



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – C.P.A.**

TÍTULO DEL PROYECTO

Estudio de los procesos administrativos y operacionales de la empresa Visual Corp. del cantón Milagro para mejorar su desempeño empresarial a través de la reorganización y creación de políticas internas.

Autoras:

Poveda Martillo Mayra Alejandra

Rojas Crespín María Fernanda

Tutor:

Ing. Eduardo Espinoza Solís MAE.

MILAGRO, MARZO DEL 2013

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Mayra Alejandra Poveda Martillo y la Sra. María Fernanda Rojas Crespín, para optar por el título de Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría – C.P.A. y que acepto tutoriar a las estudiantes, durante le etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 07 días del mes de Marzo del 2013

Ing. Eduardo Espinoza Solís MAE.

Firma del tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

Milagro, a los 07 días de mes de Marzo del 2013

María Fernanda Rojas Crespín

Mayra Alejandra Poveda Martillo

Firma del Egresado (a)

CI: 092836199-7

Firma del Egresado (a)

CI: 092836829-9

DEDICATORIA

A Dios por brindarme la dicha de cumplir mis objetivos, fortaleciendo mi corazón e iluminando mi mente y siendo mi impulso para seguir progresando en la vida.

A mi madre por su ejemplo de lucha y perseverancia, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos que me han permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su inmenso amor.

A mi padre por el apoyo incondicional que día a día me profesa.

A mi novio por estar a mi lado y tener siempre una palabra de aliento y de amor para mí.

A mi tutor por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y en general a todas aquellas personas que de manera directa o indirecta colaboraron para el desarrollo de este proyecto.

Mayra Alejandra Poveda Martillo.

DEDICATORIA

A Dios por bendecirme, iluminarme y guiarme en esta trayectoria de mi vida, a mis padres Amada Crespín Montiel y Fernando Rojas Castro por brindarme su apoyo incondicional en todo momento y por aconsejarme y demostrarme lo que se necesita en esta vida para ser alguien, a mi hijo Joseph Alexander Salazar Rojas por ser mi fuente de inspiración y lucha, a mi esposo Víctor Salazar Rojas y a mi abuelita Julia Montiel James que de una u otra manera me han ayudado.

Les dedico a ustedes mis amores.

María Fernanda Rojas Crespín

AGRADECIMIENTO

Este proyecto primordialmente me gustaría agradecerle a Dios, por bendecirme para llegar hasta donde he llegado y por ayudarme hacer realidad este sueño anhelado.

A la Universidad Estatal de Milagro por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A mi director de tesis, Ing. Eduardo Espinoza por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos y experiencia ha logrado que pueda terminar mis estudios con éxito.

Son muchas las personas que me encantaría agradecerles, algunas están conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Mayra Alejandra Poveda Martillo.

AGRADECIMIENTO

Totalmente agradecida con Dios por conseguir uno más de mis objetivos como es culminar mi carrera Universitaria.

A la Universidad Estatal de Milagro por incentivar me a estudiar mediante su cambio y objetivo de ser parte de la acreditación.

A mi director de tesis, Ing. Eduardo Espinoza por guiarnos mediante sus conocimientos y su tiempo para cumplir este objetivo.

A mis padres y demás personas que me rodean que me han brindado su apoyo.

María Fernanda Rojas Crespín

CERTIFICACIÓN DE DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría – C.P.A. otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA: _____

DEFENSA ORAL: _____

TOTAL: _____

EQUIVALENTE: _____

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

SEÑOR MAGÍSTER

JAIME OROZCO HERNÁNDEZ

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

CIUDAD.-

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer la entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Estudio de los procesos administrativos y operacionales de la empresa Visual Corp. del cantón Milagro para mejorar su desempeño empresarial a través de la reorganización y creación de políticas internas.

Y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 07 de Marzo del 2013

María Fernanda Rojas Crespín

Mayra Alejandra Poveda Martillo

Firma del Egresado (a)

Firma del Egresado (a)

CI: 092836199-7

CI: 092836829-9

RESUMEN

Visual Corp., es una empresa familiar que se dedica a la publicidad, y que tiene actualmente un deficiente manejo administrativo y operacional; lo que está provocando conflictos internos, desorganización en el equipo de trabajo y reducción en los ingresos.

Es por tal motivo que la presente propuesta es muy beneficiosa, ya que consiste en el diseño de controles internos que ayuden a mejorar la eficiencia administrativa y operacional de la empresa Visual Corp., a través de una organización funcional en un organigrama, manuales de funciones y procedimientos que permitan a los empleados conocer sus actividades y desarrollarlas de forma eficiente, brindando de esta manera un servicio de buena calidad y captando nuevos clientes.

Nuestro tipo, diseño y método de investigación fue el óptimo, ya que esto nos ayudó a comprender con exactitud donde inicio el problema y a ofrecerle una solución definitiva.

En las entrevistas y encuestas realizadas a los empleados y clientes respectivamente, se determinó mediante el análisis que es conveniente la aplicación de esta propuesta, ya que es útil en todos los aspectos y que la empresa no ha realizado por falta de conocimiento y financiamiento.

La propuesta no solo será la solución para los problemas de esta empresa, sino que también ayudará al incremento de los ingresos a través de un presupuesto que le permita adquirir nuevas maquinarias, para que de esta manera pueda producir más y de mejor calidad en cuanto a la competencia.

El único fin de esta propuesta es que la empresa llegue a la eficiencia en todos los procesos y pueda mantener una armonía en la calidad de servicio brindado a los clientes.

ABSTRACT

Visual Corp., is a family company dedicated to advertising, and actually have a poor administrative and operational management, which is causing internal conflicts, disorganization in the team and reduced revenues.

It is for this reason that this proposal is very beneficial, as it is the design of internal controls that help improve management and operational efficiency of the company Visual Corp., through a functional organization in an organization, operating manuals and procedures that allow employees to learn and develop their activities efficiently, thus providing good quality service and attracting new customers.

Our type, design and research method was the best, as this helped us to understand exactly where the problem start and provide a permanent solution.

In interviews and surveys of employees and customers respectively, was determined by analysis whereas the implementation of this proposal, as it is helpful in all aspects and that the company has not carried out due to lack of knowledge and funding.

The proposal will not only be the solution to the problems of this company, but also help to increase revenue through a budget that allows acquiring new machinery, so that in this way can produce more and better quality in terms of competition.

The sole purpose of this suggestion is that the company comes to efficiency in all processes and to maintain harmony in the quality of service provided to customers.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Objetivos	4
1.3 Justificación	5
CAPÍTULO II	7
MARCO REFERENCIAL	7
2.1 Marco teórico	7
2.2 Marco legal	14
2.3 Marco conceptual	36
2.4 Hipótesis y variables	39
CAPÍTULO III	41
MARCO METODOLÓGICO	41
3.1 Tipo y diseño de investigación y su perspectiva general	41
3.2 La población y la muestra	42
3.3 Los métodos y las técnicas	44
3.4 Tratamiento estadístico de la información	45
CAPÍTULO IV	46
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	46
4.1 Análisis de la situación actual	46
4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas	47
4.3 Resultados	63
4.4 Verificación de hipótesis	63
CAPÍTULO V	65
PROPUESTA	65
5.1 Tema	65
5.2 Fundamentación	65
5.3 Justificación	72
5.4 Objetivos	72
5.5 Ubicación	73
5.6 Factibilidad	73

5.7 Descripción de la propuesta	76
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	95
BIBLIOGRAFÍA	96
ANEXOS	98

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	39
Declaración de variables.	
Cuadro 2	40
Operacionalización de las variables.	
Cuadro 3	42
Delimitación de la población.	
Cuadro 4	42
Delimitación de la población.	
Cuadro 5	43
Tipo de muestra.	
Cuadro 6	47
Opinión de los clientes sobre el servicio brindado por la empresa Visual Corp.	
Cuadro 7	48
Opinión sobre la falta de orden en la empresa Visual Corp.	
Cuadro 8	49
Opinión de los clientes sobre el trato y la cordialidad de los trabajadores de la empresa Visual Corp.	
Cuadro 9	50
Opinión de los clientes sobre el retraso de la entrega de obra.	
Cuadro 10	51
Opinión de los clientes sobre el conocimiento de los empleados en cuanto a diseño y publicidad.	
Cuadro 11	52
Opinión de los clientes sobre el nivel de preocupación por lograr la satisfacción de los mismos.	

Cuadro 12	53
Opinión de los clientes sobre el grado de satisfacción con el producto recibido.	
Cuadro 13	54
Opinión de los clientes sobre el espacio físico donde se desarrolla la empresa Visual Corp.	
Cuadro 14	55
Opinión de los clientes sobre el tiempo de entrega del producto.	
Cuadro 15	56
Opinión de los clientes sobre la asesoría brindada por los trabajadores de la empresa Visual Corp.	
Cuadro 16	57
Opinión de los clientes sobre la respuesta a las quejas, sugerencias o reclamos realizados por la empresa Visual Corp.	
Cuadro 17	64
Verificación de hipótesis.	
Cuadro 18	74
Matriz FODA.	
Cuadro 19	75
Estrategia FOFA – DODA de la empresa Visual Corp.	
Cuadro 20	76
Fuerzas de PORTER	
Cuadro 21	77
Estructura orgánico – funcional (Organigrama).	
Cuadro 22	78
Manual de funciones.	
Cuadro 23	82
Manual de procedimientos.	
Cuadro 24	85
Detalle de implementación y costos de los controles internos.	
Cuadro 25	86
Detalle de gastos.	
Cuadro 26	87
Detalle de gastos.	

Cuadro 27	88
------------------	----

Detalle de activos.

Cuadro 28	93
------------------	----

Cronograma.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	10
-----------------	----

Etapas de la administración.

Figura 2	47
-----------------	----

Calificación del servicio brindado por la empresa Visual Corp.

Figura 3	48
-----------------	----

Observación de falta de orden en la empresa Visual Corp.

Figura 4	49
-----------------	----

Trato y cordialidad de los trabajadores de la empresa Visual Corp.

Figura 5	50
-----------------	----

Conocimiento de los clientes sobre los retrasos en la entrega de obra.

Figura 6	51
-----------------	----

Conocimiento de los empleados de la empresa Visual Corp., en cuanto a diseño y publicidad.

Figura 7	52
-----------------	----

Nivel de preocupación en cuanto a la satisfacción de los clientes de la empresa Visual Corp.

Figura 8	53
-----------------	----

Grado de satisfacción con el producto recibido.

Figura 9	54
-----------------	----

Espacio físico donde se desarrolla la empresa Visual Corp.

Figura 10	55
------------------	----

Tiempo de entrega del producto.

Figura 11	56
------------------	----

Calificación de la asesoría brindada por los trabajadores de la empresa Visual Corp.

Figura 12	57
------------------	----

Calificación de la respuesta a las quejas, sugerencias o reclamos realizados por los clientes de la empresa Visual Corp.

Figura 13	67
Liderazgo.	
Figura 14	69
Clases de organigrama: verticales.	
Figura 15	69
Clases de organigrama: horizontales.	
Figura 16	70
Clases de organigrama: AFNOR.	
Figura 17	70
Clases de organigrama: circulares.	
Figura 18	71
Clases de organigrama: sectoriales o radiales.	
Figura 19	73
Mapa de ubicación de la empresa Visual Corp.	

INTRODUCCIÓN

El alto grado de la desorganización de los empleados de la empresa Visual Corp. de la ciudad de Milagro acerca de la funcionabilidad administrativa y operacional da como resultado retrasos en los procesos y conflictos internos en la organización.

Es indispensable que el trabajador aprenda a trabajar con responsabilidad y acatando ordenes de la autoridad competente.

Además, es primordial recordar que, se deben establecer políticas internas para crear un buen ambiente laboral y evitar de esta manera la realización de labores repetitivas y conocer a fondo cada una de las actividades que le corresponde desempeñar al empleado.

El propósito de esta investigación, es reorganizar los procesos administrativos y la creación de políticas para mejorar la eficiencia administrativa y operacional del cual el empleado cumpla con un manual de funciones y procedimientos por otra parte crear un presupuesto para la adquisición de nuevas maquinarias.

Finalmente, se va a mejorar la rentabilidad de la organización gracias a las políticas, manual de funciones y procedimientos, que se propondrán para mejorar las funciones administrativas y operacionales que deberán cumplir cada uno de los empleados empezando desde el administrador, innovando estrategias administrativas que permita el crecimiento de los empleados y del negocio ya que esto mejorará la satisfacción de los clientes a través de los productos o servicios brindados y se podrá captar clientes potenciales.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización

Visual Corp. es una empresa familiar como muchas de nuestro medio que tienen problemas administrativos y operacionales debido a la deficiencia que existe en el control interno de la misma lo que genera falta de organización y retrasos en los procesos, ya que no cuentan con un manual de funciones que les determine cada una de sus actividades, y a quienes rendir explicaciones de las mismas, por lo consiguiente existen conflictos con los empleados.

Se encuentra también un alto nivel de rotación del personal e ineficiencia por carencia de conocimientos de los mismos debido: a una fallida selección del personal, ya que no cuentan con perfiles de cargo idóneo para un mejor desempeño de la misma, ésta va obstruyendo los objetivos establecidos, y la situación económica actual no permite hacer capacitaciones constantes para el auto crecimiento profesional.

La intranquilidad de los propietarios de mantener a sus clientes actuales por la falta de nuevas maquinarias, motiva a realizar un estudio para la implementación de maquinarias para entregar a tiempo y con calidad los productos, mejorar la atención al cliente, lograr mejores estrategias de comercialización y esto a su vez, dará como resultado un crecimiento empresarial sostenido y que los socios alcancen los objetivos y metas establecidas.

El mercado cada día se vuelve más exigente y los administradores se ven en la obligación de buscar asesoramiento que ayude a lograr una buena dirección y

control del negocio, ya que no definen con claridad cada uno de los departamentos, no satisfacen las necesidades de sus clientes, además de enfocarse en factores importantes en cuanto a los niveles administrativos por lo cual estamos levantando esta información para dar una solución al problema latente que tiene esta empresa que abarca desde la falta de un organigrama, manual de funciones y procedimientos, así como políticas internas.

1.1.2 Delimitación del tema

País:	Ecuador
Provincia:	Guayas
Cantón:	Milagro
Sector:	Comercial
Área:	Publicidad Gráfica
Tiempo de evaluación:	5 meses

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera se afecta el manejo administrativo y operacional por falta de organización y de políticas internas en la empresa Visual Corp.?

1.1.4 Sistematización del problema

¿De qué manera influyen las responsabilidades y funciones en los retrasos de los procesos en la empresa Visual Corp.?

¿De qué manera se genera desintegración del equipo de trabajo por procesos inadecuados de selección en la empresa Visual Corp.?

¿De qué manera influye la ausencia de control interno con relación a los bajos niveles administrativos en la empresa Visual Corp.?

¿De qué manera influye el alto grado de rotación del personal en la realización de las actividades en la empresa Visual Corp.?

¿De qué forma impide el crecimiento de la empresa las escasas maquinarias?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de los procesos administrativos y operacionales de la empresa Visual Corp. del cantón Milagro para mejorar su desempeño empresarial a través de la reorganización y creación de políticas internas.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar en qué forma afecta el manejo administrativo y operacional de la empresa Visual Corp. Por falta de organización y de políticas internas.

1.2.2 Objetivos Específicos de investigación

- Evaluar cómo las responsabilidades y funciones están generando retrasos en los procesos de la empresa Visual Corp.
- Cuestionar en que forma los errores de selección de personal están generando desintegración organizacional de la empresa Visual Corp.
- Analizar en qué afecta la ausencia de control interno de la empresa Visual Corp.
- Comprobar de qué manera afecta el alto grado de rotación del personal en la empresa Visual Corp.
- Calcular en qué medida afecta la falta de maquinarias para el crecimiento de la empresa Visual Corp.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

El proyecto es de gran relevancia ya que este estudio se enfatiza en los procesos administrativos y operacionales de la organización que puede brindar mejores servicios para el sector empresarial del cantón Milagro.

Las empresas comerciales de publicidad con relación a Visual Corp. se beneficiaran mejorando la funcionabilidad administrativa y operacional, el desempeño del personal con excelente clima organizacional en la realización de sus actividades a través de una comunicación efectiva ya que es muy importante para toda organización la buena relación entre los empleados, reorganización de la misma, ya que carece de niveles administrativos definidos, presupuesto que les ayude a tomar una decisión sobre la ampliación.

El recurso humano es importante se lo debe cuidar y prestarle mucha atención muchas veces cuentan con ideas innovadoras, inquietudes, aportes, reclamos y cualquier otro aspecto que aportan al negocio.

Tener una buena vinculación entre administradores y empleados para que entiendan con claridad los pasos a seguir, ya que el administrador debe poseer características de liderazgo empresarial. Además atender oportunamente los conflictos y mejorar la eficiencia de la organización.

Esta investigación se ajusta de acuerdo al plan nacional del buen vivir al objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población y al Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

Así los colaboradores se sentirán a gusto y pondrán más empeño en sus labores cotidianas con mente positiva, ya que sentirán el crecimiento de ellos mismos y darán mejores resultados para cumplir los objetivos que influye directamente en el crecimiento de Visual Corp., se crearán políticas en el que involucra a todos los trabajadores, que va desde la gerencia hasta el rango más bajo.

Finalmente esta investigación se considera que será importante y destacado como modelo para ser aplicado en otras empresas y como antecedentes a futuras investigaciones.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

La publicidad surgió en la época de la civilización y el comercio es un medio de comunicación en el cual se plasma los productos o servicios que las empresas producen para dar a conocerse una empresa a través de sus marcas y productos con el objetivo de incrementar su clientela.

La empresa Visual Corp., es una empresa ecuatoriana domiciliada en el cantón Milagro perteneciente a la provincia del Guayas. Inició sus actividades el 19 de Septiembre del año 2008.

Surgió a través de un estudio de mercado ya que en el Cantón Milagro contaba con publicistas pero no con maquinarias que realicen impresiones ya que todo se mandaba a imprimir a la ciudad de Guayaquil.

A inicios se implementó la oficina con diseñadores y personal de ventas, luego la primera maquinaria un plotter de 3.20 metros de ancho para impresiones de vallas con una resolución de 480dpi, la mejor resolución hasta ese entonces, en la actualidad se cuenta con mejores máquinas y más personal involucrado.

El crecimiento del negocio ha sido del 50%, ya que cuentan con los siguientes cargos: diseñadores, impresores, jefe de taller, asistente de taller, gerente, asistente administrativa, asistente de ventas, vendedores; están ubicados en las calles Riobamba N° 113 y Enrique Gallo.

Su objetivo es llegar a ser la primera agencia de publicidad de la ciudad de Milagro en participación del mercado frente a la competencia.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Las agencias de publicidad buscan diferenciarse de la competencia a través de servicios o productos innovadores, e igualdad en el trato de los clientes, ajustándose siempre al presupuesto establecido, acorde con los problemas existentes en el ámbito económico y social, ya que están conscientes de que existe la necesidad de ofrecer nuevas opciones que sean diferentes a los competidores, en la actualidad buscan ampliar diversas estrategias que les permitan poder captar potenciales clientes con el objetivo de brindar servicios de óptima calidad y sobre pasar las expectativas de los mismos.¹

Las agencias publicitarias estudiaron la funcionabilidad en su forma de trabajo, implementando varios servicios para que el cliente se sienta satisfecho por la labor realizada, todo esto se obtuvo a través de políticas y procedimientos, así como la creación de departamentos y un sistema organizacional.

