,29	57,19	38,57	524,32	6.291,80
JEFE BODEGA	520,93	43,41	22,00	21,71	64,34	43,39	587,11	7.045,27
CONTADOR	578,81	48,23	22,00	24,12	71,48	48,22	649,90	7.798,75
DESPACHADORES	2.083,73	173,64	22,00	86,82	257,34	173,57	2.282,42	27.389,10
CHOFERES	1.759,59	146,63	22,00	73,32	217,31	146,57	1.930,80	23.169,64
<b>TOTAL</b>	<b>6.795,26</b>						<b>7.503,50</b>	<b>90.041,96</b>

<b>NÓMINA AÑO 5</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>BASICO</b>	<b>13RO</b>	<b>14TO</b>	<b>VAC</b>	<b>Aportes IESS - SOLCA</b>	<b>FDO.RESE V.</b>	<b>REM</b>	<b>R-ANUAL</b>
GERENTE	1.458,61	121,55	22,00	60,78	180,14	121,50	1.604,30	19.251,57
SECRETARIA	486,20	40,52	22,00	20,26	60,05	40,50	549,43	6.593,19
JEFE BODEGA	546,98	45,58	22,00	22,79	67,55	45,56	615,36	7.384,34
CONTADOR	607,75	50,65	22,00	25,32	75,06	50,63	681,29	8.175,49
DESPACHADORES	2.187,91	182,33	22,00	91,16	270,21	182,25	2.395,45	28.745,35
CHOFERES	1.847,57	153,96	22,00	76,98	228,17	153,90	2.026,24	24.314,92
<b>TOTAL</b>	<b>7.135,02</b>						<b>7.872,07</b>	<b>94.464,86</b>

**Cuadro 22**

<b>DETALLE DE GASTOS</b>								
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>ENERO</b>	<b>FEB.</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1	GERENTE	1.223,80	1.223,80	14.685,60	17.274,00	17.486,28	18.347,40	19.251,57
1	SECRETARIA	422,60	422,60	5.071,20	5.934,00	6.004,76	6.291,80	6.593,19
1	JEFE BODEGA	472,68	472,68	5.672,10	6.642,75	6.722,36	7.045,27	7.384,34
1	CONTADOR	522,75	522,75	6.273,00	7.351,50	7.439,95	7.798,75	8.175,49
6	DESPACHADORES	1.824,70	1.824,70	21.896,40	25.779,00	26.097,43	27.389,10	28.745,35
4	CHOFERES	1.544,28	1.544,28	18.531,36	21.810,00	22.078,89	23.169,64	24.314,92
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>6.010,81</b>	<b>6.010,81</b>	<b>72.129,66</b>	<b>84.791,25</b>	<b>85.829,68</b>	<b>90.041,96</b>	<b>94.464,86</b>

<b>GASTOS DE GENERALES</b>		<b>ENERO</b>	<b>FEBRER</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	AGUA	20,00	20,00	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
	ENERGIA ELECTRICA	100,00	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
	TELEFONO	20,00	20,00	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
	UTILES DE OFICINA	50,00		450,00	472,50	496,13	520,93	546,98
	RECARGAS DE TINTA DE IMPRES	100,00		600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
	INTERNET	25,00	25,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
	<b>OTROS GASTOS</b>			-	-	-	-	-
1	MATERIALES DE LIMPIEZA	50,00		125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
	DEP. MUEBLES Y ENSERES	6,42	6,42	77,00	77,00	77,00	77,00	77,00
	DEP. EQUIPO Y MAQUINARIAS	168,17	168,17	168,17	168,17	168,17	168,17	168,17
	DEP. VEHICULO	2.666,67	2.666,67	2.666,67	2.666,67	2.666,67	2.666,67	2.666,67
	DEP. DE EQUIPO DE COMP.	83,05	83,05	996,60	996,60	996,60		
	DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	2,50	2,50	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>		<b>3.291,80</b>	<b>3.091,80</b>	<b>7.093,43</b>	<b>7.244,93</b>	<b>7.404,01</b>	<b>6.574,44</b>	<b>6.749,82</b>
<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>9.302,61</b>	<b>9.102,61</b>	<b>79.223,09</b>	<b>92.036,18</b>	<b>93.233,68</b>	<b>96.616,40</b>	<b>101.214,68</b>

