



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OPTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA- CPA.**

TÍTULO DEL PROYECTO

**“INCIDENCIA DE LA TOMA DE DECISIONES POR PARTE DE LA
ADMINISTRACIÓN EN LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL COMERCIAL DAVID
EN EL CANTÓN NARANJITO PROVINCIA DEL GUAYAS”.**

AUTORA:

SERRANO GUAMÁN LISSETT STEFANY

TUTORA:

Ab. ELICZA ZIADET

MILAGRO, SEPTIEMBRE DEL 2014

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Lissett Estefanía Serrano Guamán, para optar al título de ingeniero en contaduría pública y auditoría y que acepto tutoriar la estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Presentado por la egresada:

Serrano Guaman Lissett Stefany C.I 092818093-4

Milagro, Septiembre del 2014.

Ab. ELICZA ZIADET

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Serrano Guaman Lissett Stefany, autora de esta investigación declaro ante el Concejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el proyecto presentado es de mi propia auditoria con el tema **“INCIDENCIA DE LA TOMA DE DECISIONES POR PARTE DE LA ADMINISTRACIÓN EN LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL COMERCIAL DAVID EN EL CANTÓN NARANJITO PROVINCIA DEL GUAYAS”**, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que esta referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, Septiembre del 2014.

AUTORA

Lissett Stefany Serrano Guamán
C.I. 092818093-4

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

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

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

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este tesis primero a Dios quien ha sido mi fuerza y mi guía porque con el he aprendido, que cuando sientes que todos te han dado la espalda él estará contigo incondicionalmente; que todo lo puedo hacer si confié en él, que cuando ya no tenga esperanza tenga fe porque es la convicción de lo que no se ve, con la certeza de lo que se espera. A mis padres que me han apoyado en todo momento, a mi hijo porque quiero ser su ejemplo, mi esposo porque me alienta cuando he estado desanimada y a todas las personas que de alguna manera me brindaron apoyo cuando lo necesite también a las personas que no creyeron que podría lograrlo porque ellos motivaron a esforzarme para demostrarle que si se puede cumplir tus metas cuando tienes el deseo de salir adelante.

Lissett Serrano Guamán

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía y mi ayudador en mi vida y en mi carrera por permitirme cumplir unas de mis metas porque estoy segura que me seguirá ayudando a cumplir con el propósito de mi vida.

A mis padres por que sean esforzados en ser mi ejemplo de superación porque me han aconsejado y me han apoyado, a mi esposo porque su ayuda ha sido de gran valor para mí y sus palabras de ánimo.

A mis compañeros que estuvieron en este caminar y supieron brindarme su ayuda.

Gracias a mis docentes por impartirme el conocimiento y tener ese don precioso de enseñar y brindarnos su amistad, un agradecimiento especial a mi amiga Libia Reyes en brindarme su ayuda y apoyo. A mi tutora por guiarme para el cumplimiento con la tesis de grado.

Lissett Serrano Guamán

CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR

Máster

Fabricio Guevara Viejo
Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención del Título de Tercer nivel, cuyo tema fue Incidencia de la toma de decisiones por parte de la administración en la situación económica del comercial David en el cantón naranjito provincia del guayas y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Septiembre del 2014

Lissett Stefany Serrano Guamán
C.I. 092818093-4

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO 1	3
EI PROBLEMA	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Problematización.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	5
1.1.3 Formulación del Problema.....	5
1.1.4 Sistematización del Problema.....	5
1.1.5 Determinación del tema.....	6
1.2 OBJETIVOS	6
1.2.1 Objetivo General.....	6
1.2.2 Objetivos Específicos.....	6
1.3 JUSTIFICACION.....	7
CAPÍTULO 2	8
MARCO REFERENCIAL.....	8
2.1 MARCO TEORICO	8
2.1.1 Antecedentes históricos	8
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	10
2.1.3 Fundamentación	13
2.2 MARCO LEGAL	18
2.3 MARCO CONCEPTUAL	22
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES.....	24
2.4.1 Hipótesis general.....	24
2.4.2 Hipótesis Particulares	24
2.4.3Declaración de Variables.....	24
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	26

CAPÍTULO III	33
MARCO METODOLÓGICO.....	33
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	33
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	34
3.2.1 Características	34
3.2.2 Delimitación del problema	34
3.2.3 Tipo de la muestra.....	35
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	35
3.2.5 Proceso de selección.....	35
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	36
3.3.1 Métodos teóricos	36
3.3.2 Métodos Empíricos.....	36
3.3.3 Técnicas e instrumento de la investigación.....	37
3.4 PROCESAMIENTOS ESTADÍSTICOS DE LA INFORMACIÓN.....	37
CAPÍTULO IV	38
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	38
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	38
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.....	64
4.3 RESULTADOS.....	65
4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPOTESIS.....	66
CAPÍTULO V	71
PROPUESTA.....	71
5.1 TEMA.....	71
5.2 FUNDAMENTACION	71
5.3 JUSTIFICACION.....	72
5.4 OBJETIVOS.....	73
5.4.1 Objetivos Generales de la propuesta	73
5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta.....	73

5.5 UBICACION.....	73
5.6 FACTIBILIDAD.....	74
5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.....	74
5.7.1 Actividades	97
5.7.2 Recursos Análisis Económico, Financiero, Sensibilidad, Humano.	97
5.7.3 Impacto.....	99
5.7.4 Cronograma.....	100
5.7.5 Lineamiento para la evaluación de la propuesta	101
CONCLUSIONES.....	102
RECOMENDACIONES.....	103
BIBLIOGRAFÍA.....	104
ANEXOS	106

ÍNDICE DE CUADRO

Cuadro 1. Variable general	26
Cuadro 2. Variable partícula	27
Cuadro 3. Variable particular	28
Cuadro 4. Variable particular	29
Cuadro 5. Variable particular	30
Cuadro 6. Variable particular	31
Cuadro 7. Variable particular	32
Cuadro 8. Verificación de la hipótesis	66
Cuadro 9. Matriz FODA	78
Cuadro 10. Análisis FODA	79
Cuadro 11. Modelo de las 5 fuerzas de Potter	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Decisión idónea para la empresa	38
Figura 2. Administración de su empleador	39
Figura 3. Los conocimientos para el progreso del negocio	40
Figura 4. Actividades del comercio.....	40
Figura 5. Registros contables de la organización	41
Figura 6. Registros adecuados para el desarrollo de la organización	42
Figura 7. Compra de mercadería.....	42
Figura 8. Recaudación de créditos	43
Figura 9. Registros de los créditos de los clientes.....	44
Figura 10. Actividades que realizan que realizan la organización	44
Figura 11. Ubicación de su lugar de trabajo para el desarrollo actividad comercial .	45
Figura 12. Años de trabajo en el comercial David	46
Figura 13. Mercadería requerida por el cliente no hay en existencia	46
Figura 14. Expectativas de los consumidores	47
Figura 15. Personal para desarrollarse en el mercado local	48
Figura 16. Calidad de producto que ofrece el comercial David	48
Figura 17. Mercadería en existencia	49
Figura 18. Variedad de productos	50
Figura 19. Atención al cliente	50
Figura 20. Años de cliente.....	51
Figura 21. Personal Capacitado para el desarrollo del negocio	52
Figura 22. Clientes compran en la competencia.....	53
Figura 23. Situación actual del negocio.....	54
Figura 24. Conocimientos para de desarrollarse en el mercado	55
Figura 25. Informe de actividades	55
Figura 26. Adquirir mercadería	56
Figura 27. Actividades de empleados.....	57
Figura 28. Publicidad del negocio.....	57
Figura 29. Frecuencia de publicidad.....	58
Figura 30. Estrategias de ventas	59
Figura 31. Nivel competitivo	59
Figura 32. Innovación tecnológica	60

Figura 33. Situación económica en los últimos años.....61

Resumen

El comercial David es un negocio que tiene como actividad comercial vender artículos para el hogar con la finalidad de satisfacer la necesidad de la clientela residente en el cantón Naranjito y los sectores aledaños.

Este comercial desde su inicio tuvo gran crecimiento por su administración, cuando empezaron con esta actividad comercial le pusieron esfuerzo y dedicación, hasta que se vio afectado por la separación de los propietarios, actualmente el negocio solo se mantiene en el mercado local.

Existen muchos desfases en cuanto a la toma de decisiones del administrador, el negocio no posee un plan de mercadeo, controles en las operaciones que realizan, por esta razón he realizado este proyecto con la finalidad de dar alineamientos que mejore el funcionamiento del negocio, para cumplir con objetivos planteados.

Para las problemáticas planteada anteriormente se ha determinado las falencias y errores que comete la administración. Entre ellas tenemos toma de decisiones, duplicidad de tareas, poca reinversión de capital, registro contables inadecuados, recaudación de créditos y por último el poco conocimiento de administración por parte del propietario.

Por estas razones se debe tomar las correcciones necesarias y darlas a conocer, para que el negocio no solo se mantenga en el mercado, si no que se convierta en un rival para la competencia, por esto las directrices que hay que implementar dentro de la empresa debe reflejar otra imagen, solo así se podrá ver resultados positivos.

Los empleados también influye mucho por la razón que ellos forman parte del activo de la empresa, y de ellos depende el buen manejo de las operaciones dentro y fuera de la organización.

Quizás este negocio no sea el único que tenga problema, pero este instructivo servirá para contribuir a la mejora de las actividades del negocio, al trabajo en equipo y gozar de un ambiente agradable.

Palabras claves:

Administración, control, mercado, toma de decisiones.

ABSTRACT

David is a commercial business whose business-selling household items in order to meet the need of customers resident in the canton Naranjito and the surrounding areas.

This commercial from the start had high growth for its administration, when they started with this trade they put effort and dedication, until I was affected by the separation of the owners, currently the only business stays in the local market. There are many gaps in terms of decision-making manager, the business does not have a marketing plan, controls the operations they perform, which is why I made this project in order to give alignments to improve the operation of the business, meet objectives.

For the problem posed above has identified the shortcomings and mistakes that administration. Among them are decision making, duplication of work, little capital reinvestment, inadequate accounting record, credit collection and finally the little knowledge of administration by the owner.

For these reasons, you should take the necessary corrections and make them known to the business to not only stay on the market, but it becomes a match for the competition, so the guidelines that must be implemented within the company should reflect another image, only then you will see positive results. Employees also strongly influenced by the reason that they are part of the assets of the company, and they depend on the good management of operations within and outside the organization.

Maybe this business is not the only problem you have, but this tutorial will serve to contribute to the improvement of business activities, teamwork and enjoy a friendly atmosphere.

Keywords:

Administration, control, market, decision making.

INTRODUCCIÓN

El comercial David en el cantón Naranjito es una empresa clasificada como pequeña con una buena acogida en el mercado; gracias a sus precios bajos, variedad de producto y buena atención al cliente; la misma que se dedica a comercialización de artículos para el hogar. Debido a diferentes situaciones administrativas y en el mercado competitivo que se mantiene, presenta falencias en el registro de los movimientos contables, en control de mercadería, control de créditos otorgados a los clientes y en la recaudación de créditos; el mismo que se lleva de manera deficiente y por ende el control es muy ambiguo. También las decisiones que toma la administración no son muy acertadas porque desde que entro a competir en este mercado del cantón Naranjito tuvo un crecimiento significativo que se ha visto estropeado con el pasar de los años hasta llegar a mantenerse en el mercado y no estar a un nivel competitivo con sus competidores.

Por ello la empresa requiere de un proceso efectivo donde se mejore el registro contable y el control de créditos y su recaudación también que se tome medidas para mejorar la participación del comercial en el mercado estableciendo objetivos organizacionales claros y precisos para instituir al negocio.

La base de toda empresa comercial es el control de los productos que entran y salen; he aquí la importancia del manejo del stop de mercadería porque no se puede satisfacer al cliente y tener competitividad si no hay existencia de mercadería en el negocio.

Al mejorar los procesos de las actividades permitirá mantener un control oportuno y preciso para conocer al final del periodo, un estado confiable de la situación económica real de la empresa.

El presente proyecto está estructurado en cinco capítulos fundamentales para mayor conocimiento del tema.

El Capítulo I de la tesis encontramos el planteamiento del problema donde se narra el objetivo de la investigación en el Comercial David del cantón Naranjito Provincia del Guayas. También encontramos los objetivos generales y específicos y la justificación de la problematización.

El Capítulo II tenemos el marco referencial donde encontramos los antecedentes históricos que quiere decir que se realizaron investigaciones de teorías relacionadas con la problemática, también la reseña histórica, los antecedentes referenciales en este se encuentran el resumen de tesis con una problemática similar, la fundamentación del problema, la base legal que enmarca al negocio; el marco conceptual las hipótesis y variables del problema.

El Capítulo III se hace mención al marco metodológico donde encontramos el tipo y diseño de la investigación, también la población, la muestra que tomaremos para realizar la investigación, delimitar el problema y los métodos y técnicas que utilizaremos para el procesamiento estadístico de la información.

El Capítulo IV los análisis e interpretación de los resultados, realizamos el análisis de la situación actual en el cual empleamos encuesta a los empleados a la competencia y a los clientes la entrevista fue dirigida al propietario.

El Capítulo V se encuentra la propuesta su justificación y la descripción de la propuesta, factibilidad, impacto y los lineamientos de evaluación de la propuesta.

Al final encontramos las conclusiones, recomendaciones, y la fuente donde se obtuvo la información como bibliografía y anexos.

CAPITULO 1

EI PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Al analizar la estructura económica de cualquier país encontramos la existencia de empresas de distinta extensión la cual no depende del sector de actividad en el que se desarrollan, no existe una actividad donde las empresas deban tener una dimensión dada para funcionar.

Existen sectores más dinámicos que otros sin embargo en todos encontraremos empresas pequeñas, medianas y grandes.

El objetivo de investigación, se hará sobre una empresa clasificada como pequeña, el Comercial David que inicia sus actividades en el año de 1981, con la iniciativa del Sr. Luis Ermogenes Silva Flores que ingresó a competir en el mercado del cantón Naranjito, en un local pequeño, con productos tales como: grabadoras, equipos de sonido, cocinetas, cama, colchones. Hacían pedido cuando lo requería el cliente; a medida que paso el tiempo tuvieron crecimiento comercial, la atención ayudo a tener acogida por parte del mercado además de establecer cierta ventaja sobre la competencia.

Este comercial en la actualidad ofrece a sus clientes variedad de productos para el hogar: juego de comedor, juego de sala, roperos, camas, literas, colchones, veladores, modulares, aparador, ventiladores, cocina, cocineta, lavadoras,

dispensadores, entre otros productos. No obstante, su situación competitiva ha cambiado en los últimos años.

Entre las causas probables que ha dado lugar a que se presente esta situación, se puede mencionar las siguientes:

- Este comercial lleva el registro diario de sus actividades, en un cuaderno con un rayado sencillo donde no especifica si es ingreso o egreso, solo se escribe la fecha, una pequeña descripción de la actividad y el monto de dinero que acaeció en la transacción.
- El inventario lo realizan en una hoja de Excel donde registran toda la mercadería existente en el negocio; el fin de semana se realiza el registro de la mercadería que se ha comercializado para actualizar el inventario.
- Las ventas a créditos se las realiza extendiendo letras de cambio al deudor. El deudor debe acercarse a cancelar; si hay atraso en el pago se le realiza una cobranza a domicilio, si es reincidente y no se pone al día en el pago, se le retira la mercadería.
- Se lleva un Kardex del cliente deudor en el cual se registra el valor de la deuda y paulatinamente se va disminuyendo conforme vaya cancelando.
- Los empleados del negocio realizan diversas actividades; la persona que vende, recibe el dinero y cuando llega el pedido lo recibe, la persona que realiza la cobranza, también despacha la mercadería y se encarga de sacar la mercadería a exhibición.
- El personal de este negocio no tiene experiencia laboral por lo tanto no tienen conocimiento de lo que deben realizar; hacen lo que les manden, pues un día realizan una actividad y al otro día otra no tienen un cargo o función específica que deban realizar.
- El dinero que ingresa de las ventas de la mercadería no se lo reinvierte, se lo utiliza para otras actividades que no pertenecen al mismo. El dinero obtenido por las ventas de mercadería un tanto por ciento se lo utiliza para realizar actividades independiente al negocio y proporcional mente para la compra de mercadería

Los escenarios detallados, se han reflejado porque el comercial ha ignorado las oportunidades que ofrece el medio, sin aprovechar las fortalezas que posee la

organización. Podrían llevar a la interrupción de sus actividades, lo que significaría la paralización de desarrollar estrategias que garanticen el éxito futuro para establecer un ambiente de innovación.

El escenario presentado hace necesario, la creación de estrategias con una participación conjunta con quienes conforman el comercial, estableciendo objetivos organizacionales claros y precisos que ayuden a instituir el negocio, y que involucre y oriente a todos hacia el cumplimiento de los mismos.

1.1.2 Delimitación del Problema.

Campo: Ingeniería en C.P.A.

Área: Contabilidad

Aspecto: La administración incide en la situación económica y en la toma de decisiones

Espacio: En el Comercial David del cantón Naranjito

Tiempo: Periodo Actual.

1.1.3 Formulación del Problema.

¿Cómo incide la toma de decisiones en la situación económica del “Comercial David” en el cantón Naranjito Provincia del Guayas?

1.1.4 Sistematización del Problema.

- Los conocimientos en administración por parte del administrador ¿Cómo influyen en el progreso del negocio?
- La administración del comercial David ¿Cómo influye en el desarrollo de las actividades?
- ¿Cómo incide el registro contable, en la situación económica del “Comercial David”?
- ¿Cómo incide la reinversión de capital en el inventario?
- ¿Cómo incurre el registro de control de clientes en la recaudación de créditos?
- La duplicidad de tareas ¿Cómo incide en el desempeño de los trabajadores?

1.1.5 Determinación del tema.

Incidencia de la toma de decisiones por parte de la administración en la situación económica del “comercial David” en el cantón naranjito provincia del Guayas.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General.

Determinar como incide la toma de decisiones del administrador en la situación económica del “Comercial David” Del cantón Naranjito Provincia del Guayas, mediante la aplicación del método científico que permita conocer la situación actual de la empresa con relación al mercado competitivo.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Distinguir como los conocimientos en administración por parte del administrador, influyen en el progreso del negocio.
- Identificar como la administración del comercial David, influye en el desarrollo de las actividades.
- Detallar como incide el registro contable, en la situación económica del Comercial David.
- Explicar cómo incide la reinversión de capital en el inventario.
- Indicar cómo incurre el registro de control de clientes en la recaudación de créditos.
- Definir como la duplicidad de tareas, incide en el desempeño de los trabajadores.

1.3 JUSTIFICACION

El desarrollo de esta investigación está en caminado al Comercial David empresa que se mantiene desde hace más de 30 años en el mercado, comercializando variedad de productos para el hogar y en los últimos años ha visto reducir las ventas a la par que la rentabilidad, por lo que despierta interés en el investigador y la necesidad de identificar la problemática proyectada.

Para fortalecer el desarrollo de este estudio se recurrirá a fuentes bibliográficas primarias y secundarias que ayuden al desarrollo del tema, así como también a la aplicación de teorías y conceptos básicos en administración, gestión, competencia, entre otros.

El beneficiario de este trabajo es el propietario del Comercial, puesto que con los resultados de la investigación, se podrá proponer opciones que le permitirán mejorar su intervención en el mercado.

Cabe indicar además que el trabajo realizado servirá también al investigador, como una manera de aplicar y fortalecer los conocimientos adquiridos en el transcurso de la etapa de preparación como profesional.

CAPÍTULO 2

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes históricos

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.¹

Historia de la contabilidad Edad Antigua, en el año 6000 A.C se utilizaban tablillas para registrar sus entradas y salidas, en Egipto utilizaban el ábaco con bolitas negras y blancas; las blancas eran deudas a favor y las negras deudas contraídas; en Roma en el año 4000 A.C se llevaba la contabilidad en dos libros un llamado “adversaria” y “Codex o Tubulae”.

El adversaria era una especie de borrador, ya que mensualmente se transcribía, consumo, en otro libro, el “Codex o Tubulae”; en el cual, a un lado estaban los ingresos (acceptum), y al otro los gastos (expensum).

¹ LATINOS.US: *Evolución de la contabilidad,*

http://www.contables.us/gestion/libros/registros/evolucion_de_la_contabilidad/

En la Siria en el año 3300 A.C se utilizaba la tablilla de barro para controlar los impuestos que controlaba el Rey, Grecia se llevaba se dos libros uno de entradas y salidas.

Edad Media, en el siglo VII en Venecia había una casa que se dedicaba a llevar la contabilidad y en los barcos; cada barco llevaba su propio contador. En Florencia 1190 tomaban como base el libro de adversaria y códex. En Génova en 1340 se llevaban tres libros caja, cuenta corriente, pérdidas y ganancias. Italia tiene la mayor importancia en cultura económica en la historia.