La tecnología juega un papel muy importante, ya que no solo depende de usar la creatividad sino también de tener los recursos necesarios para brindar un servicio de calidad.

Entre las principales agencias a nivel mundial tenemos:

1. J. Walter Thompson
2. McCann Erickson
3. Ogilvy & Mather
4. Ted Bates & Company²

¹ Arroyo, Cantos y Luzuriaga - ESPOL (2011)

² Cadena Nelson – UTE (2007)

La primera agencia de publicidad creada en el Ecuador fue **Huerta publicidad** en el año 1935, en ese entonces la agencia manejaba la cuenta de los tranvías eléctricos de la ciudad de Guayaquil y la Lotería de la misma ciudad.

En el año de 1968 surge la AEAP (Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad), que fue oficiada legalmente 2 años más tarde (1970). Entre las principales agencias afiliadas a la AEAP tenemos:

- Acción Publicidad
- Alta Internacional de Publicidad
- Bea Publicidad
- Cine arte
- De Maruri³

“De lo que nos muestran los medios de comunicación con respecto al mercado publicitario en el Ecuador, entendemos que la publicidad en internet aun puede ser plenamente desarrollada”. Víctor Kong (2012).

2.1.3 Fundamentación Teórica

La deficiencia administrativa y operacional genera conflictos internos en la empresa por tal motivo la administracion es una actividad indispensable que tiene por objeto lograr que las empresas trabajen de manera uniforme, teniendo en cuenta que es el conjunto de procesos, actividades y responsabilidades que cada departamento de la organización debe cumplir.

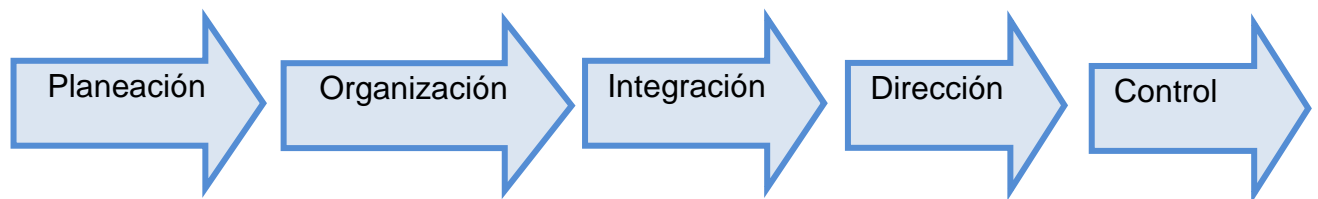
En el caso de las empresas familiares donde los cargos o funciones no estan establecidos debido a que una sola persona es quien toma las decisiones, existe mayor incidencia de deficiencia administrativa.

En la administración el propósito fundamental de una empresa u organización es una meta uobjetivo que genera una visión en el tiempo, para ello se requiere una

³ Cadena Nelson – UTE (2007)

estrategia para alcanzar los mismos, debe existir un plan estratégico para alcanzarlos, así como también conseguir, establecer y administrar los recursos. Los gerentes deben administrar de manera efectiva de lo contrario podrían fracasar. Es por tal motivo que debemos cumplir con cada una de las etapas de la administración que son:

Figura 1.-Etapas de la administración.



Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

- **Planeación:** Implica que los administradores estudian con anticipación en metas y acciones es desde este punto donde se dirige el rumbo de la organización y nos va a ayudar a establecer cuales son nuestras oportunidades y amenazas dentro del mercado, nos ayuda también a establecer nuestra misión, visión, y los objetivos que queremos alcanzar y las políticas que vamos a implantar para conseguir el éxito.

Los planes comprometen los recursos que se requiere para cumplir con la meta, los trabajadores desempeñan actividades coherentes con los procedimientos elegidos que direccionan hacia los objetivos y estos pueden ser medidos y controlados de modo que cuando sea insatisfactorio se pueda tomar medidas correctivas.

Pasos para planificar:

1. Elegir meta de la organización.
2. Se las establece para cada departamento o trabajador.
3. Se establecen programas para alcanzarlas de manera sistemática.

Los planes significan compromisos de cada uno de los miembros de la organización.

- **Organización:** Es el proceso de ordenar y distribuir cada una de las actividades que van a desarrollar los trabajadores, la autoridad y los recursos donde vamos a poner en practica el manual de funciones el cual especifica para evitar asi labores repetitivas y reducir costos o gastos.

- **Integración:** Esta es una de las etapas mas importantes, ya que debemos aprovechar cada uno de los recursos de la empresa:
 - ✓ Recursos humanos: que consiste en relalizar una buena selección de personal, un adecuado reclutamiento para de esta manera contratar el personal mas idoneo.
 - ✓ Recursos materiales y tecnologicos: esto nos ayuda a realizar nuestro trabajo con la velocidad y calidad requerida por el cliente.

- **Dirección:** Implica mandar, influir y motivar. En este proceso se debe lograr la comunicación con los empleados y a traves de motivaciones o incentivos para que realicen actividades esenciales, Los gerentes son los que crean el ambiente apropiado para explotar todo su potencial, buscando asesoria si es necesario para lograr un eficiente liderazgo.

- **Control:** el control nos servira para detectar, prevenir y eliminar aquellas fallas que causen desviaciones en los objetivos planteados.

El proceso de organización en una empresa es de vital importancia, ya que a traves de ellos vamos a lograr cumplir con con los propositos establecidos y delimitar funciones para que los empleados laboren eficientemente y los clientes salgan satisfechos con el producto o servicio brindado. Mucho depende de los clientes el éxito de la empresa, ya que si tenemos clientes descontentos por ende nuestras ventas se reduciran.

Por tal motivo debemos prestar mucha importancia a la desorganizacion que existe dentro del equipo de trabajo, una de los pasos que un jefe debe seguir es la comunicación ya que es la base principal para combatir la desorganizacion, para que los empleados puedan estar en un ambiente laboral armonico y en confianza.

Los gerentes deben de estar seguro de las acciones de los miembros de la organización que lo direccionan hacia las metas establecidas.

Para ello se requiere:

1. Establecer estándares de desempeño.
2. Medir los resultados presentes.
3. Comparar los resultados con las normas establecidas.
4. Tomar medidas correctivas cuando se generan desviaciones.

Los catorce puntos de Deming guiará la administración que persigue la calidad.

1. Conseguir constancia de propósitos en mejorar los productos y servicios.
2. Adoptar la nueva filosofía.
3. Dejar de depender de las inspecciones masivas.
4. Acabar con la costumbre de otorgar negocios solo con base en el precio.
5. Mejorar de forma constante y permanente en sistema de producción y de servicios.
6. Instituir métodos modernos de capacitación en el trabajo.
7. Instituir el liderazgo.
8. Acabar con el miedo.
9. Abatir los obstáculos entre las áreas administrativas.
10. Eliminar los lemas, exhortos y objetivos destinados a los trabajadores.
11. Eliminar las cuotas numéricas.
12. Abatir los obstáculos que impiden orgullecer se del trabajo.
13. Instituir un programa vigoroso para estudio y capacitación.
14. Tomar medidas para lograr la transformación.

Los gerentes necesitan poseer los tres niveles de habilidades:

- ✓ **Habilidad técnico:** habilidad para usar procedimientos, técnicas y conocimientos de un campo especializado.
- ✓ **Habilidad humanista:** habilidad para trabajar con otros, entenderlos y motivarlos de manera individual o en grupo.
- ✓ **Habilidad conceptual:** habilidad para coordinar e integrar todos los intereses y las actividades de una organización.

En un mundo cambiante con rapidez los gerentes tienen motivos para vincular su experiencia en cuanto a planeación, organización, integración, dirección y control con una visión, análisis ético, sensibilidad ante la diversidad cultural y una comprensión de la idea misma del trabajo y el centro de trabajo.

Los catorce principios de la administración según Fayol:

1. División del trabajo.
2. Autoridad.
3. Disciplina.
4. Unidad de mando.
5. Unidad de dirección.
6. Subordinación del interés individual al bien común.
7. Remuneración.
8. Centralización.
9. Jerarquía.
10. Orden.
11. Equidad.
12. Estabilidad del personal.
13. Iniciativa.
14. Espíritu de grupo.

Cuando la administración estimula que los empleados trabajen más y con calidad, la empresa cuenta con relaciones humanas eficaces; cuando el ánimo y la eficiencia se deterioran descomponen se estima que las relaciones humanas no son eficaces.

La cultura de la organización

Son procesos importantes como normas, valores, actitudes y creencias compartidos por los trabajadores de la empresa.

Los niveles de cultura de Shein:

- ✓ Artefactos
- ✓ Valores adoptados
- ✓ Supuestos básicos fundamentales

Artefactos: Procesos y estructuras visibles de la organización. (Difícil de descifrar)
Es lo que uno ve, escucha y se siente cuando se encuentra con un grupo nuevo que tiene una cultura desconocida para uno.

Valores adoptados: Estrategias, metas filosóficas. (Justificaciones adoptadas)
Son las razones que atacamos para explicar por qué hacemos lo que hacemos.

Supuestos básicos fundamentales: Creencias, percepciones, pensamientos y sentimientos inconscientes que dan por sentado. (Valores y actos).
Las creencias que los miembros de una organización dan por sentado según “la manera indicada de hacer las cosas”.

2.2 MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

TÍTULO II

DERECHOS

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las 26 personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

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 de todas las personas, y será deber y necesidades individuales y colectivas.

El Estado garantizaré 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.

TÍTULO VII

RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

Sección séptima

Comunicación social

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos

de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

LEY DE COMUNICACIÓN

TÍTULO IV

Regulación de contenidos

Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.- Para efectos de esta ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia.

Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.

SECCIÓN V

Publicidad

Actores de la publicidad.- La interrelación comercial entre los anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación social y demás actores de la gestión publicitaria se regulará a través del reglamento de esta ley, con el objeto de establecer parámetros de equidad, respeto y responsabilidad social, así como evitar formas de control monopólico u oligopólico del mercado publicitario.

La creatividad publicitaria será reconocida y protegida con los derechos de autor y las demás normas previstas en la Ley de Propiedad Intelectual.

Los actores de la gestión publicitaria responsables de la creación, realización y difusión de los productos publicitarios recibirán en todos los casos el reconocimiento intelectual y económico correspondiente por los derechos de autor sobre dichos productos.

LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

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

Publicidad abusiva.- Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva.

Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales. 5

Publicidad engañosa.- Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO

Art. 6.- Publicidad Prohibida.- Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

Art. 7.- Infracciones publicitarias.- Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a:

1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;
3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras; y,
4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras, tales como medallas, premios, trofeos o diplomas.

Art. 8.- Controversias derivadas de la publicidad.- En las controversias que pudieren surgir como consecuencia del incumplimiento de lo dispuesto en los artículos precedentes, el anunciante deberá justificar adecuadamente la causa de dicho incumplimiento.

El proveedor, en la publicidad de sus productos o servicios, mantendrá en su poder, para información de los legítimos interesados, los datos técnicos, fácticos y científicos que dieron sustento al mensaje.

CÓDIGO DE TRABAJO

Capítulo II

De la capacidad para contratar

Art. 35.- Quienes pueden contratar.- Son hábiles para celebrar contratos de trabajo todos los que la ley reconoce con capacidad civil para obligarse.

Art. 36.- Representantes de los empleadores.- Son representantes de los empleadores los directores, gerentes, administradores, capitanes de barco, y en general, las personas que a nombre de sus principales ejercen funciones de dirección y administración, aún sin tener poder escrito y suficiente según el derecho común.

El empleador y sus representantes serán solidariamente responsables en sus relaciones con el trabajador.

Capítulo III

De los efectos del contrato de trabajo

Art. 37.- Regulación de los contratos.- Los contratos de trabajo están regulados por las disposiciones de este Código, aún a falta de referencia expresa y a pesar de lo que se pacte en contrario.

Art. 38.- Riesgos provenientes del trabajo.- Los riesgos provenientes del trabajo son de cargo del empleador y cuando, a consecuencia de ellos, el trabajador sufre daño personal, estará en la obligación de indemnizarle de acuerdo con las disposiciones de este Código, siempre que tal beneficio no le sea concedido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Art. 39.- Divergencias entre las partes.- En caso de divergencias entre empleador y trabajador sobre la remuneración acordada o clase de trabajo que el segundo debe

ejecutar, se determinarán, una y otra, por la remuneración percibida y la obra o servicios prestados durante el último mes.

Si esta regla no bastare para determinar tales particulares, se estará a la costumbre establecida en la localidad para igual clase de trabajo.

Art. 40.- Derechos exclusivos del trabajador.- El empleador no podrá hacer efectivas las obligaciones contraídas por el trabajador en los contratos que, debiendo haber sido celebrados por escrito, no lo hubieren sido; pero el trabajador sí podrá hacer valer los derechos emanados de tales contratos.

En general, todo motivo de nulidad que afecte a un contrato de trabajo sólo podrá ser alegado por el trabajador.

Art. 41.- Responsabilidad solidaria de empleadores.- Cuando el trabajo se realice para dos o más empleadores interesados en la misma empresa, como condueños, socios o copartícipes, ellos serán solidariamente responsables de toda obligación para con el trabajador.

Igual solidaridad, acumulativa y electiva, se imputará a los intermediarios que contraten personal para que presten servicios en labores habituales, dentro de las instalaciones, bodegas anexas y otros servicios del empleador.

Capítulo IV

De las obligaciones del empleador y del trabajador

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

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones legales y a las órdenes de las autoridades sanitarias;
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;
9. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;

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

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

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

Cuando el trabajador se separe definitivamente, el empleador estará obligado a conferirle un certificado que acredite:

a) El tiempo de servicio;

b) La clase o clases de trabajo; y,

c) Los salarios o sueldos percibidos;

1) 15. Atender las reclamaciones de los trabajadores;

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

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

23) Contratar personas discapacitadas según sus aptitudes y de acuerdo a las posibilidades y necesidades de la empresa; y,

Art. 46.- Prohibiciones al trabajador.- Es prohibido al trabajador:

a. Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de otras personas, así como de la de los establecimientos, talleres y lugares de trabajo;

b. Tomar de la fábrica, taller, empresa o establecimiento, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados;

c. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes;

d. Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva;

e. Hacer colectas en el lugar de trabajo durante las horas de labor, salvo permiso del empleador;

f. Usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados;

- g. Hacer competencia al empleador en la elaboración o fabricación de los artículos de la empresa;
- h. Suspender el trabajo, salvo el caso de huelga; e,
- i. Abandonar el trabajo sin causa legal.

Art. 81.- Estipulación de sueldos y salarios.- Los sueldos y salarios se estipularán libremente, pero en ningún caso podrán ser inferiores a los mínimos legales, de conformidad con lo prescrito en el artículo 117 de este Código.

Art. 82.- Remuneraciones por horas: diarias, semanales y mensuales.- En todo contrato de trabajo se estipulará el pago de la remuneración por horas o días, si las labores del trabajador no fueran permanentes o se tratasen de tareas periódicas o estacionales; y, por semanas o mensualidades, si se tratare de labores estables y continuas.

Si en el contrato de trabajo se hubiere estipulado la prestación de servicios personales por jornadas parciales permanentes, la remuneración se pagará tomando en consideración la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa, que no podrá ser inferior a los mínimos vitales generales o sectoriales.

De igual manera se pagarán los restantes beneficios de ley, a excepción de aquellos que por su naturaleza no pueden dividirse, que se pagarán íntegramente.

CÓDIGO TRIBUTARIO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

Art. 15.- Concepto.- Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley.

DE LOS SUJETOS

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

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

LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO CONTABILIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Art. 20.- Estados financieros.- Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para la 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.

HECHO IMPONIBLE Y SUJETOS DEL IMPUESTO

Art. 64.- Facturación del impuesto.- Los sujetos pasivos del IVA tienen la obligación de emitir y entregar al adquiriente del bien o al beneficiario del servicio facturas, boletas o notas de venta, según el caso, por las operaciones que efectúe, en conformidad con el reglamento. Esta obligación regirá aun cuando la venta o prestación de servicios no se encuentren gravados o tengan tarifa cero. En las facturas, notas o boletos de venta deberá hacerse constar por separado el valor de las mercaderías transferidas o el precio de los servicios prestados y la tarifa del impuesto; y el IVA cobrado.

El no otorgamiento de facturas, boletas, notas o comprobantes de venta constituirá un caso especial de defraudación que será sancionado de conformidad con el Código Tributario.

En caso de los derivados del petróleo para consumo interno y externo, Petrocomercial, las comercializadoras y los distribuidores facturarán desglosando el impuesto al valor agregado IVA, del precio de venta.

DECLARACIÓN Y PAGO DEL IVA

Art. 67.- Declaración del impuesto.- Los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar la declaración en el mes subsiguiente de realizadas, en la forma y plazos que se establezcan en el reglamento.

Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la

retención total del IVA causado, presentaran una declaración semestral de dichas transferencias, a menos que sea agente de retención del IVA.

Art. 69.- Pago del impuesto.- La diferencia resultante, luego de la deducción indicada en el artículo anterior, constituye el valor que debe ser pagado en los mismos plazos previstos para la presentación de la declaración.

Si la declaración arroja saldo a favor del sujeto pasivo, dicho saldo será considerado crédito tributario, que se hará efectivo en la declaración del mes siguiente.

Los valores así obtenidos se afectarán con las retenciones practicadas al sujeto pasivo y el crédito tributario del mes anterior si lo hubiere.

Cuando cualquier circunstancia evidente se presuma que el crédito tributario resultante no podrá ser compensado con el IVA causado dentro de los seis meses inmediatos siguientes, el sujeto pasivo podrá solicitar al Director Regional o Provincial del Servicio de Rentas Internas la devolución o la compensación del crédito tributario originado por retenciones que hayan sido practicadas. La devolución o compensación de los saldos del IVA a favor del contribuyente no constituyen pagos indebidos y, consiguientemente, no causaran intereses.

LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes. También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerza Armadas y la Policía Nacional; así como

toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo si lo consideran conveniente.

Si un obligado a inscribirse, no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, el Director General del Servicio de Rentas Internas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción; sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión.

REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

DE LOS COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

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

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

Art. 4.- Autorización de impresión de los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención.- Los sujetos pasivos solicitarán al Servicio de Rentas Internas la autorización para la impresión y emisión de los comprobantes de venta y sus documentos complementarios, así como de los comprobantes de retención, a través de los establecimientos gráficos autorizados, en los términos y condiciones del presente reglamento.

Los sujetos pasivos también podrán solicitar al Servicio de Rentas Internas la autorización para que dichos documentos puedan emitirse mediante sistemas computarizados, en los términos y condiciones que establezca dicha entidad.

El Servicio de Rentas Internas autorizará la utilización de máquinas registradoras para la emisión de tickets, siempre que correspondan a las marcas y modelos previamente calificados por dicha institución.