Elaborado por: Adriana Párraga & Julio Veloz

**Cuadro 23**

COSTO DE VENTAS										
							5%			
TOTAL	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEB	MARZ	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PRODUCTO	44000	44000	44000	44000	572000	600600	600600	600600	600600
1	PUBLICIDAD	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
1	COMBUSTIBLE	120,00	120,00	120,00	120,00	1440,00	1512,00	1587,60	1666,98	1750,33
1	MANTENIMIENTO	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
	EMPAQUES FUNDAS	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>44620,00</b>	<b>44620,00</b>	<b>44620,00</b>	<b>573940,00</b>	<b>602612,00</b>	<b>602687,60</b>	<b>602766,98</b>	<b>602850,33</b>

**Elaborado por:** Adriana Párraga & Julio Veloz

**Cuadro 24**

PRESUPUESTO DE INGRESOS							
				10%			
INGRESOS POR VENTA	CANT.	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta de Producto	1	60200,00	722.400,00	794.640,00	874.104,00	961.514,40	1.057.665,84
<b>TOTAL</b>			<b>722.400,00</b>	<b>794.640,00</b>	<b>874.104,00</b>	<b>961.514,40</b>	<b>1.057.665,84</b>

**Elaborado por:** Adriana Párraga & Julio Veloz

**Cuadro 25**

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	770,00
EQUIPO DE COMPUTO	3.020,00
EQUIPO DE OFICINA	300,00
EQUIPO Y MAQUINARIAS	20.180,00
VEHICULO	160.000,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>184.270,00</b>

**Elaborado por:** Adriana Párraga & Julio Veloz

Cuadro 26

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
	ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	60.200,00	722.400,00	794.640,00	874.104,00	961.514,40	1.057.665,84	4.410.324,24
(-) COSTO DE VENTAS	44.620,00	573.940,00	602.612,00	602.687,60	602.766,98	602.850,33	2.984.856,91
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>15.580,00</b>	<b>148.460,00</b>	<b>192.028,00</b>	<b>271.416,40</b>	<b>358.747,42</b>	<b>454.815,51</b>	<b>1.425.467,33</b>
COSTOS INDIRECTOS	9.302,61	79.223,09	92.036,18	93.233,68	96.616,40	101.214,68	462.324,03
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>6.277,40</b>	<b>69.236,91</b>	<b>99.991,82</b>	<b>178.182,72</b>	<b>262.131,02</b>	<b>353.600,84</b>	<b>963.143,30</b>
(-) UTILIDAD ANTES PART. IMP	6.277,40	69.236,91	99.991,82	178.182,72	262.131,02	353.600,84	963.143,30
PARTICIPACION EMPLEADOS	865,46	10.385,54	14.998,77	26.727,41	39.319,65	53.040,13	144.471,49
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>5.411,93</b>	<b>58.851,37</b>	<b>84.993,04</b>	<b>151.455,31</b>	<b>222.811,37</b>	<b>300.560,71</b>	<b>818.671,80</b>
IMPUESTO RENTA	1.226,07	14.712,84	21.248,26	37.863,83	55.702,84	75.140,18	349.139,44
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>4.185,86</b>	<b>44.138,53</b>	<b>63.744,78</b>	<b>113.591,48</b>	<b>167.108,53</b>	<b>225.420,53</b>	<b>614.003,85</b>