Edad Moderna, en Italia Benedetto contrulli fue el precursor de la llamada partida doble, pero no se le conoce como el Padre de la Contabilidad. Fue hasta 1492 que Lucca Pacciolo introduce la teoría de la partida doble a quien se le conoce como el Padre de la Contabilidad, Él dice que tiene que existir tres libros; Memorial Mayor y Diario.

Edad Contemporánea, su estructura es la naturaleza de las cuentas; naturaleza deudora y naturaleza acreedora aparecen los conceptos de los fondos de reserva apreciación y amortización, aparece el diario único de sistemas centralizador y mecanización contable.

Actualmente, con el desarrollo de los sistemas, la contabilidad ha logrado ocupar el lugar que le corresponde dentro de las organizaciones. El volumen de información que puede manejar y la alta velocidad de su procesamiento la hacen indispensable en la exigente administración de nuestros días.

La contabilidad ha existido desde los tiempos remotos, el intercambio de un bien generaba que la otra persona le diera un mismo bien sin necesidad de dinero, ahora las personas dan un bien para recibir dinero esto lo podemos considerar como trueque (Intercambio de un bien a cambio de otro).

En el Cantón Naranjito la contabilidad comenzó con creación de pequeñas y medianas empresas las cuales no están llevando un sistema contable adecuado, esto lo podemos deducir porque los propietarios de cada comercial son los que administran su propio negocio y no tienen el conocimiento adecuado, al administrar ellos no temen que en sus negocios existan anomalías en cuanto a la administración.

En el 2005 los almacenes de compra-venta situados en el Cantón Naranjito se les realizó un censo originado por el GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) en el

cual se les iba a verificar si llevaban un buen manejo en la parte contable y tributaria, pero por problemas ocurridos en el momento en el que se realizó este proyecto no se lo pudo completar.

En el 2011 el municipio o GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) retomó las actividades con respecto al censo para conocer cuántas microempresas se han establecidos desde aquel entonces, y hasta el momento no han podido terminar con aquello, por problemas de presupuesto.

Historia del Comercial

El Comercial David inicia sus actividades en el año de 1981, bajo la dirección del Sr. Luis Silva Flores que ingresó a competir en el mercado del cantón Naranjito, en un local pequeño, con productos tales como: grabadoras, equipos de sonido, cocinetas, cama, colchones. Hacían pedido cuando lo requería el cliente; a medida que pasó el tiempo tuvieron crecimiento comercial, la atención ayudó a tener acogida por parte del mercado además de establecer cierta ventaja sobre la competencia. En ese entonces, contaba con el apoyo de su esposa y tres empleados.

Este comercial en la actualidad ofrece a sus clientes variedad de productos para el hogar: juego de comedor, juego de sala, roperos, camas, literas, colchones, veladores, modulares, aparador, ventiladores, cocina, cocineta, lavadoras, dispensadores, entre otros productos, cuenta con una secretaria que realiza diversas funciones, un cobrador y una persona que se encarga de la limpieza. No obstante, su situación competitiva ha cambiado en los últimos años.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Universidad Politécnica del Ejército

Trabajo para optar al título de: Ingeniería en finanzas y auditoría

Facultad: Carrera de ingeniería en Finanzas y Auditoría

Tema: Diseño de un sistema de control interno administrativo y financiero en la empresa Incorea.

Nombres y apellidos del autor: Ullrich Estrella Mayra Alexandra

Ciudad: Quito año de presentación del trabajo marzo 2008

Gracias al creciente desarrollo que ha tenido el sector de la construcción, energía y telecomunicaciones a nivel mundial, el mercado ha ido experimentando la necesidad de cableado de calidad que permite mantener estructurado de adecuado funcionamiento para los sectores antes mencionados. En vista de la alta demanda de alambre y de cable la Empresa Industria Comercial Recalda Andrade INCOREA, siendo la tercera distribuidora de cable nivel nacional se encarga del abastecimiento de este producto tan esencial para la construcción, energía y telecomunicaciones.

Universidad Politécnica del Ejército

Trabajo para optar al título de: Ingeniería en finanzas y auditoría

Facultad: Carrera de ingeniería en Finanzas y Auditoría

Tema: Propuesta de diseño de un sistema de control administrativo a la empresa AMAZONAS CIA LTDA.

Nombres y apellidos del autor: Andrea Nataly Mosquera Collantes

Ciudad: Sangolquí, presentado en septiembre del 2009

El Capítulo I de la presente tesis narra los aspectos generales Empresa Amazonas Cía. Ltda. La base legal que enmarca a la institución, sus objetivos; también la reseña histórica y la estructura institucional ampliando las áreas: Compras, ventas, comercialización y marketing. El Capítulo II hace referencia al direccionamiento estratégico de la institución, su Misión, Visión, Objetivos, Políticas, Estrategias, Principios y Valores, establecidos por la empresa para el mejor desarrollo de sus actividades. El Capítulo III hace mención del análisis situacional Empresa Amazonas Cía. Ltda. Tomando en cuenta los factores internos que influyen en las áreas: Compras, ventas, comercialización y marketing, donde se describe cómo afectan los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y legales que son variables macroeconómicas; y las variables micro ambientales también son analizadas y descritas, incluyendo a los clientes, proveedores, la competencia y los precios afines al sector comercial. El capítulo IV los fundamentos teóricos del control interno administrativo, métodos de evaluación de control interno como también técnicas de control interno, que son guía para el desarrollo de la propuesta. En el capítulo V está el propósito básico que incentivó al desarrollo de esta tesis, es el Diseño del sistema

de control interno administrativo, por el método caso II. En el capítulo VI se encuentran las conclusiones y recomendaciones que ayudarán a las autoridades administrativas a comprender cuál fue el resultado de la evaluación del control interno administrativo y cuáles son las opciones para tomar decisiones en la búsqueda del cumplimiento de los objetivos institucionales a fin de construir condiciones óptimas que den a la gestión administrativa el poder para el cambio y el cumplimiento de los principios básicos de economía, eficiencia, eficacia, ecología y ética.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Facultad: DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Tema: “ANÁLISIS FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES DE LA EMPRESA VIHALMOTOS”

Nombres y apellidos del autor: PEDRO ALEJANDRO SÁNCHEZ LÓPEZ

Ciudad: Ambato- Ecuador

El presente proyecto de investigación tiene como propósito, analizar los Estados Financieros para la correcta Toma de Decisiones, en las empresas VIHALMOTOS, dedicadas a la venta de motocicletas.

La importancia de analizar los Estados Financiero permitirá una eficiente y eficaz toma de decisiones dando como resultado un mejor manejo de la empresa y crecimiento económico.

El presente proyecto, está conformado por el planteamiento del problema, que se fundamenta en la contextualización macro, meso, micro, el análisis crítico que toma referencia las causas y efectos del problema a investigar, se refiere a antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal la misma que se apoya en leyes, reglamentos y permisos para su correcto funcionamiento como empresa.

La metodología empleada para el desarrollo de la investigación, especificando la modalidad básica de la misma, los tipos o niveles investigativos, métodos en donde se precisan la certeza del procesamiento de datos aquí se define la población, la

muestra con la que se va a trabajar, también se presenta la Operacionalización de las variables y se establece las técnicas e instrumentos que se utilizaron en la recolección de la información, procesamiento y análisis de la misma; a continuación se detalla el análisis e interpretación de los resultados aplicando un sinnúmero de preguntas basándonos en encuestas aplicando al personal de la empresa y clientes, resumiendo mediante la tabulación dándonos resultados favorables o desfavorables.

Se propone conclusiones y recomendaciones al problema propuesto, basados en los análisis de las encuestas aplicadas, para un mejor desenvolvimiento de la empresa.

Con el propósito de tener una mejor comprensión del análisis financiero y su incidencia en la correcta toma de decisiones, se describe en forma resumida el contenido del proyecto de investigación.

2.1.3 Fundamentación

Administración: Según Idalberto Chiavenato, la administración es "el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales"

Reinaldo O. Da Silva, define la administración como "un conjunto de actividades dirigido a aprovechar los recursos de manera eficiente y eficaz con el propósito de alcanzar uno o varios objetivos de la organización.

Desempeño laboral: Los deberes y las responsabilidades de un cargo, que corresponde al empleado que lo desempeña, proporcionan los medios para que los empleados contribuyan al logro de los objetivos de la organización.²

En toda organización coexisten dos estructuras que deben ser ajustadas, la estructura de procesos (lo que se hace) y la estructura de las personas que ejecutan los procesos (quien lo hace). La definición de cada puesto de trabajo es el nexo de unión entre estas dos estructuras. En función de aquello hay que hacer, debemos determinar qué competencia profesional es exigible a la persona que ocupe el puesto de trabajo.³

² CHAIVENATO, Desempeño laboral,

³ SURVEYMONKEY, Definición de desempeño laboral, http://www.portalcalidad.com/etiquetas/236-Definicion_de_puestos_de_trabajo

Desarrollo de actividades: Toda organización debe ser consciente de que su actividad tiene repercusiones para la comunidad en la que opera. Los entornos donde están ubicadas las empresas, pueden sufrir tanto externalidades negativas (impacto paisajístico, fluctuaciones en el valor del suelo) como positivas (mejoras en las vías de comunicación, aumento de la renta disponible).

Una empresa socialmente responsable es consciente de su capacidad de impacto en su entorno y estableciendo cauces de diálogo y cooperación con él, identifica estos impactos e intenta implementar mecanismos para minimizar o compensar los negativos y potenciar los positivos.⁴

Inventario: El inventario es aquel registro documental de los bienes y demás objetos pertenecientes a una persona física, a una comunidad y que se encuentra realizado a partir de mucha precisión y prolijidad en la plasmación de los datos. También y como consecuencia de la situación recién mencionada, se llama inventario a la comprobación y recuento, tanto cualitativo como cuantitativo de las existencias físicas con las teóricas que fueron oportunamente documentadas.⁵

Un inventario representa la existencia de bienes muebles e inmuebles que tiene la empresa para comerciar con ellos, comprándolos y vendiéndolos tal cual o procesándolos primero antes de venderlos, en un período económico determinado. Deben aparecer en el grupo de Activo Circulante.⁶

Progreso del negocio: se refiere al progreso de una empresa nueva y el impulso que gana a medida que el negocio crece. No existe una forma de medir el progreso del negocio, sin embargo, las empresas suelen depender de la respuesta del cliente y los ingresos para utilizar como indicadores de su éxito.⁷

El progreso del negocio; es un concepto útil al justificar la implementación de estrategias de desarrollo y políticas públicas, al permitir comparar sociedades en el

⁴ IMPACTO EN EL ACTIVIDAD EMPRESARIAL, Desarrollo de las actividades, <http://www.responsabilidadsocialempresarial.com/?p=250>

⁵ DEFINICION ABC, Definición inventario, <http://www.definicionabc.com/economia/inventario.php>

⁶ GESTIOPOLIS, Definición de inventario, <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/43/inventario.htm>

⁷ LA VOZ DE HOUSTON, Definición de progreso de negocio, <http://pyme.lavoztx.com/qu-es-una-traccin-de-negocios-13536.html>

tiempo y en el espacio, y al permitir juzgar distintos esquemas de organización como bueno o malos.⁸

Registro contable: es un concepto que suele emplearse como sinónimo de apunte contable o de asiento contable. Se trata de la anotación que se realiza en un libro de contabilidad para registrar un movimiento económico.⁹

Registro contable; es la afectación o asiento que se realiza en los libros de contabilidad de un ente económico, con objeto de proporcionar los elementos necesarios para elaborar la información financiera del mismo.¹⁰

Registro de control de clientes o fichas de clientes: Documento de la empresa que recoge los principales datos e información de un cliente y su vinculación con la empresa. También deben ser utilizadas por los comerciales de la fuerza de ventas.¹¹

Reinversión de Capital: Empleo de los beneficios obtenidos en una actividad productiva en el aumento del capital de la misma.¹²

La reinversión de utilidades es una figura tributaria tendiente a fomentar la capitalización de las utilidades en las empresas, mediante el aporte de capital financiado con utilidades tributables en la creación de nuevas empresas, o bien, a través del aumento de capital de una empresa ya existente. Cuando se utiliza la reinversión en los términos descritos, aun cuando exista el retiro de utilidades tributables, tales sumas no se gravarán con los impuestos global complementario o adicional, según corresponda, mientras no sean retiradas desde las empresas receptoras de tales reinversiones.¹³

⁸ FORO CONSULTIVO, DEFINICION DE PROGRESO,
http://www.foroconsultivo.org.mx/libros_editados/midiendo_el_progreso.pdf

⁹ DEFINICIONES, Definición de registro contable, <http://definicion.de/registro-contable/>

¹⁰ DEFINICION.ORG, Definición de registro contable, <http://www.definicion.org/registro-contable>

¹¹ FORO MARKETING, Definición de fichas d clientes, <http://www.foromarketing.com/node/1929>

¹² WORD REFERENCE. Definición de Reinversión de Capital,

<http://www.wordreference.com/definicion/reinversi%C3%B3n>

¹³ CENTRO DE ESTUDIOS TRIBUTARIOS, Definición de Reinversión,

http://www.cetuchile.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=1090:reinversion-de-utilidades&catid=105:reporte-tributario-no39-julio-2013-&Itemid=189

Situación económica: El concepto de situación económica hace referencia al patrimonio de la persona, empresa o sociedad en su conjunto, es decir, a la cantidad de bienes y activos que posee y que les pertenecen.¹⁴

Entendemos por situación económica la capacidad de la empresa para generar un resultado que podrá ser positivo (beneficio) o negativo (pérdidas). Este resultado, esa situación económica la vamos a conocer a través de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias o Cuenta de Resultados.¹⁵

Toma de decisiones: los administradores toman decisiones pequeñas o grandes, la calidad de las decisiones tienen mucho que ver a la hora de determinar el éxito o fracaso de una empresa. Después de ponderar las ventajas y desventajas de cada posible decisión, los administradores eligen las que mejor se adapten a los intereses de la compañía, y las analizan para priorizarlas, a este proceso es a lo que se llama toma de decisiones.¹⁶

La toma de decisiones se define como selección de un curso de acciones entre alternativas, es decir que existe un plan de compromiso de recursos de dirección.

En ocasiones los ingenieros consideran la toma de decisiones como su trabajo principal ya que tienen que seleccionar constantemente qué se hace, quién lo hace, y cuándo, dónde e incluso como se hará. Sin embargo la toma de decisiones es solo un paso de la planeación ya que forma parte esencial de los procesos que se siguen para elaboración de los objetivos o metas trazadas a seguir. Rara vez se puede juzgar solo un curso de acción, porque prácticamente cada decisión tiene que estar engranada con otros planes.¹⁷

¹⁴ DEFINICION: Definición de situación económica, <http://negocios.uncomo.com/articulo/diferencia-entre-situacion-economica-y-situacion-financiera-27003.html>

¹⁵ BLOG DE TUGESTIONLINE, Análisis de situación económica, <https://blog.tugestionline.com/2011/09/analisis-de-la-situacion-economico-financiera-de-la-empresa/>

¹⁶ DEFINICION: Toma de decisiones, <http://aulaprincipiosdeadministracion.blogspot.com/2010/03/fundamentos-de-la-toma-de-decisiones.html>

¹⁷ LOPÉZ WILLIAM : Definición de toma de decisiones, <http://es.slideshare.net/wlopezalmazarza/conceptos-toma-de-decisiones>

Emilia Cirujano Ares al abordar el tema sobre “Análisis de la información contable para el control de gestión integrado.

En este punto, se va analizar la información contable como instrumento básico del Control de Gestión en la empresa, en la medida en la que la Contabilidad es o debe ser el reflejo de una realidad económico-social, en continua evolución.

Ante los cambios ocurridos en el entorno de las organizaciones, los sistemas de información contable han sido revisados para que sean verdaderamente útiles en la toma de decisiones. Así, para la realización del Control de Gestión en la empresa se exige obtener información oportuna y fiable que, “permita facilitar la adopción estratégica al entorno y la coordinación interna entre los diferentes componentes de la organización”. Para este autor “esta necesidad de información será mayor o menor en función de la incidencia del entorno en la rentabilidad de la empresa y del grado de centralización del proceso de decisión”.

La información que ofrece la contabilidad a una empresa es básica para llevar a cabo la toma de dediciones de los propietarios de dichas entidades comerciales, lo que implica que esta información sea de uso general. La contabilidad posee diferentes funciones la principal es la de suministrar información en el momento que sea requerida, apoyada en registros técnicos que acrediten las operaciones que se realicen. La contabilidad es la herramienta para el control de la gestión, registra razonablemente todas las actividades de la empresa así como lleva el control del valor de sus recursos. Su objetivo es ser el reflejo fiel de la realidad de una empresa.

Mario Javier Guamán Chango al abordar el tema “Modelo para la implementación de las normas internacionales de información financiera para pequeñas y medianas empresas aplicado a la empresa Ivaproa Import, dedicada a la importación y distribución de productos satelitales”

Análisis de los sistemas contables:

Entre los objetivos principales del análisis de un Sistema Contable, es el de verificar que la información procesada por el sistema esté generándose de acuerdo con los estándares establecidos por la empresa.

El análisis de un Sistema Contable debe estar enfocado principalmente hacia el logro de los siguientes objetivos:

- Asegurar la integridad de los datos:

Es garantizar que todas las transacciones estén efectivamente registradas y generadas en la base de datos; para esto la organización debe tener controles establecidos en los diferentes niveles con el fin de que los datos ingresados abalen las transacciones.

- Presentar la información financiera en forma confiable:

La información generada por un Sistema Contable debe ser real y oportuna, los Estados Financieros deben tener la certeza y confianza, de igual manera esta deben presentarse razonablemente y de acuerdo con las normas y principios de contabilidad.

- Garantizar la oportunidad en la presentación de la información:

Se debe asegurar que se genere y presente oportunamente la información contable con el fin de que las decisiones tomadas por la gerencia sean eficientes y eficaces, soportadas con información adecuada.

2.2 MARCO LEGAL

Constitución del Ecuador

Sección octava

Trabajo y seguridad social

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

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los

hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Ley de Compañías

H. Congreso nacional

La comisión de legislación y codificación

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República,

Resuelve:

Expedir la siguiente codificación de la LEY DE COMPAÑÍAS

Sección I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Las regulaciones establecidas por la Superintendencia de compañías, establece las obligaciones para una Pyme y estas son:

- Inscripción de la Constitución de la Compañía y actualización de la información
- Presentación anual de Balances
- Pago de contribución anual

Servicio de Rentas Interna - SRI

En el aspecto tributario – impositivo, el organismo de control viene a ser el Servicio de Rentas Internas (SRI) y la clasificación que este da a las Pymes es que pueden abarcar dos tipos de contribuyentes; Personas Naturales o Sociedades.

De la misma forma, las personas naturales, se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realicen actividades económicas y que cumplan con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000 o que inicien con un capital propio mayor a \$ 60.000 o sus costos y gastos hayan superado los \$ 80.000.

En estos casos, se encuentran obligados a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el RUC (Registro Único de Contribuyentes)

Las sociedades están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI para todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las obligaciones tributarias básicamente son:

Obtener el RUC

Presentar declaraciones

Presentar Anexos

El SRI, ha manifestado que la resolución de la Superintendencia de Compañías para la adopción de las NIIF, debe cumplirse recalando que en materia tributaria el SRI es el máximo ente de control y acotando que la Ley Orgánica de Régimen Tributario prevalece sobre la mencionada resolución.

La ley de Régimen Tributario Interno en su Capítulo VI, Contabilidad y Estados Financieros Indica:

Art. 20.- Principios generales.- La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

Art. 21.- Estados financieros.- Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades financieras así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.

Registro Único del Contribuyente

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes que realicen actividades en el país en forma permanente u ocasional.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en

forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

Este registro único lo proporciona el SRI con el objetivo de obtener toda la información que realice el contribuyente.

Es el primer deber formal que debe cumplir todo contribuyente (art. 96 Código Tributario).

Este registro único de contribuyente lo adquieren.

- Instituciones del Estado
- Personas naturales
- Personas jurídicas

Art. 8 de La Ley del RUC señala que este documento es público, intransferible y personal.

Requisitos:

PERSONAS NATURALES

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Administración: se encarga de realizar gestión de recursos (Humanos o materiales) para facilitar actividades dentro de una organización.

Competitividad: Capacidad de una persona, organización o país, para mantener sistemáticamente ventajas comparativas y/o competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

Conocimientos en Administración: Información que se aplica en una empresa para gestionar los recursos.

Desarrollo de las Actividades: Conjunto de operaciones necesarias para obtener un resultado.

Desempeño de los Trabajadores: Es ejercer labores o funciones que corresponde a su profesión o cargo.