Cuando por cualquier medio se hubiere verificado el incumplimiento de la presentación de alguna declaración por parte del sujeto pasivo o que se encuentre en mora en el pago del respectivo impuesto o de cualquier otra obligación tributaria firme, el Servicio de Rentas Internas autorizará, por una sola vez, la impresión de los documentos con un plazo de vigencia de tres meses, tiempo dentro del cual, el contribuyente deberá cumplir con sus obligaciones tributarias a fin de que pueda ser autorizado para la impresión de los documentos por el término anual.

El Servicio de Rentas Internas podrá ampliar el período de vigencia de los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, para los sujetos pasivos que hayan cumplido de manera ejemplar con sus obligaciones tributarias. Así mismo, podrá dicha entidad suspender la vigencia de la autorización de los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, cuando el contribuyente incumpliere la presentación de sus declaraciones o mantuviere impaga una deuda tributaria firme por más de 60 días. Esta suspensión también procederá cuando por cualquier medio el Servicio de Rentas Internas compruebe inconsistencias en la información o que se han alterado las condiciones originalmente establecidas, presentadas por los sujetos pasivos autorizados a emitir dichos comprobantes por medios electrónicos.

Art. 5.- Obligación de emisión de comprobantes de venta.- Están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de los impuestos a la renta, al valor agregado y a los consumos especiales, sean sociedades o personas naturales, incluyendo las sucesiones indivisas, obligados o no a llevar contabilidad, en los términos establecidos por la Ley de Régimen Tributario Interno.

Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes, aun cuando se realicen a título gratuito, o de la prestación de servicios de cualquier naturaleza, o se encuentren gravadas con tarifa cero (0%) del impuesto al valor agregado. La emisión de estos documentos será efectuada únicamente por transacciones propias del sujeto pasivo autorizado; de comprobarse lo contrario, la Administración Tributaria denunciará el particular al Ministerio Público.

Para el caso de la transferencia de bienes o la prestación de servicios realizados por personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, a excepción de las transferencias de combustibles líquidos derivados de hidrocarburos y gas licuado de petróleo, dicha obligación se origina únicamente por transacciones superiores a US \$ 4,00 (Cuatro dólares de los Estados Unidos de América). Sin embargo, al final de las operaciones de cada día, dichos sujetos pasivos deberán emitir una nota de venta resumen por las transacciones realizadas por montos inferiores o iguales a US\$ 4,00 (Cuatro dólares de los Estados Unidos de América) por las que no se emitieron comprobantes de venta. No obstante, a petición del comprador del bien o servicio, estarán obligados a emitir- y entregar comprobantes de venta.

Se encuentran exceptuadas de la obligación de emitir comprobantes de venta, las instituciones del Estado que prestan servicios administrativos en los términos del numeral 10 del Art. 55 de la Ley de Régimen Tributario Interno.

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

Art. 6.- Obligación de emisión de comprobantes de retención.- Los agentes de retención, en forma obligatoria, emitirán el comprobante de retención y lo entregarán en el momento que se realiza el pago o se acredita en cuenta, y dentro de los plazos previstos en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Los sujetos pasivos también podrán solicitar al Servicio de Rentas Internas la autorización para que dichos documentos puedan emitirse mediante sistemas computarizados, en los términos y condiciones que establezca dicha entidad.

El Servicio de Rentas Internas autorizará la utilización de máquinas registradoras para la emisión de tiquetes, siempre que correspondan a las marcas y modelos previamente calificados por dicha institución.

Los sujetos pasivos que tengan autorización para emitir comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, mediante sistemas computarizados, podrán solicitar autorización para la emisión y entrega de comprobantes impresos por establecimientos gráficos autorizados, para cuando se requiera la emisión de estos, por cualquier circunstancia.

Los sujetos pasivos autorizados a emitir tiquetes de máquinas registradoras deben, además, contar obligatoriamente con facturas o notas de venta autorizadas, las que deberán entregar al adquirente del bien o servicio, con los datos que lo identifiquen como tal, cuando lo solicite, para justificar sus deducciones del impuesto sobre la renta.

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

Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes, aún cuando se realicen a título gratuito, autoconsumo o de la prestación de servicios de cualquier naturaleza, incluso si las operaciones se encuentren gravadas con tarifa cero (0%) del impuesto al valor agregado.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Los agentes de retención en forma obligatoria emitirán el comprobante de retención en el momento que se realice el pago o se acredite en cuenta, lo que ocurra primero

y estará disponible para la entrega al proveedor dentro de los cinco días hábiles siguientes al de presentación del comprobante de venta.

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

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

LEY DE SEGURIDAD SOCIAL

NORMAS GENERALES

Art. 2.- Sujetos de Protección.- Son sujetos "obligados a solicitar la protección" del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:

- a. El trabajador en relación de dependencia;
- b. El trabajador autónomo;
- c. El profesional en libre ejercicio;
- d. El administrador o patrono de un negocio;
- e. El dueño de una empresa unipersonal;
- f. El menor trabajador independiente; y,
- g. Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

Son sujetos obligados a solicitar la protección del régimen especial del Seguro Social Campesino, los trabajadores que se dedican a la pesca artesanal y el habitante rural que labora "habitualmente" en el campo, por cuenta propia o de la comunidad a la que pertenece, que no recibe remuneraciones de un empleador público o privado y tampoco contrata a personas extrañas a la comunidad o a terceros para que realicen actividades económicas bajo su dependencia.

Nota: Las frases entre comillas Declaradas Inconstitucionales de Fondo por Resolución del Tribunal Constitucional No. 052-2001-RA, publicada en Registro Oficial Suplemento 525 de 16 de Febrero del 2005.

Art. 3.- Riesgos Cubiertos.- El Seguro General Obligatorio protegerá a sus afiliados obligados contra las contingencias que afecten su capacidad de trabajo y la obtención de un ingreso acorde con su actividad habitual, en casos de:

- a. Enfermedad;
- b. Maternidad;
- c. Riesgos del trabajo;
- d. Vejez, muerte, e invalidez, que incluye discapacidad; y,
- e. Cesantía.

El Seguro Social Campesino ofrecerá prestaciones de salud y, que incluye maternidad, a sus afiliados, y protegerá al Jefe de familia contra las contingencias de vejez, muerte, e invalidez, que incluye discapacidad.

Para los efectos del Seguro General Obligatorio, la protección contra la contingencia de discapacidad se cumplirá a través del seguro de invalidez.

DE LA RECAUDACIÓN Y DE LA MORA PATRONAL

Art. 73.- Inscripción del afiliado y pago de aportes.- El empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvención, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor, y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días, con

excepción de los empleadores del sector agrícola que están exentos de remitir los avisos de entrada y de salida, acreditándose el tiempo de servicio de los trabajadores únicamente con la planilla de remisión de aportes, sin perjuicio de la obligación que tienen de certificar en el carné de afiliación al IESS, con su firma y sello, la fecha de ingreso y salida del trabajador desde el primer día de inicio de la relación laboral. El incumplimiento de esta obligación será sancionado de conformidad con el Reglamento General de Responsabilidad Patronal. El empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la enfermedad, la separación del trabajador, u otra novedad relevante para la historia laboral del asegurado, dentro del término de tres (3) días posteriores a la ocurrencia del hecho.

El IESS está obligado a entregar al afiliado una tarjeta personalizada que acredite su incorporación al Seguro General Obligatorio, dentro del plazo de treinta (30) días posteriores a la inscripción a cargo del empleador o a la fecha de aceptación de la solicitud de afiliación voluntaria.

El afiliado está obligado a exhibir su tarjeta personalizada para todo trámite o solicitud de prestación ante el IESS o las administradoras de los seguros sociales, y a presentarla al nuevo empleador para el reconocimiento de sus derechos previsionales desde el momento de su ingreso.

El empleador y el afiliado voluntario están obligados, sin necesidad de reconvención previa, a pagar las aportaciones del Seguro General Obligatorio dentro del plazo de quince (15) días posteriores al mes que correspondan los aportes. En caso de incumplimiento, serán sujetos de mora sin perjuicio de la responsabilidad patronal a que hubiere lugar, con sujeción a esta Ley.

En cada circunscripción territorial, la Dirección Provincial del IESS está obligada a recaudar las aportaciones al Seguro General Obligatorio, personales y patronales, que paguen los afiliados y los empleadores, directamente o a través del sistema bancario.

Nota: Inciso primero reformado por Ley No. 50, publicada en el Registro Oficial 317 de 20 de julio del 2006.

Art. 88.- Certificado de cumplimiento de obligaciones patronales.- Para que el empleador pueda hacer uso de los derechos que el Código del Trabajo le confiere respecto de sus trabajadores, deberá probar mediante certificación del IESS que no se halla en mora en el pago de sus obligaciones patronales.

La certificación a que se refiere este artículo deberá concederla la Dirección Provincial del IESS en el plazo perentorio de quince (15) días contados desde la fecha de presentación de la respectiva solicitud, y tendrá validez por un máximo de treinta (30) días.

Art. 94.- Responsabilidad Patronal.- Si por culpa de un patrono el IESS no pudiese conceder a un trabajador o a sus deudos las prestaciones en dinero que fueran reclamadas y a las que habrían podido tener derecho, o si resultaren disminuidas dichas prestaciones por falta de cumplimiento de las obligaciones del empleador, este será responsable de los perjuicios causados al asegurado o a sus deudos, responsabilidad que el Instituto hará efectiva mediante la coactiva.

El IESS concederá tales prestaciones, en la parte debida a la omisión o culpa del empleador, solamente cuando se haga efectiva la responsabilidad de éste, a menos que el patrono rinda garantía satisfactoria para el pago de lo que debiere por aquel concepto.

Art. 99.- Control y Castigo de la mora patronal.- El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social analizará obligatoriamente, cada tres (3) meses, la situación de la mora patronal. En los casos que la considere totalmente incobrable por la insolvencia declarada judicialmente de los deudores y garantes, procederá al castigo de la deuda. Tal castigo, de finalidad exclusivamente contable, no comporta condonación de la deuda y se sujetará al procedimiento y más condiciones que establezca el reglamento respectivo.

El castigo de una obligación llevará implícita la prohibición, para el deudor directo o responsable solidario, de acogerse a las prestaciones y beneficios del Seguro Social, debiendo retenerse pensiones jubilares, fondos de reserva y cesantía, hasta cubrir el monto de las obligaciones en mora. Se levantarán estas sanciones cuando

se hubiere cancelado la obligación que las causó. Declarado el castigo de una obligación, se pondrá el particular en conocimiento de todas las dependencias del Instituto.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Organización como unidad o entidad social: Es en la cual las personas interactúan para alcanzar objetivos comunes. En este sentido, la palabra Organización significa cualquier empresa humana creada y moldeada intencionalmente para alcanzar objetivos determinados. Esta definición se aplica a todos los tipos de organizaciones, aunque tengan o no ánimo de lucro, como empresas fabriles, bancos, empresas financieras, hospitales, clubes, universidades, almacenes y comercio en general, organismos públicos, iglesias, y un sinnúmero de tipos.

Organización Formal: Basada en la división racional del trabajo, en la diferenciación y la integración de sus órganos; está representada por el organigrama. Es la organización planeada, es decir, la que aparece oficialmente en papel, aprobada, por la dirección y comunicada a todos los participantes mediante los manuales de la empresa.

Administración: Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar metas establecidas por la organización.

Control administrativo: El control es la función administrativa por medio de la cual se evalúa el rendimiento. El control es un elemento del proceso administrativo que incluye todas las actividades que se emprenden para garantizar que las operaciones reales coincidan con las operaciones planificadas.

Ampliación: Son aquellas que constituyen una inversión complementaria para aumentar los equipos o edificios; mientras que las mejoras son las que se introducen en los elementos ya existentes para sustituir una pieza.

Control interno: (Internal Control). Actividades de seguimiento, vigilancia y control que implanta una empresa, con el fin de observar el cumplimiento de los procedimientos administrativos y poder así ser más rigurosos y eficaces.

Selección de personal: La selección de personal forma parte del proceso de provisión de personal, y viene luego del reclutamiento. Éste y la selección de personal son dos fases de un mismo proceso: consecución de recursos humanos para la organización.

Competencia: Conjunto de conocimientos, habilidades, y actitudes aplicados en el desempeño de una determinada responsabilidad o aportación profesional se cumplen las metas.

Servicio: Conjunto de presentaciones que el cliente espera, del producto o servicio como consecuencia del precio, imagen y reputación.

Atención al cliente: Es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción.

Recursos humanos: Se denomina **recursos humanos (RRHH)** al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización. Pero lo más frecuente es llamar así a la **función** o **gestión** que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener a los colaboradores de la organización.

Capacitaciones: Es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del individuos en el desempeño de una actividad.

Clientes: Es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago.

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

Publicidad: La publicidad es uno de los elementos de la mezcla de promoción o comunicación, siendo el más efectivo a la hora de promocionar un producto o servicio, aunque por otro lado, el más costoso.

Procesos: Se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades.

Ambiente laboral: Es el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por lo tanto en la productividad. Está relacionado con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno.

Presupuesto: El presupuesto es, en este sentido, la cantidad de dinero que se estima que será necesaria para hacer frente a ciertos gastos.

Rentabilidad: Es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado.

Organigrama: Es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Representan las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competencias de vigor en la organización.

Metas: Es el fin u objetivo de una acción o plan.

Medidas correctivas: Es la "acción para eliminar la causa de la no conformidad detectada". La acción correctiva no puede ser tomada sin primero hacer una determinación de la causa de la no conformidad. Existen muchos métodos y

herramientas disponibles en una organización, para determinar la causa de una no conformidad desde una simple tormenta de ideas hasta técnicas más complejas de resolución sistemática de problemas (por ejemplo, análisis de causa raíz, diagramas de pescado, "los cinco porqué", diagramas de árbol, etc.).

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

Si existe una deficiencia administrativa y operacional ésta generará conflictos internos en la empresa por falta de organización y definición de políticas internas que guíen las labores.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- Si la desorganización en el equipo de trabajo persiste es un problema constante entonces se reducirán los ingresos y por ende la compañía fracasará en sus objetivos.
- Si el descontento de los clientes seguirá incrementándose entonces se irán a la competencia y afectaría nuestro presupuesto por falta de ingresos.

2.4.3 Declaración de Variables

CUADRO Nº 1.- Declaración de variables.

Si persiste la deficiencia administrativa y operacional entonces generará conflictos internos en la empresa por falta de un manual de funciones que dirijan sus labores.	VI:	La deficiencia administrativa y operacional
	VD:	Conflictos internos en la empresa
Si la desorganización en el equipo de trabajo persiste es un problema constante entonces se reducirán los ingresos y por ende la compañía fracasará en sus objetivos.	VI:	Desorganización en el equipo de trabajo
	VD:	Reducción de los ingresos y fracaso de los objetivos
Si el descontento de los clientes seguirá incrementándose entonces se irán a la competencia y afectaría nuestro presupuesto por falta de ingresos.	VI:	La competencia afectaría nuestro presupuesto por falta de ingresos
	VD:	Descontento de los clientes

Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

2.4.4 Operacionalización de las Variables

CUADRO N° 2.- Operacionalización de las variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADOR
VI: La deficiencia administrativa y operacional	Carencia de procesos y funciones	Falta de manual de procesos y funciones
		Asignación de responsabilidades
VD: Conflictos internos en la empresa	Discusión dentro de la organización	Escasa comunicación
		Falta de controles
VI: Desorganización en el equipo de trabajo	Carencia de organización de las personas que laboran en la empresa	Rotación del personal
		Falta de dirección
VD: Reducción de los ingresos y fracaso de los objetivos	Disminución de valores en dinero y no alcanzar metas.	Falta de control interno
		Poca producción
		Escasos conocimientos por parte del diseñador.
VI: La competencia afectaría nuestro presupuesto por falta de ingresos	Los rivales perjudican valor a ingresar	Resultados de las ventas
		Personal escasos conocimientos de la materia
VD: Descontento de los clientes	Insatisfacción de las personas que usan el servicio o producto de la empresa	Demora en la entrega del producto
		Inconformidad con el diseño del producto

Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Investigación cuantitativa

El proyecto que vamos a realizar es de tipo cuantitativo porque nos permitirá investigar datos de aspecto numérico, es decir nos va a ayudar a definir o delimitar con exactitud donde inicia el problema.

Investigación no experimental

Debido a sus variables la investigación será no experimental, ya que es la exploración empírica en la que el científico no posee control directo sobre las variables, debido a que ya han sucedido. Y lo que busca es ofrecerle una solución al problema estudiado.

Investigación descriptiva

La Investigación descriptiva, detalla la información de las personas involucradas en el análisis, consiste en conocer las posturas, costumbres y el comportamiento a través de la especificación precisa de las actividades que realizan estas personas.

No solo se requiere la recolección de datos, sino en determinar la vinculación de una variable con otra. Se reúnen los datos referentes al origen de una hipótesis y luego se estudian atentamente los resultados, con el propósito de comprender el problema objeto de investigación.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Debido a que nuestro proyecto está orientado a la administración y operacionabilidad de determinada compañía vamos a investigar o estudiar a las personas que tienen vinculación directa con la organización, es decir trabajadores y clientes de la empresa VISUAL CORP.

3.2.2 Delimitación de la población

CUADRO N° 3.- Delimitación de la población

CLIENTES	%	Nº
Bucay	9	7
Guayaquil	9	7
Milagro	21	17
Naranjal	7	6
Riobamba	5	4
Salinas	6	5
Jujan	8	6
Triunfo	10	8
La Troncal	10	8
Yaguachi	15	12
TOTAL		80

Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

CUADRO N° 4.- Delimitación de la población

TALENTO HUMANO	%	Nº
Asistente Administrativo	9	1
Asistente de Taller	9	1
Asistente Ventas	9	1
Diseñadores	18	2
Gerente	9	1
Impresores	18	2
Jefe de taller	9	1
Vendedores	18	2
TOTAL		11

Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestreo que vamos a aplicar en este estudio es aleatorio estratificado debido a los clientes no solo son provenientes del cantón milagro sino también de distintos lugares como: Bucay, Guayaquil, Naranjal, Riobamba, Salinas, Jujan, El Triunfo, La Troncal, Yaguachi.

CLIENTES	%	N°
Bucay	9%	7
Guayaquil	9%	7
Milagro	21%	17
Naranjal	7%	6
Riobamba	5%	4
Salinas	6%	5
Jujan	8%	6
Triunfo	10%	8
Troncal	10%	8
Yaguachi	15%	12
TOTAL		80

3.2.4 Tamaño de la muestra

El tamaño de nuestra muestra será la cantidad de clientes que mantiene la Empresa Visual Actualmente que es de 80 clientes.

3.2.5 Proceso de selección

Nos acercaremos a las personas que laboran en la empresa en su totalidad que son: diseñadores, impresores, jefe de taller, asistente de taller, gerente, asistente administrativa, asistente de ventas y vendedores; además a los clientes de la misma de acuerdo a la fórmula aplicada se realizaran 80 encuestas.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Analítico – Sintético

Éste método es importante porque permite investigar los motivos del problema general de forma individual.