Elaborado por: Adriana Párraga &amp; Julio Veloz

Cuadro 27

FLUJO DE CAJA PROYECTADO									
	AÑO 0	ENER	FEB	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>									
VENTAS	-	60200,00	60200,00	722.400,00	794.640,00	874.104,00	961.514,40	1.057.665,84	4.410.324,24
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>60200,00</b>	<b>60200,00</b>	<b>722.400,00</b>	<b>794.640,00</b>	<b>874.104,00</b>	<b>961.514,40</b>	<b>1.057.665,84</b>	<b>4.410.324,24</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>									
INVERSION INICIAL	184.270,00			-	-	-	-	-	-
GASTOS PREOPERACIONALES	-								
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	6010,805	6010,805	72.129,66	84.791,25	85.829,68	90.041,96	94.464,86	427.257,41
COSTO DE VENTAS	-	44620,000	44620,000	573.940,00	602.612,00	602.687,60	602.766,98	602.850,33	2.984.856,91
GASTOS GENERALES	-	365,00	165,00	3.155,00	3.306,50	3.465,58	3.632,60	3.807,98	17.367,66
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-			-	10.385,54	14.998,77	26.727,41	39.319,65	53.040,13
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-			-	14.712,84	21.248,26	37.863,83	55.702,84	75.140,18
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>184.270,00</b>	<b>50995,805</b>	<b>50795,805</b>	<b>649.224,66</b>	<b>715.808,13</b>	<b>728.229,89</b>	<b>761.032,78</b>	<b>796.145,67</b>	<b>3.557.662,28</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-184.270,00</b>	<b>9204,195</b>	<b>9404,195</b>	<b>73.175,34</b>	<b>78.831,87</b>	<b>145.874,11</b>	<b>200.481,62</b>	<b>261.520,17</b>	<b>759.883,12</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>-</b>								
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>									
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>									
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-184.270,00</b>	<b>9.204,20</b>	<b>9.404,20</b>	<b>73.175,34</b>	<b>78.831,87</b>	<b>145.874,11</b>	<b>200.481,62</b>	<b>261.520,17</b>	<b>759.883,12</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>-</b>	<b>9.204,20</b>	<b>18.608,39</b>	<b>73.175,34</b>	<b>152.007,21</b>	<b>297.881,33</b>	<b>498.362,95</b>	<b>759.883,12</b>	

Elaborado por: Adriana Párraga &amp; Julio Veloz

Cuadro 28

<b>BALANCE GENERAL</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
CAJA -BANCOS	73.175,34	152.007,21	297.881,33	498.362,95	759.883,12
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>73.175,34</b>	<b>152.007,21</b>	<b>297.881,33</b>	<b>498.362,95</b>	<b>759.883,12</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	184.270,00	184.270,00	184.270,00	184.270,00	184.270,00
DEPRECIAC. ACUMULADA	3.938,43	7.876,87	11.815,30	14.757,13	17.698,97
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>180.331,57</b>	<b>176.393,13</b>	<b>172.454,70</b>	<b>169.512,87</b>	<b>166.571,03</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>253.506,91</b>	<b>328.400,34</b>	<b>470.336,03</b>	<b>667.875,81</b>	<b>926.454,15</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>CORRIENTE</b>					
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	10.385,54	14.998,77	26.727,41	39.319,65	53.040,13
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	14.712,84	21.248,26	37.863,83	55.702,84	75.140,18
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>25.098,38</b>	<b>36.247,03</b>	<b>64.591,23</b>	<b>95.022,50</b>	<b>128.180,30</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
APORTE CAPITAL	184.270,00	184.270,00	184.270,00	184.270,00	184.270,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	44.138,53	63.744,78	113.591,48	167.108,53	225.420,53
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	44.138,53	107.883,31	221.474,79	388.583,32
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>228.408,53</b>	<b>292.153,31</b>	<b>405.744,79</b>	<b>572.853,32</b>	<b>798.273,85</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>253.506,91</b>	<b>328.400,34</b>	<b>470.336,03</b>	<b>667.875,81</b>	<b>926.454,15</b>
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Elaborado por: Adriana Párraga &amp; Julio Veloz

Cuadro 29

<b>INDICES FINANCIEROS</b>						
<b>DESCRIPCION</b>	<b>INV. INICIAL</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
Flujos netos	-184.270,00	73.175,34	78.831,87	145.874,11	200.481,62	261.520,17

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	
TASA DE DESCUENTO	17%

<b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>MAYOR AL 12%</b>
SUMATORIA DE FLUJOS	759.883,12
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	184.270,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	82,47%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		437.479,57
VAN	<b>POSITIVO</b>	<b>253.209,57</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,73
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	72,77
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>55%</b>

Elaborado por: Adriana Párraga &amp; Julio Veloz

### **5.7.3 Impacto**

La distribuidora de productos lácteos se verá beneficiada financieramente una vez implantado el Sistema de contabilidad, ya que se tendrá un control constante de las entradas y salidas de los productos así como del efectivo, logrando optimizar el servicio y a su vez el clima organizacional.