Duplicidad de Tareas: Realizar múltiples funciones dentro de una organización.

Economía: La economía es una ciencia social que estudia cómo los individuos o las sociedades usan o manejan los escasos recursos para satisfacer sus necesidades. Tales recursos pueden ser distribuidos entre la producción de bienes y servicios, y el consumo, ya sea presente o futuro, de diferentes personas o grupos de personas en la sociedad.¹⁸

Equidad: Es el uso de la imparcialidad para reconocer el derecho de cada uno, utilizando la equivalencia para ser iguales.¹⁹

Estrategias: definido como la dirección en la que una empresa necesita avanzar para cumplir con su misión.²⁰

Ética: La ética se relaciona con el estudio de la moral y de la acción humana.²¹

¹⁸ DEFINICION: Definición de economía,

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo0.htm>

¹⁹ SIGNIFICADO: Significado de equidad, <http://www.significados.com/equidad/>

²⁰ MORRISEY GEORGE: Definición de estrategias,

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/34/estrategia.htm>

²¹ DEFINICION: Definición de ética, <http://definicion.de/etica/>

Gestión: es una tarea que requerirá de mucha conciencia, esfuerzo, recursos y buena voluntad para ser llevada a cabo satisfactoriamente.²²

Incidencia: Influencia o efecto que tiene una cosa sobre otra. Circunstancia o suceso secundarios que ocurre en el desarrollo de un asunto o negocio, pero que puede influir en el resultado final.

Inventario: Son bienes tangibles para la comercialización del negocio, también pueden representarse como activos.

Progreso del Negocio: Crecimiento o mejora en una actividad comercial.

Recapitalización: Aumento del capital de una empresa como consecuencia de las pérdidas ocasionadas que obligan a capitalizar de nuevo la empresa.

Recaudación de Créditos: Es la acción que posee la empresa para recaudar cantidades de dinero.

Registro Contables: Es un método que se utiliza para llevar un control del ingreso y el egreso, también ayuda a obtener información ordenada y sistemática sobre el desenvolvimiento económico y financiero

Registro de Control de Clientes: Son documentos donde se reflejan acontecimientos o información requerida

Reinversión de Capital: Manejar los recursos de manera eficiente para continuar con las operaciones

Reinvertir: Volver a emplear los beneficios obtenidos en una actividad productiva en el aumento del capital de la misma.

Rentabilidad: Se refiere a la tasa anual de rendimiento (expresada como porcentaje) sobre un instrumento financiero. La tasa se puede referir a cualquier medida de rentabilidad que sea habitual para cotizar el instrumento en cuestión.²³

²² DEFINICION: Definición de gestión, <http://www.definicionabc.com/general/gestion.php>

²³ LA GRAN ENCICLOPEDIA DE ECONOMIA- FINANZAS- GESTION- CONTABILIDAD: Rentabilidad, <http://www.economia48.com/spa/d/rentabilidad/rentabilidad.htm>

Ruc: Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

Situación Económica: Es un impacto de crisis o abundancia de un negocio o país.

Toma de decisiones: Se dirige por cuatro funciones administrativa que son planeación.

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis general

La toma de decisiones por parte del administrador incide en la situación económica del “Comercial David” Del cantón Naranjito Provincia del Guayas

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ❖ Los conocimientos en administración por parte del administrador, influyen en el progreso del negocio.
- ❖ La administración del comercial David, influye en el desarrollo de las actividades.
- ❖ El registro contable incide en la situación económica del comercial David.
- ❖ La reinversión del capital incide en el inventario.
- ❖ El registro de control de clientes incurre en la recaudación de créditos.
- ❖ La duplicidad de tareas incide en el desempeño de los trabajadores.

2.4.3 Declaración de Variables

Hipótesis General

- **Variable Independiente**
 - Toma de decisiones
- **Variable Dependiente**
 - Situación económica

Hipótesis Particulares

- **Variable Independiente**
 - Conocimientos en Administración
- **Variable Dependiente**
 - Progreso del negocio

- **Variable Independiente**
 - Administración
- **Variable Dependiente**
 - Desarrollo de las actividades
- **Variable Independiente**
 - Registro Contable
- **Variable Dependiente**
 - Situación Económica
- **Variable Independiente**
 - Reinversión del Capital
- **Variables Dependientes**
 - Inventario
- **Variable Independiente**
 - Registro de Control de Clientes
- **Variables Dependientes**
 - Recaudación de Créditos
- **Variable Independiente**
 - Duplicidad de Tareas
- **Variables Dependientes**
 - Desempeño de los Trabajadores.

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 1. Variable general

Variable	Tipo	Concepto	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
Toma de decisiones	Independiente	Se dirige por cuatro funciones administrativas que son planeación, organización, dirección y control.	Manual de funciones	Entrevista Encuesta	Jefes y Empleados
Situación Económica	Dependiente	Es un impacto de crisis o abundancia de un negocio o país.	Documentos	Entrevista Encuesta	Jefes, Empleados y Competidores

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Cuadro 2. Variable partícula

Variable	Tipo	Concepto	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
Conocimientos en Administración	Independiente	Información que se aplica en una empresa para gestionar los recursos.	Documentos	Entrevista Encuesta	Jefes y Empleados
Progreso del Negocio	Dependiente	Crecimiento o mejora en una actividad comercial.	Manual de funciones	Entrevista Encuesta	Jefes, Empleados y Competidores

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Cuadro 3. Variable particular

Variable	Tipo	Concepto	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
Registro Contables	Independiente	Es un método que se utiliza para llevar un control del ingreso y el egreso, también ayuda a obtener información ordenada y sistemática sobre el desenvolvimiento económico y financiero.	Documentos	Encuesta	Empleados
Situación Económica	Dependiente	Es un impacto de crisis o abundancia de un negocio o país.	Documentos	Entrevista y Entrevista	Jefes, Empleados y Competidores

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Cuadro 4. Variable particular

Variable	Tipo	Concepto	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
Administración	Independiente	Se encarga de realizar gestión de recursos (Humanos o materiales) para facilitar actividades dentro de una organización.	Documentos	Entrevista Encuesta	Jefes y Empleados
Desarrollo de las Actividades	Dependiente	Conjunto de operaciones necesarias para obtener un resultado.	Manual de funciones	Encuesta	Empleados

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Cuadro 5. Variable particular

Variable	Tipo	Concepto	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
Reinversión de Capital	Independiente	Manejar los recursos de manera eficiente para continuar con las operaciones.	Documentos	Encuesta	Empleados
Inventario	Dependiente	Son bienes tangibles para la comercialización del negocio, también pueden representarse como activos.	Documentos	Entrevista Encuesta	Jefes Empleados

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Cuadro 6. Variable particular

Variable	Tipo	Concepto	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
Registro de Control de Clientes	Independiente	Son documentos donde se reflejan acontecimientos o información requerida.	Documentos	Encuesta	Empleados
Recaudación de Créditos	Dependiente	Es la acción que posee la empresa para recaudar cantidades de dinero.	Documentos	Encuesta	Empleados y Clientes

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Cuadro 7. Variable particular

Variable	Tipo	Concepto	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
Duplicidad de tareas	Independiente	Realizar múltiples funciones dentro de una organización.	Manual de funciones	Entrevista Encuesta	Jefes y Empleados
Desempeño de los Trabajadores	Dependiente	Es ejercer labores o funciones que corresponde a su profesión o cargo.	Manual de funciones	Entrevista Encuesta	Jefes y Clientes

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En el estudio se presentara la investigación correlacional. Salkind, “La investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar las relaciones entre variables o resultados de variables. De acuerdo con este autor uno de los puntos importantes respecto de la investigación correlacional es examinar relaciones variables o resultados de variables pero en ningún momento explica que una sea la causa de la otra”.

La investigación correlacional mide el grado de concordancia existente entre dos o más variables o conceptos.

Este caso se investigara, si el control de las decisiones incide en la situación económica del comercial David.

También se realizara la investigación transversal porque José A. Domínguez, menciona que se mide una sola vez la variable, al realizar la comparaciones se trata de muestras independientes o grupos paralelos.

Por último tenemos a la investigación Cuanti-cualitativa. Porque César A. Bernal menciona que el método cuantitativo “Se fundamenta de los fenómenos característicos sociales, la cual se deriva de un marco conceptual pertinente al problema analizado” también indica que el método cualitativo “se orienta a profundizar casos específicos, por eso se preocupa a cualificar y describir el fenómeno social a partir de los rasgo determinantes”.

En el caso puedo indicar que la investigación a realizar es correlacional, transversal y cuanti-cualitativa.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características

En la presente investigación, la población objeto de estudio será el comercial David que cuenta con 4 empleados incluyendo al administrador, también se tomara en cuenta los 16 establecimientos similares al comercial que forman parte de su competencia y 100 clientes del comercial que han realizado créditos en este año desde el mes de enero hasta julio, esta información nos brinda el Comercial David.

3.2.2 Delimitación del problema

La población objeto de estudio es finita por la razón que solo se toma en cuenta una sola empresa que es el comercial David y además a los 16 establecimientos similares, también se tomara en cuenta para el siguiente estudio a los 100 clientes pero de manera general.

Nombre de los comerciales
Comercial “Anabel”
Comercial “Gemita”
Comercial “Credi Parra”
Comercial “Credi Comercio Naranjito”
Comercial “ Vicky”
Comercial “Ekocasa”
Comercial “Arcos”
Comercial “Marcimex”
Comercial “ Mueblería Milagro ”
Comercial “Mundo Infantil”

Comercial “Jefferson”
Comercial “El rey”
Comercial “Belén”
Comercial “El Regalón”
Comercial “Rendón”
Comercial “Lolita”

3.2.3 Tipo de la muestra

Para el presente grupo poblacional no se ha establecido ningún tipo de muestra por la razón de que todos forman parte de la investigación.

3.2.4 Tamaño de la muestra

En este caso, el grupo poblacional va a ser el comercial David y las 16 microempresas similares y los 100 clientes que realizaron créditos por la razón de que todos forman parte de la investigación, por medio de la cual se buscara comprobar los objetivos e hipótesis planteadas.

3.2.5 Proceso de selección

Al no tener tipo de muestra, no se llevara a cabo ninguna selección por el motivo de que todos forman parte de la investigación es decir el comercial David y las 16 establecimientos similares al comercial que forman parte de su competencia y a los 100 clientes que realizaron créditos.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.

3.3.1 Métodos teóricos

Hipotético-deductivo: Este método consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos.²⁴

Analítico-Sintético: Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiar en forma individual (análisis), y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).²⁵

Método deductivo: Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares.²⁶

Método Histórico- lógico: C. Álvarez Menciona que el método histórico estudia la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el de cursar de la historia. El método lógico investiga las leyes generales del funcionamiento y desarrollo de los fenómenos. Lo lógico no repite lo histórico.

Método inductivo: Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea carácter general.²⁷

3.3.2 Métodos Empíricos

En el presente estudio se realizara los siguientes métodos para corroborar las hipótesis planteadas.

Se realizará la encuesta, la cual consiste en recaudar datos por medio de cuestionarios. Este método es esencial por la razón de que se debe tener información primaria de los involucrados en la presente investigación.

En este caso son los jefes, empleado, cliente en general y la competencia.

²⁴ BERNAL, Cesar A.: *Metodología de la investigación*, p 59-60.

²⁵ BERNAL, Cesar A.: *Metodología de la investigación*, p 59-60.

²⁶ BERNAL, Cesar A.: *Metodología de la investigación*, p 59-60.

²⁷ BERNAL, Cesar A.: *Metodología de la investigación*, p 59-60.

3.3.3 Técnicas e instrumento de la investigación

La encuesta.- da lugar a la formulación de preguntas, que permitirá recolectar información para la comprobación respectiva de las hipótesis.

La entrevista.- nos ayudara a tener una conversación donde realizaré preguntas concretas, que permitirá recolectar información para la comprobación respectiva de la hipótesis.

3.4 PROCESAMIENTOS ESTADÍSTICOS DE LA INFORMACIÓN

En el procedimiento estadístico se utilizará el programa Excel, por medio de la cual se formará una base de datos con su respectiva tabulación, es decir que se procesará toda la información con seguida de la encuesta. Además se la efectuará mediante gráficos para una mejor apreciación e interpretación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Encuesta dirigida a los empleados del Comercial David

Pregunta 1. En su opinión, ¿Cree usted que la toma de decisiones del administrador son las más idóneas para la empresa?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De acuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	67%
No opino	1	33%
Total	3	100%

Elaborado por: Lisett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de

encuesta

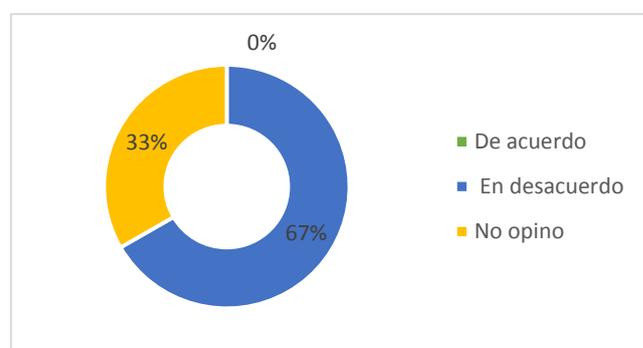


Figura 1. Decisión idónea para la empresa

El 67% de los empleados del comercial David opinaron que está en desacuerdo con la administración del negocio, mientras que un 33% prefirieron no opinar al respecto.

Pregunta 2. Desde su punto de vistas, ¿Cómo considera usted la administración de su empleador?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy buena	0	0%
Buena	1	33%
Regular	2	67%
Mala	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

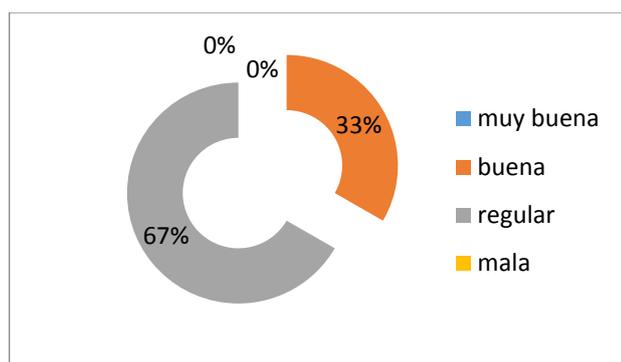


Figura 2. Administración de su empleador

El 67% de los empleados del comercial David opinaron que la administración es regular, mientras que el 33% opina que es buena ya que aún están en el mercado.

Pregunta 3. ¿Considera usted que los conocimientos que posee el administrador son acordes para el progreso del negocio?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De acuerdo	1	33%
En desacuerdo	1	34%
No opino	1	33%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

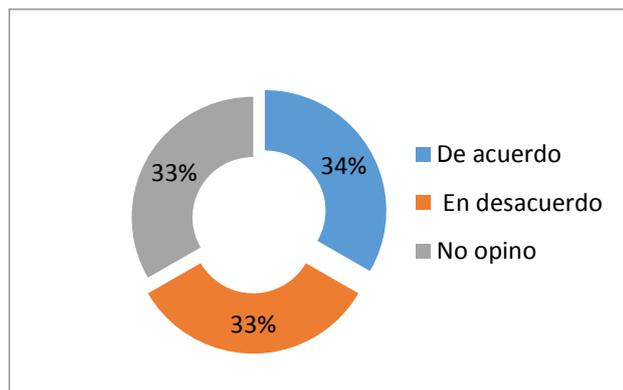


Figura 3. Los conocimientos para el progreso del negocio

El 34% considera que los conocimientos que ha adquirido son acordes para el progreso del negocio, mientras que un 33% está en desacuerdo porque consideran que no están en una buena situación, y otro 33% prefirió no opinar.

Pregunta 4. ¿Cómo usted detalla las actividades que realiza dentro del comercial?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Informe	1	33%
Observación	1	34%
A veces	1	33%
Ninguno	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

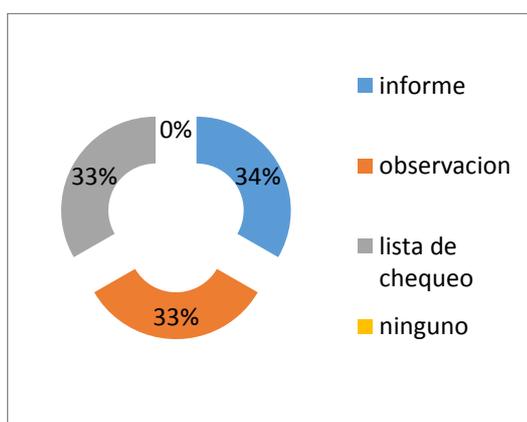


Figura 4. Actividades del comercio.

El 34 % de los empleados respondieron que las actividades que realizan las detallan a través de un informe, el 33% por lista de chequeo para llevar un mejor control y el otro 33% es por observación.

Pregunta 5. ¿Quién realiza los registros contables dentro de la organización?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Dueño	0	0%
Secretaria	2	67%
Cobrador	1	33%
Ninguno	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

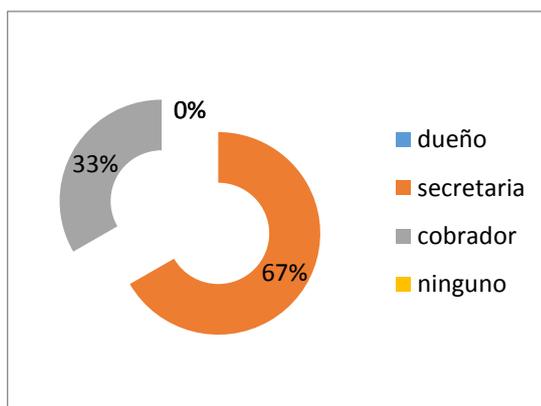


Figura 5. Registros contables de la organización

El 67% de los empleados opinaron que la secretaria realiza los registros mientras que el 33% dijeron que el cobrador también hace registros.

Pregunta 6. ¿Cree que los registros contables que se llevan actualmente en la organización son los más adecuados para su desarrollo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De acuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	67%
No opino	1	33%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

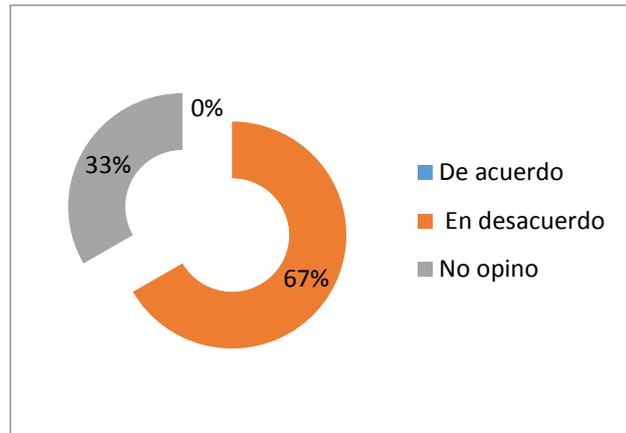


Figura 6. Registros adecuados para el desarrollo de la organización

El 67% de los empleados dijeron que están en desacuerdo con los registros, mientras que el 33% prefirieron no opinar.

Pregunta 7. ¿Por qué dejarían de hacer compra de mercadería?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Existencia en bodega	1	33%
Falta de capital	2	67%
Falta de proveedor	0	0%
Otros	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

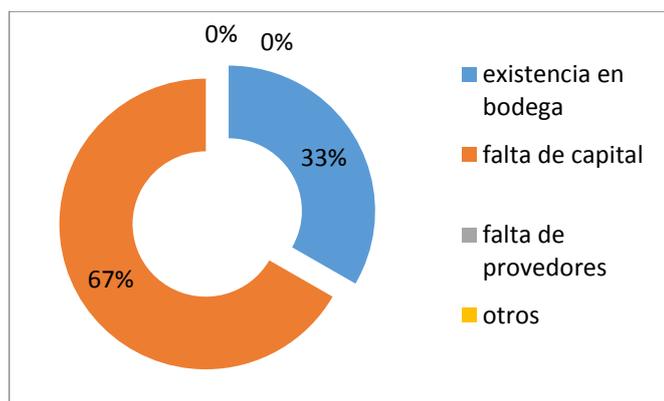


Figura 7. Compra de mercadería

El 67% de los empleados opinaron que no se compra mercadería porque hace falta el capital, el 33% dijeron que porque hay en existencia en bodega.

Pregunta 8. ¿Con que frecuencia se realiza la recaudación de créditos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Diario	0	0%
Semanal	1	33%
Mensual	2	67%
Anual	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

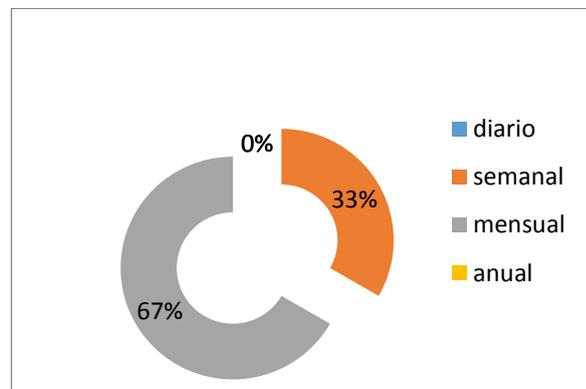


Figura 8. Recaudación de créditos

El 67% dijeron que realizan la recaudación mensual, mientras que 33% de los empleados opinaron que la recaudación suele ser semanal.

Pregunta 9. ¿Cómo se lleva los registros de los clientes que obtienen créditos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Programa	0	0%
Manual	1	33%
Ninguno	2	67%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

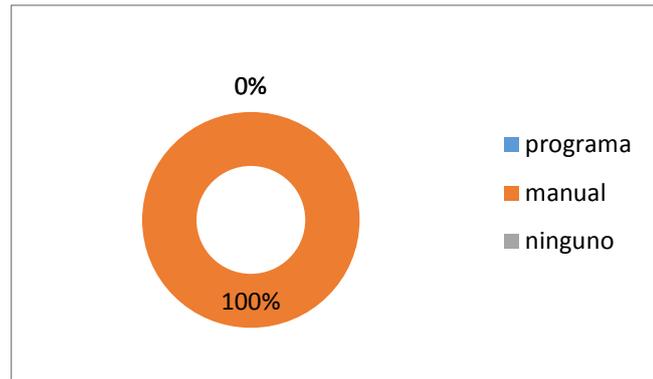


Figura 9. Registros de los créditos de los clientes

Los empleados de respondieron que el 100% del registro del crédito es de forma manual.

Pregunta 10. Las actividades que usted desempeña dentro de la organización, las realiza por:

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Manual de funciones	0	0%
Orden Directa	2	67%
Iniciativa propia	1	33%
Ninguna	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

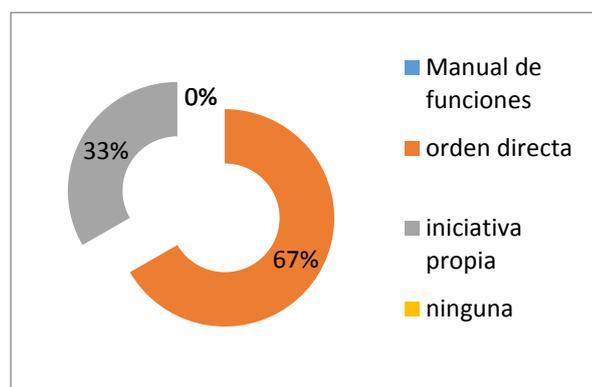


Figura 10. Actividades que realizan que realizan la organización

El 67% de los empleados opinaron que realizan las actividades por órdenes del dueño, mientras que el 33% realiza sus actividades por iniciativa propia.

Pregunta 11. Con respecto a la ubicación de la empresa ¿Considera que es adecuado para el desarrollo de la actividad comercial que realiza?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De acuerdo	2	67%
En desacuerdo	1	33%
No opino	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

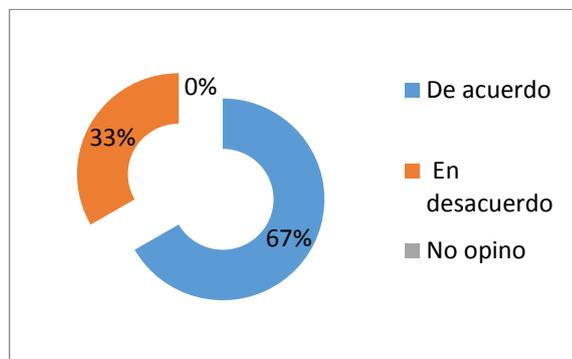


Figura 11. Ubicación de su lugar de trabajo para el desarrollo actividad comercial

El 67% de los empleados opinaron que están de acuerdo con la ubicación de la empresa, consideran esta de adecuado para el desarrollo de la actividad comercial, mientras que el 33% están en desacuerdo.

Pregunta 12. ¿Cuántos años tiene trabajando en el Comercial?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 año	0	0%
5 años	1	33%
10 años	1	33%
más de 10 años	1	34%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

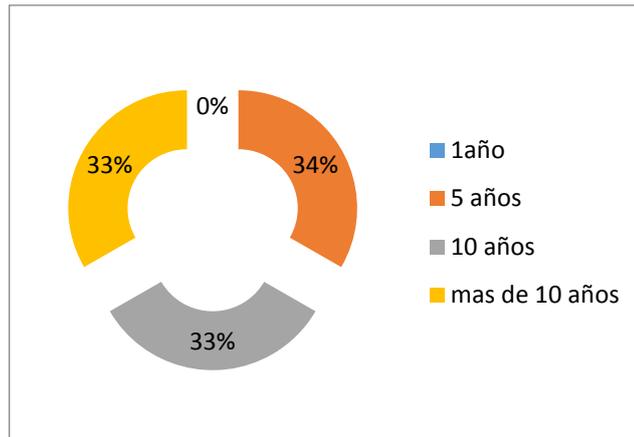


Figura 12. Años de trabajo en el comercial David

El 34% de los empleados opinaron que tienen trabajando 5 años en el comercial, mientras que el 33% tienen trabajando 10 años y el otro 33% más de 10 años trabajando en el comercial David.

Pregunta 13. ¿Se ha dejado de despachar un pedido por motivo de no tener en existencias la mercadería requerida por el cliente?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De acuerdo	2	67%
En desacuerdo	0	0%
No opino	1	33%
Total	3	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

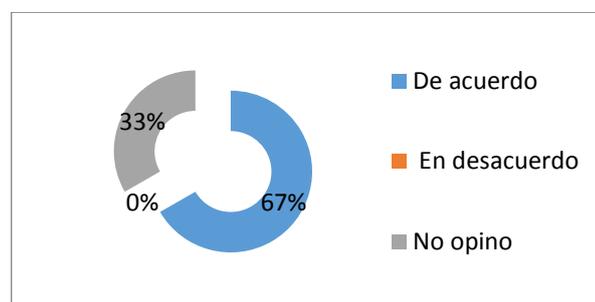


Figura 13. Mercadería requerida por el cliente no hay en existencia

El 67% de los empleados opinaron que están de acuerdo no se ha podido despachar mercadería requerida por el cliente por no tener en existencia en el comercial, mientras que el 33% prefirió no opinar.

Encuesta dirigida a los clientes del Comercial David.

Pregunta 1. En su opinión, ¿Considera usted que el comercial cubre las expectativas de los consumidores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De acuerdo	38	38%
En desacuerdo	44	44%
No opino	18	18%
Total	100	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

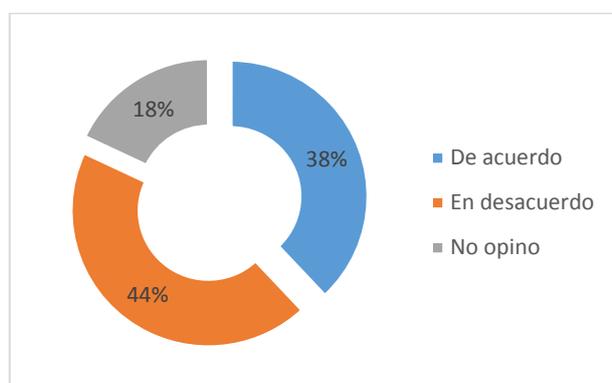


Figura 14. Expectativas de los consumidores

El 44% están en desacuerdo, mientras que el 38% de los clientes opinaron que están de acuerdo que el comercial cubre las expectativas de los consumidores y el 18% prefirió no opinar.

Pregunta 2. ¿Considera usted que el comercial cuenta con un personal adecuado para desarrollarse en el mercado local?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De acuerdo	58	58%
En desacuerdo	18	18%
No opino	24	24%
Total	100	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

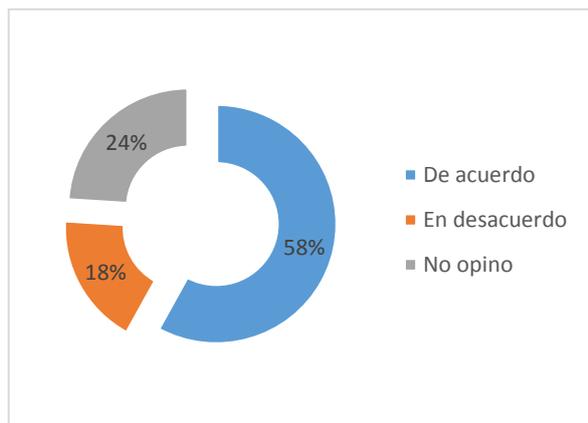


Figura 15. Personal para desarrollarse en el mercado local

El 58% de los clientes opinaron que están de acuerdo que el personal del comercial David es adecuado para desarrollarse en el mercado local, mientras el 24% no opinaron y el 18% está en desacuerdo.

Pregunta 3. ¿Cree usted que la calidad del producto del comercial David es?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Alta	54	54%
Baja	28	28%
Media	18	18%
Total	100	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

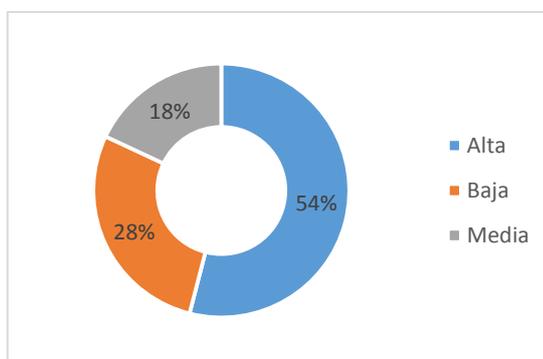


Figura 16. Calidad de producto que ofrece el comercial David

El 54% de los clientes opinaron que la calidad de los productos es alta, mientras que un 28% dijeron que es media y un 18% no opinaron.

Pregunta 4. ¿Cuándo usted solicita mercadería suele estar en existencia?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Siempre	48	48%
Casi siempre	28	28%
A veces	14	14%
Nunca	10	10%
Total	100	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

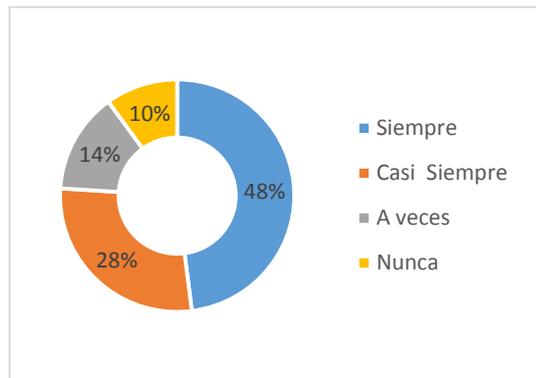


Figura 17. Mercadería en existencia

El 48% de los clientes encuentran siempre la mercadería solicitada, el 28% casi siempre encuentran los productos, mientras que el 14% dijeron que a veces y el 10% que no encuentra la mercadería.

Pregunta 5. ¿Cree usted que ofrecemos variedad de productos cumple con sus requerimientos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Siempre	54	54%
Casi siempre	18	18%
A veces	24	24%
Nunca	4	4%
Total	100	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

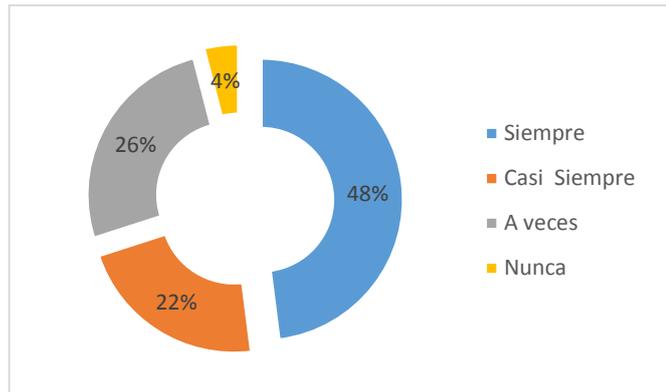


Figura 18. Variedad de productos

Los clientes del comercial David un 54% opino que siempre ofrecen variedad de productos que cumplen con sus requerimientos, el 24% a veces hay variedad de productos, el 18% dice que casi siempre hay variedad y un 4% dice que nunca hay variedad.

Pregunta 6. ¿La atención que recibe en el comercial David es?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy buena	54	54%
Buena	42	42%
Regular	4	4%
Mala	0	0%
Total	100	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

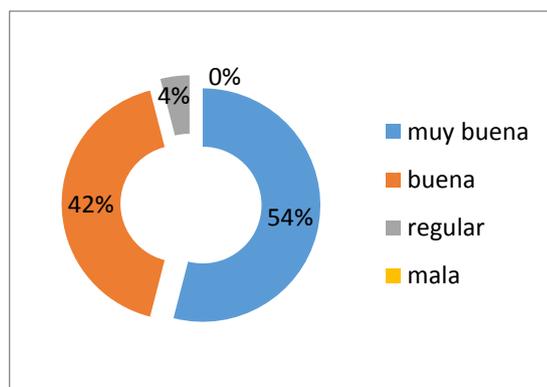


Figura 19. Atención al cliente

El 54% de los clientes opinaron que la atención que reciben del comercial es muy buena, 42% dicen que es buena, el 4% es regular.

Pregunta 7. ¿Cuántos años es cliente de este comercial?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
5 años	30	30%
10 años	24	24%
20 años	32	32%
otros	14	14%
Total	100	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

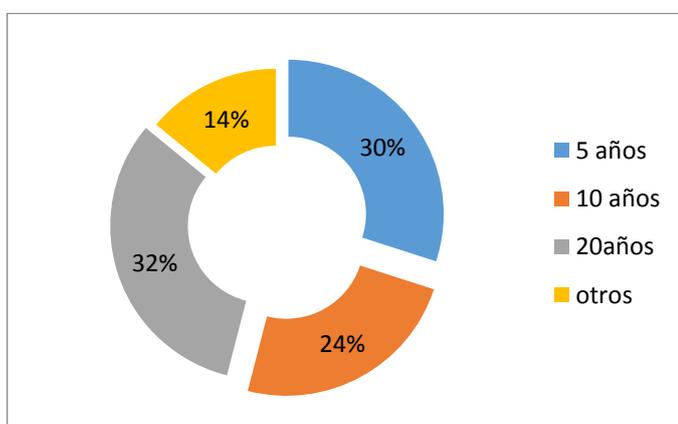


Figura 20. Años de cliente

El 32% dijo que tienen 20 años siendo clientes, el 30% de los clientes opinaron que tienen 5 años comprando productos en el comercial, el 24% desde hace 10 años, y el 14% opinaron que tienen más de 20 años comprando mercadería en el comercial David.

Pregunta 8. ¿Considera usted que el personal que cuenta el comercial está capacitado para el desarrollo del negocio?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De acuerdo	60	60%
En desacuerdo	22	22%
No opino	18	18%
Total	100	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

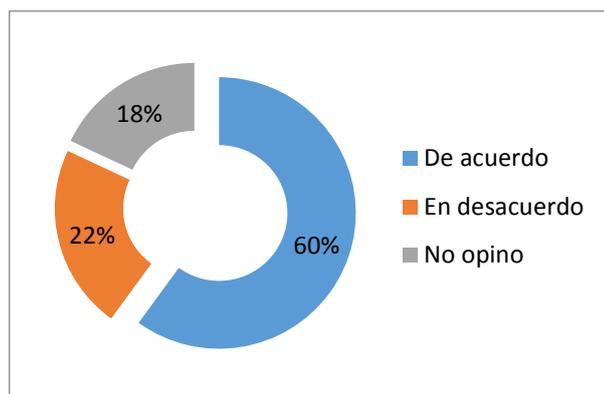


Figura 21. Personal Capacitado para el desarrollo del negocio

Los clientes opinaron en un 60% están de acuerdo que el personal que tiene el comercial David está capacitado para el desarrollo del negocio, el 22% está en desacuerdo y el 18% no opinaron.

Pregunta 9. ¿Por qué usted compraría en la competencia?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Esta cerca a su domicilio	44	44%
Mejor Calidad de Producto	16	16%
Mejor atención	18	18%
Otros	22	22%
Total	100	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

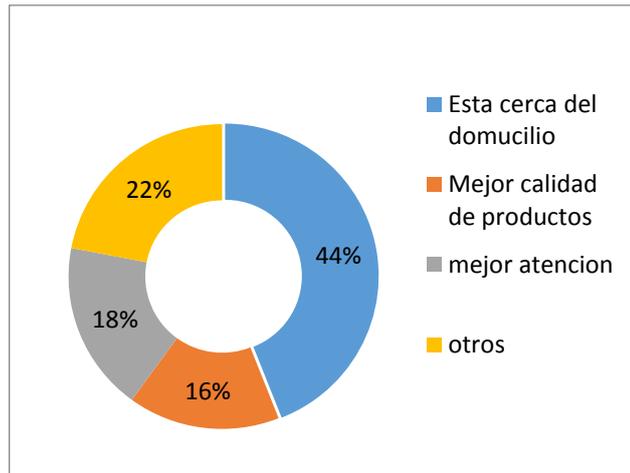


Figura 22. Clientes compran en la competencia

El 40% de los clientes dijeron que comprarían en la competencia porque está más cerca a su domicilio, el 26 % dijeron por otras razones, el 18% por la atención personalizada del dueño y el 16% dice que la competencia da una mejor calidad de productos.

Encuesta dirigida a los Competidores

Encuesta dirigida a los propietarios de los negocios similares al Comercial David, por motivo de que ayudan a la comprobación de las variables de investigación.

Pregunta 1. En su opinión, ¿Cómo considera la situación actual de su negocio?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy buena	1	6%
Buena	10	59%
Regular	6	35%
Mala	0	0%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

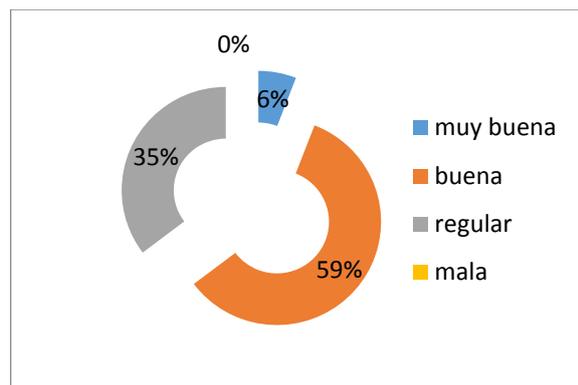


Figura 23. Situación actual del negocio

El 59% dijeron que es buena, el 35% regular y el 6% de los competidores opinaron que la situación actual de su negocio es muy buena.

Pregunta 2. ¿Los conocimientos que usted posee para administrar su negocio son los más adecuados para desarrollarse en el mercado local?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Siempre	11	65%
Casi siempre	5	29%
A veces	1	6%
Nunca	0	0%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

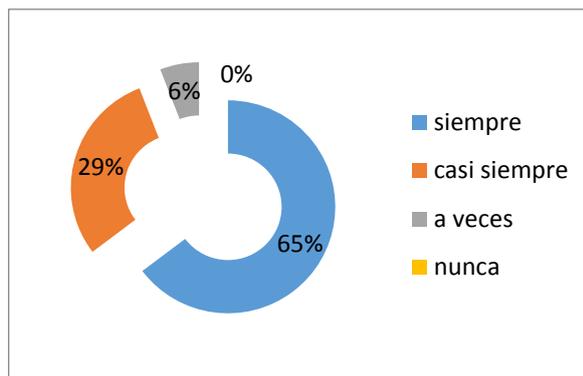


Figura 24. Conocimientos para de desarrollarse en el mercado

El 65% de los competidores opinaron que sus conocimientos para administrar su negocio siempre ha sido adecuado para desarrollarse en el mercado local, un 29% casi siempre, un 6% a veces.

Pregunta 3 ¿Las actividades que realizan sus empleados son informadas de manera?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Escrita	10	59%
Verbal	5	29%
Ninguno	2	12%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

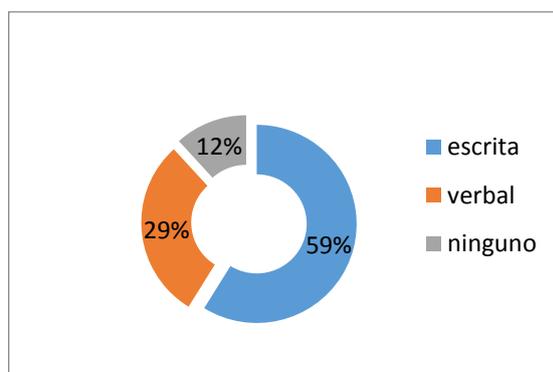


Figura 25. Informe de actividades

El 59% de los competidores opinaron que sus empleados realizan el informe de sus actividades de manera escrita, mientras que el 29% lo hace verbal y un 12% no realiza ninguno.

Preguntar 4. ¿Cada que tiempo usted adquiere mercadería?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Diario	0	0%
Semanal	8	47%
Mensual	9	53%
Anual	0	0%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

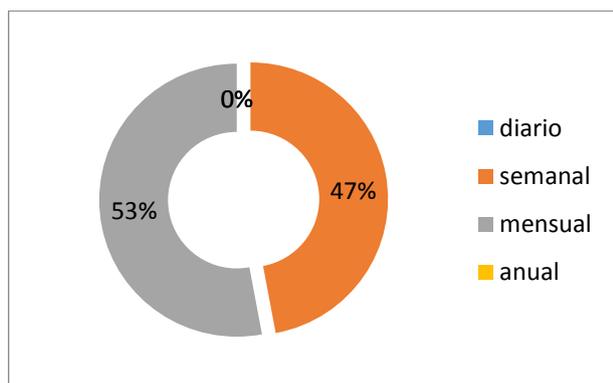


Figura 26. Adquirir mercadería

El 53% dijo que realiza pedidos mensualmente, y el 47% adquiere mercadería semanalmente.

Pregunta 5. ¿Las actividades que realizan sus empleados son por?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Manual de funciones	1	6%
Orden directa	13	76%
Iniciativa propia	1	6%
Ninguna	2	12%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

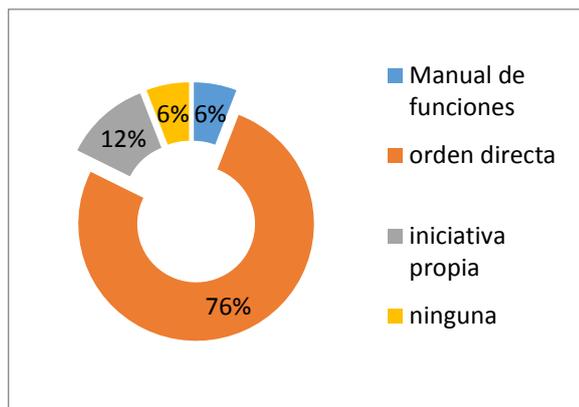


Figura 27. Actividades de empleados

El 76% lo realizan por orden directa, un 12% por iniciativa propia mientras que un 6% no realiza ninguna y un 6% de los competidores opinaron que su personal realiza sus actividades por manual de funciones.

Pregunta 6. ¿Porque medios usted realiza la publicidad de su negocio?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Radio y televisión	10	59%
Prensa	0	0%
Otros	1	6%
Ninguno	6	35%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

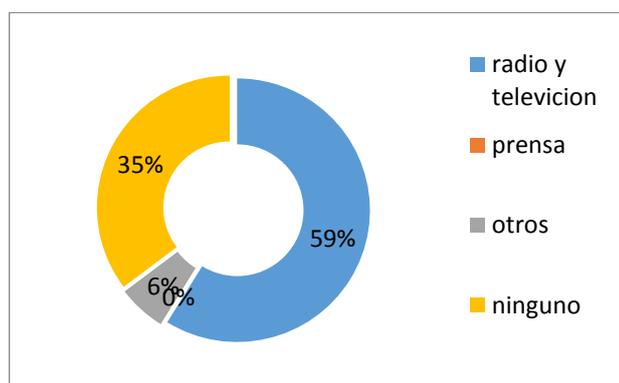


Figura 28. Publicidad del negocio

Los dueños de los negocios opinaron en un 59% que su publicidad la realizan por radio y televisión, un 35% no realiza ninguna publicidad del negocio y un 6% por otros medios.

Pregunta 7. ¿Con que frecuencia realiza la publicidad de su negocio?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Diario	4	24%
Semanal	3	18%
Mensual	4	24%
Ninguno	6	35%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

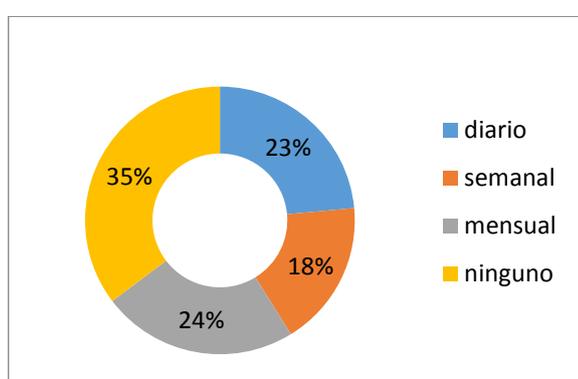


Figura 29. Frecuencia de publicidad

El 35% no realiza publicidad, mientras que un 24% lo realiza de forma mensual, el 23% de los competidores opinaron que la publicidad la realizan diariamente y un 18% de forma semanal.

Pregunta 8. ¿Qué tipo de estrategias de ventas usted tiene en su organización?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Promociones y descuentos	12	71%
Dar obsequios	3	18%
Otros	1	6%
Ninguno	1	6%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

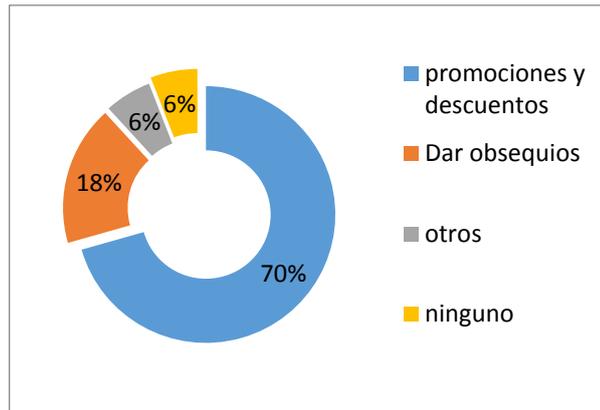


Figura 30. Estrategias de ventas

El 70% realiza como estrategia de ventas las promociones y descuentos, un 18% da obsequios por compra, mientras que un 6% utiliza otro tipo de estrategias y un 6% no realiza ninguna estrategia.

Pregunta 9. ¿Cree usted que su organización se encuentra a un nivel competitivo con sus competidores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De acuerdo	7	41%
En desacuerdo	5	29%
No opino	5	29%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

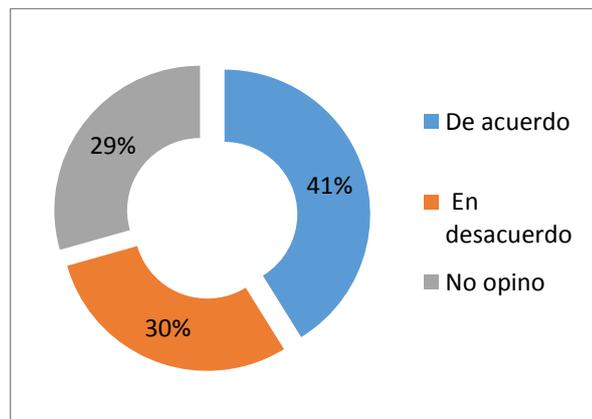


Figura 31. Nivel competitivo

El 41% de los competidores están de acuerdo que se encuentran a un nivel competitivo, mientras que un 30% dijeron que están en desacuerdo y un 29% prefirió no opinar.

Pregunta 10. ¿Cree usted que su organización cuenta con innovación tecnológica?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De acuerdo	10	59%
En desacuerdo	6	35%
No opino	1	6%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

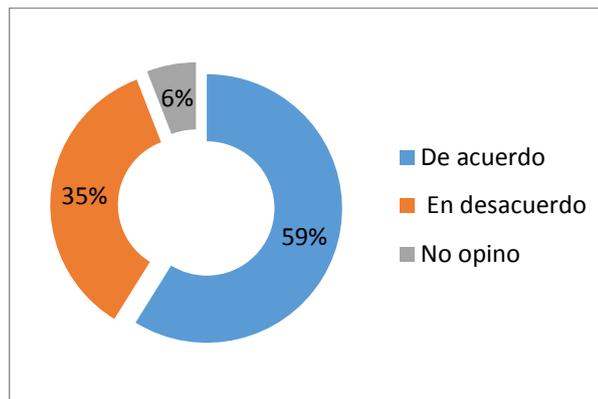


Figura 32. Innovación tecnológica

El 59% de los competidores están de acuerdo que cuentan con innovación tecnológica en su negocio, mientras que un 35% está en desacuerdo y un 6% no opinaron.

Pregunta 11. ¿En los últimos años, como cree usted que ha sido su situación económica?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy buena	2	12%
Buena	10	59%
Regular	5	29%
Mala	0	0%
Total	17	100%

Elaborado por: Lissett Serrano Guamán

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

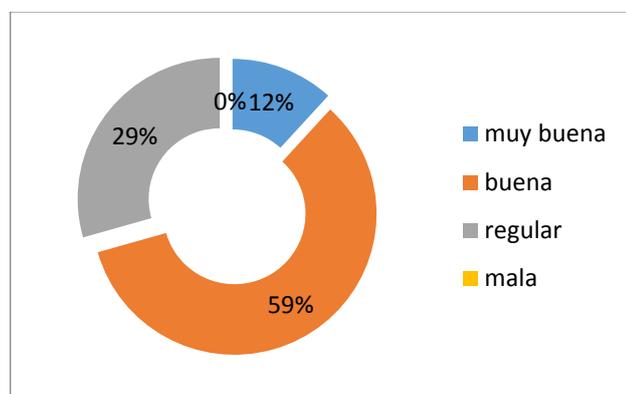


Figura 33. Situación económica en los últimos años

El 59% que ha sido buena, un 29% que su situación es regular y el 12% de los dueños de los negocios opinaron que era muy buena.

Entrevista dirigida al Gerente Propietario del comercial David

David Ermogenes Silva Flores, gerente propietario del comercial hace más de 31 años posesionado en el mercado local, ubicado en la Av. Guayaquil y 9 de Octubre del cantón Naranjito provincia del Guayas.

¿Cómo nació la iniciativa del negocio?

“El negocio nació por mis suegro, porque ellos primero tenían un negocio similar en donde yo trabaje y fue ahí donde adquirí conocimiento y experiencia. Entonces decidí emprender el mío propio junto con mi esposa”

¿Cómo ha ido evolucionando?

“Primero teníamos poca mercadería, pero tuvo gran acogida y fue donde empezamos a comprar más, con el trascurso del tiempo fue muy prospero el negocio.”

¿Cuántos empleados obtuvieron desde su trayectoria?

“Primero comenzamos mí esposa y mi persona, luego se incrementó un empleado hasta llegar a los cinco empleados, pero con el pasar del tiempo aumento la competencia y las ventas han disminuido con los empleados, actualmente somos cuatro dentro de la empresa”.

¿Su empresa cuenta con un manual de funciones para el desarrollo de las funciones de los empleados?

“No, porque todas las actividades que realiza los empleados lo hacen por orden directa mía, cuando no estoy en el negocio se queda a cargo mi secretaria.”

¿Posee usted conocimiento de administración?

“Sinceramente no, porque la experiencia que tengo lo he adquirido empíricamente”.

¿Qué tiempo usted dedica para la administración del Comercial?

“Pues siendo sincero no dedico el tiempo que requiere este negocio, pues tengo otros negocios donde paso el mayor tiempo. Cuando no estoy las indicaciones se las realizo a la secretaria y ella ejecuta mis decisiones”

¿Qué tipo de estrategia de ventas ha implementado en su organización?

“La verdad, la que realizaba todo el tipo de estrategia era mi ex-esposa, cuando recién iniciamos el negocio se realizaba la estrategia stand, que se refería a que visitábamos escuela y colegios por medio de la cual se exhibía la mercadería y se daba crédito a los profesores y padres de los estudiantes. Esto más se lo realizaba en las ferias de los establecimientos educativos, un tiempo también se lo realizó en el campo, otra estrategia eran las promociones y descuento, esto nos permitió darnos a conocer mejor en el mercado”.

¿Cada que tiempo usted adquiere mercadería?

“Se lo realiza cada mes, cuando el negocio creció se lo realizaba semanalmente, actualmente se adquiere la mercadería mensualmente, también dependiendo de las ventas y sí hay capital”.

¿En su negocio se encuentra innovación tecnológica?

“No, pero si se realiza los registros por medio de Excel, a futuro quizás pueda implementar tecnología de punta, pero va a depender de cómo vaya el negocio”.

¿Usted realiza publicidad para dar a conocer su negocio?

“Cuando se inició si se realizaba publicidad, pero actualmente no”.

¿Cree usted que su organización se encuentra en un nivel competitivo? ¿Por qué?

“No, porque la competencia pone los precios de los productos muy bajo y da a crédito sin entrada con muchas facilidades”.

¿Cree usted que las decisiones que ha tomado, ha servido para crecer en el mercado local?

“Si y no, porque al principio la que se ocupaba más, del negocia era ex-esposa, porque ella se ocupaba de la distribución del dinero, una vez que nos separamos comenzaron las perdidas dentro de mi negocio, actualmente solo nos mantenemos en el mercado”.

¿Cómo usted lleva los registros del movimiento de dinero y de inventario?

“Se lo realiza dentro de un diario contable, que es donde se registra la entrada y salida de dinero de manera manual pero el inventario si se lo realiza en Excel”.

¿Cómo realizan el registro de la recaudación de los créditos?

“Se lo realiza por medio de Kardex, donde se anota el nombre y la deuda, conforme vayan pagado se disminuye el valor y a los clientes se les entrega un letra que certifican el abono que realizaron”.

4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Los empleados del comercial David en su mayoría no están de acuerdo con la administración que se lleva a cabo por la razón de que el administrador no posee los conocimientos adecuados para dirigir el negocio, ya que en el transcurso de su actividad comercial estuvo en conjunto con su esposa administrando él negocio en ese entonces el Comercial pronto tuvo un crecimiento y fue muy prospero; pero a medida que hubo una separación matrimonial el negocio empezó a tener deficiencia en la tomado decisiones que afectaron para el crecimiento en el mercado. En la entrevista que le hice él dijo que lo poco que ha aprendido del negocio es de manera empírica porque aprendió en el negocio que los suegros tenían.

También los empleados dieron a conocer que a medida que la administración dio este giro inesperado el desarrollo de sus actividades fue cambiando, tanto que el registro contable lo empezó a realizar el personal de ventas que pronto se convirtió en secretaria y cobrador; ellos de una manera inadecuada tomaron la responsabilidad de llevar registros para llevar un control de lo que hacían, pues como no tenían conocimientos académicos decidieron hacerlo de forma manual haciendo lo mejor posible.

Los cambios que se dieron en el comercial afectaron a la clientela que por años han sido clientes del Comercial. Estos no entienden que sucedió con el negocio, dejaron de cubrir sus expectativas, no había variedad de producto, ni mucha mercadería en exhibición aunque la calidad era la misma, por esta razón dejaba de comprar porque no había mercadería en existencia.

Los clientes opinaron en la encuesta que la atención por parte de los empleados es buena, y que los conocimientos para desarrollarse en el mercado son adecuados a pesar de la duplicidad de tareas que realizan. Pero están consiente que no es suficiente la atención al cliente sin la mercadería.

Tomando como referencia la encuesta realizada a la competencia, ellos se encuentran a un nivel competitivo; es decir cuentan con mercadería en existencia por lo que compran mercadería mensualmente y hasta semanalmente para no tener faltantes, también opinaron que dar a conocer el negocio por medios publicitarios es muy bueno haciendo promociones y descuento incentivan a los clientes que regresen. Consideran que los conocimientos de administración que han adquirido son adecuados para desarrollarse en el mercado local.

4.3 RESULTADOS

Luego de efectuar un análisis de cada pregunta de la encuesta realizada, las hipótesis planteadas son consistentes y responden a la realidad del negocio.

Referente a las decisiones que lleva a cabo el administrador dentro del comercial David, los resultados arrojados por la encuesta, reflejaron que en su mayoría no son acertadas las decisiones, lo que da lugar al que el negocio no crezca. Los conocimientos de administración que adquirió fue de forma empírica es por esto que no tiene decisiones adecuadas para el progreso del negocio, no realiza reinversión de capital o hace una mala distribución del dinero, que lo impide tener mercadería en stop; los registros contables que sus empleados llevan son solo para recolectar información y tener constancia de lo que realizan dentro de la organización, no conocen la situación económica real de la misma. También no existe un control de los créditos otorgados, lo permite desconocer cómo distribuir la recaudación para poder invertir.

Las actividades que realizan los empleados son por orden directa, realizan diversas tareas que no tienen relación con el cargo que poseen, lo impide el desarrollo del negocio y trabajar en un ambiente laboral agradable.

Por esta razón se concluye que el comercial David necesita un instructivo de control que los guie y oriente dentro del mercado, para así evitar pérdidas de dinero y clientes sea por la mala administración e trabajo en equipo.

4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPOTESIS

Cuadro 8. Verificación de la hipótesis

Hipótesis General y Particulares	Resultados
La toma de decisiones por parte del administrador incide en la situación económica del “Comercial David” Del cantón Naranjito Provincia del Guayas.	<p>Se puede comprobar que la mala administración del gerente es la que afecta el desarrollo del negocio, la encuesta aplicada a los empleados del Comercial demuestran que las decisiones que ha tomado no han sido las adecuadas ya que incide negativamente en las operaciones comerciales;</p> <p>Porque en la pregunta 1 los empleados entran en desacuerdo en la toma de decisiones del empleador, pregunta 7 es un claro ejemplo de una mala toma de decisiones pues no puede faltar capital para la compra de mercadería si con las ventas permite obtener dinero para que no exista faltante, y pregunta 6 nos ayuda a entender que lo registros que realizan son inadecuados para conocer a situación económica real de la organización. En la entrevista efectuada nos dice que no está seguro de sus decisiones porque solo le han permitido mantenerse en el mercado, porque a inicio el tubo ayuda para tener un negocio prospero.</p>

Los conocimientos en administración por parte del administrador, influyen en el progreso del negocio.

El conocimiento empírico que ha adquirido le impide un progreso en el negocio, pues la administración no está acorde con la situación actual de la organización; esta afecta al directamente al nivel competitivo de la misma.

En la pregunta 2 y pregunta 3 comprueba que los conocimientos que el administrador tiene no son los adecuados para el progreso del negocio, en la entrevista al administrador reconoce que no está a un nivel competitivo que su conocimiento empírico y el poco tiempo que dedica al negocio no le permite crecer en el mercado.

La administración del comercial David, influye en el desarrollo de las actividades.

La administración influye en las desarrollo de las actividades porque del administrador depende de lo que se va a realizar en el día porque los empleados trabajan por orden directa no tienen un manual de funciones para conocer que van a realizar y como deben hacerlo; las pregunta 10 comprueba que los empleados trabajan por orden directa es mas en la entrevista también lo afirma el administrador; la pregunta 5 y pregunta 8 nos refleja que las actividades que realizan los empleados son ordenadas diariamente, por la carencia de un manual de funciones no son bien distribuidas las actividades.

El registro contable incide en la situación económica del comercial David.

El registro contable que tiene la organización no es adecuada para el desarrollo en el mercado local o no los realiza la persona idónea porque no les permite conocer a situación real económica, para poder realizar una correcta distribución del dinero que entra y sale a la organización.

Lo mencionado se sustenta en los resultados de las siguientes preguntas: En la pregunta 5 se aprecia que la persona que realiza los registros también realiza diversas funciones y no tiene es la persona idónea para realizarlo, la pregunta 6 nos deja en claro que os registros contables que realizan no son los adecuados para el desarrollo porque no permite deja en claro los registros de entrada y salida; en la entrevista que se le realizo al gerente nos confirma que los registros hechos manualmente de la entrada y salida de dinero y e inventario es hecho en un programa de Excel y la recaudación de créditos en un Kardex para controlar los créditos.

La reinversión del capital incide en el inventario.

La entrevista aplicada tanto a los empleados como a los clientes comprueba que hay poca reinversión de capital es por eso la inexistencia de variedad de productos en la organización que afecta directamente al progreso del negocio.

Las preguntas siguientes comprueban los

El registro de control de clientes incurre en la recaudación de créditos.

resultados. La pregunta 7 y pregunta 13 nos permite comprobar que la carencia de mercadería por falta de capital hace que exista la posibilidad de cesar las actividades por no tener mercadería disponible en exhibición que cubra las expectativas del cliente. En la pregunta 1, pregunta 4 y la pregunta 5 de la encuesta a los clientes nos demuestra que el efectivamente la inexistencia de mercadería y la variedad de la misma afecta a los niveles de satisfacción.

La satisfacción también relacionada con la calidad de los productos que ofrecen nos ayuda a que el cliente nos sea fiel, la pregunta 3 nos afirma que la calidad del producto es alta.

La falta de control en los registros de los clientes que obtienen créditos o el incorrecto registro de los créditos dificulta la recaudación del mismo y conocer la situación económica de la organización.

Lo antes mencionado se sustenta en las preguntas siguientes: En la pregunta 9 demuestra que el registro de los clientes que obtienen créditos es manual entonces dificulta el trabajo para la recaudación, la pregunta 8 confirma los inconvenientes para la recaudación de créditos porque no existe un día o una ruta establecida para realizar la recaudación.

En la pregunta 10 demuestra que las actividades son establecidas al orden del día, nos permite apreciar que hay poca coordinación con las labores de los empleados.

La duplicidad de tareas incide en el desempeño de los trabajadores.

La distribución de las actividades las realizan por orden directa entonces los empleados no tienen una tarea en específica que les permita desarrollarse, los empleados opinan que los años que tienen trabajando aquí consideran que la ubicación del lugar de trabajo es adecuado para el desarrollo de sus labores y de la actividad comercial.

En las preguntas siguientes sustenta los resultados. En la pregunta 10 deja en claro que las actividades que realizan son por orden del administrador, la pregunta 11 refleja que los empleados aprecian que la ubicación del lugar de trabajo es buena para el desarrollo comercial y laboral y en la pregunta 12 nos indican que el tiempo de servicio a la organización ha sido arduo y han entregado lo mejor de sí para realizar lo encomendado; esto lo afirma la pregunta 2, la pregunta 6 y pregunta 8 de la encuesta a los clientes.

Elaborado por: Lissett serrano Guaman

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Diseño de un Instructivo de Control Interno, para el “Comercial David “del cantón Naranjito.

5.2 FUNDAMENTACION

Administración.- Es la técnica que utiliza toda empresa para una mejor planeación, organización, dirección y control del negocio.

Adopción de cambios.- Es la capacidad para adaptarse a los cambios, modificando si fuera necesario su propia conducta para alcanzar determinados objetivos cuando surgen dificultades, nueva información o cambio del medio, sea del entorno exterior, de la organización o del cliente.²⁸

Competencia.- Es la capacidad y la disposición para el desempeño y la interpretación.²⁹

Control.- Son procesos que realizan la empresa para garantizar que se está cumpliendo la planificación establecida.

Eficaz.- Hace referencia a los resultados obtenidos en relación con las metas y el cumplimiento de los objetivos.³⁰

²⁸ CONSEJO SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CALIZ: *Adaptación al cambio*, <http://www.csintranet.org/competenciaslaborales/>

²⁹ CHOMSKY: *Aspects of theory of syntax*, <http://hadoc.azc.uam.mx/enfoques/competencia.htm>.

³⁰ GERENCIA.COM: *Diferencia entre eficiencia y eficacia*, <http://www.gerencie.com/diferencias-entre-eficiencia-y-eficacia.html>.

Eficiencia.- Realizar las actividades del trabajo con la que la organización alcanza sus objetivos.³¹

Inversión.- Mantiene e incrementa la compra o la producción de bienes de consumo, para el incremento del stock de mercadería.³²

Mercado.- Lugar donde habitualmente se reúne compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales.³³

Procedimiento.- Consiste en definir ciertos pasos definidos para desarrollar una labor de manera eficaz.³⁴

Registro.- Busca brindar un mayor control en el sistema que posee una empresa.

Técnicas.- Es la destreza manual y/o intelectual.³⁵

5.3 JUSTIFICACION

El instructivo de control interno es con la finalidad de mejorar la toma de decisiones del administrador por la falta de conocimientos administrativos.

Además se ve la necesidad de implementarlo porque el comercial solo se está manteniendo dentro del mercado y no se encuentra a nivel competitivo, a diferencia de la fuerte competencia que posee.

El instructivo de control interno le permitirá al comercial David vivir una competitividad para surgir dentro del mercado local, también ayudará al propietario tomar conciencia de las decisiones que realiza dentro del negocio, controlar las actividades que realizan los empleados, mayor control en los movimientos de dinero, preocuparse más por los gustos y preferencias de los clientes. Por último saber hacia dónde se dirige la empresa.

Es decir tener una idea más amplia y clara del negocio, para así evitar errores y fraudes presentes o futuros.

³¹ THONSON, Iván: *Definición de eficacia*, <http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficacia.html>.

³² DICCIONARIO DE ECONOMIA-ADMINISTRACION-FINANZAS-MARKETING: *Inversión*, <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INVERSION.htm>.

³³ MARKET: *Mercado*, <http://www.economia48.com/spa/d/mercado/mercado.htm>.

³⁴ DEFINICIÓN.DE: *Definición de procedimiento*, <http://definicion.de/procedimiento/>.

³⁵ ALEGSA: *Definición de técnica*, <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnica.php>.

5.4 OBJETIVOS

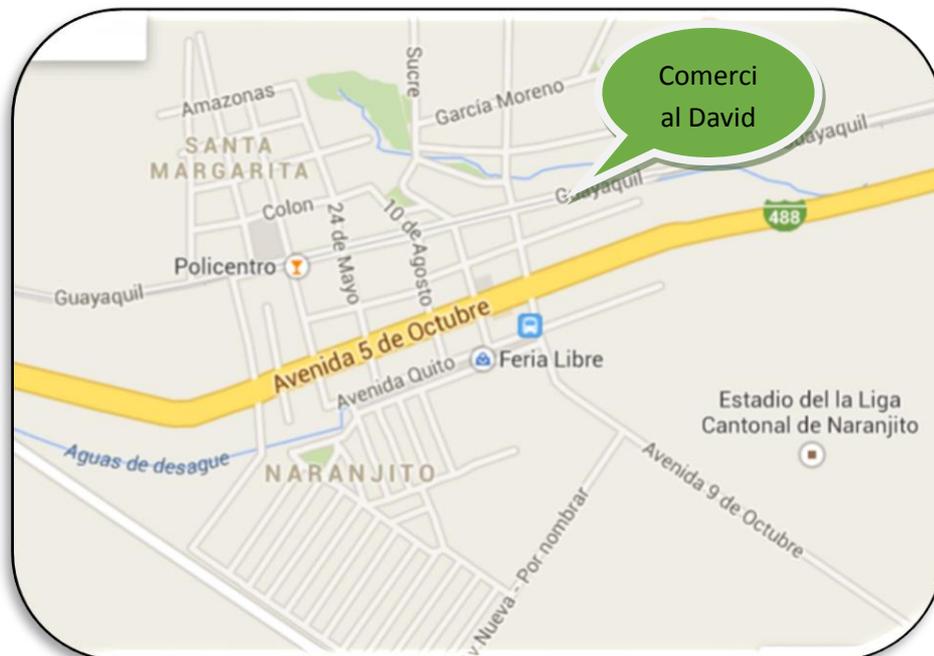
5.4.1 Objetivos Generales de la propuesta

Diseñar un instructivo de Control Interno, mediante manual de funciones y políticas de control para mejorar los procesos de las operaciones del comercial David del cantón Naranjito.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- ❖ Crear un organigrama
- ❖ Elaborar manuales de funciones.
- ❖ Identificar medidas de controles en las operaciones
- ❖ Diseñar flujogramas de procesos de las operaciones: Compras de mercadería, Ventas de mercadería, Control de inventario, Recaudación de créditos, Registro contable.

5.5 UBICACION



5.6 FACTIBILIDAD

Este trabajo es factible porque se puede realizar, por lo que el negocio cuenta con un personal que está dispuesta a adaptarse a los cambios, motivo que ayuda a la administración del comercial David a mejorar el desarrollo de las actividades.

Administrativa porque el recurso humano es importante, cuya capacitación que tendrán los empleados generara muy buenos resultados como lograr eficiencia y eficacia en las operaciones.

También contribuirá económicamente por motivo que mejorar los procesos de operaciones, además su administración se reflejara mediante las decisiones que tomen y el crecimiento de la empresa.

Legalmente porque cumple con todas la obligaciones de ley que establece el Estado Ecuatoriano para su existencia en el mercado.

Socialmente, contribuirá a las necesidades de las personal y brindara fuente de trabajo debido a futuras extensiones del negocio.

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Esta propuesta consiste en diseñar un instructivo de control interno mediante manual de funciones y políticas de control para mejorar los procesos de las operaciones del comercial David del cantón Naranjito.

Se planea dar a conocer funciones específicas para el buen desempeño de sus actividades.



**Instructivo de Control Interno
para el Comercial David del
cantón Naranjito**

Misión

Ayudar al comercial David a alcanzar competitividad en el mercado local mediante un manual de funciones y políticas específicas para fortalecer y contribuir a mejorar el desarrollo las actividades operacionales y a promover el éxito del negocio.

Visión

Ser la mejor opción para mejorar los procesos operacionales, logrando innovación y proyectando confianza en el desarrollo de las actividades a través de la aportación de conocimientos necesarios para que el control interno ayude al cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Objetivo general

Contribuir al bienestar económico, profesional y social del negocio mediante parámetros y controles establecidos, para lograr un crecimiento en el mercado local y buen desempeño en sus actividades.

Objetivos específicos

- Establecer funciones específicas para el desarrollo de las actividades con eficiencia y eficacia.
- Capacitar a los empleados para el desarrollo profesional de sus labores.
- Mejorar el ambiente de trabajo.
- Desarrollar medidas de control en las operaciones.
- Facilitar el alcance de los objetivos planteados.

Matriz foda

Cuadro 9. Matriz foda

Fortaleza	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">▪ Ubicación del negocio.▪ Personal dispuesto al cambio.▪ Poder para negociar los precios con los proveedores.▪ Clientela fiel.	<ul style="list-style-type: none">▪ Facilidad de crédito que da el gobierno.▪ Crecimiento de la demanda.▪ Crecimiento rápido del mercado.▪ Proveedores preparados a negociar convenios debido a los pedidos.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">▪ Administración inadecuada por parte del propietario.▪ Falta de controles en las operaciones.▪ Desabastecimiento de mercadería.▪ Falta de publicidad.	<ul style="list-style-type: none">▪ Entrada de nuevos competidores.▪ Mercadería a muy bajos precios por la competencia.▪ Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.▪ Modificaciones en las políticas Gubernamentales.

Análisis foda

Cuadro 10. Análisis foda

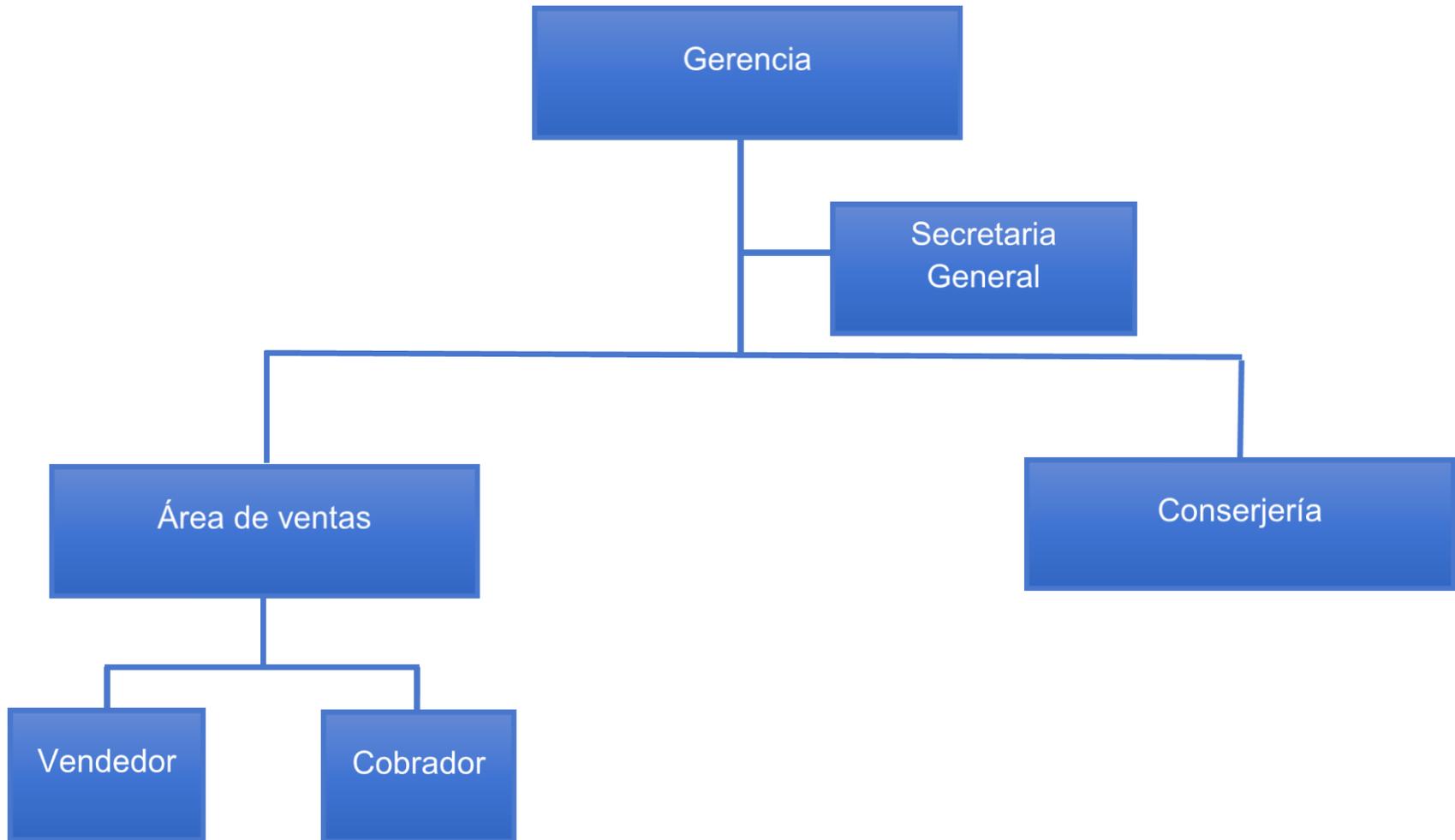
		Fortaleza	Debilidades
		Oportunidades	Estrategias FO
EXTERNA	INTERNA	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ubicación del negocio. ○ Personal dispuesto al cambio. ○ Poder para negociar los precios con los proveedores. ○ Clientela fiel. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Administración inadecuada por parte del propietario. ○ Falta de controles en las operaciones. ○ Desabastecimiento de mercadería. ○ Falta de publicidad.
	Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Facilidad de crédito que da el gobierno. ○ Crecimiento de la demanda. ○ Crecimiento rápido del mercado. ○ Proveedores preparados a negociar convenios debido a los pedidos. 	<p>Al contar con clientela fiel y tener la facilidad de créditos del gobierno esto nos ayuda a que los clientes puedan pagar los créditos. Aprovechando el crecimiento rápido del mercado.</p>	<p>Inversión de capital ayudara al abastecimiento de mercadería para cubrir la demanda de los clientes.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Entrada de nuevos competidores. ○ Mercadería a muy bajos precios por la competencia. ○ Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores. ○ Modificaciones en las políticas Gubernamentales. 	<p>Tener un personal dispuesto a los cambios podremos identificar el cambio de las necesidades y gustos del consumidor.</p> <p>El poder para negociar con los proveedores permite que las modificaciones en las políticas gubernamentales no afecten al negocio.</p>	<p>Capacitar al propietario para mejorar la administración esto contribuirá a establecer adecuadas estrategias de ventas para que el abajo precio de la competencia en la mercadería no afecten a las ventas del negocio.</p>

Matriz foda de Michael Potter

Cuadro 11. Modelo de las 5 fuerzas de Potter

<p>AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Lealtad de consumidor a ciertas marcas de productos. ✓ Reducir precios ✓ Otorgar mejores condiciones de ventas. ✓ Ampliar canales de ventas. 	<p>AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidad del comprador ✓ Bastantes proveedores ✓ Disponibilidad de productos sustitutos cercanos. ✓ Precios bajos.
<p>RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Acceso a los canales de distribución. <ul style="list-style-type: none"> ✓ Economías de escala ✓ Costos independientes de escala 	
<p>PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Maniobra de precios de sustitutos. ✓ Alianza estratégica entre proveedores. ✓ Escases de productos. ✓ Precios altos de productos. 	<p>PODER DE NEGOCIACION DE LOS CONSUMIDORES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Disponibilidad de productos en el mercado ✓ Conocimiento de la diferenciación de productos ✓ Los consumidores compran en volumen. ✓ Reducción de demanda.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



MANUAL DE FUNCIONES

Gerente General

Nombre del cargo: Gerente

Edad: 30-45 años

Experiencia: Mínimo de tres años dentro del cargo

Competencia profesional: Ingeniería comercial, Administración de empresas, Economía y CPA.

Capacitación:

- Conocimiento en computación nivel avanzado
- Herramientas para realizar informes.
- Conocimiento sólidos en gerencia

Objetivo

Es el encargado de la toma de decisiones, vigila, controla y aprueba los procedimientos para el cumplimiento de los objetivos del negocio.

Funciones Principales:

- Coordinar, controla y organizar las actividades operacionales.
- Selecciona al personal apto para trabajar en el negocio.
- Realiza proceso de capacitación y motivación del personal.
- Aceptar o rechazar las ofertas y promociones de la mercadería.
- Contrata medios publicitarios para el negocio.
- Acepta o rechazar solicitudes de mercadería.
- Supervisa los arqueos de caja.
- Realiza los depósitos recaudados en el día.
- Efectúa pagos a los proveedores.
- Elabora las metas de ventas mensuales.
- Aprueba los créditos otorgados.
- Aprueba las rutas elaboradas por el cobrador

Secretaria General

Nombre del cargo: Secretaria

Dependencia: Gerente

Número de personas: 1

Edad: 25-30 años

Experiencia: Mínimo 2 años

Competencia profesional: Ing. Comercial, CPA o carreras afines.

Capacitación:

- Conocimiento de computación nivel avanzado
- Técnicas de oficinas y archivo
- Manejo de documentos y agenda
- Conocimientos en contabilidad.

Objetivo

Guía las operaciones contables del negocio, documentos, gestiones de ventas y elaboración de los registros transaccionales.

Funciones:

- Realizar los registros contables y financieros del comercial.
- Efectuar las planillas para pagos de impuesto.
- Elaborar informes financieros para conocer la situación económica de la empresa.
- Efectúa el registro de mercadería al sistema.
- Efectúa las solicitudes para la compra de mercadería.
- Realizar la administración y control del stop del inventario.
- Receipta el dinero de las ventas.
- Efectúa los arqueos de caja conjuntamente con el gerente.
- Buscar al mejor proveedor para la compra de mercadería, considerando las exigencias y gustos del cliente.
- Encargada de archivar todos los documentos pertinentes del negocio.

Vendedores

Nombre del cargo: Vendedor

Dependencia: Secretaria

Número de personas: 1

Edad: 20-30 años

Experiencia: mínima un año dentro del cargo.

Competencia profesional: Bachiller

Capacitación:

- Atención al cliente
- Trabajo en equipo
- Herramienta en elaboración de informe

Objetivo

Gestionar el crecimiento, proyección de ventas y cumplimientos de los objetivos del negocio.

Funciones

- Atender las exigencias y gusto del cliente.
- Realiza los convenios de pago con el cliente (contado / crédito).
- Recpta documentos para la verificación de créditos.
- Realizar y entregar el documento respectivo de la venta.
- Realizar el despacho de la mercadería.
- Limpia y organiza la mercadería.

Cobrador

Nombre del cargo: Cobrador

Dependencia: secretaria

Número de personas: 1

Edad: 20-30 años

Experiencia: Mínimo 2 años

Competencia profesional: Bachiller

Capacitación:

- Responsable y cordial
- Conocimientos Word y Excel
- Manejo de dinero
- Herramientas para elaboración de informe.

Objetivo

Recepta o recauda dinero de los créditos otorgados a los clientes mediante un sistema manual.

Funciones

- Elabora las rutas de recorrido.
- Visita a los clientes.
- Recaudar el dinero de las ventas.
- Entrega informe del dinero recaudado

Conserje

Nombre del cargo: Conserje

Dependencia: Gerente

Número de personas: 1

Edad: 20-30 años

Experiencia: indispensable

Competencia profesional: Bachiller

Objetivo

Encargado de la limpieza total del negocio y acatar órdenes de sus superiores.

Funciones:

- Limpia cada departamento de la empresa.
- Ayuda a sacar mercadería para la exhibición
- Ayuda a receiptar la mercadería en bodega
- Contribuye en cualquier otra tarea que le sea asignada.

Políticas de Controles Generales

Disposiciones generales

- Realizar sus actividades diarias según las normas y procedimientos impartidos por los superiores, aprovechando en buena forma el tiempo con eficiencia y eficacia.
- Cumplir estrictamente su horario de trabajo.
 - Hora de entrada 8am
 - Hora de almuerzo 12am
 - Hora de salida 5pm
- Se responsabiliza al empleado de manera personal por los bienes y enseres entregados por la empresa para el desarrollo de sus actividades.
- El empleado deberá asistir a seminarios o capacitaciones que la empresa lo enviare aunque los mismo fueren en días no laborales.
- Los empleados deberán guardar fielmente los secretos técnicos y comerciales que la empresa utilice.
- Los empleados deberán presentar un informe semanal del desarrollo de sus actividades, para el fiel cumplimiento de sus labores.
- Está prohibido estrictamente a los empleados utilizar el dinero provenientes de las cobranzas, en caso de contravenir será sancionado con el 10% de su remuneración, sea o no mayor la cantidad utilizada.
- Si un empleado utilizare el dinero de la cobranza para beneficio propio y sea un monto elevado se descontará el 10% de su remuneración hasta que cubra el valor, además tendrá un recargo del 10% extra por infringir las políticas de la empresa.
- Los permisos que soliciten los empleados deberán ser debidamente sustentados al gerente. Pero para otorgar el permiso deberá comunicarse anticipadamente y notificar los motivos de ausencia, en caso de no cumplir con lo establecido será sancionado con el 20% de su remuneración mensual.
- Guardar respeto y consideración con sus compañeros de trabajo.
- Procurar armonía con superiores y compañeros de trabajo en las relaciones laborales y personales para conservar un buen ambiente laboral.

- Realizar las observaciones, reclamos, solicitudes o sugerencias directamente con el gerente.
- No están permitidas manifestaciones sentimentales entre compañeros de trabajo.
- Todos los empleados deben mantener un comportamiento de cordialidad y respeto a los clientes.
- Es obligación del empleado comunicar al administrador cualquier mala situación económica que tuviere un cliente para prevenir.
- Será sancionado el empleado que se presente en estado de embriagues para el desempeño de sus labores.

Políticas de Gerencia

- Colaborar a la secretaria con el manejo, presentación y precisión de los soportes de dinero.
- Hacer cumplir las políticas y valores que representa la empresa para mejorar el desarrollo de actividades laborales y personal.
- Incentivar a sus colaboradores mediante bonificaciones, incentivos y todo lo referente al bienestar del empleado.
- Controlar los documentos contables que se originan en cada transacción contable.
- Ayudar en la solución de problemas y necesidades que tengan los empleados para el cumplimiento de su trabajo.
- Solicitar diariamente informe de registros de ingreso y egreso de efectivo.
- Los valores monetarios entregados del cierre del día serán depositados a la cuenta respectiva, en la primera hora del día siguiente.
- Es su responsabilidad verificar la capacidad de pago del cliente que desee crédito, deberá rechazar o aprobar.
- Controlar el cumplimiento de las metas otorgadas a los departamentos.
- Comprobar que la atención al cliente sea de excelencia.

Políticas para le secretaria general

- La secretaria deberá realizar los registros de movimientos de dinero (ingreso-egresos).
- Contestar el teléfono con amabilidad y cordialidad.
- Conocer todos los aspectos de la empresa con el fin de entregar información veraz y oportuna.
- Cumplir y respetar los procedimientos de control establecidos por la gerencia.
- Toda mercadería que entre y salga del negocio tiene que estar sustentada con documentos autorizados por la gerencia.
- Cuando se realice una venta de contado, es su responsabilidad la revisión de los billetes para detectar que no sean falsos.
- Los valores monetarios que se obtenga durante el día, se entregaran al gerente para que proceda a depositar a la cuenta respectiva.
- Se realizara un documento que respalde la entrega de dinero y responsabilice por medio de su firma al encargado.
- Receptara el dinero del cobrar y dará de baja los monto en los Kardex.
- Encargada de entregar los talonarios de las letras al cobrador.

Políticas para el vendedor.

- El vendedor tiene que cumplir con un cupo minino de ventas establecidas por el gerente.
- Es responsabilidad del vendedor informar el vencimiento de las facturas desde el primer día para realizar la gestión de cobro.
- El vendedor para realizar una venta a crédito deberá receptar los documentos para la verifique del crédito.
- Tener un buen trato con los clientes que visiten el negocio.
- La venta de cualquier mercadería será informada a través de un listado donde detalle el nombre del artículo y el valor.
- Es responsabilidad del vendedor comunicar al cliente que no se aceptan pagos con cheques a nombre de terceros.

Políticas para el cobrador

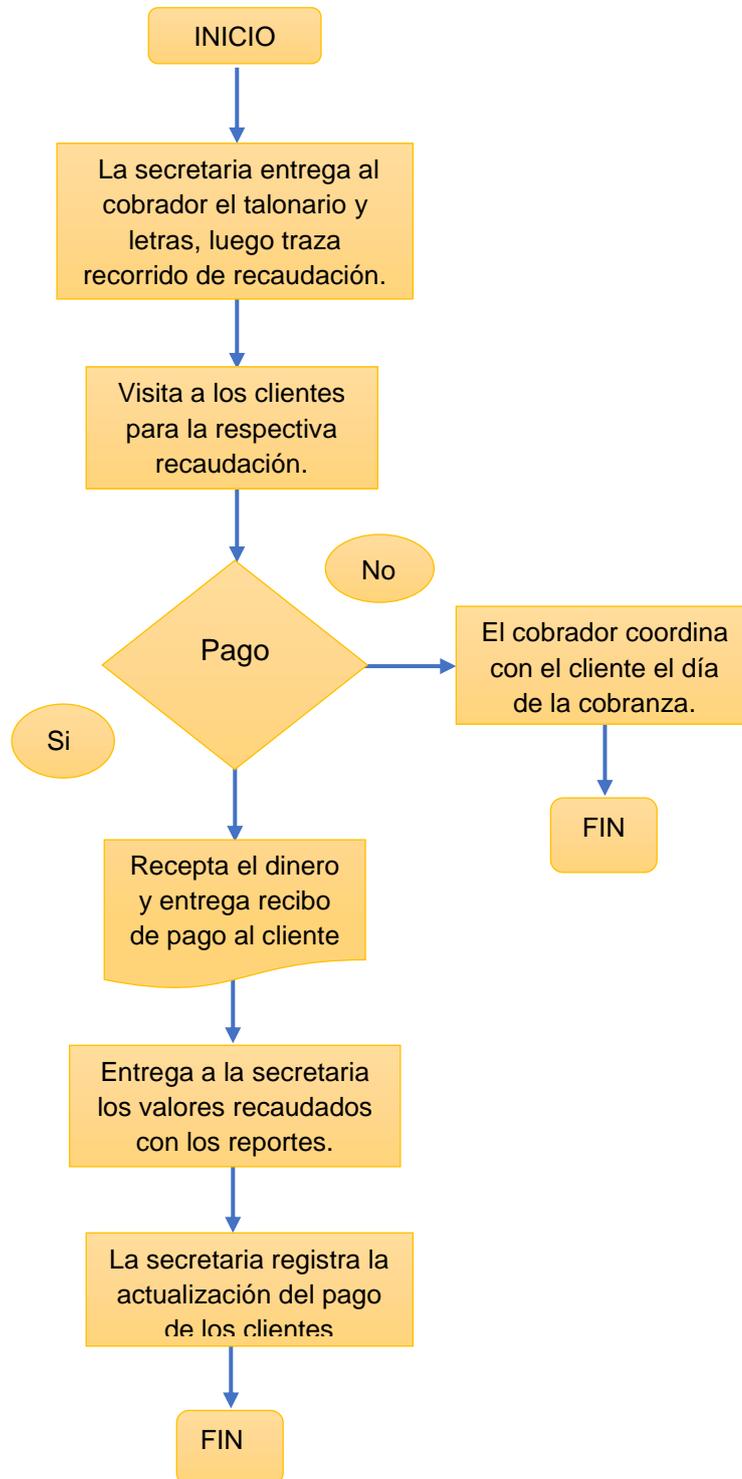
- Cumplir estrictamente las normas y políticas establecidas por organización para la estricta sujeción de la cobranza.
- Acudir a la empresa a rendir cuentas y a entregar valores provenientes de las cobranzas realizadas.
- El cobrador deberá realizar un reporte indicando los pagos y el no pago por los clientes y deberán indicar el día la hora y la fecha en el cual se deberá recaudar los valores.
- El cobrador deberá entregar los valores recaudados del día, por lo queda prohibido realizar el registro del ingreso del dinero al siguiente día.
- El cobrados deberá comunicar al administrador las novedades o por menores durante la gestión de cobro, para tomar medidas.
- El cobrador se hace responsable de los billetes falsos, receptados en la recaudación de crédito.
- El cobrador deberá realizar una ruta para las cobranzas y deberán ser aprobadas por la gerencia.

Políticas para el Conserje

- Deberá entrar una hora antes de la acordada, para la realización de la limpieza.
- Brindar ayuda en el momento que se lo solicite
- Responsable de que quede bien cerrado el negocio.
- Comunicar cualquier falta que realice los demás
- Notificar a sus superiores los materiales de aseo que le hagan falta.

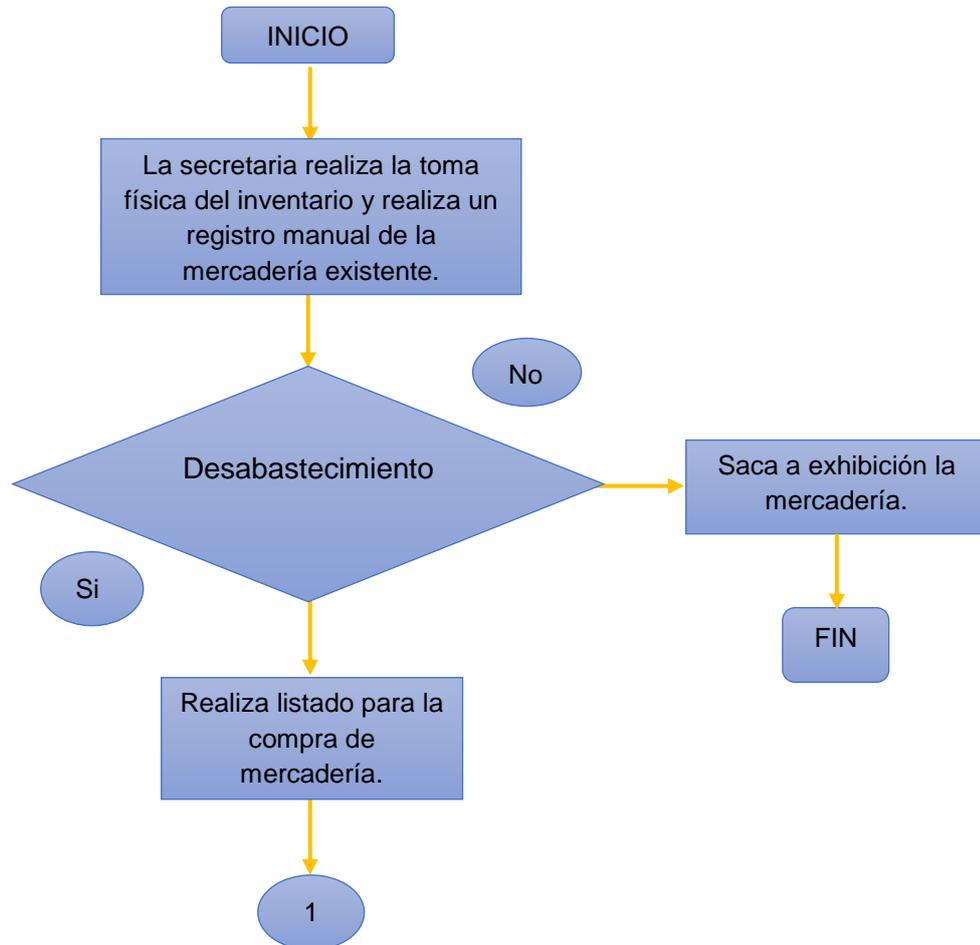
Procesos de las Operaciones

Recaudación de créditos



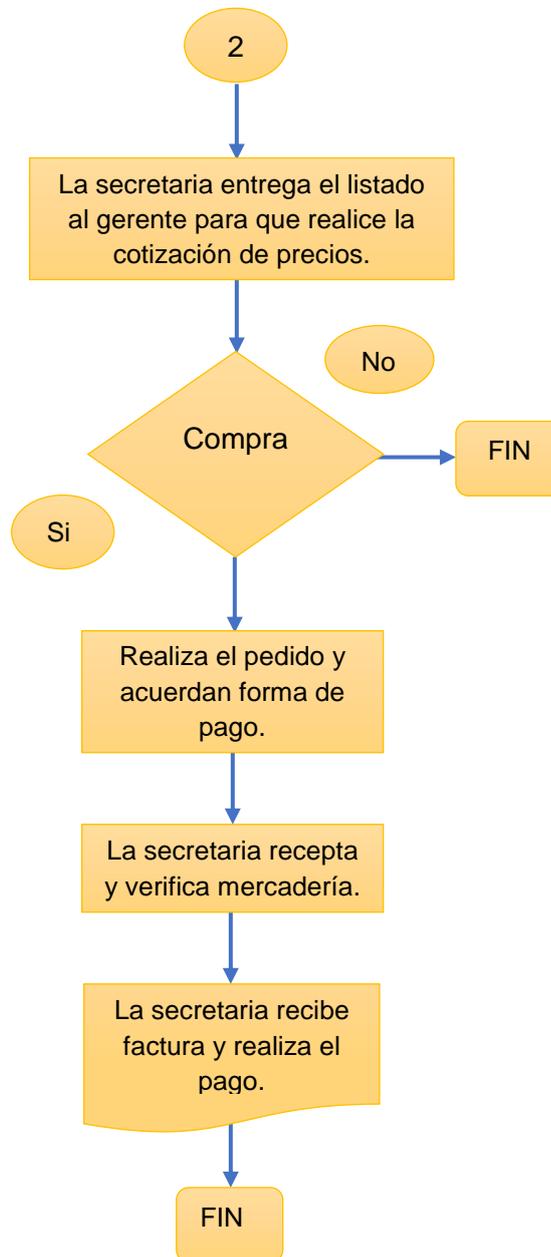
Procesos de las Operaciones

Control del Inventario



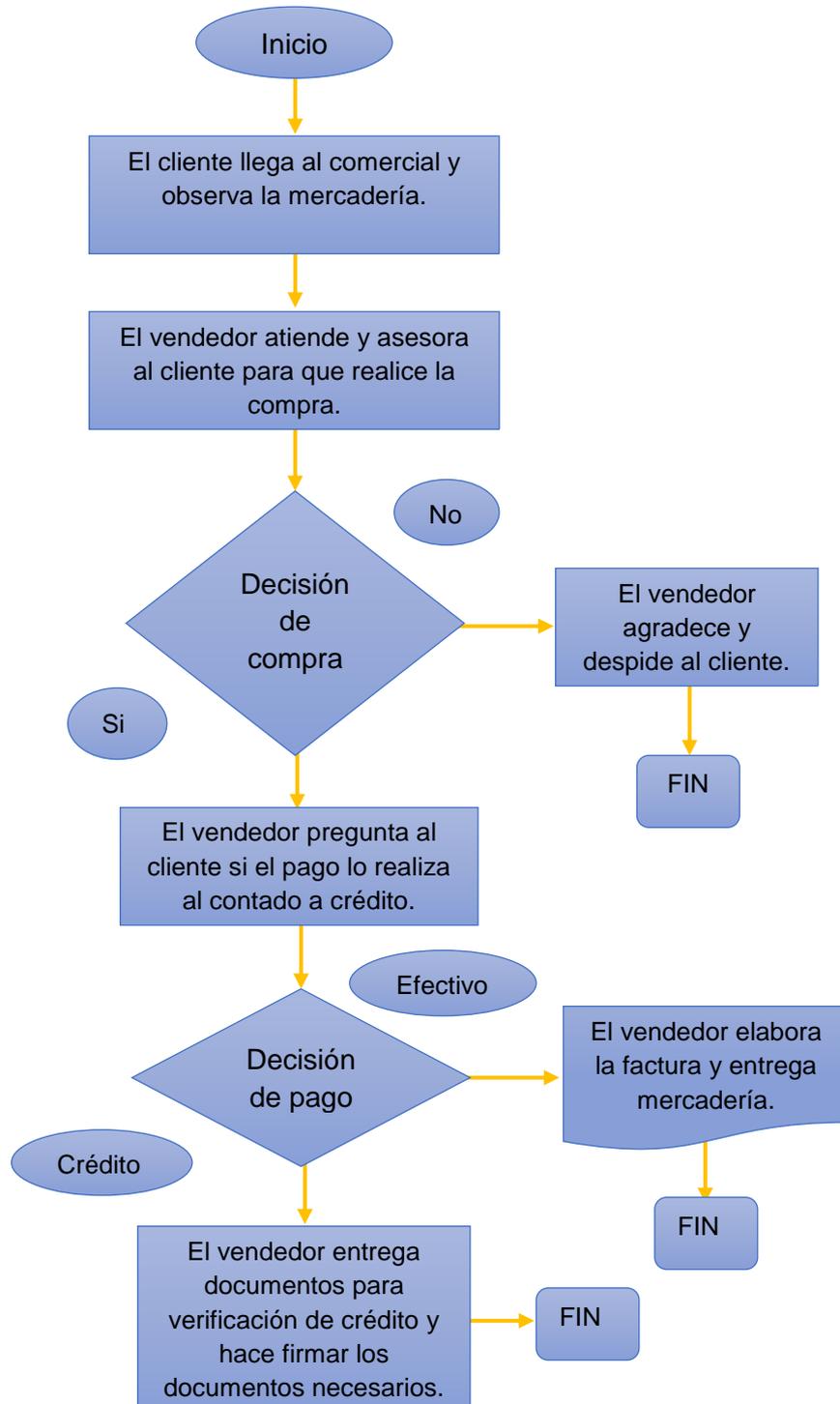
Procesos de las Operaciones

Compra de mercadería



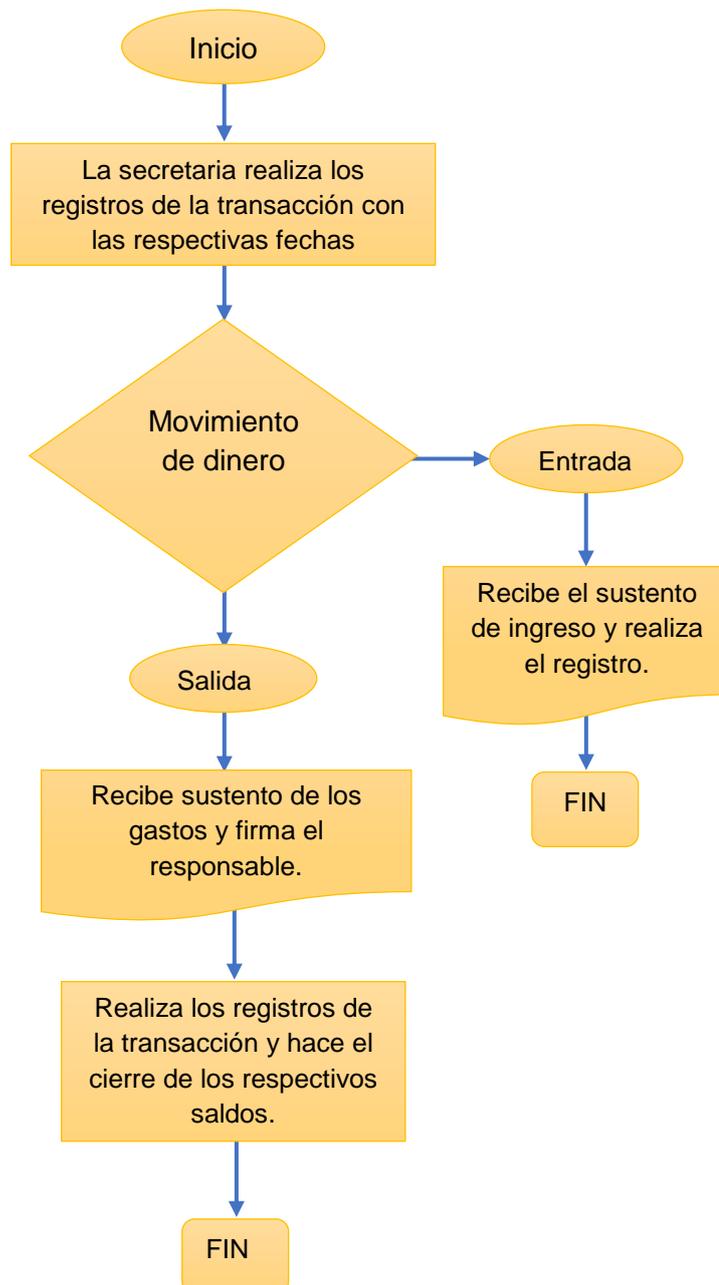
Procesos de las Operaciones

Venta de mercadería



Procesos de las Operaciones

Registro Contable



CONTROL INTERNO



LISSETT SERRANO GUAMÁN

5.7.1 Actividades

Se realizara las siguientes actividades:

- Crear un organigrama
- Elaborar manual de funciones
- Identificar medidas de controles en las operaciones
- Diseñar flujogramas de procesos de las operaciones: Compras de mercadería, Ventas de mercadería, Control de inventario, Recaudación de créditos, Registro contable.
- Presentar y socializar con el propietario del negocio la implementación del instructivo.
- Socialización y Capacitación.
- Difusión

5.7.2 Recursos Análisis Económico, Financiero, Sensibilidad, Humano.

Análisis costo beneficio

Este análisis es importante porque nos indica si existirá un rendimiento positivo o negativo así como los beneficios de este.

Los costos incurridos se distribuyen de la siguiente manera

- ❖ Compra de 3 computadoras de escritorio y dos impresoras, para el mejor desarrollo de las actividades de los empleados.
- ❖ Contratación de un capacitador que aborde los temas de manual de funciones políticas y atención al cliente
 - Capacitación del personal acerca del manual de funciones y políticas establecidas para el desempeño laboral, durante 1 mes 3 veces por semana dedicando 1 hora diaria después de sus labores.
 - Capacitación del personal acerca de atención al cliente por 2 semanas.
- ❖ Compra de 1 archivadores para los documentos de los clientes.
- ❖ Compra de útiles de oficina para la mejor gestión de documentación.

Útiles de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Carpetas manila	100	\$ 0,15	\$ 15,00
Perforadoras	5	\$ 0,65	\$ 3,25
Grapadoras	5	\$ 0,55	\$ 2,75
Caja de clic	5	\$ 0,35	\$ 1,75
Caja de grapadoras	5	\$ 0,40	\$ 2,00
Caja de esferos	5	\$ 2,55	\$ 12,75
Resmas de papel A4	5	\$ 4,00	\$ 20,00
folios	20	\$ 3,00	\$ 60,00
		Suma total	\$ 117,50

Cuadro que Costos

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Compra de computadoras	3	750	2250
Compra de impresoras	2	180	360
Contratación de capacitador	1	450	450
Compra de archivador	1	700	700
Compra de útiles de oficina	1	117,5	117,5
		Total	3877,5

Beneficio

- ❖ El beneficio que se lograra es mejorar el desarrollo de los proceso con eficiencia y eficacia proveyendo herramientas adecuadas para el mejor desempeño en las actividades diarias. También con las capacitaciones a los empleados se contribuirá a que el desarrollo de sus actividades sean realizadas con profesionalismo y ética.
- ❖ Al mejorar los procedimientos de cada actividad se lograra un rendimiento positivo económico y social para el negocio.

5.7.3 Impacto

Con el instructivo de control se mejorara el desarrollo del comercial por la razón que el administrado obtendrá conocimiento claros de gestión administrativa, que le permitirá tomar buenas decisiones para mejorar la situación económica del negocio, también realizará reinversión del capital para el abastecimiento de productos dentro de la empresa para atender la demanda de los clientes y por medio de esto satisfacer necesidades.

Se realizara capacitaciones a los empleados para mejorar las actividades que ejecuten, se realizaran de acuerdo al cargo para que puedan desarrollarse en el ambiente laboral y ayude a mejorar el desempeño de sus actividades, se delegara una persona para la supervisión de las labores y que ayude al desarrollo del negocio en el mercado local.

5.7.4 Cronograma

No	Actividades	Septiembre		Octubre		
		Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2
1	Crear un organigrama	✓				
2	Elaborar manual de funciones	✓				
3	Identificar medidas de controles en las operaciones		✓			
4	Diseñar flujogramas de procesos de las operaciones: Compras de mercadería, Ventas de mercadería, Control de inventario, Recaudación de créditos, Registro contable.		✓			
5	Presentar y socializar con el propietario del negocio la implementación del instructivo.			✓		
	Socialización y Capacitación.				✓	
	Difusión					✓

5.7.5 Lineamiento para la evaluación de la propuesta

Después de la implementación de la propuesta, se dará un periodo de 4 meses para verificar como han mejorado las variables de investigación.

A través de los siguientes indicadores serán evaluada la propuesta.

- ✓ Cumplimiento de las políticas en un 99%.
- ✓ Transparencias en las operaciones.
- ✓ Eficiencia y eficacia en desarrollo de las actividades.
- ✓ Satisfacción de los clientes mejorada.
- ✓ Crecimiento en las ventas.
- ✓ Satisfacción del ambiente de trabajo.

CONCLUSIONES

Luego del análisis de la encuesta realizada, las hipótesis planteadas son consistentes y responden a la realidad del negocio.

- Referente a las decisiones que lleva a cabo el administrador dentro del comercial David, los resultados arrojados por la encuesta, reflejaron que en su mayoría no son acertadas las decisiones, lo que da lugar al que el negocio no crezca. Los conocimientos de administración que adquirió fue de forma empírica es por esto que no tiene decisiones adecuadas para el progreso del negocio, no realiza reinversión de capital o hace una mala distribución del dinero, que lo impide tener mercadería en stop; los registros contables que sus empleados llevan son solo para recolectar información y tener constancia de lo que realizan dentro de la organización, no conocen la situación económica real de la misma. También no existe un control de los créditos otorgados, lo permite desconocer cómo distribuir la recaudación para poder invertir.
- Las actividades que realizan los empleados son por orden directa, realizan diversas tareas que no tienen relación con el cargo que poseen, lo impide el desarrollo del negocio y trabajar en un ambiente laboral agradable.
- Por esta razón se concluye que el comercial David necesita un instructivo de control que los guíe y oriente dentro del mercado, para así evitar pérdidas de dinero y clientes sea por la mala administración e trabajo en equipo.

RECOMENDACIONES

- Elaborar un reglamento interno para el negocio el cual los colaboradores estarían al tanto de las obligaciones y beneficios dentro de la empresa.
- Elaborar políticas de crédito que permitan un control en las cobranzas de los créditos, para poder cumplir metas trazadas.
- Establecer políticas de capacitación continua, para que el personal pueda brindar una buena atención al cliente de esa manera se realizaría las ventas de manera ágil la cual beneficiaría al negocio.
- Controlar que al contratar nuevo personal estos conozcan su manual de funciones como las políticas de la empresa y realizar un seguimiento.

BIBLIOGRAFÍA

1. LATINOS.US. (2013). *Evolución de la contabilidad*, 2014, de contables.us
Sitio web: http://www.contables.us/gestion/libros/registros/evolucion_de_la_contabilidad/
2. ULLRICH ESTRELLA, Mayra Alexandra: (marzo, 2008). *Diseño de un sistema de control interno administrativo y financiero en la empresa Incorea*, Tesis, 1, 2013, De Universidad Politécnica del Ejército Base de datos.
3. MOSQUERA COLLANTES, Andrea Nataly: (septiembre, 2009). *Diseño de un sistema de control administrativo a la empresa AMAZONAS CIA LTDA*, Tesis, 1, 2013, De Universidad Politécnica del Ejército Base de datos.
4. SÁNCHEZ LÓPEZ, Pedro Alejandro: (2010). "Análisis financiero y su incidencia en la toma de decisiones de la empresa vihaltomos", Tesis, 1, 2013, De Universidad Técnica de Ambato Base de datos.
5. CIRUJANO ARES, Emilia: (2003), *Análisis de la información contable para el control de gestión integrado*, Madrid, Universidad Complutense.
6. GUAMÁN CHANGO, Mario Javier: (2012), *Modelo para la implementación de las normas internacionales de información financiera para pequeñas y medianas empresas aplicado a la empresa Ivaproa Import, dedicada a la importación y distribución de productos satelitales*, Quito, Universidad Central del Ecuador.
7. BERNAL, Cesar A.: (2006), *Metodología de la investigación*, México: Cámara Nacional de la Industria.
8. CONSEJO SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CALIZ: (2014), *Adaptación al cambio*, 2014, de Consejo social de la Universidad de Cádiz Sitio web: <http://www.csintranet.org/competenciaslaborales/>
9. CHOMSKY: (1985). Aspects of theory of syntax. 2014, de *Enfoque Educativos*, Sitio web: <http://hadoc.azc.uam.mx/enfoques/competencia.htm>
10. GERENCIA.COM: (2009). *Diferencia entre eficiencia y eficacia*, 2013, de Gerencia.com Sitio web: <http://www.gerencie.com/diferencias-entre-eficiencia-y-eficacia.html>.
11. THONSON, Iván: (enero, 2008). *Definición de eficacia*, 2013, de Promonegocios.net Sitio web: <http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficacia.html>.

12. DICCIONARIO DE ECONOMIA-ADMINISTRACION-FINANZAS-MARKETING: *Inversión*, de eco-finanzas.com Sitio web: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INVERSION.htm>.
13. MARKET: *Mercado*, de La gran Enciclopedia Sitio web: <http://www.economia48.com/spa/d/mercado/mercado.htm>.
14. DEFINICIÓN.DE: (2008). *Definición de procedimiento*, 2014, de Definición.De Sitio web: <http://definicion.de/procedimiento/>.
15. ALEGSA: (2008). *Definición de técnica*, 2014, de Alegsa.com.ar Sitio web: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnica.php>.
16. MORRISEY G. (1993). *Definición de estrategias*. 1993, de gestiopolis Sitio web: <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/34/estrategia.htm>
17. LA GRAN ENCICLOPEDIA DE ECONOMIA. (2006). *Rentabilidad .2006*, de *Economía48* Sitio web: <http://www.economia48.com/spa/d/rentabilidad/rentabilidad.htm>
18. KALMANOVITZ S.(1997). *Definición de economía.*, de banrepcultural.org Sitio web: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/economia.htm>
19. ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY. (2013). *Significados de Equidad*. 2014, de Significados Sitio web: <http://www.significados.com/equidad/>
20. DEFINICIÓN DE. (2007). *Definición de Gestión*. 2014, de DEFINICIÓN ABC Sitio web: <http://www.definicionabc.com/general/gestion.php>

AMENOS

Anexo 1

Carta de Autorización

Naranjito, 26 de mayo del 2014

Sr.

Luis Silva Flores

Propietario del COMERCIAL DAVID

De mis consideraciones:

Yo, LISSETT STEFANY SERRANO GUAMAN con cedula de identidad # 092818093-4 egresa de la Universidad Estatal de Milagro de la Carrera Ingeniería en contaduría y Auditoria, solicito a usted una autorización para realizar una investigación en su negocio "Comercial David" y me brinde la información pertinente poder llevar a cabo el trabajo con el fin de realizar mi tesis. El motivo de la información es para realizar un trabajo final de grado, requisito indispensable para la obtención de mi título.



Sr. Luis Silva Flores

PROPIETARIO DEL COMERCIAL DAVID

CI. 120157217-7

TELF. 0985059525

4. ¿Cómo usted detalla las actividades que realiza dentro del comercial?

(a) Informe	
(b) Observación	
(c) Lista de chequeo	
(d) Ninguno	

5. ¿Quién realiza los registros contables dentro de la organización?

(a) Dueño	
(b) Secretaria	
(c) Cobrador	
(d) Ninguno	

6. ¿Cree que los registros contables que se llevan actualmente en la organización son los más adecuados para su desarrollo?

(a) De acuerdo	
(b) En desacuerdo	
(c) No opino	

7. ¿Por qué dejarían de hacer compra de mercadería?

(a) Existencia en bodega	
(b) falta de capital	
(c) falta de proveedores	
(d) Otros	

8. ¿Con que frecuencia se realiza la recaudación de créditos?

(a) Diario	
(b) Semanal	
(c) Mensual	
(d) Anual	

9. ¿Cómo se lleva los registros de los clientes que obtienen créditos?

(a) Programa	
(b) Manual	
(c) Ninguno	

10. ¿Las actividades que usted desempeña dentro de la organización son?

(a) Manual de funciones	
(b) Orden Directa	
(c) Iniciativa Propia	
(d) Ninguna	

11. Con respecto a la ubicación de la empresa ¿Considera que es adecuado para el desarrollo de la actividad comercial que realiza?

(a) De acuerdo	
(b) En desacuerdo	
(c) No opino	

12. ¿Cuántos años tiene trabajando en el Comercial?

(a) 1 año	
(b) 5 años	
(c) 10 años	
(d) más de 10 años	

13. ¿Se ha dejado de despachar un pedido por motivo de no tener en existencias la mercadería requerida por el cliente?

(a) De acuerdo	
(b) En desacuerdo	
(c) No opino	



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES



INGENERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA

Aquí va el objetivo por el cual están realizando la encuesta clientes

.....
.....

1.-Datos generales del Encuestado

Sexo: F
M

1. En su opinión, ¿Considera usted que el comercial cubre las expectativas de los consumidores?

(a) De acuerdo	
(b) En desacuerdo	
(c) No opino	

2. ¿Considera usted que la comercial cuenta con un personal adecuado para desarrollarse en el mercado local?

(a) De acuerdo	
(b) En desacuerdo	
(c) No opino	

3. ¿Cree usted que la calidad del producto del comercial David es?

(a) Alta	
(b) Baja	
(c) media	

4. ¿Cuándo usted solicita mercadería suele estar en existencia?

(a) Siempre	
(b) Casi Siempre	
(c) A veces	
(d) Nunca	

5. ¿Cree usted que ofrecemos variedad de productos y cumple con sus requerimientos?

(a) Siempre	
(b) Casi Siempre	
(c) A veces	
(d) Nunca	

6. ¿La atención que recibe en el comercial David es?

(a) Muy buena	
(b) Buena	
(c) Regular	
(d) Mala	

7. ¿Cuántos años es cliente de este comercial?

(a) 5 años	
(b) 10 años	
(c) 20 años	
(d) otros	

8. ¿Considera usted que el personal que cuenta el comercial está capacitado para el desarrollo del negocio?

(a) De acuerdo	
(b) En desacuerdo	
(c) No opino	

9. ¿Por qué usted compraría en la competencia?

(a) Está cerca a su domicilio	
(b) Mejor calidad de productos	
(c) Mejor atención	
(d) otros	



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES



INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA

Aquí va el objetivo por el cual están realizando la encuesta competidores

.....

1.-Datos generales del Encuestado

Sexo: F
M

Nota: Marque una sola opción de las respuestas de cada pregunta.

1. En su opinión, ¿Cómo considera la situación actual de su negocio?

(a) Muy buena	
(b) Buena	
(c) Regular	
(d) Mala	

2. ¿Los conocimientos que usted posee para administrar su negocio son los más adecuados para desarrollarse en el mercado local?

(a) Siempre	
(b) Casi Siempre	
(c) A veces	
(d) Nunca	

3. ¿las actividades que realizan sus empleados son informadas de manera?

(a) Escrita	
(b) verbal	
(c) Ninguno	

4. ¿Cada que tiempo usted compra mercadería?

(a) Diario	
(b) Semanal	
(c) Mensual	
(d) Anual	

5. ¿Las actividades que realizan sus empleados son por?

(a) Manual de funciones	
(b) Orden Directa	
(c) Iniciativa Propia	
(d) Ninguna	

6. ¿Porque medios usted realiza la publicidad de su negocio?

(a) Radio y televisión	
(b) Prensa	
(c)Otros	
(d) Ninguno	

7. ¿Conque frecuencia realiza la publicidad de su negocio?

(a) Diario	
(b) Semanal	
(c) Mensual	
(d) Ninguno	

8. ¿Qué tipo de estrategias de ventas usted tiene en su organización?

(a) Promociones y descuentos	
(b) Dar obsequios	
(c) otros	
(d) Ninguno	

9. ¿Cree usted que su organización se encuentra a un nivel competitivo con sus competidores?

(a) De acuerdo	
(b) En desacuerdo	
(c) No opino	

10. ¿Cree usted que su organización cuenta con innovación tecnológica?

(a) De acuerdo	
(b) En desacuerdo	
(c) No opino	

11. ¿En los últimos años, como cree usted que ha sido su situación económica?

(a) Muy buena	
(b) Buena	
(c) Regular	
(d) Mala	

ANEXO 3

Entrevista dirigida al Gerente Propietario del comercial David

¿Cómo nació la iniciativa del negocio?

¿Cómo ha ido evolucionando?

¿Cuántos empleados obtuvieron desde su trayectoria?

¿Su empresa cuenta con un manual de funciones para el desarrollo de las funciones de los empleados?

¿Posee usted conocimiento de administración?

¿Qué tiempo usted dedica para la administración del Comercial?

¿Qué tipo de estrategia de ventas ha implementado en su organización?

¿Cada que tiempo usted adquiere mercadería?

¿En su negocio se encuentra innovación tecnológica?

¿Usted realiza publicidad para dar a conocer su negocio?

¿Cree usted que su organización se encuentra en un nivel competitivo? ¿Por qué?

¿Cree usted que las decisiones que ha tomado, ha servido para crecer en el mercado local?

¿Cómo usted lleva los registros del movimiento de dinero y de inventario?

¿Cómo realizan el registro de la recaudación de los créditos?

Anexo 4

Fotos de evidencia

Fotos del Comercial David



Fotos del Propietario y los empleados



Fotos de la competencia





Fotos de encuesta clientes



Anexo 5

Documento URKUND



List of sources

Document [Lissett Serrano Guaman.pdf](#) (D11747199)

Submitted 2014-10-08 22:21 (-05:00)

Submitted by LISSETT STEFANY SERRANO GUAMAN (cartosgamarram@hotmail.com)

Receiver eziadetb.unemi@analysis.orkund.com

Message tesis [Show full message](#)

1% of this approx. 28 pages long document consists of text present in 3 sources.

	Rank						Path/Filename	
+	■						Tesis Final Campos_Bejarano 3ra revision.doc	<input type="checkbox"/>
+	■						Ejemplos de Tesis.pdf	<input type="checkbox"/>
+	■						01. Impuesto a la Salida de Divisas y su Impacto en la Toma...	<input type="checkbox"/>
+	■						MARIA GABRIELA BAQUE MERCHAN docx.docx	<input type="checkbox"/>
+	■						Tesis ULEAM-CPA-Dividendo -[J. y S.] presentar Mar-05-2014...	<input type="checkbox"/>
+	■						http://www.sri.gob.ec/web/10138/92	<input type="checkbox"/>
+							http://www.contables.us/gestion/libros/registros/evolucio...	<input type="checkbox"/>
+							http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/...	<input type="checkbox"/>
+							YADIRA JESSENIA LEON MANZO.pdf	<input checked="" type="checkbox"/>
+							http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/34...	<input type="checkbox"/>
+							http://definicion.de/etica/	<input checked="" type="checkbox"/>

0 Warnings
Reset
Export
Share

ayuda a obtener información ordenada y sistemática sobre el
desarrollo económico y financiero Registro de Control de Clientes:
Son documentos donde se reflejan acontecimientos o información
requerida Reversión de Capital: Manejar los recursos de manera eficiente
para continuar con las operaciones Reinvertir: Volver a emplear los
beneficios obtenidos en una actividad productiva en el aumento del capital
de la misma. 4 MORRISEY GEORGE: Definición de estrategias,
<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/34/estrategia.htm>
5 DEFINICION: Definición de ética, <http://definicion.de/etica/> 6 DEFINICION:
Definición de gestión, <http://www.definicionabc.com/general/gestion.php>

96% Active

a la tasa anual de rendimiento (expresada como porcentaje) sobre un
instrumento financiero. La tasa se puede referir a cualquier medida de
rentabilidad que sea habitual para cotizar el instrumento en cuestión. 7

External source: <http://www.economia48.com/spa/d/rentabilidad...> **96%**

a la tasa anual de rendimiento (expresada como porcentaje) sobre un
instrumento financiero. En este uso, la tasa se puede referir a cualquier
medida de rentabilidad que sea habitual para cotizar el instrumento en
cuestión. 2)

Ruc:

Anexo 6

Solicitud de requerimiento de información al Municipio de Naranjito

Naranjito, 25 de Julio 2014

Preventas

Dr.
Marcos Onofre López
Alcalde del Cantón Naranjito
Ciudad

De nuestra consideraciones,

Yo **Lissett Serrano Guamán** estudiantes egresadas de la Universidad Estatal de Milagro, solicito a usted información sobre la existencia de las microempresas de venta al por mayor y menor de otros enseres domésticos comercios especializados de los años 2011, 2012, 2013 y 2014, y a su vez la población que tiene el cantón hasta el último censo; el motivo de la información requería será para objeto de estudio de un trabajo final de grado. Según el art. 1 de la LOTAIP (Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la información pública.) hace mención que "El acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado".

Agradezco su atención.

Atentamente,

Lisseth Serrano
Lissett Serrano Guamán
C. I. 092818093-4

13 AGO 2014 14:51
I. MUNICIPALIDAD DE NARANJITO
SECRETARIA GENERAL
RECIBIÓ: Jessica Rojas
FECHA: 8/08/2014
HORA: 11:57