Hipotético – Deductivo

El método hipotético-deductivo es la técnica o vía que persigue el examinador para hacer de su actividad una práctica científica, ya que a través de la observación y creación de una hipótesis demuestra dicho fenómeno, así mismo de la deducción de consecuencias verifica o comprueba la autenticidad de los problemas.

Inductivo – Deductivo

Este método es el que constituye de proposiciones de carácter general obtenidas mediante la observación y análisis de conductas particulares, el método deductivo explica estas conductas al comprobarlas.

3.3.2 Métodos empíricos

En el transcurso de ésta investigación utilizaremos la observación directa como un procedimiento en la comprobación de las hipótesis planteadas anteriormente.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

En este estudio vamos a utilizar la encuesta como instrumento de trabajo, debido a que es la mejor técnica para obtener datos reales.

Ésta técnica se diferencia de la entrevista, no es imprescindible la asistencia de personal calificado para dirigirse al encuestado, ya que cuenta con una estructura lógica que nos permitirá la obtención de información de quienes nos brindarán su aporte en bases a sus experiencias, generando respuestas en la selección de posibles variantes en cada una de las preguntas.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Luego de recopilar los datos se procederá a tabular y analizar mediante una hoja de cálculo Microsoft Office Excel para poder realizar los diagramas correspondientes de cada pregunta y se generará los resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Nuestra investigación fue desarrollada a través de dos técnicas como:

- La encuesta.- dirigida a los clientes de la empresa Visual Corp.
- La entrevista.- dirigida a los trabajadores de la empresa Visual Corp.

Al usar esta técnica con los trabajadores pudimos obtener una información más clara sobre los factores que afectan a los diferentes puestos de trabajo, conflictos que son generados por ausencia de controles internos, manual de funciones y de procedimientos motivo por el cual es afectado por el reducido espacio físico de la empresa.

El proceso para la aplicación de estas técnicas fue el siguiente:

- Se les informo a través de llamadas para explicarles el motivo de la investigación.
- Definimos el día determinado para la encuesta y entrevista respectivamente
- Una vez completa toda la investigación se procedió a realizar el análisis de los mismos.

Los clientes además de cooperar con la encuesta pudimos obtener un dialogo acerca de las mejoras que desearían.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

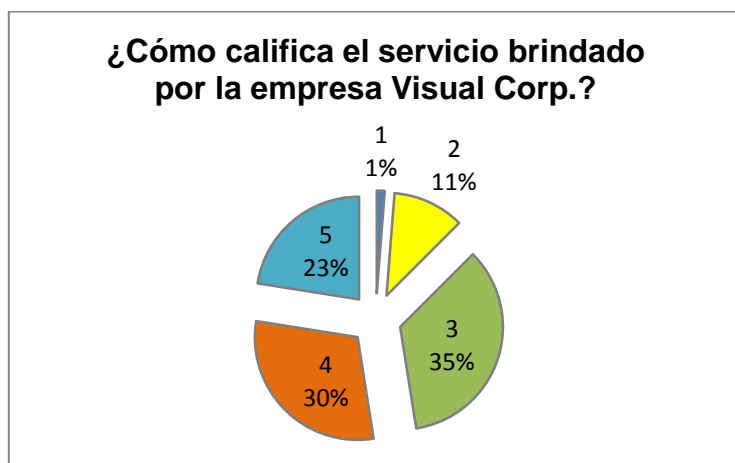
Pregunta 1.- De acuerdo a su opinión califique de 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. ¿Cómo califica el servicio brindado por la empresa Visual Corp.?

Cuadro Nº 6.- Opinión de los clientes sobre el servicio brindado por la empresa Visual Corp.

Calificación del servicio brindado por la empresa Visual Corp.	Total General	Porcentaje
1	1	1.25
2	9	11.25
3	28	35.00
4	24	30.00
5	18	22.50
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura Nº 2.- Calificación del servicio brindado por la empresa Visual Corp.



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 35% de los encuestados aseguran que el servicio que brinda la empresa es regular.

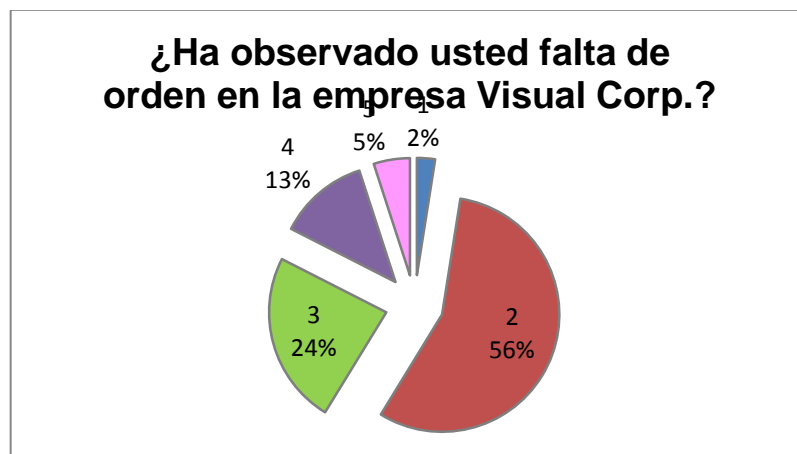
Pregunta 2.- De acuerdo a su opinión califique entre 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. ¿Ha observado usted falta de orden en la empresa Visual Corp.?

Cuadro Nº 7.- Opinión sobre la falta de orden en la empresa Visual Corp.

Observación de organización en la empresa Visual Corp.	Total General	Porcentaje
1	2	2.50
2	45	56.25
3	19	23.75
4	10	12.50
5	4	5.00
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura Nº 3.- Observación de falta de orden en la empresa Visual Corp.



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 56% de los encuestados indican que existe mucho desorden en la organización, motivo por el cual está generando malestar en los clientes.

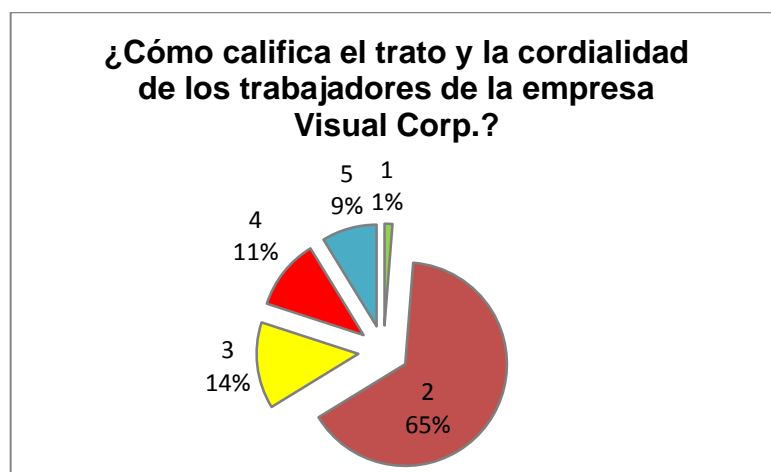
Pregunta N° 3.- De acuerdo a su opinión califique entre 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. ¿Cómo califica el trato y la cordialidad de los trabajadores de la empresa Visual Corp.?

Cuadro N° 8.- Opinión de los clientes sobre el Trato y cordialidad de los trabajadores de la empresa Visual Corp.

Trato y cordialidad de los trabajadores de la empresa Visual Corp.	Total General	Porcentaje
1	1	1.25
2	52	65.00
3	11	13.75
4	9	11.25
5	7	8.75
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura N° 4.- Trato y cordialidad de los trabajadores de la empresa Visual Corp.



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 65% de los encuestados indican que el trato que reciben es regular.

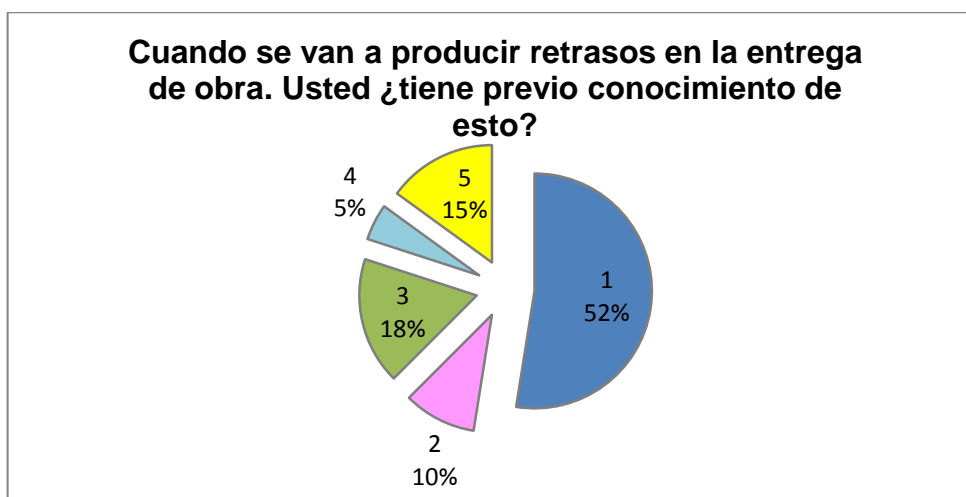
Pregunta N° 4.- De acuerdo a su opinión califique entre 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. Cuando se van a producir retrasos en la entrega de obra. Usted ¿tiene previo conocimiento de esto?

Cuadro N° 9.- Opinión de los clientes sobre el retraso en la entrega de la obra.

Conocimiento de los clientes en cuanto a retrasos en la entrega de la obra	Total General	Porcentaje
1	42	52.50
2	8	10.00
3	14	17.50
4	4	5.00
5	12	15.00
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura N° 5.- Conocimiento de los clientes en cuanto a retrasos en la entrega de la obra



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 52% de los encuestados aseguran que nunca tienen conocimiento cuando se produce retraso en la entrega de obra, lo que genera malestar en los clientes.

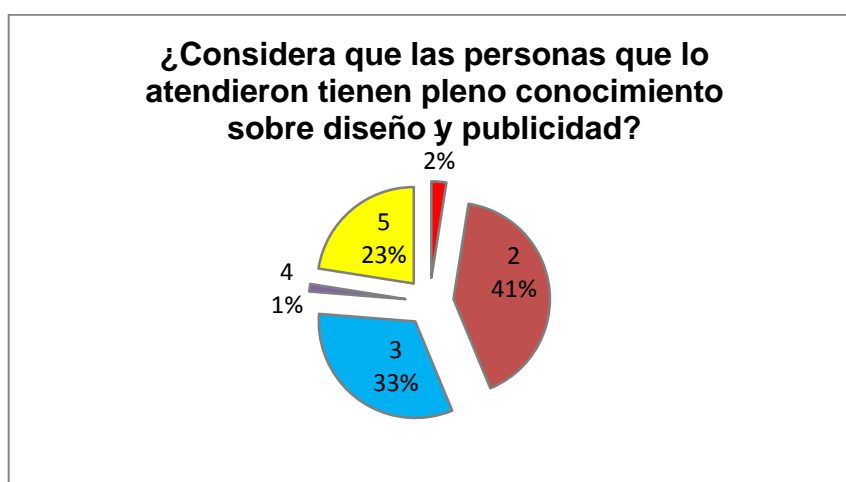
Pregunta N° 5.- De acuerdo a su opinión califique entre 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. ¿Considera que las personas que lo atendieron tienen pleno conocimiento sobre diseño y publicidad?

Cuadro N° 10.- Opinión de los clientes sobre el conocimiento de los empleados en cuanto a diseño y publicidad

Conocimiento de los empleados de la empresa Visual Corp. en cuanto a diseño y publicidad	Total General	Porcentaje
1	2	2.50
2	33	41.25
3	26	32.50
4	1	1.25
5	18	22.50
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura N° 6.-Conocimiento de los empleados de la empresa Visual Corp. en cuanto a diseño y publicidad



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 41% de los encuestados indican que los trabajadores de la empresa tienen escasos conocimientos de diseño y publicidad.

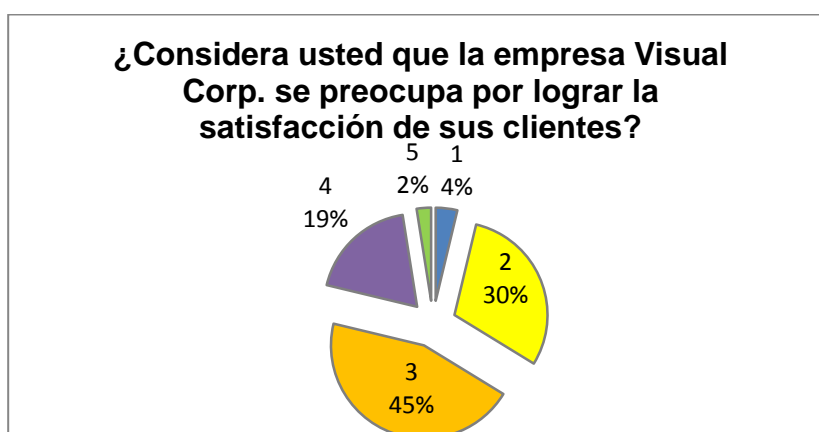
Pregunta N° 6.- De acuerdo a su opinión califique entre 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. ¿Considera usted que la empresa Visual Corp. se preocupa por lograr la satisfacción de sus clientes?

Cuadro N° 11.- Opinión de los clientes sobre el nivel de preocupación para lograr la satisfacción de los mismos.

Nivel de preocupación en cuanto a la satisfacción de los clientes de la empresa Visual Corp.	Total General	Porcentaje
1	3	3.75
2	24	30.00
3	36	45.00
4	15	18.75
5	2	2.50
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura N° 7.- Nivel de preocupación en cuanto a la satisfacción de los clientes de la empresa Visual Corp.



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 45% de los encuestados indican que la empresa se preocupa poco por lograr que los clientes se sientan satisfechos con el producto o servicio prestado.

Pregunta N° 7.- De acuerdo a su opinión califique entre 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. ¿Cuál es su grado de satisfacción con el producto recibido?

Cuadro N° 12.- Opinión de los clientes sobre el grado de satisfacción con el producto recibido.

Grado de satisfacción con el producto recibido	Total General	Porcentaje
1	2	2.50
2	2	2.50
3	51	63.75
4	19	23.75
5	6	7.50
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura N° 8.-Grado de satisfacción con el producto recibido



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 64% de los encuestados indican no estar muy satisfechos con el producto entregado por la empresa, ya sea por retraso en la entrega o por falta de empeño del diseñador.

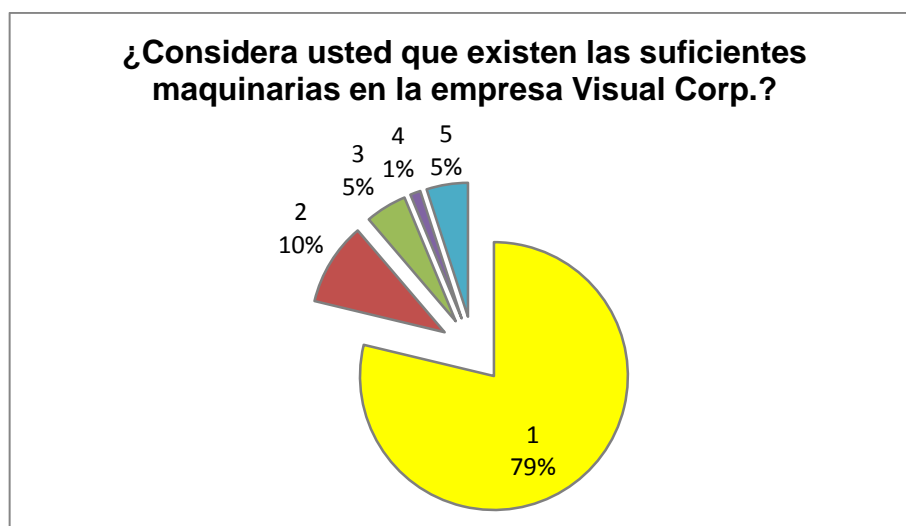
Pregunta N° 8.- De acuerdo a su opinión califique entre 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. ¿Considera usted que existen las suficientes maquinarias en la empresa Visual Corp.?

Cuadro N° 13.- Opinión de los clientes sobre el espacio físico donde se desarrolla la empresa Visual Corp.

Espacio físico donde se desarrolla la empresa Visual Corp.	Total General	Porcentaje
1	63	78.75
2	8	10.00
3	4	5.000
4	1	1.25
5	4	5.00
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura N° 9.-Espacio físico donde se desarrolla la empresa Visual Corp.



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 79% de los encuestados indican que la empresa necesita adquirir más maquinarias para poder desarrollarse mejor.

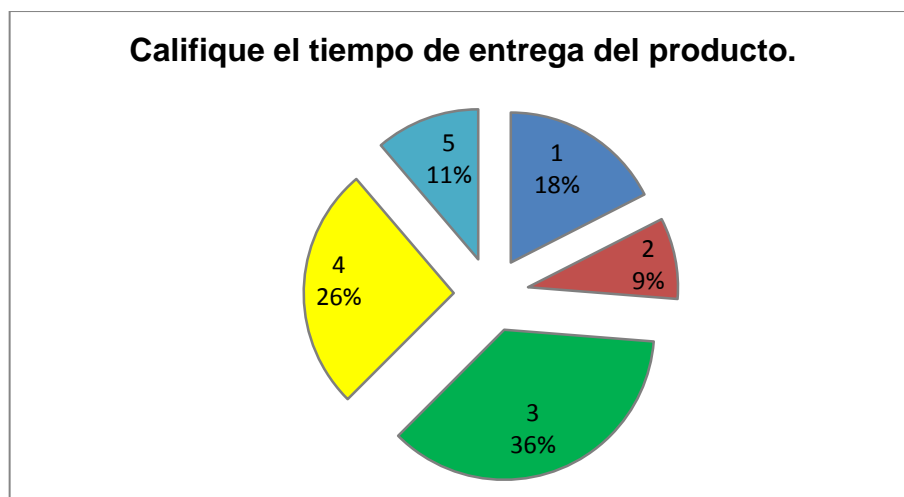
Pregunta N° 9.- De acuerdo a su opinión califique entre 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. Califique el tiempo de entrega del producto.

Cuadro N° 14.- Opinión de los clientes sobre el tiempo de entrega del producto.

Tiempo de entrega del producto.	Total General	Porcentaje
1	14	17.50
2	7	8.75
3	29	36.25
4	21	26.25
5	9	11.25
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura N° 10.-Tiempo de entrega del producto.



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 36% de los encuestados indican que el tiempo de entrega del producto es un poco largo, por lo que piensan que la empresa necesita contratar más talento humano.