En relación al talento humano serán capacitados, esta será una herramienta eficaz para el buen manejo del sistema informático, con el propósito de darle un adecuado tratamiento a la información administrativa contable de la empresa.

Los resultados de esta implementación le permitirá a la distribuidora visionarse al futuro con la apertura de nuevas sucursales que potencien este mercado como el crecimiento empresarial y social del establecimiento.

N	ACTIVIDADES	DURACION	COMIENZO	FIN	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
1	Se propone el diseño del sistema contable.	2 DÍAS	JUEV 5/09/2013	LUN 9/09/2013			
2	Se procedió a visitar cada área administrativa para identificar los procesos contables que se aplicará en el sistema.	7 DÍAS	MART 10/09/2013	JUEV 19/09/2013			
3	Entrega de informe sobre el análisis de las áreas administrativas	1 DÍA	VIER 20/09/2013	VIER 20/09/2013			
4	Capacita al talento humano sobre el manejo del sistema.	4 DÍAS	LUN 23/09/2013	VIER 27/09/2013			
5	Implementación del sistema contable.	5 DÍAS	LUN 30/09/2013	MART 11/10/2013			

<b>PROYECTO</b> "Diseño de un sistema contable en la Distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito del cantón Milagro"	<b>TAREA</b> <b>DIVISIÓN</b> <b>PROGRESO</b>		<b>HILO</b> <b>RESUMEN</b> <b>RESUMEN DEL PROYECTO</b>	
--	--	--	--	--

UNIVERSIDAD DE CANTÓN MILAGRO

### **5.7.6 Lineamiento para evaluar la propuesta.**

Para poder encontrar las falencias de la distribuidora de productos lácteos El Ranchito como primer paso se realizo:

Una encuesta dirigida a los clientes de la empresa y al talento humano que labora en la parte administrativa y operativa, para saber de una forma directa que criterio tenían sobre este negocio (clientes), que tan reconocida es en este mercado como califican el servicio brindado y por ultimo si llenaban las expectativas de los clientes.

Obtenida esta información se procedió a trabajar en los puntos críticos para optimizar el servicio y lograr la lealtad y reconocimiento por parte de los clientes, posicionándose como un grupo respetable y marcando la diferencia ante la competencia.

A través de este trabajo se espera que la universidad estatal de Milagro y la Unidad de Ciencias Administrativas validen el proyecto, por considerarlo que cumple con sus lineamientos para ejecutarlo.

## **CONCLUSIONES**

1.- Los estudios realizados permitieron conocer que la distribuidora El Ranchito mantiene un control manual de sus actividades, tanto a nivel administrativo como operativo, en este último se enfoca más al control de inventario donde ha existido pérdidas de los productos que están listos a la venta.

2.- El talento humano administrativo no ha sido capacitado sin embargo el personal de cobertura si ha recibido esta clase de preparaciones, es por ello que se han presentado deficiencias en el sistema de facturación, como de la organización de las áreas de cobertura.

3.- La distribuidora no cuenta con equipos computacionales de alta tecnología lo cual ha retrasado el manejo de la información administrativa, en cuestión de números de pedidos que realizan los clientes potenciales.

## RECOMENDACIONES

- 1.- Realizar evaluaciones de desempeño para medir el nivel de productividad del talento humano.
  
- 2.- Que la distribuidora implemente un sistema de control contable y de inventarios, con el fin de optimizar las actividades internas y externas que mantiene esta organización, para contar con la información real del comportamiento financiero de la empresa.
  
- 3.-Que tanto el talento humano del área administrativa como operativa sea capacitado constantemente, de esta manera se logrará un buen manejo de efectivo.
  
- 4.- Contar con equipos computacionales de alta tecnología, de esta manera la información será procesada de forma ágil y oportuna en el momento que sea solicitada para realizar alguna gestión interna o externa.
  
- 5.- Realizando encuestas periódicas, a través de buzones de sugerencia

## **BIBLIOGRAFÍA.**

**ALARCÓN, Javier:** *PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN*, Ediciones Eudecor. Córdoba, 1997.

**ÁVILA, Joustine:** *PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN*, Ediciones Eudecor. Córdoba, 1998.

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

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

**JUMBOL, Franchesco:** *INVESTIGACIÓN INTEGRAL DE MERCADOS*, Cuarta

**JUMBOL, Franchesco:** *INVESTIGACIÓN INTEGRAL DE MERCADOS*, Tercera

**LONGENECKER G., Justin:** *ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS*, Editorial Edición 11, 2006

**NAVARRETE, Luís:** *ALMANAQUE UNIVERSAL*. Editorial: Navarrete, 2002

**PALACIOS LÓPEZ, Livia.** *CONTABILIDAD INTERMEDIA*, Editorial Ministerio de Educación y Cultura, 2005

**PAULI GUNTER:** *LENGUAJE Y COMUNICACION*, Editorial Limerin S.A., 2006

**PAULI GUNTER:** *MANUAL COMUNICACIONAL*, Editorial Limerin S.A, 2008

**SAMUELSON, Carlos:** *INICIOS DE LA ORGANIZACION*, Editorial Edibosco, 2005

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

**VOLPENTESTA, JORGE ROBERTO:** *ORGANIZACIONES Y ESTRUCTURAS*. Osmar D. Buyatti, Buenos Aires.

**ZAMORA Miguel Ángel.** *TEMÁTICA ESTUDIANTIL*. Editorial: Copyright

BOLETÍN FUSADES No. 115.: *APERTURA COMERCIAL Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS*, año 2005

BOLETÍN FUSADES No. 95: *MICROEMPRESAS EN UN MERCADO COMPETITIVO*, año 2003

LEÓN, Félix: *ENCICLOPEDIA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*, Editorial Copyright 2008

## **LINKOGRAFIA**

Último ranking de productividad elaborado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) 2003

<http://www.monografias.com/trabajos12/coso/coso2.shtml>

INTA, 2001, Reglamento a la Ley del Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria, <http://www.inta.go.cr/Normativa/>

Sistema Costarricense de información Jurídica, 2011 [http://www.pgr.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_repartidor.asp?param1=NRA&nValor1=1&nValor2=30336&nValor3=32020&nValor5=215169&strTipM=FA](http://www.pgr.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_repartidor.asp?param1=NRA&nValor1=1&nValor2=30336&nValor3=32020&nValor5=215169&strTipM=FA), extraído el 15 de julio de 2012.

SILVA Palavecinos, Berta, 2003, Fundamentos del sistema contable, [https://www.u-cursos.cl/ieb/2009/2/0206/267201/material\\_docente/previsualizar?id\\_material=524074](https://www.u-cursos.cl/ieb/2009/2/0206/267201/material_docente/previsualizar?id_material=524074), extraído el 18 de agosto de 2012.

BORJA Torres Karina Fernanda, 2010, Plan de Tesis, <http://es.scribd.com/doc/59980542/Plan-de-Tesis>

## ANEXO 1



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### OBJETIVO:

Obtener información actualizada para conocer las opiniones del talento humano de la distribuidora el Ranchito.

### INSTRUCCIONES:

MARQUE CON UNA X LAS RESPUESTAS.

Encuesta dirigida al personal que labora en la distribuidora el Ranchito.

FICHA TÉCNICA			
<b>EDAD:</b>	18 A 25 AÑOS <input type="checkbox"/>	26 A 33 AÑOS <input type="checkbox"/>	DE 33 AÑOS EN ADELANTE <input type="checkbox"/>
<b>SEXO:</b>	FEMENINO <input type="checkbox"/>	MASCULINO <input type="checkbox"/>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	BÁSICO <input type="checkbox"/>	SECUNDARIO <input type="checkbox"/>	SUPERIOR <input type="checkbox"/>

### 1.- ¿Qué tiempo lleva laborando en la distribuidora el Ranchito?

De 1 mes a 3 meses

De 3 meses a 6 meses

De un año en adelante

**2.- ¿En qué área se desempeña usted?**

Administrativa

Operativa

**4.- ¿En la función que usted se desempeña como lleva el control contable de la distribuidora?**

Tecnologicamente

Manualmente

Indiferente

**5.- ¿Como considera la capacitación en el desarrollo de sus actividades?**

Muy importante

Importante

Medianamente importante

Poco importante

No es importante.