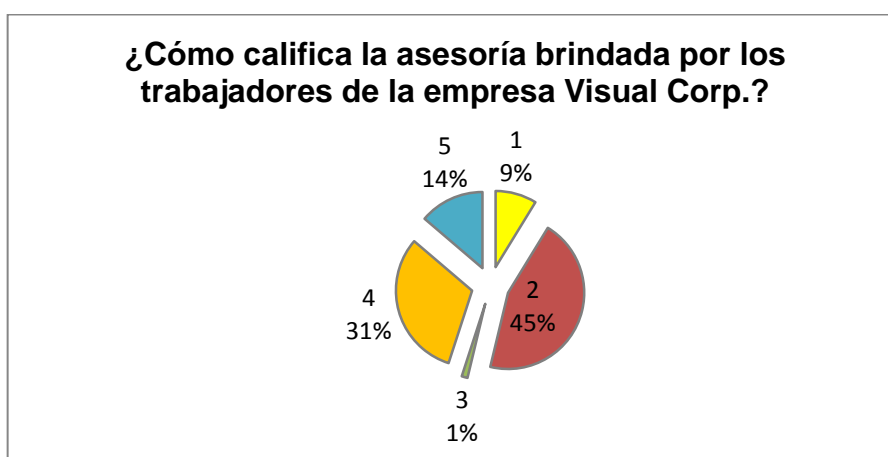
Pregunta N° 10.- De acuerdo a su opinión califique entre 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. ¿Cómo califica la asesoría brindada por los trabajadores de la empresa Visual Corp.?

Cuadro N° 15.- Opinión de los clientes sobre la asesoría brindada por los trabajadores de la empresa Visual Corp.

Calificación de la asesoría brindada por los trabajadores de la empresa Visual Corp.	Total General	Porcentaje
1	7	8.75
2	36	45.00
3	1	1.25
4	25	31.25
5	11	13.75
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura N° 11.-Calificación de la asesoría brindada por los trabajadores de la empresa Visual Corp.



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 45% de los encuestados dicen que la asesoría brindada es muy pobre, por lo que solicitan se preste más atención con el personal.

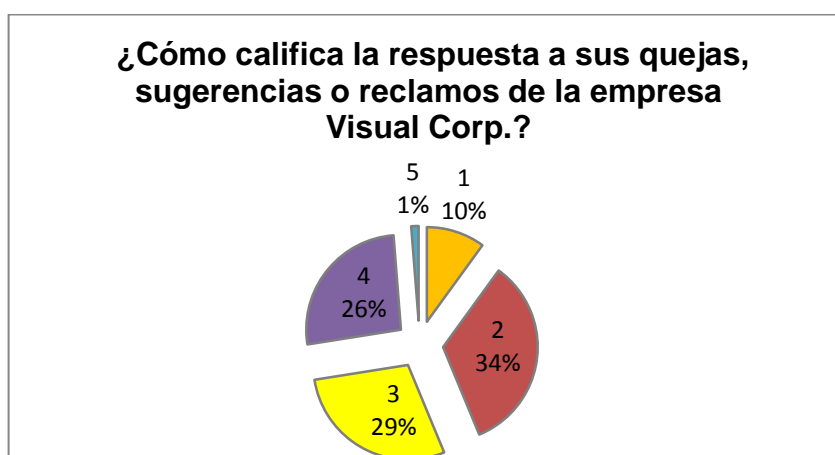
Pregunta N° 11.- De acuerdo a su opinión califique entre 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia. ¿Cómo califica la respuesta a sus quejas, sugerencias o reclamos de la empresa Visual Corp.?

Cuadro N° 16.- Opinión de los clientes sobre la respuesta a las quejas, sugerencias o reclamos de la empresa Visual Corp.

Calificación a la respuesta a sus quejas, sugerencias o reclamos de la empresa Visual Corp.	Total General	Porcentaje
1	8	10.00
2	27	33.75
3	23	28.75
4	21	26.25
5	1	1.25
TOTAL	80	100.00

Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Figura N° 12.-Calificación a la respuesta a sus quejas, sugerencias o reclamos de la empresa Visual Corp.



Fuente: Encuesta realizada por Mayra Poveda & María Rojas

Lectura Interpretativa: El 34% de los encuestados califican de regular la atención brindada por quejas y reclamos.

Entrevista N° 1

La entrevista realizada sirve para recopilar información por parte de los integrantes calificados que interviene en la empresa Visual Corp. en cuanto a la administración. Se aclara que esta información es propiamente de la empresa y será utilizada para la realización del proyecto académico.

Entrevistado: Sr. David Sánchez.

Cargo: Gerente.

A. ¿Para usted qué tan importante es contar con políticas internas?

Es sumamente importante contar con políticas internas, ya que el personal entenderá con claridad las reglas planteadas en la empresa y sabrán acatar órdenes para realizarlas con mente positiva, además tendrán que cumplir con sus responsabilidades rigiéndose en las reglas.

B. ¿Cree usted que la implantación de un manual de control interno mejorará el desarrollo administrativo y operacional de la empresa?

Claro que sí, ya que esto permitirá controlar el ritmo de la empresa y desarrollarnos del cual los trabajadores se regirán a instrucciones.

C. ¿Cómo considera el ambiente organizacional dentro de la empresa?

El ambiente organizacional está regular, ya que existe compañerismo entre los trabajadores per al momento de realizar las actividades cada uno se crean conflictos ya que no existe un manual de funciones y procedimientos.

D. ¿Se evalúa periódicamente el desempeño del personal de la empresa?

No hasta ahora no se ha realizado una evaluación que muestre como se desempeña el personal de la empresa.

E. ¿Qué procedimientos realizan al momento de la selección del personal?

¿Cuentan con perfiles para el cargo?

No existen procedimientos, ya que se los selecciona por recomendados, además no contamos con perfiles para el cargo porque aquí en la empresa aprenden los trabajadores a realizar todas las actividades.

Análisis:El Gerente de la empresa Visual Corp. indica que aunque cree muy necesaria la implantación de un manual de control interno, no cuenta con estas políticas porque los propietarios de dicha empresa, no le dan la importancia que se merece, ya que como es una empresa familiar creen que esto es innecesario.

Entrevista Nº 2

Entrevistado: Sr. Iván Cabrera

Cargo: Jefe de taller.

1. ¿Estaría usted de acuerdo en asistir a capacitaciones fuera de los horarios de trabajo?

Claro que sí, ya que crecería aún más profesionalmente.

2. ¿Está usted de acuerdo con el pago que se realiza por el tiempo extra de trabajo?

No, no estoy de acuerdo porque muchas veces se trabaja sobre tiempo y no son reconocidas como horas extras, algunas veces trabajamos los domingos tampoco son reconocidos.

3. ¿Cómo es el liderazgo de su jefe inmediato?

Le falta don de mando.

4. ¿Cómo considera usted que es el trato con sus compañeros de trabajo?

Muchas veces se pasan de chistosos y cuando se derrama el vaso de agua se generan conflictos y ausencia de comunicación.

5. ¿Tus opiniones cuentan para tomar decisiones?

En gran parte sí, porque soy el responsable del taller y coordino mis actividades con el dueño del negocio.

Análisis: El Jefe de Taller indica que está de acuerdo en asistir a capacitaciones, pero que necesita que le sean reconocidas todas las horas extras que labora y que el Gerente también asista dichas capacitaciones para que se pueda comunicar de mejor forma con sus trabajadores y mejorar de esta manera la comunicación en la empresa.

Entrevista Nº 3

Entrevistado: Srta. Diana Vásquez

Cargo: Diseñadora.

1. ¿Estaría usted de acuerdo en asistir a capacitaciones fuera de los horarios de trabajo?

Si me encantaría que nos capaciten aquí en la empresa.

2. ¿Está usted de acuerdo con el pago que se realiza por el tiempo extra de trabajo?

No estoy de acuerdo, ya que no se cumple el pago de horas extras pero por conservar el puesto aceptamos la no paga.

3. ¿Cómo es el liderazgo de su jefe inmediato?

Es un buen líder, ya que entusiasma al personal a realizar sus actividades, cada día nos transmite positivismo.

4. ¿Cómo considera usted que es trato con sus compañeros de trabajo?

No existe buena relación entre todos ya que son 2 personas que generan conflictos y retrasos en nuestras actividades.

5. ¿Tus opiniones cuentan para tomar decisiones?

Si porque estoy vinculada directamente con el producto a elaborarse.

Análisis:El diseñador de la empresa está dispuesto a asistir a las capacitaciones siempre y cuando sean en los horarios de trabajo, ya que el tiempo extra que labora no le es reconocido.

Entrevista Nº 4

Entrevistado: Sr. Bryan Sánchez

Cargo: Vendedor(a).

1. ¿Estaría usted de acuerdo en asistir a capacitaciones fuera de los horarios de trabajo?

Claro que sí, le pondría empeño por aprender aún más.

2. ¿Está usted de acuerdo con el pago que se realiza por el tiempo extra de trabajo?

No estoy de acuerdo porque no existe el pago justo.

3. ¿Cómo es el liderazgo de su jefe inmediato?

Se desempeña muy bien el jefe, nos da órdenes, aunque muchas veces no son tomadas con responsabilidad o seriedad algunos compañeros. El jefe quiere que la empresa prospere.

4. ¿Cómo considera usted que es trato con sus compañeros de trabajo?

No todos son cordiales con los otros por ciertos conflictos que se han generado al momento de cumplir con las responsabilidades ya que a veces no quieren hacerlas sino que las haga la otra persona.

5. ¿Tus opiniones cuentan para tomar decisiones?

Creo que si evaluó del 1 al 10, mi opinión cuenta con el 7 de puntuación.

Análisis:El vendedor de la empresa indica que está de acuerdo en asistir a capacitaciones, para poder adquirir más conocimientos sobre publicidad. Este trabajador piensa que el problema es la mala selección del personal y la falta de un manual donde se les indique cada una de sus responsabilidades.

4.3 RESULTADOS

Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa Visual Corp., el servicio que reciben es regular, debido a que tiene un alto grado de desorden; esto se puede evidenciar debido a que los productos muy pocas veces son entregados en el tiempo previamente establecido.

Como manifiestan dichos encuestados, el trato es bueno, pero no es suficiente para ellos ya que los trabajadores no tienen mucho conocimiento sobre el tema y por tal motivo el producto recibido en ocasiones no es de total agrado para el cliente.

De acuerdo a las entrevistas realizadas podemos determinar que los conflictos dentro de la empresase dan por los siguientes motivos:

- Escaza comunicación por rivalidad entre compañeros o por causas de la falta de respeto.
- Descontento de los empleados por falta de pagos de horas extras.
- Incumplimiento en la realización de las actividades de cada uno de los trabajadores.

Estos conflictos se dan por la falta de un manual de funciones y procedimientos que le permita a cada trabajador conocer cada una de sus actividades dentro de la empresa; se encontró también que no existe el pago de horas extras motivo por el cual el personal se siente insatisfecho, pero conservan su puesto de trabajo por la poca oferta laboral en el mercado y por su compromiso para con la empresa.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Nuestra hipótesis estaba estipulada en que los conflictos internos en la empresa se debían a la falta de un manual de funciones que dirijan sus labores. Para este análisis realizamos las siguientes preguntas:

CUADRONº17.- Verificación de Hipótesis.

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
Si persiste la deficiencia administrativa y operacional entonces generará conflictos internos en la empresa Visual Corp. por falta de un manual de funciones que dirijan sus labores	Todas las preguntas de la entrevista realizada a los trabajadores de la empresa Visual Corp., nos permiten verificar la necesidad de un manual de funciones y procesos.
Si la desorganización en el equipo de trabajo persiste es un problema constante entonces se reducirán los ingresos y por ende la compañía Visual Corp. fracasará en sus objetivos	La pregunta nº 2, 4 y 8, permiten verificar la mala organización que existe dentro de la empresa, así lo expresan el 56%, 52% y el 79% respectivamente.
Si el descontento de los clientes se siguiera incrementando entonces se irán a la competencia y afectaría nuestro presupuesto por falta de ingresos	La pregunta nº 1, 3, 5, 6, 7, 9, 10 y 11 permiten comprobar el descontento de los clientes ya sea por retraso en la entrega de obra o por la poca cordialidad de los trabajadores de la empresa, así lo expresan el 35%, 65%, 41%, 45%, 64%, 36%, 45% y el 34% respectivamente.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Diseño administrativo y operacional de la empresa Visual Corp. del cantón Milagro para mejorar su desempeño empresarial a través de la reorganización y creación de políticas internas.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

La administración es tan antigua como el hombre del cual desde hace muchos años atrás las personas viven formando, reformando y disolviendo organizaciones, estos han dejado huella desde pueblos que trabajaron unidos en organizaciones formales, entre ellos: los ejércitos griegos y romanos, la Iglesia Católica Romana, la Compañía de las Indias Orientales. Además muchas personas han escrito como lograr organizaciones eficientes y eficaces.

La administración se ha desarrollado con lentitud, pero a partir del siglo XX se le dio importancia a la administración motivo de constante innovación.

Para lograr una buena administración se requiere del poder que posea el líder de la organización, además de actitudes y habilidades transferibles que lleguen a terceras personas.

Los dueños y administradores deben aplicar habilidades como:

- ✓ Habilidades para planear.
- ✓ Habilidades para investigar.
- ✓ Habilidades para comunicarse.
- ✓ Habilidades relaciones humanas e interpersonales.

- ✓ Habilidades para razonamientos críticos.
- ✓ Habilidades para administrar.

Entre las actitudes que corresponde a los dueños y administradores son las siguientes:

- ✓ Trabajar bien con otras personas.
- ✓ Planear y manejar muchas tareas.
- ✓ Tener actitud positiva.
- ✓ Mostrar entusiasmo.

El triunfo en los negocios se da cuando los administradores utilizan sus habilidades y recursos para elaborar bienes y servicios que agradan a los clientes presentes y futuros, aún más cuando tienen el control en la toma de decisiones de las empresas; aunque cuando acontecen conflictos es recomendable aplicar la técnica GINC que sus letras representan G=Generosidad I=Información N= Novedad C=Contundencia.

Liderazgo

Los tres estilos de liderazgo de los administradores:

- ✓ Autocrático

Líderes que son arbitrarios y que permiten pocas opiniones de sus subordinados. Poseer características débiles para las organizaciones ya que toman sus decisiones por sí solos y espera que sus subordinados acaten las ordenes y procedimientos en su punto de vista. Tienen poca distribución del poder, la información y la toma de decisiones.

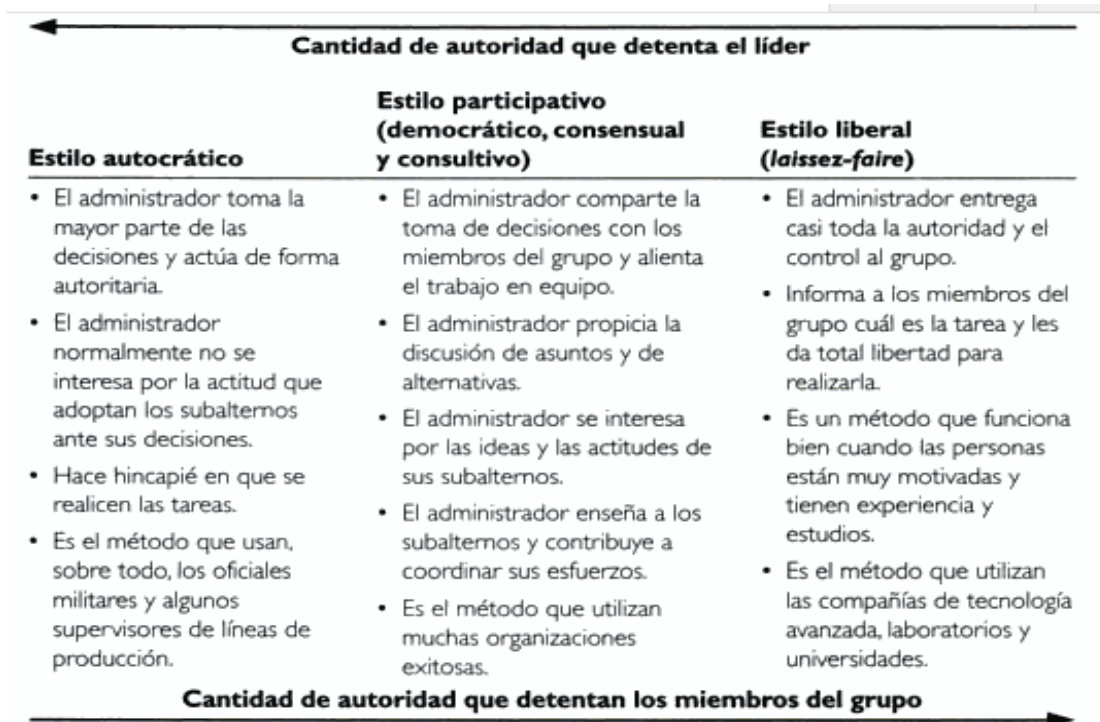
- ✓ Participativo

Este estilo de liderazgo permite que los trabajadores participen en los procesos y ésta adopta tres formas: la democrática, la consensuada, y la consultiva.

- ✓ Liberal

También llamado laissez-faire que significa en idioma francés (dejar de hacer), permite que sus subalternos tomen la autoridad y los controles de la compañía.

Figura nº 13.- Liderazgo



Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

Los líderes deben poseer poder en cuanto a:

- ✓ Poder legítimo: se origina del cargo que posee la persona de la compañía.
- ✓ Poder de recompensa: se origina del esfuerzo de trabajador para sobre los premios.
- ✓ Poder coercitivo: se origina en la capacidad del comportamiento cuando se presente efectos negativos.
- ✓ Poder de experto: capacidad de conocimiento en uno o varios campos
- ✓ Poder referente: se origina de la persona en cuanto a carisma, respeto y admiración que estimula de otras personas.

Algunos líderes tienen mezclas de estos poderes para poder cumplir con las metas de las organizaciones.

Estructura y diseño de la organización

Un tema clave y no muy tomado en cuenta es los problemas que existen en el diseño y la estructura de las organizaciones, ya que en muchas no se encuentran definidas, en este proceso interviene la toma de decisiones de los administradores para continuar y llegar a la meta.

La estructura de la organización consiste en al área de trabajo de cada empleado y cuáles son sus responsabilidades y de quienes acotar órdenes y cumplirlas para lograr alcanzar los objetivos para ello se requiere de un organigrama funcional, ya que de ello se interpreta como y de quienes está formada la empresa.

El término organigrama proviene de la preposición “Organi” que significa organización y “grama” que significa gráfico, en si la palabra organigrama da como resultado grafico de organización.

Características del Organigrama

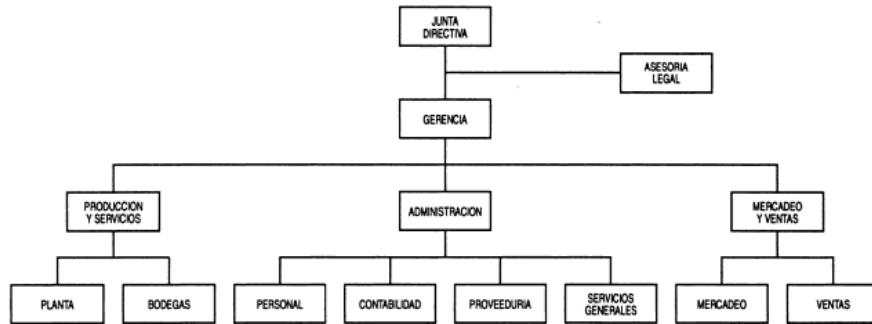
- ✓ Los rectángulos se interpreta a los organismos o cargos.
- ✓ Las líneas simbolizan los vínculos de comunicación y la autoridad.
- ✓ Se podrá observar las divisiones, direcciones, departamentos, secciones.
- ✓ Los miembros de la organización pueden ser llamados de acuerdo a su cargo: directores, gerentes, jefes, encargados, empleados, etcétera

Clases de Organigramas

- ✓ Verticales o planos

Esta clase de organigrama tiene la estructura de una pirámide regular, del cual la mayor jerarquía se encuentra en la parte superior hacia abajo, le siguen los niveles de menor jerarquía hasta la base de la pirámide.