**6.- ¿En la función que usted desempeña cada qué tiempo lo capacitan en su trabajo?**

Cada mes

Cada tres meses

De 6 meses en adelante

No son capacitados

**7.- ¿Considera necesario mantener un control en los proceso de compra y venta?**

Muy necesario

Necesario

Medianamente necesario

Poco necesario

No es necesario.

**8.- ¿El emplear equipos y sistema de alta tecnología beneficiaran a la distribuidora en:**

Nivel de rentabilidad

Participación en el mercado

Crecimiento empresarial

Optimización de las gestiones internas

Control del inventario.

Otros.

**9.- Tomando en consideración la pregunta anterior ¿Cree usted que el poseer equipos computacionales de alta tecnología influirá en las gestiones contables de la distribuidora?**

Si influiría

No influiría

Influiría poco

Indiferente.

## ANEXO 2



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

### **OBJETIVO:**

Obtener información actualizada para conocer las opiniones de Los clientes de la distribuidora el Ranchito.

### **INSTRUCCIONES:**

MARQUE CON UNA X LAS RESPUESTAS.

**Encuesta dirigida al personal que labora en la distribuidora el Ranchito.**

FICHA TÉCNICA					
<b>SEXO</b>	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	
<b>EDAD</b>	De 18 a 28 años	<input type="checkbox"/>	De 28 años a 38 años	<input type="checkbox"/>	De 38 años en adelante. <input type="checkbox"/>

**1.- ¿Cómo considera los productos que brinda la distribuidora el Ranchito?**

Muy buenos

Buenos

De poca calidad

Indiferente

**2.- Acorde al servicio que ha recibido por parte de la distribuidora el Ranchito  
¿Como lo califica?**

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Pésimo

**3.- ¿La distribuidora le ofrece una variedad de productos? Marque una sola respuesta?**

- Mucha variedad
- Poca variedad
- No hay variedad

**6.- ¿Cuándo realiza el pago de sus compras le entregan:**

- Nota de venta
- Factura
- Nada

**7.- El proceso de cobranza que brinda la distribuidora es:**

- Rápido
- Lento
- Eficiente
- Deficiente

**8.- ¿Considera necesario que el talento humano de esta distribuidora debe ser capacitado en la atención al cliente?**

Muy necesario

Necesario

Poco Necesario

Indiferente

**9.- ¿Considera importante que esta distribuidora que está en constante innovación debe mantenerse CON altos estándares de calidad?**

Muy importante

Importante

Medianamente importante

Poco importante

No es importante

Indiferente.

**10.- ¿En relación a las empresas que distribuyen productos lácteos como compara el servicio que brinda el Ranchito?**

Es igual

Es mucho mejor

Medianamente mejor

El de las empresas es mucho mejor

Da igual.

## ANEXO 3



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Entrevista dirigida al propietario de la Distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito.

**COOPERACIÓN:**

Agradezco de antemano su información, le garantizamos que se guarde absoluta reserva.

**OBJETIVO:**

Recolectar información útil para determinar el grado de aceptación con respecto a la propuesta de implementación de un sistema de contabilidad en La Distribuidora de Productos Lácteos El Ranchito.

**INSTRUCCIONES:**

Por favor llene este formulario más preciso como sea posible.

Nombre: -----

Edad: -----

Título profesional-----

**1.- ¿Cuánto tiempo tiene trabajando en esta actividad?**

.....  
.....  
.....

**2.- ¿Considera que su negocio va en crecimiento?**

.....  
.....  
.....

**3.- ¿De qué forma se lleva la parte contable de la distribuidora?**

.....  
.....  
.....

**4.- ¿Está satisfecho con el trabajo que realiza el talento humano de su distribuidora?**

.....  
.....  
.....

**5.- ¿Considera importante la capacitación en el talento humano?**

.....  
.....  
.....

**6.- ¿Capacita a sus empleados?**

.....  
.....  
.....

## ANEXO 4

### FOTOS ENTREVISTA AL PROPIETARIO DE LA DISTRIBUIDORA EL RANCHITO



### ENCUESTA REALIZADA AL TALENTO HUMANO DE LA DISTRIBUIDORA





**ANEXO 5**  
**FOTOS DE LA OFICINA**



**ANEXO 6**  
**TALENTO HUMANO REALIZANDO SUS FUNCIONES**



## ANEXO 7

### IMAGENES DE LA CAMARA FRIGORIFICA