Figura nº 14.- Clases de organigrama: verticales

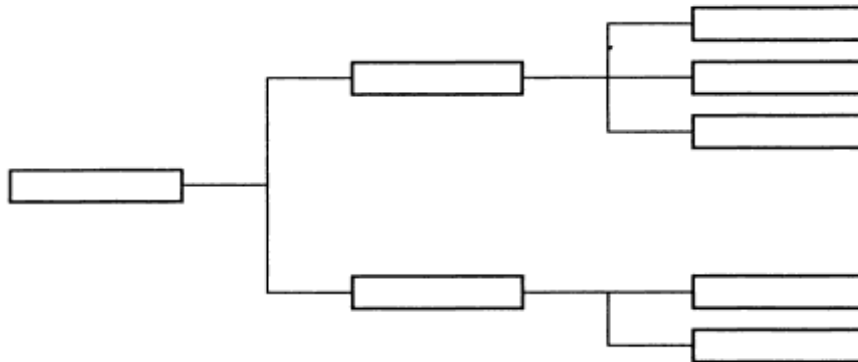


Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

✓ Horizontales

La estructura es de una pirámide acostada, la máxima autoridad se visualiza de la parte izquierda hacia la derecha de la pirámide le siguen los niveles de menor jerarquía.

Figura nº 15.- Clases de organigrama: horizontales

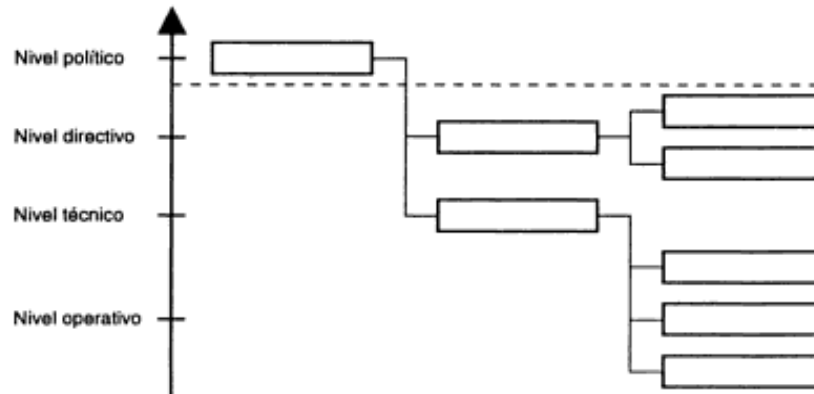


Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

✓ AFNOR

Tiene la estructura de una red y el máximo nivel jerárquico se encuentra en la parte izquierda superior hacia la derecha que se encuentran los niveles de menor grado jerárquico en forma descendiente.

Figura nº 16.- Clases de organigrama:AFNOR



Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

✓ Circulares

Posee la estructura de un cono y el máximo nivel jerárquico se encuentra en el centro, ya que se visualiza de mayor a menor grado en forma de anillo partiendo del centro.

Figura nº 17.- Clases de organigrama: circulares.

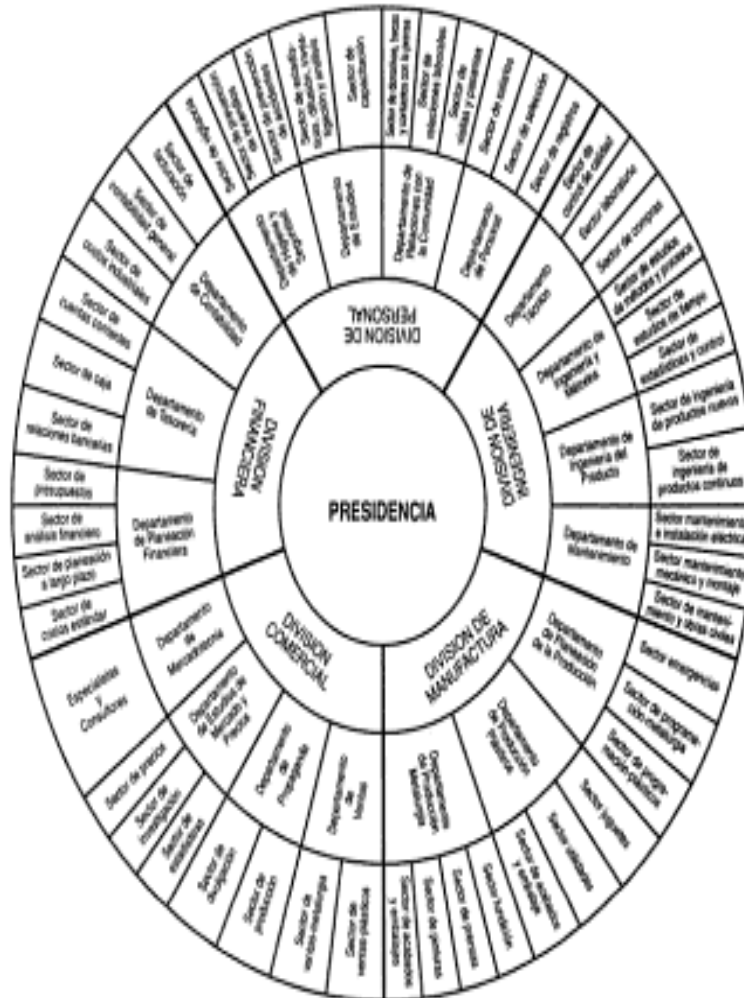


Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

- ✓ Sectoriales o radial

Posee estructura de cono que representa varios puestos y se visualiza el máximo nivel jerárquico de manera circular compuesto por anillos. Se visualiza con facilidad las distintas divisiones de la organización.

Figura nº 18.- Clases de organigrama: sectoriales o radiales



Elaborado por: Mayra Poveda & María Rojas

La tecnología

La tecnología es otro punto importante ya que impulsa al crecimiento del sistema económico, al igual que el aumento de su eficiencia, maquinarias nuevas incrementan el rendimiento y reducen los costos, ofertando productos y servicios de calidad con un menor tiempo de entrega mejorando la fidelización proveedor cliente. Las maquinarias son los activos más valiosos de las empresas y la tecnología la mejora continua.

5.3 JUSTIFICACIÓN

La empresa Visual Corp. es una empresa dedicada al área de diseño y publicidad que actualmente requiere implementar nuevas equipos y mejorar procesos administrativos y operacionales, así como también calidad en sus servicios y productos, cumpliendo con lo mencionado aumentarán los ingresos del negocio, ya que se ha observado de acuerdo a los estados financieros que existe inestabilidad en sus ingresos; el problema es la falta de comunicación entre los miembros de la organización, deficiencia en procesos y procedimientos a desarrollarse, en consecuencia bajos niveles de atención al cliente, ausencia de controles internos por lo que es recomendable crear, implementar y ejecutar políticas internas, manual de funciones y manual de procedimientos, además elaborar un presupuesto que ayude a la implementación de maquinarias actualizadas porque las existentes que se encuentran en la organización son obsoletas.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Mejorar e implementar políticas internas, manual de funciones y de procedimientos el cual ayude a ser más eficiente a la organización y permita satisfacer en todas las necesidades a los clientes, además de realizar un presupuesto que permita adquirir maquinarias de tecnología avanzada.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Diseñar el organigrama funcional de la empresa Visual Corp.
- Establecer políticas internas para la organización.
- Diseñar un manual de funciones y procedimientos.
- Establecer las proyecciones financieras de la empresa Visual Corp.

5.5 UBICACIÓN

La empresa Visual Corp. perteneciente al sector comercial, del área de diseño y publicidad, ubicada en las calles Riobamba N° 113 y Enrique Gallo de la ciudad de Milagro, provincia del Guayas.

Figura N° 19.- Mapa de ubicación de la empresa Visual Corp.



Fuente: Google Maps.

5.6 FACTIBILIDAD

La propuesta fue aceptada administrativamente por los propietarios de la empresa Visual Corp., ya que este proyecto le permite mejorar el ambiente laboral y el servicio ofrecido a los clientes.

De acuerdo a la factibilidad legal dada en la escritura de constitución de la compañía que autoriza la creación de controles y políticas internas que beneficien la efectividad de los procesos que se desarrollan diariamente en la empresa.

La empresa tendrá que invertir en la adquisición de maquinarias de avanzada tecnología, esto es factible, ya que cuenta con facilidad de créditos por sus buenos pagos en créditos anteriores y un flujo de caja adecuado.

Referente a la factibilidad técnica, la creación de controles, políticas, manuales de funciones y procesos será realizado por nosotras las investigadoras de este proyecto con la ayuda del tutor y todo esto llevara al éxito a la organización.

Cuadro Nº 18.- Matriz FODA

**VISUAL CORP.
FODA**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
- Personal dispuesto al cambio.	- Realizar capacitaciones constantes al personal
- Apoyo del gerente para mejorar la empresa.	- Mejorar el liderazgo de la administración frente al personal
- Amplia experiencia en compras de materia prima	- Oportunidad de adquirir tecnología de punta
- Fidelización de clientes	- Posibles acuerdos con ministerios, municipios, etc. (participación en licitaciones públicas)
- Eficiencia en la productividad	- Disminución en los precios de materia prima en compras mayores
DEBILIDADES	AMENAZAS
- Maquinarias obsoletas con escaso mantenimiento	- Factores políticos, económicos y sociales del país
- Personal poco capacitado para cada área	- Competencia
- Ausencia de comunicación en la organización	- Pérdida progresiva de participación de mercado
- Inadecuada selección de personal	- Cambios constantes en la tecnología
- Inexistencia de planes estratégicos	- Costos de las maquinarias al alza en el mercado

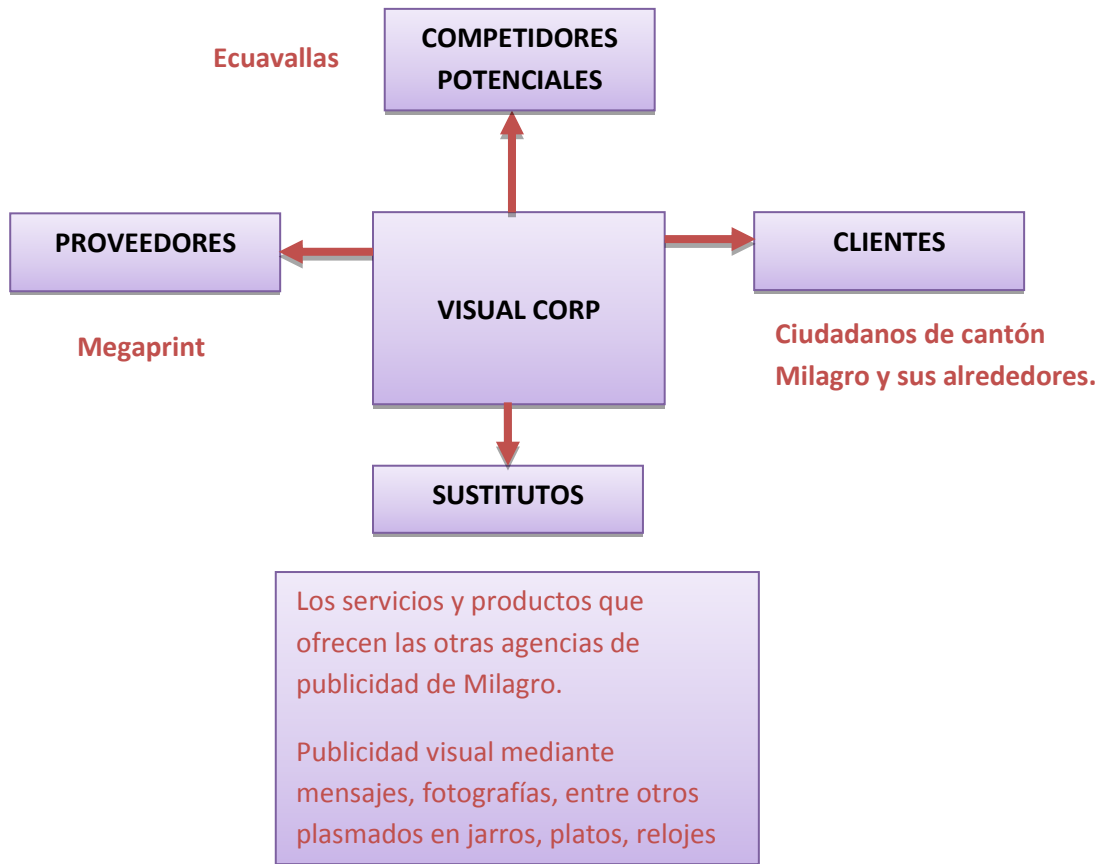
Fuente: Elaborado por Mayra Poveda y María Rojas

Cuadro N° 19.- Estrategia FOFA DODA de la empresa Visual Corp.

Estrategias FO-FA-DO-DA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS		
	- Realizar capacitaciones constantes al personal	- Factores políticos, económicos y sociales del país		
	- Mejorar el liderazgo de la administración frente al personal	- Competencia		
	- Oportunidad de adquirir tecnología de punta	- Pérdida progresiva de participación de mercado		
	- Posibles acuerdos con ministerios, municipios, etc. (participación en licitaciones públicas)	- Cambios constantes en la tecnología		
	- Disminución en los precios de materia prima en compras mayores	- Costos de las maquinarias al alza en el mercado		
FORTALEZAS	FO	FA		
- Personal dispuesto al cambio.	Diseñar un organigrama funcional que ayude en la toma de decisiones y mejore la atención al cliente.	Mejorar el manejo de los recursos financieros de la organización.		
- Apoyo del gerente para mejorar la empresa.				
- Amplia experiencia en compras de materia prima			Mejorar el vínculo con los proveedores para que nos brinden capacitaciones.	Actualizar constante a la administración en cuanto a leyes nuevas y cambios por parte del gobierno.
- Fidelización de clientes			Reclutar personal de acuerdo a un manual de perfiles y funciones.	
- Eficiencia en la productividad				
DEBILIDADES	DO	DA		
- Maquinarias obsoletas con escaso mantenimiento	Proyectar un plan de capacitaciones para los trabajadores de la empresa Visual Corp. para mejorar los procesos administrativos y operacionales.	Plantear incentivos a los trabajadores para que fluya un buen desarrollo laboral para así cumplir los objetivos.		
- Personal poco capacitado para cada área				
- Ausencia de comunicación en la organización			Fijar controles internos que apoyen a cumplir los objetivos de la organización.	
- Inadecuada selección de personal			Hacer análisis financieros que permitan la posibilidad de adquisición de maquinarias.	Establecer vínculos con organización del gobierno para nuestro beneficio económico.
- Inexistencia de planes estratégicos				

Fuente: Elaborado por Mayra Poveda y María Rojas

Cuadro N° 20.- Fuerzas de Porter



Elaborado por: Mayra Poveda y María Rojas

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

5.7.1 Actividades

Esta propuesta consiste en la realización de actividades que ayuden a lograr un alto nivel de eficiencia en la empresa Visual Corp., a través de control interno y un manual de funciones, además de un presupuesto en el cual ayude a la organización a la adquisición de maquinaria con tecnología avanzada.

5.7.1.1 Actividades Propuestas:

1. Planificar, dirigir y controlar las actividades diseñadas para el mejor control administrativo y operacional.

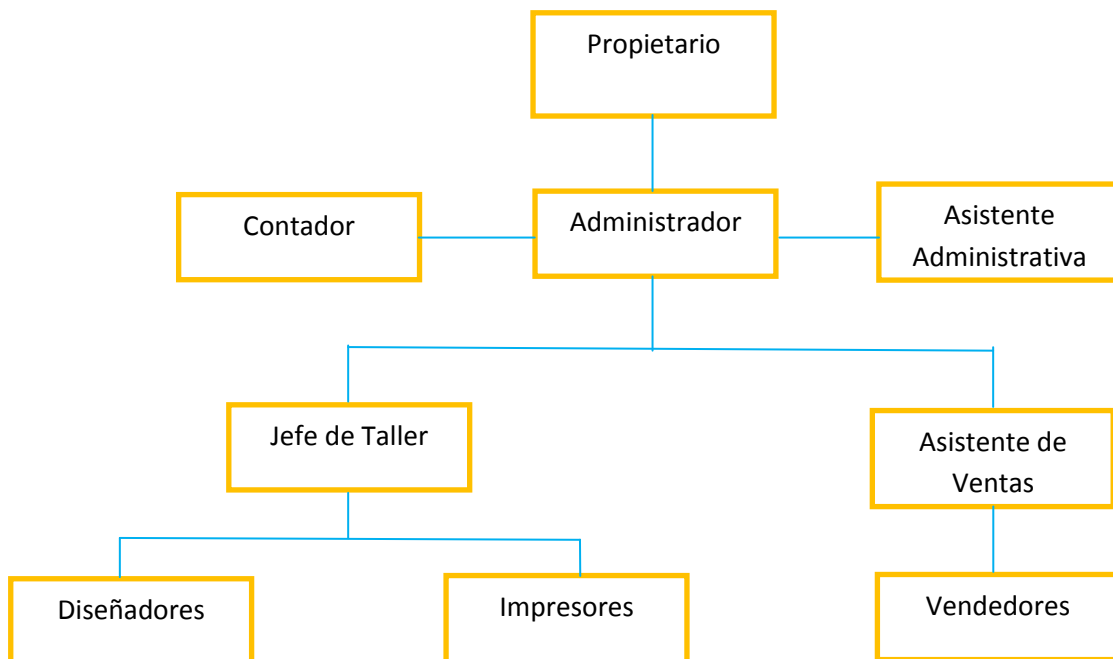
2. Diseñar un organigrama para que todos los trabajadores de la empresa sepan de sus actividades y de esta manera poder brindar un servicio de calidad.
3. Diseñar un manual de funciones para el personal de la empresa, vinculado con control interno.
4. Elaborar presupuesto para dar paso a la adquisición de nuevas maquinarias.

5.7.1.2 Organigrama

La empresa Vidual Corp. no posee un organigrama funcional y en cuanto a nuestra propuesta se crea y es la siguiente:

Cuadro Nº 21.- Estructura orgánico – funcional (Organigrama).

Organigrama de la Empresa Visual Corp.



Elaborado por: Mayra Poveda y María Rojas

5.7.1.3 Manual de Funciones

La empresa Visual Corp. no posee un manual de funciones y en cuanto a nuestra propuesta se elabora para que la empresa sea eficiente de acuerdo a cada cargo a continuación se detalla:

Cuadro Nº 22.- Manual de funciones.

GERENTE	
FUNCIONES:	
<p>Rendir informes sobre su gestión de forma periódica a los accionistas de la empresa Visual Corp.</p> <p>Dirigir, controlar y evaluar el desempeño del personal de la empresa.</p> <p>Mantener una buena comunicación con los subordinados.</p> <p>Ejecutar las decisiones de la junta directiva.</p> <p>Controlar que se cumplan los objetivos de la empresa.</p> <p>Responsable de autorizar el giro de cheques.</p>	<p>Supervisar las necesidades de la empresa y tomar de manera inteligente las decisiones.</p> <p>Contratar personal y asegurarse que cumpla con el perfil del cargo.</p> <p>Mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores.</p> <p>Supervisar las actividades relacionadas con el IESS.</p> <p>Proponer y desarrollar metas.</p> <p>Incentivar al personal.</p>
PERFIL DEL PUESTO Y REQUISITOS MINIMOS:	
<p>Edad: Desde 35 años</p> <p>Sexo: indistinto</p> <p>Formación académica: Profesional con título en Administración o carreras afines.</p> <p>Experiencia: mayor a 5 años en cargos similares.</p>	

CONTADOR	
FUNCIONES:	
<p>Tener un alto nivel moral y profesional.</p> <p>Responsable de recopilar, verificar e interpretar los registros contables de acuerdo a las PCGA.</p> <p>Rendir informes al Gerente de la empresa.</p>	<p>Preparar y presentar las declaraciones tributarias.</p> <p>Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas.</p> <p>Preparar y certificar los estados financieros de fin del ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.</p>
PERFIL DEL PUESTO Y REQUISITOS MÍNIMOS:	
<p>Edad: Desde 35 años</p> <p>Sexo: indistinto</p> <p>Formación académica: Título de Contador Público Autorizado.</p> <p>Experiencia: mayor a 5 años en cargos similares.</p>	

JEFE DE TALLER	
FUNCIONES:	
<p>Resguardar información referente a los diseños elaborados.</p> <p>Supervisar y corregir el diseño elaborado.</p> <p>Mantener una buena comunicación con los subordinados.</p> <p>Responsable directo de los materiales y equipos.</p>	<p>Mantiene un registro sobre el material producido.</p> <p>Mantener en orden el sitio de trabajo.</p> <p>Presentar informes al Gerente sobre las actividades realizadas.</p>
PERFIL DEL PUESTO Y REQUISITOS MÍNIMOS:	
<p>Edad: 30 años</p> <p>Sexo: indistinto</p> <p>Formación académica: Técnico superior en Diseño Gráfico o carreras afines.</p> <p>Experiencia: mayor a 2 años en cargos similares.</p>	

DISEÑADORES	
FUNCIONES	
<p>Diseñar ilustraciones, avisos y publicidad en general.</p> <p>Asesorar y coordinar con los clientes, en cuanto al diseño para las publicaciones.</p>	<p>Buen manejo de computación gráfica.</p> <p>Realizar un informe al Jefe de Taller sobre las actividades realizadas.</p>
PERFIL DEL PUESTO Y REQUISITOS MINIMOS:	
<p>Edad: 23 años</p> <p>Sexo: indistinto</p> <p>Formación académica: Técnico superior en Diseño Gráfico o carreras afines.</p> <p>Experiencia: 1 año en cargos similares.</p>	

IMPRESORES	
FUNCIONES	
<p>Impresión de diseños ilustraciones, avisos y publicidad en general.</p> <p>Asesorar y coordinar con los diseñadores, en cuanto al diseño para las publicaciones.</p>	<p>Buen manejo de computación gráfica.</p> <p>Realizar un informe al Jefe de Taller sobre las actividades realizadas.</p>
PERFIL DEL PUESTO Y REQUISITOS MINIMOS:	
<p>Edad: 25 años</p> <p>Sexo: indistinto</p> <p>Formación académica: Técnico superior en Diseño Gráfico o carreras afines.</p> <p>Experiencia: 1 año en cargos similares.</p>	

ASISTENTE ADMINISTRATIVO	
FUNCIONES	
Presentar informes al Gerente de la empresa. Elaboración de memorándum y cartas. Mantener el control de los servicios básicos. Realizar cotizaciones.	Manejo de suministros de oficina. Control del fax o correspondencia. Entrega de fondos a las personas autorizadas por el Gerente.
PERFIL DEL PUESTO Y REQUISITOS MÍNIMOS:	
Edad: 20 años Sexo: indistinto Formación académica: Estudiante de carreras Administrativas o afines. Experiencia: 1 año en cargos similares.	

ASISTENTE DE VENTAS	
FUNCIONES	
Presentar informes de ventas semanales a la asistente administrativa de la empresa. Elaboración de memorándum y cartas. Control de talonarios de facturas.	Manejo de suministros de oficina. Control del fax o correspondencia. Entrega de facturas semanales al contador de la empresa.
PERFIL DEL PUESTO Y REQUISITOS MÍNIMOS:	
Edad: 20 años Sexo: indistinto Formación académica: Estudiante de carreras Administrativas o afines. Experiencia: 1 año en cargos similares.	

VENEDORES	
FUNCIONES	
Presentar un informe al Gerente sobre las ventas realizadas. Comunicarse con el cliente y solicitar el cobro. Disponibilidad a otras tareas que se le deleguen.	Recepción del cobro de las ventas. Recibir de manera cordial al cliente.
PERFIL DEL PUESTO Y REQUISITOS MINIMOS:	
Edad: 20 años Sexo: indistinto Formación académico: Estudiante de carreras Administrativas o afines. Experiencia: 1 año en cargos similares.	

Elaborado por: Mayra Poveda y María Rojas

5.7.1.4 Manual de procedimientos

La empresa Visual Corp. no posee un manual de procedimientos y en cuanto a nuestra propuesta se elabora para que la empresa mejore su organización de acuerdo a cada cargo a continuación se detalla:

Cuadro Nº 23.- Manual de procedimientos.

ACTIVIDADES	RESPONSABLES
Controla el desempeño del personal. Realiza contrataciones. Autoriza el giro de cheques. Rinde informe semestral a la Junta de Accionistas sobre el desarrollo de la empresa. Revisar las proformas de compra y autorizar a realizar la adquisición. Reuniones mensuales con el personal para asuntos varios.	Gerente

<p>Realiza las declaraciones del Sri.</p> <p>Informe anual del Impuesto a la Renta a la Superintendencia de Compañías.</p> <p>Legalizar contratos de trabajadores.</p> <p>Realizar el rol de pago de: sueldos y beneficios que determine la ley.</p> <p>Realizar los registros contables de los ingresos y egresos de la compañía.</p>	<p>Contador</p>
<p>Realizar informes semanales sobre los ingresos y egresos de la compañía.</p> <p>Realiza cotizaciones.</p> <p>Realiza el giro de cheques una vez autorizados por el Gerente de la Compañía.</p> <p>Recepta los pedidos de material.</p>	<p>Asistente administrativa</p>
<p>Cuidado de las maquinarias.</p> <p>Guarda diseños realizados.</p> <p>Da el visto bueno a los diseñadores.</p> <p>Controla el buen uso de la materia prima.</p>	<p>Jefe de taller</p>
<p>Asesora al cliente sobre el diseño a realizar.</p> <p>Presenta informe al Jefe de taller sobre los diseños realizados.</p> <p>Estar informado sobre las tendencias actuales.</p>	<p>Diseñadores</p>
<p>Verificar que el producto realizado sea de buena calidad.</p> <p>Asesorar sobre los tonos del diseño.</p>	<p>Impresores</p>
<p>Emitir informes semanales sobre las ventas a la asistente administrativa, para que a su vez lleguen a manos del Gerente.</p> <p>Realizar el depósito del dinero en la entidad bancaria correspondiente.</p> <p>Hacer llegar al contador las factura emitidas para la correspondiente declaración.</p>	<p>Asistente de ventas</p>
<p>Realizar el cobro del diseño.</p> <p>Atender al cliente en caso de requerir algún presupuesto.</p> <p>Emitir la correspondiente factura.</p>	<p>Vendedores</p>

Elaborado por: Mayra Poveda y María Rojas

5.7.1.5 Diseño de políticas de control

Para mejorar la función administrativa y operacional se implementará políticas de control la cual permite inspeccionar, supervisar y corregir las acciones erróneas dando como resultado un análisis preciso y concreto de las falencias y carencias que posee el personal de la organización.

Políticas área administrativa y financiera

- ✓ Horario de labores del personal administrativo 08H00-12H00 y 14H00-18H00.
- ✓ Diariamente utilizar el respectivo uniforme: vestimenta casual (camisa o blusa con logotipo de Visual Corp., pantalón color azul oscuro).
- ✓ Velar con responsabilidad los activos de la organización.
- ✓ Presentar buena imagen (aseo)
- ✓ Discreción en la divulgación e información de la empresa.
- ✓ Planificar, controlar y direccionar el recurso financiero.
- ✓ Hacer conciliaciones bancarias
- ✓ Liquidaciones de facturas
- ✓ Elaborar arqueos de caja diariamente en un cuaderno e ir archivando el cuaderno de manera numérica.
- ✓ Receptar facturas de proveedores correctamente llenadas que conste fecha, RUC y nombre de la empresa.

Políticas para área de ventas

- ✓ Horario de labores del personal 08H00-12H00 y 14H00-18H00.
- ✓ Diariamente utilizar el respectivo uniforme: camiseta o blusa con logotipo de Visual Corp., pantalón blue jean).
- ✓ Coordinación de citas con futuros clientes.
- ✓ Cierre de negociaciones con los clientes
- ✓ Proporcionar información ágil y veraz a los clientes.
- ✓ Programar la elaboración del producto y la entrega del mismo pactando fecha y hora respectivamente.

Políticas para área de mantenimiento de maquinaria y equipos

- ✓ Horario de labores del personal administrativo 08H00-12H00 y 14H00-18H00.
- ✓ Contar con el equipo y las herramientas necesarias para el mantenimiento de maquinaria y equipo dentro de la organización.
- ✓ Poseer stock de repuestos y suministros de refacción de maquinarias.
- ✓ Contar con personal capacitado para maniobrar los equipos.

Políticas para área logística

- ✓ Horario de labores del personal administrativo 08H00-12H00 y 14H00-18H00.
- ✓ Diariamente utilizar el respectivo uniforme: camiseta o blusa con logotipo de Visual Corp., pantalón blue jean).
- ✓ Programación de entrega del producto con el cliente

5.7.1.6 Proyección presupuestaria de los controles internos

Cuadro N° 24

Detalle de implementación y costos de los controles internos

Medidas de control interno	Costos
Procesos	900,00
Políticas	400,00
TOTAL	1300,00

Elaborado por: Mayra Poveda y María Rojas

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Cuadro N° 25.- Detalle de Gastos

GASTOS MENSUALES 2012							
Gastos Administrativos		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
1	Asistente administrativo	295,00	295,00	295,00	295,00	295,00	295,00
1	Asistente de ventas	295,00	295,00	295,00	295,00	295,00	295,00
2	Diseñadores	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
1	Gerente	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
1	Administrador	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
1	Impresores	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
1	Jefe de taller	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
1	Vendedor	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
1	Contador	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		3840,00	3840,00	3840,00	3840,00	3840,00	3840,00

Gastos Generales		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
	Agua	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
	Energía eléctrica	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
	Telefono	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
	Internet	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
	Útiles de Oficina	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
	Alimentación	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
	Depreciación de edificio	458,33	458,33	458,33	458,33	458,33	458,33
	Depreciación de Vehículo	933,33	933,33	933,33	933,33	933,33	933,33
	Depreciación de maquinarias	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
	Depreciación de equipo computo	344,80	344,80	344,80	344,80	344,80	344,80
	Depreciación muebles y enseres	35,60	35,60	35,60	35,60	35,60	35,60
TOTAL GASTOS GENERALES		4030,06	4030,06	4030,06	4030,06	4030,06	4030,06
Gastos de Ventas		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
	Viáticos	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
	Publicidad	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS		130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00

Elaborado por: Mayra Poveda y María Rojas

Cuadro N° 26.- Detalle de Gastos

GASTOS MENSUALES 2012						
Gastos Administrativos	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1 Asistente administrativo	295,00	295,00	295,00	295,00	295,00	295,00
1 Asistente de ventas	295,00	295,00	295,00	295,00	295,00	295,00
2 Diseñadores	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
1 Gerente	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
1 Administrador	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
1 Impresores	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
1 Jefe de taller	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
1 Vendedor	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
1 Contador	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3840,00	3840,00	3840,00	3840,00	3840,00	3840,00

Gastos Generales	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Agua	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Energía eléctrica	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Teléfono	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Internet	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Útiles de Oficina	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Alimentación	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Depreciación de edificio	458,33	458,33	458,34	458,34	458,34	458,34
Depreciación de Vehículo	933,33	933,33	933,34	933,34	933,34	933,34
Depreciación de maquinarias	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
Depreciación de equipo computo	344,80	344,80	344,80	344,80	344,79	344,79
Depreciación muebles y enseres	35,60	35,60	35,60	35,60	35,60	35,60
TOTAL GASTOS GENERALES	4030,06	4030,06	4030,08	4030,08	4030,07	4030,07

Gastos de Ventas	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Viáticos	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Publicidad	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00

Elaborado por: Mayra Poveda y María Rojas

Cuadro N° 27.- Detalle de Activos

DETALLE DE ACTIVOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	Edificio		
1	Edificio	37.000,00	37.000,00
	Terreno		
1	Terreno	15.800,00	15.800,00
	Muebles y enseres		
4	Escritorios	150,00	600,00
4	sillas ejecutivas	45,00	180,00
10	sillas plásticas	15,00	150,00
	Equipo de Computo		
4	computadoras	945,00	3.780,00
2	Impresoras	179,00	358,00
	Equipo de oficina		
6	calculadoras	13,50	81,00
4	Pendrive	8,00	32,00
1	Teléfono	25,00	25,00
	Vehículo		
1	Auto	14.000,00	14.000,00
	Maquinarias		
3	Plotter	15.000,00	45.000,00
TOTAL DE ACTIVOS		83.180,50	117.006,00

Elaborado por: Mayra Poveda y María Rojas

ANÁLISIS FINANCIEROS

SUPUESTOS						
Periodos	0	1	2	3	4	5
Incrementos en las ventas		96,000	5%	3%	3%	3%
Necesidad de Caja		10%	2%	1%	1%	1%
Días de Cobro		7	7	7	7	7
Días de Stock		0	0	0	0	0
Costo de Materiales		10%	10%	10%	10%	10%
Días de pago		30	30	30	30	30
Gastos Comercialización (No Gravado x IVA)		10%	10%	8%	8%	5%
Gastos Administrativos (No Gravado x IVA)		46080	50688	55756.8	61332.48	67465.728
Inversiones de B de uso	35,000	0	0	0	0	0
Años de Amortización	10	10	10	10	10	10
Tasa de Impuestos		23%	22%	22%	22%	22%
Tasa de IVA(General)	12%	12%	12%	12%	12%	12%
Supuestos Financieros						
Ke tasa de costo de oportunidad de los acc		30.0%	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%
Equity % o capital de inversión		68%	68%	68%	68%	68%
Deuda %		32%	32%	32%	32%	32%
Kd		11.23%	11.23%	11.23%	11.23%	11.23%
WACC		23%	23.0%	23.0%	23.0%	23.0%

PRESUPUESTOS						
Presupuesto de Ventas y Costos						
Ventas		96,000	100,800	103,824	106,939	110,147
Iva debito fiscal		11,520	12,096	12,459	12,833	13,218
Clientes		2,062	2,165	2,230	2,297	2,366
Variación clientes		2,062	103	65	67	69
Cobro a Clientes		105,458	112,793	116,218	119,704	123,296
Costo de Materiales		9,600	10,080	10,382	10,694	11,015
Inventario		0	0	0	0	0
Variación Inventarios		0	0	0	0	0
Necesidad de Caja	7000	9,600	2,016	1,038	1,069	1,101
Variación Necesidad de Caja	7000	2,600	-7,584	-978	31	32

Presupuesto de Compras						
Compras = CMV-EI+EF		9,600	10,080	10,382	10,694	11,015
IVA Créditos fiscal		1,152	1,210	1,246	1,283	1,322
Proveedores		884	928	956	984	1,014
Variación Proveedores		884	44	28	29	30
Pagos a Proveedores		9,868	11,245	11,600	11,948	12,307

Gastos de Administración y Comercialización						
Gastos Administración	46080	50688	55756.8	61332.48	67465.728	
Gastos Comercialización	9,600	10,080	8,306	8,555	5,507	
Total de Gastos	55,680	60,768	64,063	69,888	72,973	
Pago de Gastos	55,680	60,768	64,063	69,888	72,973	

INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA						
Altas	35,000	0	0	0	0	0
Amortizaciones	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
		0	0	0	0	0
			0	0	0	0
				0	0	0
					0	0

Amortización		3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
BIENES DE USO (Valor de Origen)	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
Amortización Acumulada		3,500	7,000	10,500	14,000	17,500
BIENES DE USO (Valor de Residual)	35,000	31,500	28,000	24,500	21,000	17,500
IVA Crédito Fiscal	4,200	0	0	0	0	0
Pago Por Inversiones	39,200	0	0	0	0	0

Posición iva						
IVA debito fiscal (ventas)	0	11,520	12,096	12,459	12,833	13,218
IVAcédito fiscal (compras)	0	1,152	1,210	1,246	1,283	1,322
IVAcédito Fiscal (Bienes de Uso)	4,200	0	0	0	0	0
Posición IVA del periodo	-4,200	10,368	10,886	11,213	11,549	11,896
Crédito Fiscal	4,200	0	0	0	0	0
Variación Crédito Fiscal	4,200	-4,200	0	0	0	0
Pago de IVA	0	6,168	10,886	11,213	11,549	11,896

Cuadro de Resultados						
Ventas	96,000	100,800	103,824	106,939	110,147	
Costo de Materiales	9,600	10,080	10,382	10,694	11,015	
Utilidad bruta	86,400	90,720	93,442	96,245	99,132	
Gastos de Administración y Comercialización	55,680	60,768	64,063	69,888	72,973	
Amortizaciones	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	
Utilidad Operativa	27,220	26,452	25,879	22,857	22,659	
Impuestos	6,261	5,819	5,693	5,029	4,985	
Utilidad Neta	20,959	20,633	20,186	17,829	17,674	

Free cash flow						
Utilidad Operativa	0	27,220	26,452	25,879	22,857	22,659
(+) Amortizaciones	0	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
(-) Necesidad de Caja	7,000	2,600	-7,584	-978	31	32
(-) Variación de clientes	0	2,062	103	65	67	69
(-) Variación de inventarios	0	0	0	0	0	0
(+) Variación proveedores	0	884	44	28	29	30
(-) Variación crédito fiscal	4,200	-4,200	0	0	0	0
(-) Inversiones en AF	35,000	0	0	0	0	0
(-) Impuestos	0	6,261	5,819	5,693	5,029	4,985
Free cash flow	-46,200	24,881	31,658	24,626	21,259	21,103

Valor Actual Neto						
Free cash flow	-46,200	24,881	31,658	24,626	21,259	21,103
Factor de Descuento	1.00	0.81	0.66	0.53	0.43	0.35
Valor Actual	-46,200	20,201	20,862	13,172	9,230	7,436
Valor Actual Acumulado	-46,200	-25,999	-5,137	8,036	17,265	24,702
VALOR ACTUAL	24,702					
Valor Terminal						
Valor Terminal periodo n	90,948					
Valor Actual Valor Terminal	32,049					
VALOR ACTUAL NETO	56,751					

Balance						
Caja	7,000	34,481	58,555	82,203	103,494	124,628
Stock	0	0	0	0	0	0
Clientes	0	2,062	2,165	2,230	2,297	2,366
Crédito Fiscal IVA	4,200	0	0	0	0	0
Bienes de Uso	35,000	31,500	28,000	24,500	21,000	17,500
Activo Total	46,200	68,043	88,720	108,933	126,791	144,494
Deudas Operativas	0	884	928	956	984	1,014
Patrimonio Neto	46,200	67,159	87,792	107,977	125,806	143,480
Control	0	0	0	0	0	0

Flujos de Fondos (Directo)						
Ingreso por ventas	0	105,458	112,793	116,218	119,704	123,296
(-) Egreso por Necesidad de Caja	7,000	2,600	-7,584	-978	31	32
(-) Egreso por Compras Mercadería	0	9,868	11,245	11,600	11,948	12,307
(-) Egreso por Compras AF	39,200	0	0	0	0	0
(-) Egreso por pago de IVA	0	6,168	10,886	11,213	11,549	11,896
(-) Egreso por pago de Imp. Ganancias	0	6,261	5,819	5,693	5,029	4,985
(-) Egresos por Gtos de Administración	0	46,080	50,688	55,757	61,332	67,466
(-) Egresos por Gtos de Comercialización	0	9,600	10,080	8,306	8,555	5,507
Flujo de Fondos Netos	-46,200	24,881	31,658	24,626	21,259	21,103
Control	0	0	0	0	0	0

ANALISIS FINANCIEROS	
TIR	48.09%
ROE	12.32%

5.7.3 Impacto

Impacto económico

La publicidad es el foco importante de las empresas para poder ofrecer a los clientes sus productos y servicios.

La empresa Visual Corp. ha visto la necesidad de las empresas para anunciar sus productos y/o servicios que preste la misma a través de publicidad visual pero ve la economía en la actualidad y para a ello Visual Corp. ofrece productos y servicios a costos módicos en comparación con el mercado.

Visual Corp. necesita adquirir maquinarias que ayude al desarrollo de la organización con productos de calidad, ya que producto de la adquisición se obtendrá ingresos monetarios que ayuda a la estabilidad financiera y el crecimiento de la institución. Y como impacta también en la economía local y nacional.

Impacto social

Publicidad visual llega a cada rincón y es por ello que la gente se inclina más hacia los productos o servicios, ya que las empresas captan el interés de los clientes a través de ello.

La empresa Visual Corp. es una organización que busca complacer a sus clientes brindándole un producto de calidad y buena atención al cliente, ya que ellos provienen de diferentes cantones, motivo por el cual se ha creado un organigrama, políticas internas, manuales de funciones y procedimientos estos permiten ser eficientes y cumplir con los objetivos planteados, se beneficia la sociedad que día a día visita a la institución. Por otra parte la organización genera fuente de trabajo.

Impacto cultural

En la ciudad de Milagro y en Ecuador en general no está tan explotada la publicidad y esta tendencia creciente a nivel mundial es una técnica que permite a las empresas maximizar sus ganancias a partir de impactar de una mejor manera a los consumidores en promociones, propagandas, etc., por tanto el asesorar a las empresas y comerciantes en una publicidad de calidad, innovadora y con tecnología

de punta, creará una nueva forma de hacer negocios y de exponer al mercado los productos y servicios de los clientes de Visual Corp. cambiando la cultura comercial de las empresas de la localidad.

5.7.4 Cronograma

Cuadro N° 28.- Cronograma

ACTIVIDADES	MESES					
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Establecer organigrama funcional						
Establecer manual de funciones						
Establecer manual de procedimientos						
Establecer políticas internas						
Indicar los estudios presupuestarios						
Análisis financiero						

Elaborado por: Mayra Poveda y María Rojas

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Se pondrá en marcha las actividades planeados de acuerdo a nuestro cronograma, con el propósito de que el proyecto sea útil y beneficioso tanto económico como social.

CONCLUSIONES

- La empresa Visual Corp., en la actualidad se encuentra afectada por la falta de una estructura orgánico-funcional, esto conlleva a que el servicio brindado sea de baja calidad, generando quejas constantes por parte de los clientes.
- No existe estabilidad laboral, debido al incumplimiento de los beneficios de los trabajadores por parte de la administración en cuanto al pago de horas extraordinarias.
- Los trabajadores entrevistados están de acuerdo en aplicar un manual de funciones y procedimientos y asistir a capacitaciones, que ayuden a una mejor distribución de las actividades dentro de la empresa y garantizar de esta manera un servicio con alta calidad.
- La administración no tiene conocimientos sobre las actualizaciones tributarias y las reformas que se dan constantemente en las leyes ecuatorianas.
- La falta de un manual de funciones les impide a los trabajadores conocer con seguridad cada una de sus actividades dentro de la empresa.
- En definitiva, la propuesta de implementación de manuales de funciones, procedimientos, controles internos y la adquisición de nuevas maquinarias, mejoraran en un 100% el servicio brindado e incrementará la afluencia de clientes y por ende los ingresos y rentabilidad de la empresa.

RECOMENDACIONES

- Capacitar a los empleados para que puedan ofrecer un mejor servicio.
- Monitorear y evaluar a los empleados constantemente, para mantener un buen control de las actividades realizadas en la empresa, el cual permita llegar a cumplir los objetivos de la organización.
- Realizar una buena selección de personal, ajustándolo siempre al perfil de cargo implementado en nuestra propuesta, ya que por ello ha existido falencias en las actividades a desarrollar.
- Realizar la adquisición de maquinarias, que ayuden a agilizar la entrega de obra.
- Administrar de una mejor manera los recursos humanos y económicos para poder hacer crecer el negocio y por ende las utilidades de la empresa.
- Aumentar los productos que ofrece la empresa.
- Brindar productos y servicios innovadores de alta calidad, ya que ello hará que la empresa capte clientes, y que los actuales se sientan satisfechos y no busquen a la competencia.
- Captar la atención de los clientes con productos que vayan en conjunto con la tecnología actual como por ejemplo anuncios en pantallas LED.
- Visitar constantemente a los clientes potenciales para darles a conocer los productos disponibles y novedosos.
- Actualizar la página web sobre los productos que mantiene la empresa, además responder las inquietudes de los usuarios de la misma.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- (1) Koontz, H, Weihrich, H y Cannice, M (2008) “*Administración. Una perspectiva global y empresarial*” (Decima tercera edición) México: McGraw Hill Interamericana Editores.
- (2) Munch, L (2010) “*Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*” (Primera edición) México: Pearson Educación.
- (3) Jones, G (2008) “*Teoría organizacional. Diseño y cambio en las organizaciones*” (Quinta edición) México: Pearson Educación.
- (4) Dessler, G (2009) “*Administración de recursos humanos*” (Decima primera edición) México: Pearson Educación.
- (5) Fillion, L, Cisneros, L y Mejía, L (2011) “*Administración de PYMES*” (Primera edición) México: Pearson Educación.
- (6) Bernal, C (2007) “*Introducción a la administración de las organizaciones*” (Primera edición) México: Pearson Educación.
- (7) Gallardo, J (2012) “*Administración estratégica. De la visión a la ejecución*” (Primera edición) México: Alfaomega Grupo Editor.
- (8) Amaru, A (2009) “*Fundamentos de la administración. Teoría general y proceso administrativo*” (Primera edición) México: Pearson Educación.
- (9) Fred, D (2008) “*Conceptos de la administración estratégica*” (Decima primera edición) México: Pearson Educación.
- (10) Stephen, R y Coulter, M (2010) “*Administración*” (Decima edición) México: Pearson Educación.
- (11) Guízar, R (2008) “*Desarrollo organizacional. Principios y aplicaciones*” (Tercera edición) México: McGraw Hill Interamericana Editores.
- (12) Krajewski, L, Ritzman, L, Malhotra, M (2008) “*Administración de operaciones*” (Octava edición) México: Pearson Educación.

- (13) Levin, R y Rubin, D (2010) "*Estadística para administración y economía*" (Séptima edición) México: Pearson Educación.
- (14) Rodríguez, M (2007) "*Procesos de trabajo*" (Primera edición) Madrid: Pearson Educación.
- (15) Robbins, S y Judge, T (2009) "*Fundamentos del comportamiento organizacional*" (Décima tercera edición) México: Pearson Educación.
- (16) Anthony, R y Govindarajan, V (2008) "*Sistemas de control de gestión*" (Duodécima edición) México: McGraw Hill Interamericana Editores.
- (17) Stephen Robbins y Timothy Judg, (2009) "*Fundamentos del comportamiento organizacional*" (13° edición) México: Pearson Educación.
- (18) Sagi, L "*Gestión por competencias: El reto compartido del crecimiento personal y de la organización*" España: ESIC Editorial.
- (19) Gitman, L y McDnaniel, C(2008) "*El futuro de los negocios*" (5° edición) México: Edamsa impresiones S.A
- (20) Herrscher, E (2009) "*Administración: aprender y actuar*" (1° Edición) México: Ediciones Granica.

LINKOGRAFIA

- http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/historiadelaadministracion/
- www.leonelvidales.com

ANEXOS

ANEXO 1. FORMATO DE ENTREVISTA

Entrevista N° 1

La entrevista realizada sirve para recopilar información por parte de los integrantes calificados que interviene en la empresa Visual Corp. en cuanto a la administración. Se aclara que esta información es propiamente de la empresa y será utilizada para la realización del proyecto académico.

Entrevistado:

Cargo: Gerente.

1. ¿Para usted qué tan importante es contar con políticas internas?
2. ¿Cree usted que la implantación de un manual de control interno mejorará el desarrollo administrativo y operacional de la empresa?
3. ¿Cómo considera el ambiente organizacional dentro de la empresa?
4. ¿Se evalúa periódicamente el desempeño del personal de la empresa?
5. ¿Qué procedimientos realizan al momento de la selección del personal?
¿Cuentan con perfiles para el cargo?

Entrevista Nº 2

La entrevista realizada sirve para recopilar información por parte de los integrantes calificados que interviene en la empresa Visual Corp. en cuanto a la administración. Se aclara que esta información es propiamente de la empresa y será utilizada para la realización del proyecto académico.

Entrevistado:

Cargo:

1. ¿Estaría usted de acuerdo en asistir a capacitaciones fuera de los horarios de trabajo?
2. ¿Está usted de acuerdo con el pago que se realiza por el tiempo extra de trabajo?
3. ¿Cómo es el liderazgo de su jefe inmediato?
4. ¿Cómo considera usted que es el trato con sus compañeros de trabajo?
5. ¿Tus opiniones cuentan para tomar decisiones?

ANEXO 2. FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ENCUESTA

El objetivo de la realización de esta encuesta es recopilar datos que permita mejorar la funcionabilidad administrativa y operacional de la empresa Visual Corp., motivo de investigación del proyecto previo a la obtención del título de Ing.

Por favor responder las pregunta con seriedad y utilice las siguientes calificaciones de 1 a 5, entendiéndose que 1 representa deficiencia y 5 representa eficiencia.

PREGUNTAS	5	4	3	2	1
1. ¿Cómo califica el servicio brindado por la empresa Visual Corp.?					
2. ¿Ha observado usted falta de orden en la empresa VISUAL Corp.?					
3. ¿Cómo califica el trato y la cordialidad de los trabajadores de la empresa Visual Corp.?					
4. Cuando se van a producir retrasos en la entrega de obra. Usted ¿tiene previo conocimiento de esto?					
5. ¿Considera que las personas que lo atendieron tienen pleno conocimiento sobre diseño y publicidad?					
6. ¿Considera usted que la empresa VISUAL corp. se preocupa por lograr la satisfacción de sus clientes?					
7. ¿Cuál es su grado de satisfacción con el producto recibido?					
8. ¿Cómo considera usted el espacio físico donde se desarrolla la empresa Visual Corp.?					
9. Cree usted que el tiempo de entrega del producto es:					
10. ¿Cómo califica la asesoría brindada por los trabajadores de la empresa Visual Corp.?					
11, ¿Cómo califica la respuesta a sus quejas, sugerencias o reclamos de la empresa Visual Corp.?					

**CARTA DE AUTORIZACION PARA EL USO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS
DE LA EMPRESA VISUAL CORP.**

Milagro, 18 de Abril del 2013

Señores
Universidad Estatal de Milagro
Ciudad.-

Por medio de la presente autorizo a las alumnas POVEDA MARTILLO MAYRA ALEJANDRA Y ROJAS CRESPIAN MARIA FERNANDA el uso de los ESTADOS FINANCIEROS para su proyecto de tesis. Podrán usar los citados balances para los fines de exposición o defensa de dicho proyecto.

Expido el presente consentimiento de conformidad con las disposiciones dadas por la Junta Directiva de la empresa.

Atentamente,

ADMINISTRADOR
VISUAL CORP S.A.

Nombre: Edison David Sánchez Zambrano
C.I: 050242074-8

MATRIZ AUXILIAR PARA EL DISEÑO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PROBLEMA PRINCIPAL	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	INSTRUMENTOS
La deficiencia administrativa y operacional de Visual Corp. genera falta de organización y por lo consiguiente conflictos internos en la empresa.	¿De qué manera se afecta el manejo administrativo y operacional por falta de organización y de políticas internas en la empresa Visual Corp.?	Determinar en qué forma afecta el manejo administrativo y operacional de la empresa Visual Corp. por falta de organización y de políticas internas.	Si existe una deficiencia administrativa y operacional ésta generará conflictos internos en la empresa por falta de organización y definición de políticas internas que guíen las labores.	La deficiencia administrativa y operacional	Conflictos internos en la empresa	Encuestas
SUBPROBLEMAS	SISTEMATIZACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS PARTICULARES	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	INSTRUMENTOS
Descoordinación de las actividades en cuanto a responsabilidades y funciones generaretrasos en los procesos.	¿De qué manera influyen las responsabilidades y funciones en los retrasos de los procesos?	Evaluar cómo las responsabilidades y funciones están generando retrasos en los procesos	Si la desorganización en el equipo de trabajo persiste es un problema constante entonces se reducirán los ingresos y por ende la compañía Visual Corp. fracasará en sus objetivos	Desorganización en el equipo de trabajo	Reducción de los ingresos y fracaso en los objetivos	Encuestas Entrevistas
El fallido proceso de selección de personal genera desintegración en el equipo de trabajo.	¿De qué manera se genera desintegración del equipo de trabajo por procesos inadecuados de selección?	Cuestionar en que forma los errores de selección de personal están generando desintegración organizacional				
Los bajos niveles de administración es causa de la ausencia del control interno	¿De qué manera influye la ausencia de control interno con relación a los bajos niveles administrativos?	Analizar de qué manera afecta la ausencia de control interno	Si el descontento de los clientes se siguiera incrementando entonces se irán a la competencia y afectaría nuestro presupuesto por falta de ingresos	La competencia afectaría nuestro presupuesto por falta de ingresos	Descontento de los clientes	
El alto grado de rotación del personal afecta en la realización de las actividades en la empresa Visual Corp.	¿De qué manera influye el alto grado de rotación del personal en la realización de las actividades en la empresa Visual Corp.?	Comprobar de qué manera afecta el alto grado de rotación del personal en la empresa Visual Corp.				
Las escasas maquinarias impiden el crecimiento de la empresa Visual Corp.	¿De qué forma impide el crecimiento de la empresa los escasos de maquinaria?	Calcular en qué medida afecta la falta de maquinarias para el crecimiento de la empresa				

ANEXO

REGISTRO DE CONTROL, EVALUACIÓN Y APROBACIÓN DE DISEÑO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO DEL PROYECTO: Estudio de funcionabilidad administrativa y operacional de la empresa Visual Corp. del cantón Milagro para mejorar su desempeño empresarial a través de la ampliación, reorganización y creación de políticas internas, Año 2012

AUTORES: Poveda Martillo Mayra Alejandra

Rojas Crespín María Fernanda

1. TEMA	SI	NO
• El titulo es concreto y claro	—	—
• Es de interés para el mejoramiento de la calidad educativa	—	—
• Desarrollo tecnológico (según proyecto)	—	—
• Es factible realizar la investigación	—	—
• El tema puede aceptarse	—	—

OBSERVACIONES SOBRE EL TEMA:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	SI	NO
• En el planteamiento se identifica claramente la situación actual (síntomas, causas)	—	—
• La pregunta de investigación esta bien planteada (formulación y sistematización)	—	—
• Pronostico y control correctamente elaborado	—	—

OBSERVACIONES AL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

OBJETIVOS:	SI	NO
• Son claros y están bien planteados	—	—
• El objetivo general es consistente con la formulación del problema	—	—
• Los objetivos específicos son consistentes con la sistematización del problema	—	—

OBSERVACIONES SOBRE LOS OBJETIVOS:

JUSTIFICACIÓN:	SI	NO
• La justificación de la investigación tiene importancia, viabilidad y es posible que económicamente se realice.	—	—

1. MARCO REFERENCIAL:

	SI	NO
• Empresa antecedentes de la investigación	—	—
• La fundamentación tiene relación con el problema, el tema y las variables.	—	—
• Las definiciones de términos están fundamentados.	—	—
• Coherencia y estructuración lógica del marco teórico.	—	—

HIPÓTESIS Y VARIABLES:

	SI	NO
• El trabajo exige hipótesis.	—	—
• Tiene relación con el problema, el tema y el marco teórico.	—	—
• Están bien formuladas.	—	—

2. MARCO METODOLÓGICO:

	SI	NO
• Método como realizara la investigación.	—	—
• Contiene la población sujeto a estudio.	—	—

• Determina la muestra de estudio.	—	—
• Expresa los métodos de investigación.	—	—
• Muestra instrumento y técnicas de investigación.	—	—
3. MARCO ADMINISTRATIVO.	SI	NO
• Determina claramente los recursos humanos.	—	—
• Hace constar medios de trabajo.	—	—
• Presenta el cronograma de trabajo.	—	—
PRESUPUESTO	SI	NO
• Los gastos por servicios personales han sido calculados de acuerdo con las necesidades del recurso humano.	—	—
• Los gastos generales son los previstos para la investigación Propuesta.	—	—
EL CRONOGRAMA	SI	NO
• Emplea el diagrama de Gantt adecuadamente.	—	—
• Las etapas de investigación presentada sigue un proceso lógico	—	—
• El tiempo asignado para cada etapa de investigación es suficiente	—	—
BIBLIOGRAFÍA:	SI	NO
• Es suficiente.	—	—
• Esta correctamente elaborada.	—	—
• Actualizada.	—	—

EL PROYECTO EN SU CONTENIDO Y METODOLOGÍA:

Se aprueba

Se rechaza

TUTOR:

FECHA: