



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

**“MODELO ADMINISTRATIVO - CONTABLE PARA LA
INDUSTRIA TEXTILERA EN LA CIUDAD DE IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A.**

AUTORA: ROSERO ARTURO DIANA LISSET

ASESOR: ING. CÉSAR PINTO

Ibarra, Octubre del 2010

RESUMEN EJECUTIVO

Dentro de la Ciudad de Ibarra las pequeñas y medianas empresas se han convertido en un significativo sector para el soporte y progreso económico social, no solo de la provincia sino también del país, por ello es necesario que los propietarios adquieran conocimientos de la administración y aspecto financiero de sus instituciones para la toma de decisiones pertinentes y confiables. El presente trabajo de investigación es un instrumento que orienta al personal de las Empresas Textiles de la Ciudad de Ibarra investigadas, ya que fue elaborado para cubrir con las necesidades que se evidenció en el diagnóstico, como lo es la falta de organización de algunas de las áreas, la dualidad de funciones, la falta de un adecuado registro contable y de producción, entre otras, este documento se presenta de manera clara y concisa utilizando formatos con su respectiva explicación, de igual forma se describen los procedimientos y funciones que cada trabajador debe realizar, con la finalidad de mejorar el desempeño en la ejecución de sus labores, además en la investigación se confirmó que las empresas generan una buena estabilidad económica con la que se podría mejorar la obtención de nueva maquinaria y sobre todo una tecnología de punta y de esta forma entregar un producto con mejores características y garantizado. Cabe recalcar que la aplicación de este Modelo Administrativo Contable para las Empresas Textiles de la Ciudad de Ibarra, ha sido realizado con un vocabulario de fácil comprensión para una mejor utilización, finalmente se ha expuesto recomendaciones que ayudarán al mejoramiento de la gestión y el empleo de los recursos de las empresas investigadas.

EXECUTIVE SUMMARY

Within the City of Ibarra the small and medians companies a significant sector for the support and social economic progress have become, not only of the province but also of the country, for that reason it is necessary that the proprietors acquire knowledge of the administration and financial aspect of their institutions for the pertinent and reliable decision making. The present work of investigation is an instrument that orients the personnel of the Textile Companies of the City of Ibarra investigated, since it was elaborated to cover with the needs that were demonstrated in the diagnosis, as it is it the lack of organization of some of the areas, the duality of functions, the lack of an adapted accounting record and production, among others, this document appears of clear and concise way using formats with its respective explanation, similarly to the procedures and functions are described that each worker must perform, in order to improve the performance in the execution of their workings, in addition in the investigation I confirm myself that the companies generate a good stability economic with which the obtaining of new machinery and coverall could be improved an end technology and to be form to give a product with better characteristics and guaranteed. It is possible to stress that the application of this Countable Administrative Model for the Textile Companies of the City of Ibarra, has been made with a vocabulary of easy understanding for one better use, and finally has set out recommendations that helped to the improvement of the management and the use of the resources of the investigated companies

AUTORÍA

Yo, DIANA LISSET ROSERO ARTURO, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100287506 - 8, declaro bajo juramento que la presente investigación es de total responsabilidad de la autora, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

Diana Lisset Rosero Arturo

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Director de Trabajo de Grado, presentado por la Srta. ROSERO ARTURO DIANA LISSET, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A., cuyo título es “MODELO ADMINISTRATIVO – CONTABLE PARA LA INDUSTRIA TEXTILERA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, doy fe de que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte de jurado examinador que se designe.

Ing. César Pinto

DEDICATORIA

Ha transcurrido el tiempo y he culminado una etapa muy importante en mi vida profesional donde experimente esfuerzo, responsabilidad y la satisfacción del deber cumplido.

El camino fue muy difícil pero con el respaldo, confianza y amor de mi familia y amigos lo he logrado.

Es por esto que dedico este logro a mis padres quienes con su constante apoyo me ayudaron a lograr mi meta personal y sembrar en mí el deseo de ser cada día mejor.

Diana Lisset

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme concedido la vida, sabiduría y conocimiento para poder concluir todas las metas propuestas.

Mi infinito agradecimiento a mis padres por su constancia incondicional.

Al Ing. César Pinto quien con su profesionalismo que le caracteriza ha sabido darme el asesoramiento para la elaboración de este trabajo de grado.

A mis catedráticos por compartir sus conocimientos durante mi carrera profesional.

A la Universidad Técnica del Norte por ser la Institución que me brindó el mejor personal profesional, para adquirir conocimientos y experiencias que jamás olvidaré.

Diana Lisset

PRESENTACIÓN

El presente estudio que propone implementar un Modelo Administrativo Contable en la Industria Textilera de la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, está estructurada por cuatro capítulos: Diagnóstico Situacional, Bases Teóricas, Propuesta Administrativa - Contable y Análisis de Impactos.

En el primer capítulo se ha realizado la investigación de campo, donde mediante encuestas realizadas a los propietarios y clientes de las diferentes empresas, se llegó a determinar que muchas de estas, poseen deficiencias en cuanto a la administración de sus recursos económicos se refiere, desconocen prácticamente de un manejo adecuado de su capital, y muchas de ellas estarían dispuestas a implementar un modelo que le permita contrarrestar esta situación.

En el segundo capítulo, se ha buscado las bases científicas necesarias que permitan sustentar la parte técnica de esta propuesta, mediante textos actualizados referentes a contabilidad, administración, y producción textil, de manera que permita obtener resultados oportunos en un determinado ejercicio económico.

En el tercer capítulo se puede apreciar la propuesta administrativa - contable, definida en términos sencillos de manera que sea entendible para el usuario, con estos capítulos se pretende que los propietarios den a conocer las funciones de cada cargo, un organigrama estructural, plan de cuentas, utilización de cada una de las cuentas contables y los formatos del manejo contable y estados financieros, para poder tomar las decisiones correctas.

Y el cuarto capítulo contiene un análisis técnico de los impactos que la aplicación del presente proyecto puede generar a nivel económico, social, educativo y empresarial. Finalmente este modelo contiene conclusiones con sus respectivas recomendaciones para que pueda ser tomada en cuenta, en caso de que el propietario estuviera interesado en la aplicación de este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
EXECUTIVE SUMMARY.....	III
AUTORIA.....	IV
APROBACION DEL TUTOR.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
PRESENTACION.....	VIII
INDICE GENERAL.....	X
INDICE DE TABLAS.....	XVII
INDICE DE GRAFICOS.....	XVIII
INDICE DE CUADROS.....	XIX

PREFACIO

Página

INTRODUCCION.....	20
-------------------	----

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	24
1.1 Antecedentes.....	24
1.2. Objetivos.....	27
1.2.1. Objetivo General.....	27
1.2.2. Objetivos Específicos.....	27

1.3.	Variables del Diagnóstico.....	27
1.4.	Indicadores del Diagnóstico.....	.28
	1.4.1. Estructura Organizacional.....	28
	1.4.2. Producción.....	28
	1.4.3. Control Contable.....	28
	1.4.4. Comercialización.....	29
1.5.	Matriz de Relación Diagnóstica.....	30
1.6.	Diseño De Instrumentos De Investigación.....	32
	1.6.1. Información Primaria.....	32
	1.6.2. Información Secundaria.....	32
1.7.	Población y Muestra.....	33
	1.7.1. Población.....	33
	1.7.2. Muestra.....	33
1.8.	Evaluación De La Información.....	34
	1.8.1. Resultados, Análisis e Interpretación.....	.34
	De Encuestas Propietarios – Gerentes.	
	1.8.2. Resultados, Análisis e Interpretación	
	De Encuestas Consumidor - Cliente.....	46
1.9.	Matriz F.O.D.A.....	53
	1.9.1. Fortalezas.....	53
	1.9.2. Oportunidades.....	.53
	1.9.3. Debilidades.....	54
	1.9.4. Amenazas.....	54
1.10.	Cruces Estratégicos De La Matriz F.O.D.A.....	.55
	1.10.1. Cruce Estratégico FA (Fortalezas – Amenazas)...	55
	1.10.2. Cruce Estratégico FO (Fortalezas –	
	Oportunidades).....	55
	1.10.3. Cruce Estratégico DO (Debilidades –	
	Oportunidades).....	56
	1.10.4. Cruce Estratégico DA (Debilidades –	

Amenazas).....	56
1.11. Identificación Del Problema Diagnóstico Con Causas y Efectos.....	57

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO.....	59
2.1. Modelo.....	59
2.1.1. Definición de Modelo.....	59
2.1.2. Tipos De Modelos.....	59
2.2. Aspecto Administrativo.....	60
2.2.1. Administración.....	60
2.2.1.1. Definición de Administración.....	60
2.2.2. Importancia de la Administración.....	61
2.2.3. Objetivos de la Administración.....	61
2.2.4. Tipos de Administración.....	61
2.2.5. Características de la Administración.....	62
2.2.6. Empresa.....	63
2.2.6.1. Definición de Empresa.....	63
2.2.7. Objetivos de la Empresa.....	64
2.2.8. Elementos que Forman La Empresa.....	64
2.2.9. Fines de la Empresa.....	66
2.2.10. Clasificación de la Empresa.....	67
2.2.11. Políticas de la Empresa.....	69
2.2.12. Organigrama Estructural.....	70
2.2.13. Manual de Funciones.....	70
2.2.13.1. Ventajas de los Manuales.....	71
2.2.13.2. Desventajas de los Manuales.....	72
2.2.14. Niveles Jerárquicos.....	72

2.3.	Aspecto Contable.....	73
2.3.1.	Contabilidad.....	73
2.3.1.1.	Definición de Contabilidad.....	73
2.3.2.	Importancia de Contabilidad.....	74
2.3.3.	Clasificación de la Contabilidad.....	74
2.3.4.	Plan de Cuentas.....	75
2.3.4.1	Características del Plan de Cuentas.....	76
2.3.5.	Estructura del Ciclo Contable.....	76
2.3.5.1.	Comprobantes o Documentos Fuentes.....	76
2.3.5.2.	Libro Diario.....	77
2.3.5.3.	Libro Mayor.....	77
2.3.5.4.	Balance de Comprobación.....	78
2.3.5.5.	Inventarios (Kardex).....	78
2.3.6.	Estados Financieros.....	78
2.3.6.1.	Estado de Situación Inicial.....	79
2.3.6.2.	Balance General.....	79
2.3.6.3.	Estado de Flujo de Efectivo.....	80
2.3.6.4.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	80
2.3.6.5.	Notas a los Estados Financieros.....	80
2.4.	Industria Textilera.....	81
2.4.1.	Industria.....	81
2.4.1.1.	Definición de Industria.....	81
2.4.2.	Clasificación De La Industria	81
2.4.3.	Textil	83
2.4.4.	Fibras Textiles	83
2.4.5.	Producción Textil	84
2.4.6.	Tipos de Textiles	87
2.4.7.	La Industria Mundial.....	88

2.4.8. Historia Y Actualidad De La Industria Textil Ecuatoriana.....	89
2.4.9. Proceso Textil.....	92

CAPITULO III

3. Propuesta De Modelo Administrativo Contable Para La Industria Textilera En la Ciudad de Ibarra Provincia De Imbabura.....	94
3.1. Introducción.....	94
3.2. Propuesta Administrativa.....	95
3.2.1. Estructura Organizativa de las Empresas.....	95
3.2.1.1. Misión.....	95
3.2.1.2. Visión.....	96
3.2.1.3. Principios Corporativos.....	96
3.2.1.4. Valores.....	100
3.2.1.5. Organigrama Vertical.....	102
3.2.1.5.1. Niveles Jerárquicos.....	103
3.2.1.6. Manual de Funciones.....	103
3.2.1.6.1. Distributivo de Funciones.....	104
3.3. Propuesta Contable.....	126
3.3.1. Esquema Contable.....	126
3.3.2. Plan de Cuentas.....	126
3.3.2.1. La Cuenta.....	127
3.3.3. Transacción Contable.....	133
3.3.4. Libros Principales de Contabilidad.....	137
3.3.4.1. Libro Diario.....	137
3.3.4.1.1. Estructura del Libro Diario....	137
3.3.4.1.2. Comprobante de Diario.....	139
3.3.4.2. Libro Mayor.....	140

	3.3.4.2.1. Mayor General.....	140
3.3.4.3.	Balance de Comprobación.....	142
	3.3.4.3.1. Procedimiento.....	142
3.3.5.	Comprobantes de Venta autorizados por el SRI.....	143
3.3.5.1.	Documentos Comerciales.....	143
	3.3.5.1.1. Facturas.....	143
	3.3.5.1.2. Notas de Venta.....	145
	3.3.5.1.3. Liquidación de Compras de Bienes y Servicios.....	145
3.3.5.2.	Documentos Complementarios.....	145
	3.3.5.2.1. Notas de Crédito.....	145
	3.3.5.2.2. Notas de Débito.....	146
3.3.5.1.	Comprobantes de Retención.....	147
3.3.6.	Documentos de Uso Interno para la Producción...	148
3.3.6.1.	Materiales.....	148
	3.3.6.1.1. Compra de Materiales.....	149
	3.3.6.1.2. Requisición de Compra.....	149
	3.3.6.1.3. Orden de Compra.....	150
	3.3.6.1.4. Tarjeta de Existencias.....	151
3.3.6.2.	Mano de Obra.....	152
3.3.7.	Principales Estados Financieros.....	155
3.3.7.1.	Balance General.....	156
	3.3.7.1.1. Formas de presentación.....	156
	3.3.7.1.2. Reglas de presentación.....	157
	3.3.7.1.3. Elementos del Balance.....	157
3.3.7.2.	Estado de Resultados	166
	3.3.7.2.1. Denominación de las cuentas principales del Estado de Resultados.....	166

3.3.7.2.2.	Primera parte del Estado de Resultados.....	168
3.3.7.2.3.	Segunda parte del Estado de Resultados	169
3.3.7.3.	Estado de Flujo de Efectivo.....	171

CAPITULO IV

4.	Impactos.....	172
4.1.	Análisis de Impactos.....	172
4.1.1.	Impacto Empresarial.....	172
4.1.2.	Impacto Económico.....	173
4.1.3.	Impacto Educativo.....	174
4.1.4.	Impacto Social.....	175
	CONCLUSIONES.....	177
	RECOMENDACIONES.....	179
	BIBLIOGRAFIA.....	181
	LINCOGRAFIA.....	182
	ANEXOS.....	183

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO

PREFACIO	Página
ENCUESTA PROPIETARIOS – GERENTES	33
TABLA N° 1 Método Administrativo Contable	33
TABLA N° 2 Equipo y Maquinaria en la Producción.....	34
TABLA N° 3 Adquisición de Materia Prima.....	35
TABLA N° 4 Canales de Distribución para entrega de productos.....	36
TABLA N° 5 Procedimientos y Responsabilidades del Personal.....	38
TABLA N° 6 Determinación del Costo del Producto.....	39
TABLA N° 7 Inexistencia de un Modelo Administrativo Contable.....	40
TABLA N° 8 Normas y Políticas de la Empresa.....	.42
TABLA N° 9 Constataciones Físicas de Inventarios.....	43
TABLA N° 9.1 Frecuencia de Constatación Física de Inventarios.....	43
ENCUESTA A CONSUMIDOR – CLIENTE	45
TABLA N° 10 Calidad de Productos de la Empresa.....	45
TABLA N° 11 Imagen de la Empresa.....	46
TABLA N° 12 Satisfacción del Cliente.....	47
TABLA N° 13 Presentación del Producto Terminado.....	49
TABLA N° 14 Precios de los Productos Terminado.....	50
TABLA N° 15 Atención al Cliente.....	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO

PREFACIO	Página
ENCUESTA PROPIETARIOS – GERENTES	33
GRAFICO N° 1 Método Administrativo Contable.....	33
GRAFICO N° 2 Equipo y Maquinaria en la Producción.....	34
GRAFICO N° 3 Adquisición de Materia Prima.....	35
GRAFICO N° 4 Canales de Distribución para entrega de productos...	37
GRAFICO N° 5 Procedimientos y Responsabilidades del Personal...	38
GRAFICO N° 6 Determinación del Costo del Producto.....	39
GRAFICO N° 7 Inexistencia de un Modelo Administrativo Contable...	41
GRAFICO N° 8 Normas y Políticas de la Empresa.....	42
GRAFICO N° 9 Constataciones Físicas de Inventarios.....	43
GRAFICO N° 9.1 Frecuencia de Constatación Física de Inventarios..	44
ENCUESTA A CONSUMIDOR – CLIENTE	45
GRAFICO N° 10 Calidad de Productos de la Empresa.....	45
GRAFICO N° 11 Imagen de la Empresa.....	46
GRAFICO N° 12 Satisfacción del Cliente.....	48
GRAFICO N° 13 Presentación del Producto Terminado.....	49
GRAFICO N° 14 Precios de los Productos Terminado.....	50
GRAFICO N° 15 Atención al Cliente.....	51

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO

PREFACIO	Página
CUADRO N° 1 Matriz de Relación Diagnóstica.....	29
CUADRO N° 2 Clasificación de la Contabilidad.....	74
CUADRO N° 3 Plan de Cuentas.....	125
CUADRO N° 4 Funcionamiento de las Principales Cuentas.....	133
CUADRO N° 5 Formato Libro Diario.....	137
CUADRO N° 6 Formato Comprobante de Diario.....	139
CUADRO N° 7 Formato Mayor General.....	141
CUADRO N° 8 Formato Balance de Comprobación.....	142
CUADRO N° 9 Formato Factura	143
CUADRO N° 10 Formato Nota de Crédito	145
CUADRO N° 11 Formato Nota de Debito	146
CUADRO N° 12 Formato de Retención en la Fuente.....	147
CUADRO N° 13 Formato de Requisición de Compra.....	149
CUADRO N° 14 Formato de Orden de Compra.....	150
CUADRO N° 15 Formato de Tarjeta de Existencias.....	151
CUADRO N° 16 Formato de Tarjeta de Tiempo.....	153
CUADRO N° 17 Formato de Boleta de Tiempo.....	153
CUADRO N° 18 Formato de Estado de Situación Financiera.....	164
CUADRO N° 19 Formato de Estado de Resultados.....	169
CUADRO N° 20 Formato de Estado de Flujo de Efectivo.....	170
CUADRO N° 21 Análisis de Impactos.....	171
CUADRO N° 22 Impacto Empresarial.....	171
CUADRO N° 23 Impacto Económico.....	172
CUADRO N° 24 Impacto Educativo.....	173
CUADRO N° 25 Impacto Social.....	174

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES:

La pequeña industria y la artesanía textil son las principales actividades del Cantón Ibarra debido a que desde hace tres décadas se han desarrollado a paso gigantescos, es muy importante referirse a esta actividad que ayuda al engrandecimiento económico social debido a que contribuye creando plazas de trabajo y sobre todo promueve el desarrollo sustentable de la ciudad. Sin embargo, de esta realidad se puede claramente observar que se ha constituido en el sector más informal en lo que se refiere a llevar controles administrativos y contables; debido a que su organización administrativa es básica, por lo que se hace necesario que se implemente, políticas, normativas, procedimientos y estrategias que regulen a éstas, por esta razón con la presente investigación se pretende brindar un aporte e incentivar a las demás empresas del ramo a la implementación de un modelo administrativo contable.

El problema que se detectó en la Industria Textil una vez realizado un diagnóstico previo, es que no cuenta con un Modelo Administrativo – Contable que le permita conocer a los propietarios si realmente están obteniendo una utilidad que por lo general arrojan sus datos, los cuales pueden influir a una mala toma de decisiones o a la ineficiencia en el manejo de los recursos materiales como económicos de las empresas. De igual manera en la actualidad la falta de un Modelo Administrativo – Contable no parece influir en la marcha normal del negocio, pero los propietarios están consientes de que con el crecimiento de la empresa se va incrementando la necesidad de que se emplee un Modelo que permita mejorar el manejo de los recursos económicos, materiales, humanos y también permita disponer

de información actualizada y confiable en cualquier momento acerca de la situación tanto económica como administrativa de la empresa.

JUSTIFICACION:

Las empresas se ven amenazadas con los cambios estructurales, políticos y económicos ocurridos en el Ecuador, experimentando decrecimientos y dificultades en sus gestiones industriales e indicadores financieros, por lo que provoca la búsqueda necesario de metodologías técnicas e instrumentos que sirvan de soluciones rápidas y efectivas para la industria de la confección en el país.

La industria textil y confección en Imbabura se ha constituido en la mayor generadora de empleo y valor agregado, sin embargo se ha visto afectada por la competencia extranjera , que tiene mano de obra y costos de producción baratos, diversificación en mercados, tecnología; por ello es indispensable para el fortalecimiento de la capacidad de competitividad que garantice la sostenibilidad de las empresas textiles que se encuentra en pleno desarrollo todo esto se logrará si se implementa tácticas específicas en el manejo administrativo, contable, comercial y de producción.

La fábricas textiles de la ciudad de Ibarra ha obtenido buenos resultados en su desarrollo administrativo , pero es necesario que la empresas cuente con una estructura de un sistema de control interno basado en política y estrategias que sirvan como ayuda, para que la administración sea eficiente , logrando cumplir con las exigencias del mercado actual y pueda mantener un nivel de liquidez y rentabilidad.

En la Industria textil es de vital importancia contar con un instrumento de control, para esto es necesario diseñar procedimientos, técnicas, metodologías que faciliten ejecutar en forma adecuada sus actividades en los aspectos administrativos, contables y operacionales, que permitirán definir estrategias y nuevas alternativas que den solución a los problemas que afectan; para lograr la mejora continua del producto y servicio.

El diseño de un modelo Administrativo Contable será el instrumento que lograra que la empresa cumpla con los requerimientos contables y normativas. Sus estados financieros deben estar elaborados y presentados de acuerdo con los Principios Contables Generalmente aceptados , Normas Ecuatorianas de Contabilidad y otras normativas legales y tributarias esto será de gran ayuda para mejorar la Gestión Administrativa ya que por la confiabilidad que presentarán los resultados financieros, permitirá trabajar con mayor rapidez y eficacia lo que será de ayuda para dar soluciones rápidas y oportunas.

Los avances tecnológicos dan la pauta para que tanto en el mundo de los negocios así como en otras áreas evolucionen lo que da lugar a la creación de mercados de mucha importancia pero alternativamente competitivos con mayores costos y por ende la búsqueda de mejores alternativa que retribuyan mayores márgenes y utilidad que justifiquen la inversión por lo que es importante que cada empresa planifique su futuro relacionando su planeación estratégicas con la aplicación de controles tanto internos como externos. Esta propuesta va encaminada a proponer a los propietarios que cambien su estilo de gestión, porque de lo contrario no podrán desarrollarse adecuadamente, ante la presencia de la competencia, lo que implica ser mejores en el mercado actual, y se logrará mejorar la vida de la empresa y mantenerla en un nivel alto en competitividad y eficacia.

Se debe tomar nuevas alternativas que ayuden a enfrentar a los factores cambiantes por lo que se ve amenazada ; los logros que se espera es mejorar la situación económica de la fábrica, en donde serán beneficiados sus propietarios, trabajadores y consumidores, por que permitirán aumentar la cantidad y calidad de sus productos logrando que sean óptimos con precios de aceptación para el mercado. Es importante resaltar que se cuenta con el apoyo irrestricto de sus propietarios, lo que facilitará la recopilación de datos e información de las fábricas textiles de Ciudad de Ibarra.

OBEJTIVOS:

OBJETIVO GENERAL

- ✓ Proponer un Modelo Administrativo - Contable con el fin de mejorar las actividades de la Industria Textilera, en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Conocer la estructura organizacional de las Fábricas de Confecciones y su incidencia en el desarrollo de las diferentes actividades de la empresa.
- ✓ Identificar las Funciones de cada cargo para una mejor delegación de funciones
- ✓ Establecer si los aspectos contables están determinados y estructurados técnicamente.
- ✓ Analizar sobre los sistemas de Producción que se utilizan para la confección de prendas de vestir de las instituciones investigadas.

CAPITULO I

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1.2 ANTECEDENTES

La historia textilera se remota en la época colonial cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. En el año 1922, con la construcción de la Fábrica Imbabura ubicada en Andrade Marín en el Cantón Antonio Ante, fue una de las empresas más grandes del norte del país, en esta época la Fábrica fue una de las principales fuentes de trabajo de los Imbabureños.

La pequeña industria y la artesanía textil son las principales actividades del cantón Ibarra, debido a que desde hace unas tres décadas se han desarrollado a pasos gigantescos; pues es muy importante referirse a esta actividad que ayuda al engrandecimiento económico social, ya que contribuye creando plazas de trabajo y sobre todo promueve el desarrollo sustentable de la ciudad.

Sin embargo, de esta realidad se puede claramente observar que se ha constituido en el sector más informal en lo que se refiere a llevar controles administrativos y contables; debido a que su organización administrativa es básica, por lo que se hace necesario que se implemente, políticas, normativas, procedimientos y estrategias que regulen a éstas. Por esta razón con la presente investigación se pretende brindar un aporte e incentivar a las demás empresas del ramo a la implementación de un modelo administrativo contable.

En la provincia de Imbabura se ha caracterizado por ser una zona con predominio en la actividad textil, ósea en la industrialización y confección de artículos textiles. Esta actividad económica se la realizaba exclusivamente a nivel manual. Es a partir de los años 70 que se empieza a producir bajo un esquema más tecnificado, mediante la utilización de maquinaria especializada como telares mecánicos, eléctricos, maquinarias overlok, etc.

Según datos proporcionados por la Cámara de la Pequeña Industria de Imbabura se estima que el Cantón Ibarra contiene microempresas tanto pequeñas como medianas que proporcionan el 10% de artículos de ropa que se consume a nivel nacional como internacional, tomando en cuenta que el Cantón Antonio Ante es el mejor potencial de la provincia ya que este proporciona un 25% con esto demuestra la importancia de este sector económico.

A pesar que el Cantón Antonio Ante posee un gran potencial textil las pequeñas y medianas empresas existentes en la ciudad de Ibarra dan como resultado que la producción total resultante sea tomada en cuenta dentro del contexto nacional.

El problema que se detectó en la Industria Textil una vez realizado un diagnóstico previo, es que no cuenta con un Modelo Administrativo – Contable que le permita conocer a los propietarios si realmente están obteniendo una utilidad que por lo general arrojan sus datos, los cuales pueden influir a una mala toma de decisiones o a la ineficiencia en el manejo de los recursos materiales como económicos de las empresas.

La finalidad de este modelo es proporcionar criterios técnicos que sirvan de guía para uniformar el enfoque y los procedimientos tanto administrativos como contables de todos los niveles que integran las microempresas de

confecciones, tomando en cuenta lo importante que son las personas que conforman el nivel administrativo de los talleres y las supervisoras de confección, que son las encargadas de velar por la ejecución de los procedimientos, funciones y control contable a nivel financiero en cada una de sus áreas.

Hay que tomar en cuenta que el desarrollo de un Modelo Administrativo – Contable constituye una herramienta técnica que garantiza alcanzar niveles de calidad competitivos, tanto por la excelente presentación del producto en oferta, como por la maximización de la eficiencia en el trabajo y en la disminución de costos innecesarios.

De igual manera en la actualidad la falta de un Modelo Administrativo – Contable no parece influir en la marcha normal del negocio, pero los propietarios están consientes de que con el crecimiento de la empresa se va incrementando la necesidad de que se emplee un Modelo que permita mejorar el manejo de los recursos económicos, materiales, humanos y también permita disponer de información actualizada y confiable en cualquier momento, acerca de la situación tanto económica como administrativa de la empresa.

Con la creación de este Modelo y la correcta aplicación a las empresas textiles y todo el personal que la conforman, serán beneficiados directamente, ya que podrán optimizar recursos, aplicar controles internos en el manejo administrativo y en la eficiencia operativa, establecer normas y principios administrativos básicos en las actividades que realizan a diario, permitiendo incrementar la eficiencia y ser más competitivos en el mercado, para ampliar la industria y generar plazas de empleo en forma directa e indirecta, desarrollando un incremento en la capacidad de compra, lo que

permite dinamizar la economía beneficiando de esta forma al entorno de las empresas del Cantón Ibarra.

1.12. OBJETIVOS

1.12.1. Objetivo General

- Realizar un diagnóstico situacional integral a las Fábricas Textiles que operan en la Ciudad de Ibarra.

1.12.2. Objetivos Específicos

- Conocer la estructura organizacional que actualmente poseen las Fábricas de Confecciones.
- Identificar los procedimientos que se manejan en el sistema contable de la Industria Textil.
- Verificar las técnicas y procedimientos de la producción con las que cuentan estas empresas.
- Analizar los Métodos de Comercialización que utilizan las empresas textiles.

1.13. VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO

Para la realización de la presente investigación en las empresas que se dedican a la actividad textil de la ciudad de Ibarra, tomamos como variables las siguientes:

- Estructura Organizacional
- Funciones
- Producción

- Control Contable
- Comercialización

1.14. INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO

1.14.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- Organigrama Vertical
- Conocimiento de los Niveles Jerárquicos
- Autoridad y Responsabilidad de cada cargo o puesto.
- Distribución de áreas
- Asignación de Funciones
- Conocimiento de Funciones
- Necesidad del Manual de Funciones

1.14.2. PRODUCCIÓN

- Materia Prima
- Mano de Obra
- Tipos de Producto
- Control de Calidad
- Atención al Cliente

1.14.3. CONTROL CONTABLE

- Registros Contables Básicos
- Estructura Contable Básica
- Documentación de manejo Contables
- Inventarios

1.14.4. COMERCIALIZACIÓN

- Mercado Meta
- Canales de Distribución
- Competencia
- Atención al Cliente
- Presentación del Producto

1.15. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

<u>OBJETIVOS</u>	<u>VARIABLES</u>	<u>INDICADORES</u>	<u>FUENTES INFORMACIÓN</u>	<u>TÉCNICAS</u>
Conocer la estructura organizacional que actualmente poseen las Fábricas de Confecciones.	Estructura Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organigrama Vertical ✓ Conocimiento de los Niveles Jerárquicos ✓ Autoridad y Responsabilidad de cada cargo o puesto. ✓ Distribución de áreas. ✓ Asignación de Funciones ✓ Conocimiento de Funciones ✓ Necesidad del Manual de Funciones. 	Primaria y Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta y observación directa. ✓ Textos ✓ Internet
Identificar los procedimientos que se manejan en el sistema contable de la Industria Textil.	Control Contable	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registros Contables Básicos ✓ Estructura Contable Básica ✓ Documentación de manejo Contables ✓ Inventarios 	Primaria y Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta y observación directa. ✓ Textos ✓ Internet

<p>Verificar las técnicas y procedimientos de la producción con las que cuentan estas empresas.</p>	<p>Producción</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Materia Prima ✓ Mano de Obra ✓ Tipos de Producto ✓ Control de Calidad ✓ Atención al Cliente 	<p>Primaria y Secundaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta y observación directa. ✓ Textos ✓ Internet
<p>Analizar los Métodos de Comercialización que utilizan las empresas textiles.</p>	<p>Comercialización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mercado Meta ✓ Canales de Distribución ✓ Competencia ✓ Atención al Cliente ✓ Presentación del Producto 	<p>Primaria y Secundaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta y observación directa. ✓ Textos ✓ Internet

Elaborado por: Rosero Diana

Cuadro N° 1

1.16. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas o instrumentos a utilizarse en la presente investigación son las siguientes:

1.16.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

1.16.1.1. Encuestas

Esta permite obtener una amplia información de fuentes primarias y nos sirve para reunir datos, entrevistando a la gente, obteniendo información sistemáticamente de los encuestados, a través de preguntas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa.

1.16.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

1.16.2.1. Opinión de Expertos

Esto nos ayuda para saber que concepto o juicio tiene sobre el tema planteado cada persona en su distinta rama ya sea por su experiencia o por sus estudios.

1.16.2.2. Libros o Textos

Para lo mismo se utilizará bibliografía especializada, extraída de textos y libros que serán de gran ayuda para aporte de la investigación.

1.17. Población y Muestra

1.17.1. POBLACIÓN

La investigación abarca a todas las posibles empresas dedicadas a esta actividad y que carezcan de un modelo Administrativo – Contable, donde por medio de encuestas aplicadas a los Gerentes – Propietarios que conforman estas Instituciones y a los clientes potenciales o consumidores fijos en un total de 54 personas y se llega a deducir que la población posible es de 18 empresas, las cuales tienen sus matrices y producción directamente en la ciudad de Ibarra.

1.17.2. MUESTRA

Debido a que el lugar donde se realizó la investigación no supera las treinta empresas, fue posible realizar un censo; por lo tanto, no utilizaremos la fórmula muestral.

En lo que tiene que ver con la encuesta destinada para los propietarios, las empresas que se encuentran legalmente constituidas y que servirán como fuente de nuestra investigación serán un total de 18 instituciones, esta encuesta será aplicada a todos los gerentes y/o propietarios, razón por la cual los resultados que se obtendrán de la indagación reflejarán mayor veracidad.

En el caso de la encuesta que se realiza a los consumidores finales o clientes, hemos determinado una cantidad total de 54 encuestados, tomando en cuenta los consumidores fijos o potenciales que cada una de estas entidades posee.

1.18. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.18.1. RESULTADOS, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS PROPIETARIOS – GERENTES.

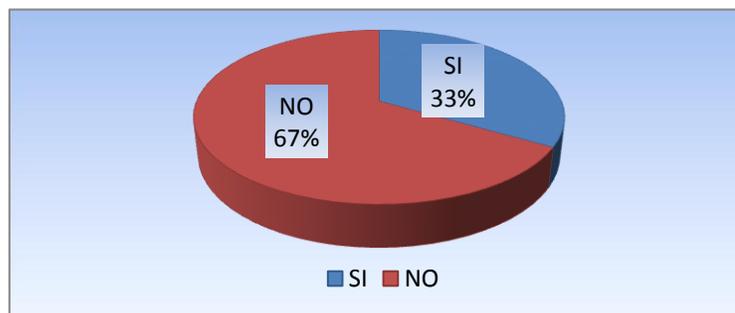
PREGUNTA Nº 1

¿Cuenta su empresa con un Método Administrativo Contable, para desarrollar los diferentes procesos?

TABLA Nº 1.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	SI	6	33%
2	NO	12	67%
	TOTAL	18	100%

GRAFICO Nº 1 Método Administrativo Contable



Fuente: Propietarios de Empresa

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

De la encuesta aplicada a las empresas de la ciudad de Ibarra, indican que en su mayoría no cuentan con un buen manejo administrativo contable, lo que ha permitido que exista una falta de organización dentro de las mismas, y con esto se presenten un sin número de inconvenientes, los cuales aplicando un método contable administrativo se podrán mejorar.

INTERPRETACIÓN.

Una vez aplicada la encuesta podemos observar que un 67% de las empresas no cuentan con un modelo administrativo contable y un 33% si lo posee por lo cual hace que sea más importante realizar este trabajo de grado.

PREGUNTA Nº 2

¿Posee la empresa los equipos y maquinaria suficiente, que le permita alcanzar los objetivos planteados, desde el punto de vista de la producción?

TABLA Nº 2

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	SI	9	50%
2	NO	9	50%
	TOTAL	18	100%

GRAFICO Nº 2 Equipo y Maquinaria en la Producción



Fuente: Propietarios de Empresa

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

Considerando el estudio realizado mediante las encuestas las empresas que están ubicadas en la ciudad de Ibarra un 50% de estas han invertido en activos fijos, con esto han mejorado el desarrollo de su producción

satisfaciendo al mercado ofreciendo calidad en su producto; mientras que el otro porcentaje se limita por varios factores ya sean económicos, organizacionales y de consumo.

INTERPRETACIÓN.

Como podemos ver la encuesta nos indica que en un 50% de las empresas encuestadas poseen los equipos necesarios para el cumplimiento de la producción y sobre todo para el cumplimiento de objetivo, por lo que también hay que tomar en cuenta que el otro 50% no está llegando a la meta planteada por cada institución.

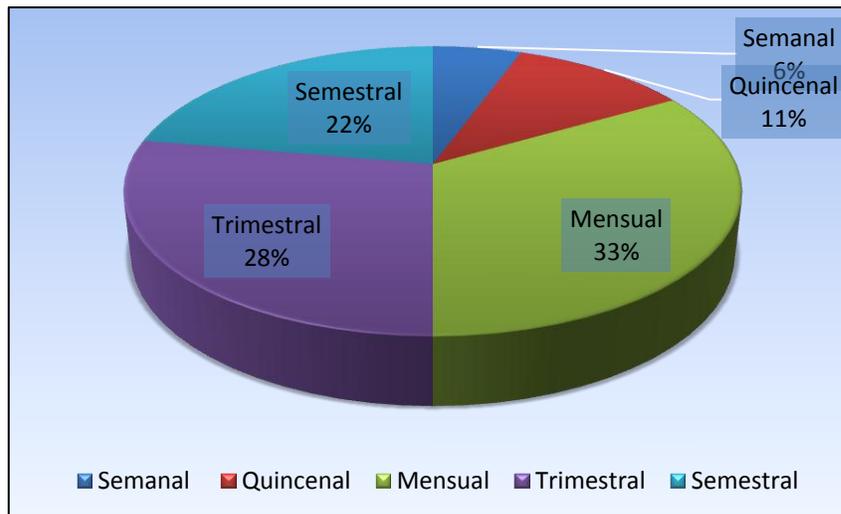
PREGUNTA Nº 3

¿Con qué frecuencia adquiere la materia prima principal para la confección de prendas de vestir?

TABLA # 3.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	Semanal	1	6%
2	Quincenal	2	11%
3	Mensual	6	33%
4	Trimestral	5	28%
5	Semestral	4	22%
	TOTAL	18	100%

GRAFICO Nº 3 Adquisición de Materia Prima



Fuente: Propietarios de Empresa

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

En este aspecto se determina que las empresas realizan la adquisición de materia prima de acuerdo a las necesidades de producción y consumo en base al volumen de ventas que estas tienen, en el sector analizado un mayor porcentaje lo hace mensualmente o de forma trimestral, esto da a conocer que el consumo o las ventas de sus productos en su mayoría no son continuas y satisfactorias para la organización, ya que son muy pocas las empresas que adquieren materiales semanalmente y no trabajan mediante un método de costos por pedidos sino que utiliza un método de costos por producción.

INTERPRETACIÓN.

Después de realizar la investigación vemos que el 33% de las empresas encuestadas realizan la adquisición de la materia prima principal cada 30 días o sea mensualmente, y otra menor cantidad de instituciones como lo es el 28% y 22% lo hacen tanto trimestral y semestralmente respectivamente.

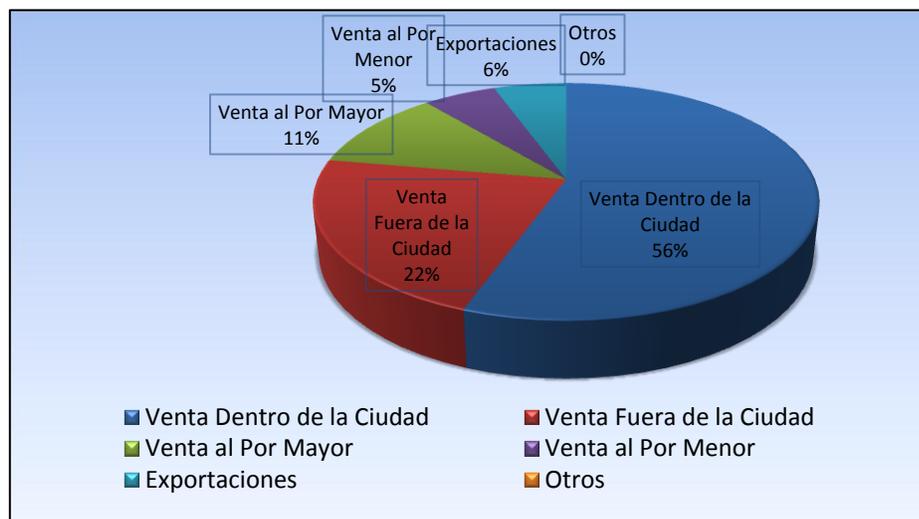
PREGUNTA N° 4

¿Cuáles son los canales de distribución que utiliza para la entrega de sus productos al consumidor final?

TABLA # 4.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	Venta Dentro de la Ciudad	10	56%
2	Venta Fuera de la Ciudad	4	22%
3	Venta al por Mayor	2	12%
4	Venta al por menor	1	5%
5	Exportaciones	1	5%
6	Otros	0	0%
	TOTAL	18	100%

GRAFICO N° 4 Canales de Distribución para entrega de productos



Fuente: Propietarios de Empresa

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

La investigación ha determinado que las ventas dentro de las empresas en la ciudad de Ibarra se manejan solamente a nivel local con pocas excepciones, por tanto, es necesario abrir nuevos mercados tanto regionales, nacionales e internacionales y dar a conocer los artículos que se producen dentro de nuestra provincia en especial del cantón de Ibarra.

INTERPRETACIÓN.

El mayor porcentaje de las empresas analizadas utilizan como canales de distribución para la entrega o venta de sus productos en un 56% dentro de la ciudad, lo que demuestra que muy pocas empresas tratan de exportar su producto final.

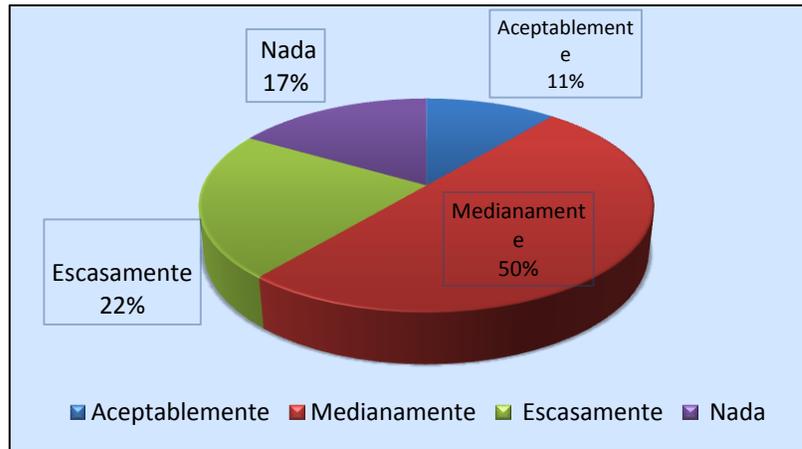
PREGUNTA Nº 5

¿Conoce el personal los procedimientos y responsabilidades que deben cumplir cada uno de ellos?

TABLA # 5.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	Aceptable	2	11%
2	Medianamente	9	50%
3	Escasamente	4	22%
4	Nada	3	17%
	TOTAL	18	100%

GRAFICO Nº 5 Procedimientos y Responsabilidades del Personal



Fuente: Propietarios de Empresa

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

Con esta investigación hemos detectado que los propietarios de las empresas investigadas no brindan la debida explicación a cada uno de sus empleados sobre sus responsabilidades y los respectivos procedimientos, lo cual hace que no exista una debida realización de sus actividades cotidianas, lo que se busca es que de esta manera tanto la producción como la organización vayan de la mano para el cumplimiento de objetivos y así tener éxito en la empresa.

INTERPRETACIÓN.

Dentro de las empresa a las cuales dirigimos nuestra encuesta vemos que en un 50% de las mismas el personal conoce los procedimientos y responsabilidades pero no como se quiere alcanzar y hay que tomar en cuenta que el otro 22% de estas empresas pues tiene un grado mínimo de conocimientos de los mismos.

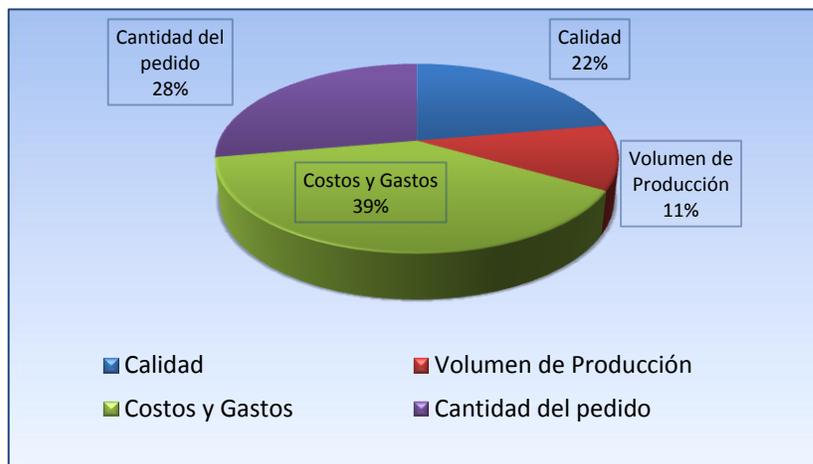
PREGUNTA Nº 6

¿Qué concepto fundamental determina el costo de los productos de la empresa?

TABLA # 6.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	Calidad	4	22%
2	Volumen de Producción	2	11%
3	Costos y Gastos	7	39%
4	Cantidad de Pedido	5	28%
	TOTAL	18	100%

GRAFICO Nº 6 Determinación del Costo del Producto



Fuente: Propietarios de Empresa

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

Mediante esta investigación hemos concretado que los precios dentro de las organizaciones en su mayoría son calculados y analizados tomando en cuenta los costos y gastos que se utilizan para la realización de sus productos, hay que tomar en cuenta que las mismas no poseen un sistema adecuado para determinar el costo del producto, ya que solo la hacen de

manera informal sin tomar en cuenta la manera técnica contable para obtener los precios reales.

INTERPRETACIÓN.

Los propietarios de las instituciones a las cuales fueron realizadas las encuestas en un 39% estiman el costo del producto mediante los costos y gastos del mismo, aunque también en un 28% lo hacen según la cantidad del pedido realizado.

PREGUNTA N° 7

La inexistencia de un adecuado Modelo Administrativo Contable en su empresa provocaría:

TABLA # 7.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	Desacuerdo en la información	10	56%
2	Inexactitud de costos en los productos	6	33%
3	Deficiencia en control de recursos	2	11%
	TOTAL	18	100%

GRAFICO N° 7 Inexistencia de un Modelo Administrativo Contable



Fuente: Propietarios de Empresa

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

Está claro que las empresas están conscientes de la importancia que tiene la implementación de un Modelo Administrativo Contable, para así llevar de una manera eficiente tanto el aspecto contable como lo referente a la organización de la empresa como es el aspecto administrativo y no exista desacierto en la información e inexactitud de costos en los productos.

INTERPRETACIÓN.

Los funcionarios consideran en un 56% que la falta de un adecuado Modelo Administrativo Contable provocaría directamente un desacierto en la información, lo que no permitirá en su momento una acertada toma de decisiones.

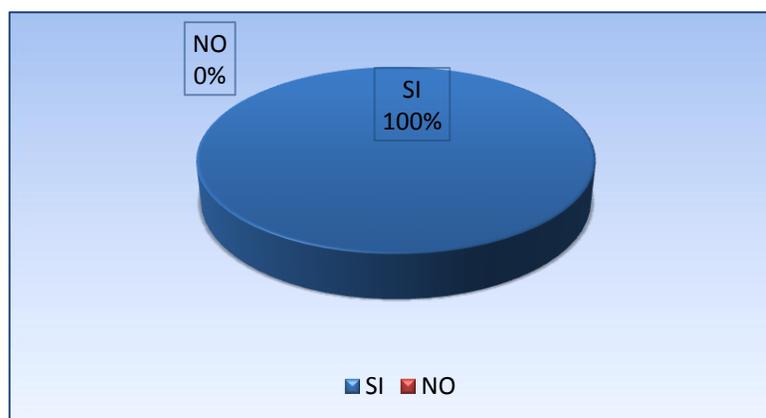
PREGUNTA Nº 8

La empresa se rige bajo normas y políticas legales:

TABLA # 8.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	SI	18	100%
2	NO	0	0%
	TOTAL	18	100%

GRAFICO Nº 8 Normas y Políticas de la Empresa



Fuente: Propietarios de Empresa

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

Dentro del aspecto legal todas las empresas de la ciudad de Ibarra a las cuales se les realizó esta encuesta cumplen con los requerimientos que el Estado Ecuatoriano requiere para establecer una empresa y su respectivo funcionamiento.

INTERPRETACIÓN.

En un 100% las empresas se encuentran legalmente constituidas por lo que se basan en normas y políticas legales establecidas en el país.

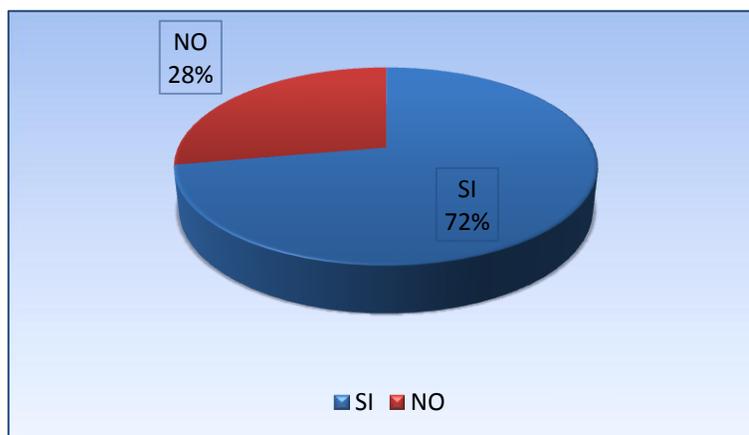
PREGUNTA Nº 9

¿Realizan constataciones físicas de inventario y sí lo hacen con qué frecuencia y qué método o sistema utilizan?

TABLA # 9.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	SI	13	72%
2	NO	5	28%
	TOTAL	18	100%

GRAFICO Nº 9 Constataciones Físicas de Inventarios



Fuente: Propietarios de Empresa

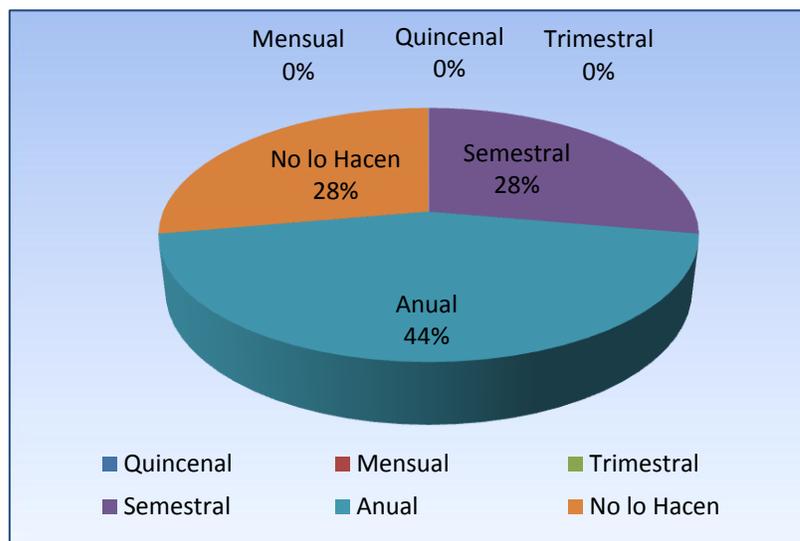
Elaborado por: Rosero Diana

FRECUENCIA

TABLA # 9.1.

VARIABLE	CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
1	Quincenal	0	0%
2	Mensual	0	0%
3	Trimestral	0	0%
4	Semestral	5	28%
5	Anual	8	44%
6	No lo Hacen	5	28%
	TOTAL	18	100%

GRAFICO Nº 9.1 Frecuencia de Constatación Física de Inventarios



Fuente: Propietarios de Empresa

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

Es muy importante llevar un control de inventario de productos ya que esto nos permite saber qué cantidad posee en existencias y de esta manera realizar las adquisiciones correspondientes. Las empresas de la ciudad de Ibarra saben de la importancia que tienen y en su mayoría lo hacen de forma

anual aunque lo recomendable sería que lo hiciera de forma trimestral para que tengan un mejor control de los mismos.

INTERPRETACIÓN.

La mayoría de la empresas estudiadas lo que equivale a un 72% realizan un inventario físico y lo hacen anualmente, lo importante sería que estas lo hagan en su totalidad y sea cada tres meses.

1.18.2. RESULTADOS, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS CONSUMIDOR – CLIENTE.

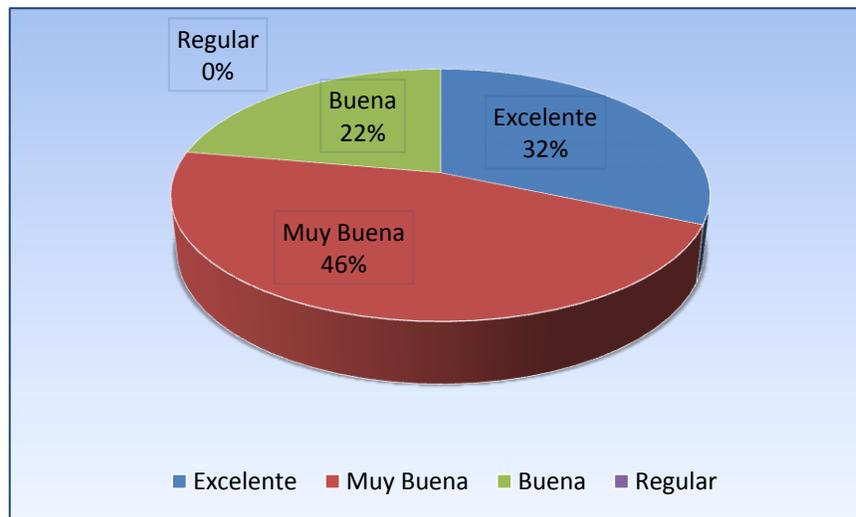
PREGUNTA Nº 1

¿La calidad de los productos que usted adquiere en esta empresa considera que es?

TABLA # 10.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	Excelente	17	32%
2	Muy Buena	25	46%
3	Buena	12	22%
4	Regular	0	0%
	TOTAL	54	100%

GRAFICO N° 10 Calidad de Productos de la Empresa



Fuente: Consumidores de Empresas

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

La mayoría de encuestados responden estar satisfechos del producto que adquieren y consumen, los restantes porcentajes indican que el cliente compra los productos ya sea por el factor económico, social o consumista, aunque a lo que las empresas quieren llegar es a que la mayoría de clientes lo adquieran por la excelencia del mismo y no por factores distintos e indirectos.

INTERPRETACIÓN.

Los consumidores finales opinan que en un 46% de los productos son de muy buena calidad y en un 32% son excelentes lo que hace que los propietarios sigan produciendo artículos con esa calidad o mejor.

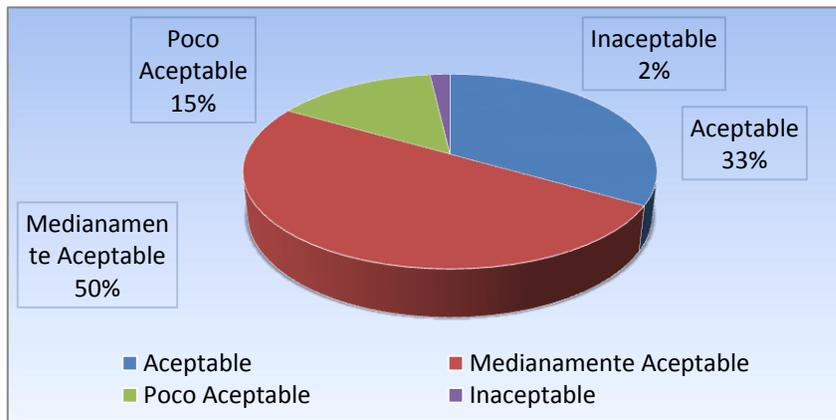
PREGUNTA N° 2

¿Considera que la imagen de la empresa en la cual usted compra sus productos es?

TABLA # 11.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	Aceptable	18	33%
2	Medianamente Aceptable	27	50%
3	Poco Aceptable	8	15%
4	Inaceptable	1	2%
	TOTAL	54	100%

GRAFICO N° 11 Imagen de la Empresa



Fuente: Consumidores de Empresas

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

En los últimos tiempos se ha ido fortaleciendo el tema de la imagen institucional y aunque la mayoría de las empresas de la ciudad no lo cumplen y lo hacen de manera esporádica, hay que tomar en cuenta que lo que se espera es que éstas cambien, ya que no se lo debe ver como un gasto, sino como una inversión a futuro para que el cliente pueda sentirse más cómodo y tenga mucha mejor aceptación.

INTERPRETACIÓN.

En lo referente a la imagen de las empresas el 50% de clientes considera que es medianamente aceptable y un 33% lo tiene como excelente, hay que tomar en cuenta que ese 15% y el 2% que consideran que es poco aceptable e inaceptable respectivamente deben tratar de mejorar cada día más.

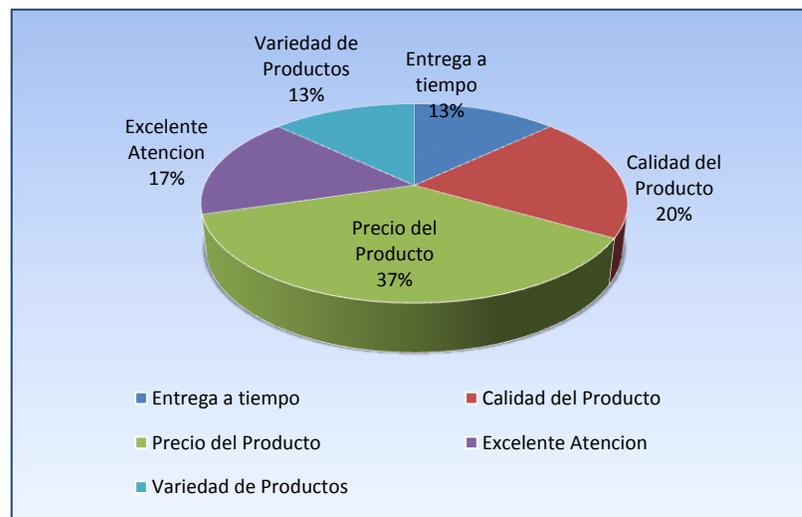
PREGUNTA N° 3

¿Su principal satisfacción como cliente con referencia al producto adquirido en la empresa se da por?

TABLA # 12.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	Entrega a Tiempo	7	13%
2	Calidad del Producto	11	20%
3	Precio del Producto	20	37%
4	Excelente Atención	9	17%
5	Variedad de Productos	7	13%
	TOTAL	54	100%

GRAFICO N° 12 Satisfacción del Cliente



Fuente: Consumidores de Empresas

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

Una vez realizada esta investigación observamos que los clientes adquieren sus productos porque toman en cuenta en su mayoría el factor económico o el valor del mismo y con esto podemos darnos cuenta que lo preferencial es que lo haga por la calidad que estos poseen, ya que lo que se busca es que todos sus clientes queden satisfechos.

INTERPRETACIÓN.

En un 37% los clientes dicen que la compra de su producto en la empresa se da el precio de los productos y en un 20% por la calidad que estos poseen, tomando en cuenta que 17% prefieren la atención que les brindan aunque en un 13% consideran que es más importante la variedad y la entrega a tiempo.

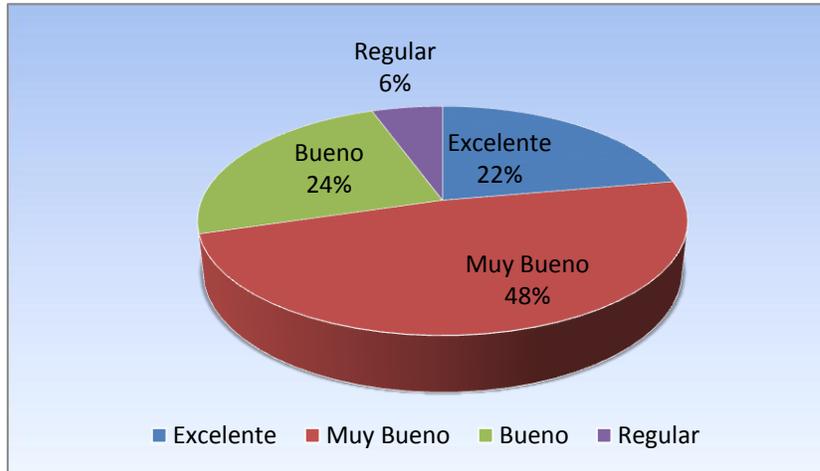
PREGUNTA Nº 4

¿Considera que la presentación del producto terminado que obtiene en esta empresa es?

TABLA # 13.

VARIABLE	CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
1	Excelente	12	22%
2	Muy Buena	26	48%
3	Buena	13	24%
4	Regular	3	6%
	TOTAL	54	100%

GRAFICO N° 13 Presentación del Producto Terminado



Fuente: Consumidores de Empresas

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

El estudio realizado indica que los productos con respecto a su presentación son muy buenos, lo que hace que el propietario tome en cuenta esto para que poco a poco vaya mejorando su producción y una vez realizados estos pequeños cambios ayudarán como una buena alternativa para que la prenda o artículo que adquiera el cliente satisfaga al mismo y por ende genere mejores ventas.

INTERPRETACIÓN.

Los consumidores prefieren este producto en un 48% por la terminación que este tiene en el momento que se encuentra terminado aunque en un 52% lo ven en otros factores lo que hace que se mejore la imagen de los mismos.

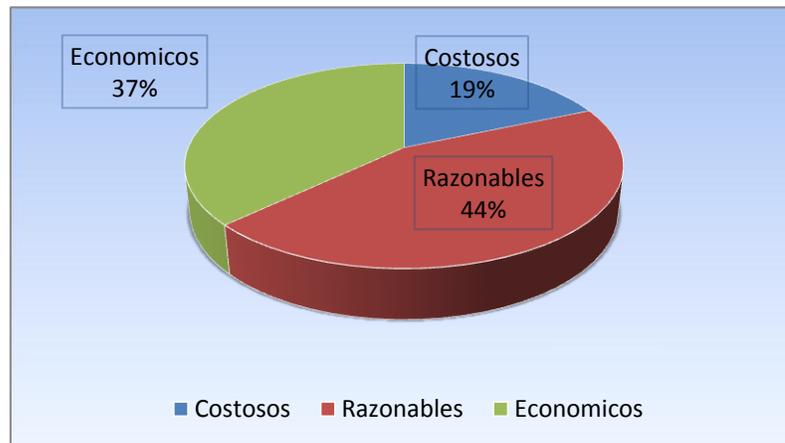
PREGUNTA N° 5

¿El precio de los productos que usted adquiere en esta empresa considera que son?

TABLA # 14.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	Costosos	10	19%
2	Razonables	24	44%
3	Económicos	20	37%
	TOTAL	54	100%

GRAFICO N° 14 Precios de los Productos Terminado



Fuente: Consumidores de Empresas

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

Una vez realizadas las encuestas a los clientes de las empresas analizadas de la ciudad de Ibarra concluimos diciendo que en referencia a los precios, las personas adquieren sus productos tomando en cuenta en el costo del mismo y por lo tanto una muy pequeña cantidad de clientes toman en cuenta lo que otros dejan en un segundo plano puntos importantes como son la calidad, la atención brindada, la entrega a tiempo entre otros.

INTERPRETACIÓN.

Los consumidores en un 44% consideran que los costos o precios de los productos que adquieren en estas empresas son razonables y en un 37% económico lo que hace que ellos no cambien a su proveedor y consuman con más frecuencia.

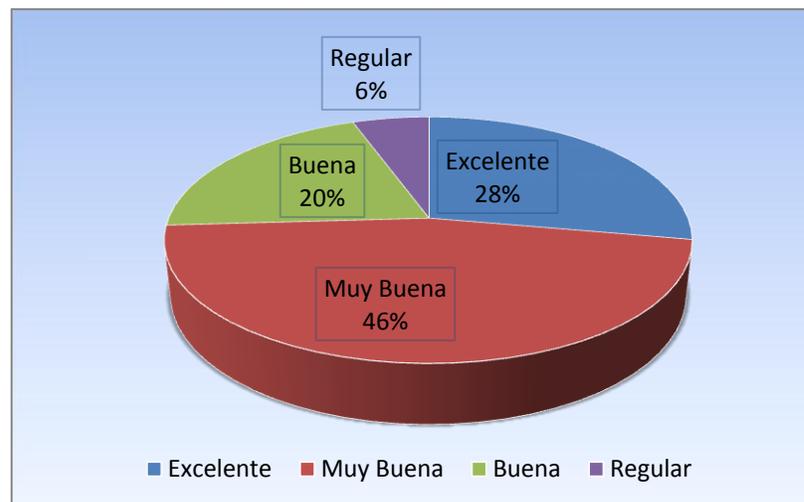
PREGUNTA N° 6

¿La atención que recibe usted en esta empresa es?

TABLA # 15.

VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1	Excelente	15	28%
2	Muy Buena	25	46%
3	Buena	11	20%
4	Regular	3	6%
	TOTAL	54	100%

GRAFICO N° 15 Atención al Cliente



Fuente: Consumidores de Empresas

Elaborado por: Rosero Diana

ANÁLISIS.

Uno de los factores trascendentales dentro de la institución es la atención al cliente en la mayoría de la empresas encuestadas existe una muy buena aceptación, pero hay que tomar en cuenta que es muy importante este punto por lo que el propietario debe hacer una inversión en lo referente a la capacitación de su personal y de esta manera el cliente se quede satisfecho y por ende no cambie de proveedor o en peores casos de empresa.

INTERPRETACIÓN.

Los clientes de estas instituciones coinciden que en el 46% la atención que se les brindan es muy buena y en un 28% es excelente por lo que el 20% y 6% la ven como buena y regular respectivamente.

1.19. MATRIZ F.O.D.A.

1.19.1. Fortalezas.

- En las empresas existe una adecuada disponibilidad de materiales.
- Las fábricas del sector textil de la ciudad de Ibarra se encuentran legalmente constituidas.
- El personal que labora en las instituciones tienen una muy buena experiencia en su campo.
- La materia prima que se utiliza en la elaboración de las prendas o productos es garantizada por lo que los productos son de calidad.
- La tecnología de los equipos y maquinaria que poseen las empresas disminuye los procesos en la producción por lo tanto se le ofrece precios razonables a su clientela.
- Se realiza constataciones periódicas de bodegas de materiales.

- La imagen y el prestigio que poseen las instituciones ha generado aprobación a nivel local.
- Los gerentes como propietarios poseen un excelente conocimiento y experiencia en el manejo de las empresas que dirigen.

1.19.2. Oportunidades

- La posible apertura al mercado internacional.
- El crecimiento en el mercado es constante lo que ayuda mucho al cumplimiento de objetivos.
- Posicionamiento en el mercado local.
- Apertura de créditos para mejoramiento de tecnología por medio de instituciones financieras.
- Excelente reconocimiento y capacitación externa.

1.19.3. Debilidades

- Las empresas no cuentan con una estructura organizacional.
- No poseen un manual de funciones para una mejor realización de sus actividades y otorgamiento de responsabilidades.
- El personal no conoce los objetivos de su puesto o cargo.
- Dificultad en el momento que se presente un inconveniente en los procedimientos ya que no se puede determinar el responsable y la causa del mismo.
- Por la falta de revisión y verificación de datos se realizan errores en los registros contables.
- No poseen un adecuado registro contable en las transacciones que realizan las entidades.

1.19.4. Amenazas

- Competencia desleal entre empresas.
- Inestabilidad económica en el país.
- Empresas que poseen mejor tecnología e infraestructura para realizar sus actividades.
- Pérdida o insatisfacción de clientes por falta de organización en la entrega y variedad de productos.

1.20. CRUCES ESTRATÉGICOS DE LA MATRIZ F.O.D.A.

1.20.1. Cruce Estratégico FA (Fortalezas – Amenazas):

- Tanto la experiencia del personal como la tecnología que las empresas poseen, ayudarán a contrarrestar la competencia.
- La imagen y el prestigio que poseen las instituciones investigadas como los conocimientos y la buena toma de decisiones de sus gerentes – propietarios ha hecho que las mismas se encuentren bien posicionadas en el mercado a pesar de la inestabilidad económica que afronta el país.
- La disponibilidad de la materia prima, como la calidad garantizada de los productos que se realizan en las empresas, hacen que estas sigan produciendo cada vez de mejor manera, aunque existan empresas que posean mejor infraestructura y tecnología.

1.20.2. Cruce Estratégico FO (Fortalezas – Oportunidades):

- El posicionamiento que las empresas han obtenido en el mercado local por su imagen y prestigio ayudan a una posible apertura al mercado internacional.
- Los precios razonables que ofrecen las empresas por la disminución de procesos mediante la tecnología y maquinaria usada, hacen que estas tengan un excelente posicionamiento en el mercado.
- La buena toma de decisiones de los gerentes - propietarios como la experiencia del personal de las entidades, ayuda a que se mantenga un constante crecimiento en el mercado.

1.20.3. Cruce Estratégico DO (Debilidades – Oportunidades):

- Las empresas que no cuentan con un manual de funciones y que sus trabajadores no conocen con certeza los objetivos de su puesto o cargo, impedirían que exista condiciones para relacionarse con otros países que poseen una mejor o avanzada organización.
- Mejorando la revisión y verificación de los registros, permitirá que existan menos inconvenientes y por ende las empresas tendrán una mejor acogida en el mercado local.
- La aplicación de un manual de funciones ayudará a cada uno de los trabajadores para que tengan presente cuáles son sus responsabilidades y en el momento de inconvenientes en los procesos y se detecte con más facilidad, esto ayudará a que la empresa tenga un crecimiento constante con productos de mejor calidad.

1.20.4. Cruce Estratégico DA (Debilidades – Amenazas):

- El no poseer un manual de funciones y no contar con una estructura organizacional hace que exista dualidad de funciones, por lo que no permite que se realicen las actividades de una forma adecuada y esto permite pérdida o insatisfacción de clientes por falta de organización o en la entrega a tiempo del producto.
- La falta de revisión y verificación de datos provocan dificultad en los registros y un producto de baja calidad, lo que hará a las empresas más inconsistentes frente a la competencia desleal.
- El diseñar un organigrama estructural en las empresas ayudará a la satisfacción del cliente.

1.21. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO CON CAUSAS Y EFECTOS.

Luego de haber realizado un diagnóstico a las empresas del sector textil de la ciudad de Ibarra las problemáticas son las siguientes:

CAUSAS

- No existe un adecuado registro contable, no hay una verificación respectiva de los documentos.
- No cuentan con una guía donde estén establecidas las responsabilidades y el objetivo de cada puesto de trabajo.
- No posee una estructura orgánica.
- No tienen establecido controles en bodegas.

EFECTOS

- La falta de observación hace que no exista una información oportuna y veraz, por ende no se pueda realizar una acertada toma de decisiones.

- Esto afecta al rendimiento de los trabajadores y las actividades no se cumplen conforme su procedimiento lo indica.
- El que una empresa no posea una estructura orgánica hace que los trabajadores no sepan cómo se encuentra constituida la institución sus respectivas áreas.
- El que no exista los respectivos controles provoca que se den los faltantes y sobrantes dentro de la compañía.

Por lo antes expuesto la propuesta del presente trabajo de investigación es crear formatos de los documentos fuente que se van a utilizar dentro de un proceso contable establecido, la descripción de cómo llenarlos para su fácil comprensión y verificación y su respectivo control interno; de igual manera se propone un manual de funciones en el cual se dé a conocer los objetivos, las funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo al igual que un organigrama funcional que sirva de modelo y el cual oriente al recurso humano a tomar en cuenta los niveles de jerarquía, la cadena de mando y permita visualizar con más facilidad la composición de las entidades investigadas.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. MODELO

2.1.1. Definición de Modelo

Un modelo es un diseño que representa un conjunto real con cierto grado de precisión y en la forma más completa posible, pero sin pretender aportar una réplica de lo que existe en la realidad. Los modelos son muy útiles para describir, explicar o comprender mejor la realidad, cuando es imposible trabajar directamente en la realidad en sí.

El modelo se lo define como un sistema de elementos que reproduce determinados aspectos, relaciones y funciones del objeto que se investiga; desarrollando en un nivel avanzado del conocimiento, en el que recopila las características generales del objeto investigado y las unifica en un concepto global, del cual se puede visualizar el objeto en un momento dado.

Un modelo es un bosquejo que representa un conjunto real con cierto grado de precisión y en la forma más completa posible, pero sin pretender aportar una réplica de lo que existe en la realidad.

2.1.2. TIPOS DE MODELOS

2.1.2.1. Modelo cualitativo

Los modelos cualitativos determinan las relaciones entre diferentes factores o componentes de un sistema, no pretenden cuantificar dichas relaciones sino solamente facilitar el entendimiento de cómo funciona el proceso específico que nos interesa.

2.1.2.2. Modelo cuantitativo

Después de desarrollar un modelo cualitativo que represente adecuadamente la realidad, podemos proceder a incluir números y expresiones matemáticas para convertirlo en un modelo cuantitativo. Este paso ayuda a refinar el modelo conceptual al intentar de introducir valores numéricos a todos los factores incluidos en el modelo.

2.2. Aspecto Administrativo

2.2.1. Administración

2.2.1.1. Definición de Administración

KOOTZ, Harold (1994) dice. “La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupos alcancen con eficiencia metas seleccionadas”.

FREEMAN, Eduard (1996) define la administración “Es un proceso de planificación, organización, control del trabajo de los miembros de la organización y se usan los recursos disponibles de la organización para alcanzar las metas establecidas”.

Como aporte a la investigación : Administración es el proceso de lograr que las cosas se realicen por medio de la planeación, organización, dirección y control de otras personas, creando y manteniendo un ambiente en el cual la persona se pueda desempeñar entusiastamente en conjunto con otras, sacando a relucir su potencial, eficacia y eficiencia y lograr así fines determinados.

2.2.2. Importancia de la Administración

La importancia de la administración radica en que es trascendente en la vida del hombre, porque es vital para el adecuado funcionamiento de cualquier organismo social, pues simplifica el trabajo para lograr mayor productividad, rapidez y efectividad.

La administración es importante debido a que se aplica a todo tipo de Empresa, el éxito de un organismo depende directa e inmediatamente de su buena administración, y siendo esta adecuada eleva la productividad, la eficiente técnica administrativa promueve, orienta el desarrollo y la ubica en los estándares de competitividad, en los organismos grandes de la administración es indiscutible y esencial, en la pequeña y mediana empresa la única posibilidad de competir, es aplicando la administración.

2.2.3. Objetivos de la Administración

2.2.3.1. Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social. Eficacia. Cuando la empresa alcanza sus metas. Eficiencia. Cuando logra sus objetivos con el mínimo de sus recursos.

2.2.3.2. Permitirle a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.

2.2.3.3. Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios.

2.2.4. Tipos de Administración

La Administración General se divide en dos grandes campos como son:

2.2.4.1. Administración Pública

La administración pública es una rama especial de la ciencia de la administración y como tal se halla formada por una serie de principios, pero también es un sector integrante de la actividad gubernamental, por lo que se encuentra sometida a las exigencias de la política.

2.2.4.2. Administración Privada

La administración privada es una rama especial de la ciencia de la administración y actualmente constituye el eje del sistema de vida del mundo occidental amparada en el derecho de propiedad incluida en la mayoría de las cartas constitucionales de las naciones.

2.2.5. Características de la Administración

2.2.5.1. Universalidad. La administración se da donde quiera que existe un organismo social (estado, ejército, empresas, iglesias, familia, etc.), porque en él tiene siempre que existir coordinación sistemática de medios.

2.2.5.2. Especificidad. La administración tiene sus propias características las cuales son inconfundibles con otras ciencias, aunque va acompañada siempre de ellas (funciones económicas, contables, productivas, mecánicas, jurídicas, etc.), son completamente distintas.

2.2.5.3. Unidad temporal. Aunque se distingan etapas, fases y elementos del proceso administrativo, éste es único y, por lo mismo, en todo momento de la vida de una empresa se están dando, en mayor o menor grado, todos o la mayor parte de los elementos administrativos.

2.2.5.4. Unidad jerárquica. Todos cuantos tienen carácter de jefes en un organismo social, participan en distintos grados y modalidades, de la misma administración. Así, en una empresa forman un solo cuerpo administrativo, desde el gerente general, hasta el último mayordomo. Respetándose siempre los niveles de autoridad que están establecidos dentro de la organización.

2.2.5.5. Valor instrumental. La administración es un medio para alcanzar un fin, es decir, se utiliza en los organismos sociales para lograr en forma eficiente los objetivos establecidos.

2.2.5.6. Amplitud de ejercicio. Esta se aplica en todos los niveles jerárquicos de una organización.

2.2.5.7. Flexibilidad. Los principios y técnicas de la administración se adapta a las necesidades particulares de cada organización.

2.2.6. Empresa

2.2.6.1. Definición de Empresa

MOLINA, Antonio (1987) dice: La Empresa es una organización de negocio orientada a ofrecer bienes y servicios para los consumidores estas empresas tienen responsabilidades como son la de atender las necesidades de sus clientes, ofreciendo artículos y servicios de buena calidad a precios razonables, procurar ganancias para sus inversionistas, pagar remuneraciones legales y justas a sus trabajadores y lograr y mantener buen prestigio dentro de la comunidad.

SARMIENTO, Rubén (1999) define a la empresa como: Una entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer las diversas necesidades humanas.

Se ha tomado estas definiciones ya que son las más completas y claras porque nos presenta lo que es la Empresa. Concluyendo que empresa es una organización instalada para brindar bienes y servicios de calidad a un precio justo y mediante esto obtener utilidades y cumplir con sus trabajadores para así cuidar su reputación dentro la sociedad.

2.2.7. Objetivos de la Empresa

Los objetivos son los resultados a largo plazo que una organización proyecta lograr mediante su misión básica, dichos objetivos deben ser cuantitativos, medibles, realistas, comprensibles, estimulantes, realizables entre las unidades de la organización. Los objetivos se hallan inmersos en toda organización, los cuales deben expresarse para mostrar cual es el direccionamiento corporativo y entender con claridad cuál es su

reto y participación dentro del entorno. El objetivo fundamental de una empresa es el de obtener una utilidad, rentabilidad o ganancia minimizando costos y gastos.

2.2.8. Elementos que Forman La Empresa

La empresa está formada, esencialmente, por tres clases de elementos:

2.2.8.1. Bienes Materiales

Ante todo integrar la empresa sus edificios, las instalaciones que en éstos se realizan para adaptarlas a la labor productiva, la maquinaria que tiene por objeto multiplicar la capacidad productiva del trabajo humano, y los equipos, o sea todos aquellos instrumentos o herramientas que complementan y aplican mas al detalle la acción de la maquinaria.

Las materias primas, o sea, aquellas que han de salir transformadas en los productos, como ejemplo madera, hierro, etc. Las materias auxiliares, es decir, aquellas que, aunque no forman parte del producto son necesarias para la producción; ejemplo combustible, lubricantes, etc. Los productos terminados aunque normalmente se trata de venderlos cuanto antes, es indiscutible que casi siempre hay imposibilidad, y aun conveniencia, de no hacerlo desde luego, ejemplo para tener un stock a fin de satisfacer pedidos, o para mantenerse siempre en el mercado. Puesto que forman parte del capital, deben considerarse parte de la empresa.

Dinero: toda empresa necesita cierto efectivo: lo que tiene como disponible para pagos diarios, urgentes; pero además, la empresa posee, como representación del valor de todos los bienes que antes hemos mencionado, un capital, constituido por valores, acciones, obligaciones, etc.

2.2.8.2. Hombres

Son elementos eminentemente activo en una empresa y desde luego, el de máxima dignidad:

Existen ante todo obreros, o sea, aquellos cuyo trabajo es predominantemente manual: suelen clasificarse en calificados y no calificados, según que requieran tener conocimientos o pericias especiales antes de integrar a su puesto. Los empleados, o sea, aquellos cuyo trabajo es de categoría más intelectual y de servicio, conocido más bien con el nombre de oficinesco. Pueden ser también calificados o no calificados.

Existen además los supervisores, cuya misión fundamental es vigilar el cumplimiento exacto de los planes y órdenes señalados: su característica es quizá el predominio o igualdad de las funciones técnicas sobre las administrativas.

Los técnicos, o sea, las personas que, con base en un conjunto de reglas o principios, buscan crear nuevos diseños de productos, sistemas administrativos, métodos, controles, etc.

Altos ejecutivos, o sea, aquellos en quienes predomina la función administrativa sobre la técnica. Directores, cuya función básica es la de fijar los grandes objetivos y políticas, aprobar los planes más generales y revisar los resultados finales.

2.2.8.3. Sistemas

Son las relaciones estables en que deben coordinarse las diversas cosas, las diversas personas, o estas con aquellas. Pueden decirse que son los bienes inmateriales de la empresa:

Existen sistemas de producción, tales como formulas, patentes, métodos, etc.; sistemas de ventas, como el autoservicio, la venta a domicilio, o a crédito, etc.; sistemas de finanzas.

Existen además sistemas de organización y administración, consistentes en la forma como debe estar estructurada la empresa: es decir, su separación de funciones, su número de niveles jerárquicos.

2.2.9. Fines de la Empresa

Los principales fines de la empresa objetivamente considerada son los siguientes:

- ***Su Fin Inmediato:*** es la producción de bienes y servicios para un mercado, en efecto: no hay ninguna empresa que no se establezca para lograr este fin directo, independientemente de los fines que se pretendan llenar con esa producción.

- ***Fines Mediatos:*** supone esto, analizar que se busca con esa producción de bienes y servicios.

2.2.10. Clasificación de la Empresa

Existen algunos criterios para clasificar las empresas, resaltando los siguientes:

2.2.10.1. Según el Sector de Actividad:

Empresas del Sector Primario: También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza:

agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.

Empresas del Sector Secundario o Industrial: Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.

Empresas del Sector Terciario o de Servicios: Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

2.2.10.2. Según el Tamaño: Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

Grandes Empresas: Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

Medianas Empresas: En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.

Pequeñas Empresas: En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.

Microempresas: Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

2.2.10.3. Según la Propiedad del Capital: Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos público o de ambos. En sentido se clasifican en:

Empresa Privada: La propiedad del capital está en manos privadas.

Empresa Pública: Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.

Empresa Mixta: Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

2.2.10.4. Según el Ámbito de Actividad: Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas se clasifican en:

Empresas Locales: Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.

Empresas Provinciales: Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.

Empresas Regionales: Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.

Empresas Nacionales: Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.

Empresas Multinacionales: Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

2.2.10.5. Según el Destino de los Beneficios:

Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

Empresas con Ánimo de Lucro: Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.

Empresas sin Ánimo de Lucro: En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

2.2.11. Políticas de la Empresa

Las políticas clarifican lo que se puede o no hacer para lograr las metas de una organización. Las políticas permiten saber tanto a empleados como a gerentes lo que se espera aumentando la posibilidad de que las estrategias se ejecutan de manera exitosa. Ellas dan la base para el control gerencial, permiten la coordinación entre las unidades organizativas y reducen la cantidad de tiempo que los gerentes dedican a la toma de decisiones.

2.2.12. Organigrama Estructural

2.2.12.1. Definición Organigrama Estructural

FREEMAN, Edward (1996) dice: “Diagrama de la estructura de la organización, que muestra las funciones, los departamentos o los puestos de la organización y sus relaciones”.

KOONTZ, Harold (2003) define: “Indica la forma en que se enlazan los departamentos a lo largo de las principales líneas de autoridad”

Se considera un instrumento auxiliar de la administración, que representa la estructura orgánica empresarial de una manera esquemática, cumple con una función informativa para las distintas áreas, brinda una apreciación general de la distribución de los puestos, departamentos, niveles jerárquicos, línea de autoridad y responsabilidad, así como también los canales de comunicación y supervisión; facilitando el conocimiento de las interrelaciones y campo de acción de cada cargo.

2.2.13. Manual de Funciones

El Manual de Funciones comprende una descripción detallada de las tareas que deben desarrollar los individuos en los distintos sectores de la organización. Un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía.

El objetivo primordial del manual es describir con claridad todas las actividades de una empresa y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización. De esta manera, se evitan funciones y responsabilidades compartidas que no solo redundan en pérdidas de tiempo sino también en la dilución de responsabilidades entre los funcionarios de la empresa, o peor aun de una misma sección.

2.2.13.1. Ventajas de los Manuales

- ✓ Son un compendio de la totalidad de las funciones y procedimientos que se desarrollan en una organización. Registran a manera de inventario las prácticas reconocidas dentro de la organización y son fuente de consulta.
- ✓ La gestión administrativa y la toma de decisiones no quedan supeditadas a improvisaciones o criterios subjetivos del funcionario actuante, sino regidas por normas que mantienen continuidad a través del tiempo.
- ✓ Clarifican la acción a seguir y las responsabilidades a asumir en aquellas situaciones en las que puedan surgir dudas respecto al área que debe actuar o a la decisión a tomar.
- ✓ Mantienen homogeneidad en cuanto a la gestión administrativa impidiendo la excusa del desconocimiento.
- ✓ Son un elemento cuyo contenido se ha ido enriqueciendo con el correr del tiempo al incorporarse en la cultura de la organización a través de su evolución administrativa.
- ✓ Facilitan el control por parte de los supervisores de las funciones delegadas al existir un instrumento que define con exactitud cuáles son los actos delegados.
- ✓ Facilita la capacitación del personal al existir compendiados los reglamentos internos de la organización.
- ✓ Resuelven conflictos al dirimir problemas de jurisdicción, superposición de funciones o responsabilidades.
- ✓ Ayudan a la planificación, coordinación y control de la empresa al tener claramente determinados los objetivos y las responsabilidades para cumplirlos.
- ✓ Economizan tiempo al brindar soluciones a situaciones que antes debían ser analizadas, evaluadas y resueltas en cada caso.

- ✓ Ubican la participación de cada componente de la organización en el lugar que le corresponde, a los efectos del cumplimiento de los objetivos empresariales.

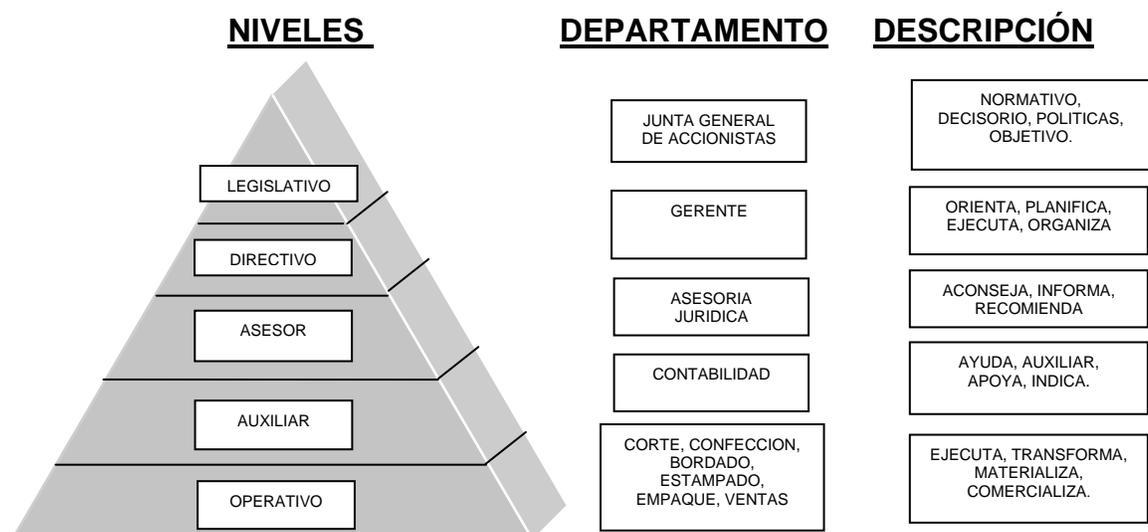
2.2.13.2. Desventajas de los Manuales

- ✓ Costo: Existe un costo de redacción y confección que indudablemente debe afrontarse.
- ✓ Actualización: Exige una constante actualización, dado que la pérdida de vigencia de su contenido, acarrea su total inutilidad.

2.2.14. Niveles Jerárquicos

Una organización necesita establecer una estructura jerárquica además de las funciones, para poder vigilar el cumplimiento de las actividades de los subordinados.

La jerarquía divide a la empresa en niveles que involucran autoridad y responsabilidad dependiendo de la escala en la que se ubique. Por lo que, a medida que el nivel jerárquico es mayor la autoridad también aumenta.



2.3. Aspecto Contable

2.3.1. Contabilidad

2.3.1.1. Definición de Contabilidad

HARGADON, Bernard (1987) define “La contabilidad es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros para obtener así las informaciones necesarias relacionadas con las operaciones de una empresa”.

SARMIENTO, Rubén (1999) dice “La contabilidad es la técnica que registra, analiza e interpreta cronológicamente los movimientos y transacciones comerciales de una empresa”.

Para que esta información sea útil a aquellos que la emplean, debe satisfacer una serie de requisitos, aunque a veces en la práctica no sea fácil cumplirlos; éstos son:

Objetiva. Ante un mismo dato cualquier usuario debe interpretar lo mismo. Para ello se han convenido unas normas, de forma que quien elabora la información sabe que ha de ajustarse a los patrones establecidos para que no quepan distintas lecturas.

Creíble. La información ha de ser fidedigna. Por ello es comprobada y verificada por los auditores, que han de ser completamente independientes de la unidad económica a la que auditan.

Oportuna. Un dato que llega a destiempo no vale para nada, o para poco. Por lo tanto, la información se ha de emitir a tiempo.

Clara y accesible. Si la información contable sólo va dirigida a expertos en esta materia, su fin queda muy restringido. Tal y como funciona el mundo actual, estos datos han de ser lo suficientemente comprensibles, puesto que son muchos los sujetos que los han de utilizar.

Completa. No debe ocultar parcelas de la realidad económica. Algunos hechos económicos no se pueden medir con exactitud, por lo que habrá que conformarse con una aproximación.

2.3.2. Importancia de Contabilidad

La contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras, así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio.

Permite conocer con exactitud la real situación Económico - Financiera de una empresa; en cambio cuando no llevamos contabilidad, no se conoce con seguridad: cuanto se tiene, cuanto nos deben o debemos, cuál es el volumen de compras, ventas, gastos; en definitiva sólo se tiene una idea aproximada de la situación económica de la empresa, o sea en forma empírica.

2.3.3. Clasificación de la Contabilidad

Debido a su vital importancia, la contabilidad debe ser llevada en forma obligatoria por todas las instituciones privadas, públicas y autónomas, de acuerdo con lo que dispone la ley:

TIPO DE CONTABILIDAD	DESCRIPCION
Comercial o General	Empresas dedicadas a la compra – venta de bienes.
Industrial o de Costos	Entidades de transformación en otros bienes.
Bancaria	Instituciones que se dedican a la entrega de servicios bancarios.
Agrícola	Dedicad a la producción de bienes agrícolas.
Gubernamental	Aplicada a entidades del Sector Público o del Gobierno.

Elaborado por: Rosero Diana

Cuadro N° 2

2.3.4. Plan de Cuentas

Toda empresa para iniciar su contabilidad debe estructurar un plan o catálogo de cuentas, con la finalidad de facilitar el manejo de las cuentas mediante códigos de identificación; especialmente en la actualidad que se utiliza en el sistema computarizado para poder ingresar los datos. No se puede hablar de un plan de cuentas uniforme para todas las empresas, su estructura dependerá del tamaño de las necesidades de la empresa y de quien lo elabore.

Es recomendable considerar dentro de ciertas cuentas principales el uso de cuentas auxiliares, con el propósito de tener una información más clara y concreta, para lo cual se puede trabajar aumentando dígitos para los

auxiliares o mediante una guía alfanumérica, en donde se asigna letras y números.

2.3.4.2 Características del Plan de Cuentas

Para su elaboración, es necesario considerar anticipadamente el mayor número de cuentas posible a ser utilizados durante el tiempo de vida útil estimado de la empresa.

Es conveniente agrupar y clasificar las cuentas, de acuerdo a niveles específicos, se ordenan dentro de 5 grupos como son:

1. Activo
2. Pasivo
3. Patrimonio
4. Ingresos
5. Gastos

Debe existir un ordenamiento por el grado de liquidez; es decir en forma de cómo se cree se va a convertir más rápido en dinero, por el lado del activo; y de la forma como se estima va a cubrirse las obligaciones por el lado del pasivo, dicha clasificación a mas de ser necesaria para la presentación de balances sirve para la realización de una evaluación financiera dentro de la entidad.

2.3.5. Estructura del Ciclo Contable

2.3.5.1. Comprobantes o Documentos Fuentes

Los Comprobantes o Documentos Fuentes es toda la documentación que pueda aportar a la apertura de los libros de contabilidad, tanto en el caso de una empresa que inicia su actividad por

primera vez, como en el de aquella que ya ha venido desarrollando una actividad productiva en ejercicios precedentes.

Toda transacción de origen o un documento comercial. Lo cual constituye la fuente de datos para los procesos contables. Proporcionan el grado de confiabilidad y validez a los registros contables y se los utiliza como referencia o comprobante en caso de desacuerdo o controversia legal. Los documentos de apoyo constituyen la fuente misma la información contable, son los que respaldan a todos los registros de contabilidad.

2.3.5.2. Libro Diario

El Libro Diario es un libro foliado o numerado u hojas igualmente numeradas, esto es: 1, 2, 3, 4, 5, etc., que permite registrar o jornalizar en forma cronológica todas las transacciones realizadas por la empresa.

El libro diario es la base en cualquier sistema contable que utilice la empresa, es una historia o memoria de la vida de la empresa. Cada operación contable origina un apunte que denominamos asiento y que se caracteriza porque tiene una doble entrada: en la parte de la izquierda (Debe) se recoge el destino que se le da a los recursos, y en la parte de la derecha (Haber) el origen de esos recursos.

2.3.5.3. Libro Mayor

El Libro Mayor recoge en estas hojas todos los movimientos que se registran en el Libro Diario. El Libro Mayor se divide en hojas, y cada hoja está dedicada a una cuenta contable, donde se recoge todos los apuntes que afectan a esa cuenta concreta.

Es un resumen de todas las transacciones comerciales que aparecen en el libro diario, el que generalmente se lleva en tarjetas individuales, es decir por separado todas y cada una de las cuentas, o en un archivo del computador cuando el sistema es computarizado.

2.3.5.4. Balance de Comprobación

Es un listado o resumen de todas las cuentas que han intervenido en un ejercicio económico, con la sumatoria de sus movimientos económicos. En este balance se debe comprobar que los saldos de la cuentas coincidan, tanto en el debe como en el haber.

2.3.5.5. Inventarios (Kardex)

Inventarios son bienes tangibles que se tienen para la venta en el curso ordinario del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización. Los inventarios además comprenden las materias primas, productos en proceso y productos terminados o mercancías para la venta, los materiales, repuestos y accesorios para ser consumidos en la producción de bienes fabricados para la venta o en la prestación de servicios, empaques y envases y los inventarios en tránsito. Los inventarios forman parte muy importante para los sistemas de contabilidad de mercancías, porque la venta del inventario es el corazón del negocio. El inventario es, por lo general, el activo mayor en sus balances generales, y los gastos por inventarios, llamados costos de mercancías vendidas, son usualmente el gasto mayor en el estado de resultados.

2.3.6. Estados Financieros

Son una representación estructurada de la posición financiera y las transacciones realizadas por una empresa. Estos

documentos se preparan y presentan para ser utilizados por usuarios externos e internos de empresa. Entre dichos usuarios se incluye inversionistas, empleados, proveedores y otros acreedores comerciales.

Los estados financieros son aquellos que cumplen las necesidades de los usuarios que no están en posición de requerir informes a la medida, para cumplir sus necesidades de información específica. Su objetivo principal es proveer información sobre la posición financiera, resultado de operaciones y flujo de efectivo que será de utilidad en la toma de decisiones, así como también presentar los resultados de la administración. El propósito de estos estados son una representación financiera estructurada de la posición financiera y las transacciones realizadas por una empresa.

2.3.6.1. Estado de Situación Inicial

El Estado de Situación Inicial es el balance o un documento contable que refleja la situación de la empresa en un momento determinado. Refleja la información financiera que dispone la empresa al iniciar el ejercicio económico, demuestra los activos, pasivos y patrimonio.

La información del estado de situación inicial constituye la información para el primer asiento contable del libro diario

2.3.6.2. Balance General

Este balance indica la situación financiera de la misma a una fecha determinada, en este balance se presentara de forma ordenada los activos, pasivos, patrimonio o capital. Este es importante porque clasifica y ordena los documentos que representan bienes del propietario al realizar una transacción comercial.

Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa ya sea el inicio o final de un ejercicio económico según el caso. El Balance General tiene dos secciones, primero se enlistan los activos; por otro lado los pasivos y el capital contable. A pesar de que el término balance general es ampliamente usado, existen otros nombres sinónimos de tal Estado Financiero: Estado de Posición Financiera o Estado de Situación Financiera.

2.3.6.3. Estado de Flujo de Efectivo

Estado que muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos a una fecha determinada. Movimiento de dinero dentro de un mercado o una economía en su conjunto. Esta información es útil para proveer al usuario de los estados financieros bases para evaluar la habilidad de la empresa para generar efectivo y sus equivalentes y las necesidades de la empresa para utilizar esos flujos de efectivo disponibles, por actividades de operación, inversión y financiamiento.

2.3.6.4. Estado de Pérdidas y Ganancias

Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un período determinado. El Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados presenta las cuentas que denotaron ingresos y que produjeron gastos en un período económico, cuyo resultado tiende a ser la ganancia o pérdida para el empresario. Aquí se muestran los efectos de varias actividades, transacciones y eventos de una empresa, que muchas veces difieren en estabilidad, riesgo y previsibilidad.

2.3.6.5. Notas a los Estados Financieros.

Las Notas a los Estados Financieros presentan información sobre la base de preparación de los estados financieros y las

políticas contables seleccionadas y aplicadas para transacciones y eventos importantes, además provee información adicional que no se presenta en los estados financieros e incluyen descripciones narrativas o análisis más detallados de los montos presentados en el balance general.

2.4. INDUSTRIA TEXTILERA

2.4.1. INDUSTRIA

2.4.1.1. Definición de Industria.

CHILQUINGA Manuel (2001) expone: “Las industrias son aquellas que utilizando los factores de la producción se dedica a la transformación de forma o de fondo de materia prima en productos terminados o semielaborados, los mismos que posteriormente son comercializados generando un margen de utilidad”.

Se ha tomado esta definición porque en la misma expone de una forma explícita de lo que es una industria y a que se dedica, que recursos utiliza para su funcionamiento y su actividad económica en general, para mayor comprensión se define a la industria en términos personales; como un conjunto de operaciones económicas ejecutadas para la obtención, transformación de materia prima para darles un valor agregado para satisfacer mayormente las necesidades del consumidor y obtener utilidades para el inversionista.

2.4.2. CLASIFICACIÓN DE LA INDUSTRIA

El proceso histórico de valorización del capital y de su acumulación ha dado como resultado la combinación de ramas y sectores de producción que constituyen el sistema productivo. Una división según tipos

de actividad es, por tanto, universalmente aceptada, estando articulado el concepto "sector", al de medios de producción.

2.4.2.1. INDUSTRIAS LIGERAS O DE USO Y CONSUMO

Producen bienes directamente para el consumidor.

- Alimentación y bebidas.
- Electrodomésticos y aparatos eléctricos.
- Informática y telecomunicaciones.
- Farmacéutica y química ligera.
- Textil, cuero y calzado.
- Muebles.
- Papel y artes gráficas.

2.4.2.2. INDUSTRIAS DE BIENES DE EQUIPO

Producen bienes de producción para otras actividades pero no utilizan tanta energía ni materia prima como las industrias pesadas o de base.

- Maquinaria.
- Materiales de construcción.
- Astilleros.
- Producción de vehículos industriales.
- Industria aeronáutica
- Industria armamentística

2.4.2.3. INDUSTRIAS PESADAS O DE BASE

Refinería de petróleo perteneciente a la industria petroquímica. Utilizan grandes cantidades de materia prima y energía. Producen bienes semi elaborados para abastecer a otras industrias.

- Extractivas (minería).
- Siderúrgicas (hierro y acero).
- Metalúrgicas (todo tipo de metales).
- Petroquímicas (utilizan derivados del petróleo).
- Química pesada (elaboran productos químicos indispensables).

En cuanto al número de empresas por actividades económicas, el mayor número corresponde a las consideradas, industrias tradicionales; y dentro de éstas las alimenticias, de vestuarios, muebles y accesorios. Otro sector es el petrolero y producción de productos metálicos.

2.4.3. TEXTIL

Término genérico (derivado del latín texere, “tejer”) aplicado originalmente a las telas tejidas, pero que hoy se utiliza también para filamentos, hilazas e hilos sintéticos, así como para los materiales tejidos, hilados, fieltros, acolchados, trenzados, adheridos, anudados o bordados que se fabrican a partir de los mismos. También se usa para referirse a telas no tejidas producidas mediante la unión mecánica o química de fibras.

2.4.4. FIBRAS TEXTILES

El término “fibras textiles” se refiere a las que se pueden hilar o utilizar para fabricar telas mediante operaciones como tejido, trenzado o fieltro. El tejido, una de las primeras actividades artesanales, ya se practicaba en el neolítico, como lo demuestran los fragmentos de fibras de

lino hallados en los restos de poblados lacustres de Suiza. En el antiguo Egipto los primeros textiles se tejían con lino; en la India, Perú y Camboya con algodón; en Europa meridional con lana y en China con seda.

2.4.4.1. LINO: Los primeros en utilizar el lino fueron los antiguos egipcios (probablemente la palabra lino se deriva de un vocablo egipcio).

2.4.4.2. LANA: Los antiguos pueblos del Cáucaso vestían mantos de lana denominados shal (de donde deriva la palabra chal). Las ovejas se criaban por su lana además de por su carne y su piel en toda la zona mediterránea.

2.4.4.3. ALGODÓN: Aunque el algodón es la fibra textil más común en la actualidad, fue la última fibra natural en alcanzar importancia comercial. En el siglo V a.C. el historiador griego Heródoto informaba que uno de los productos valiosos de la India era una planta silvestre cuyo fruto era el vellón.

En América, los habitantes del México prehispánico utilizaban algodón para elaborar telas. Durante los siglos XV y XVI los exploradores europeos encontraron textiles de algodón en las Antillas y Sudamérica, se convirtió en la fibra más importante del mundo en cuanto a su cantidad, su bajo costo y su utilidad.

2.4.4.4. SEDA: Según la leyenda china, la seda empezó a tejerse en el siglo XXVII a.C. durante el reinado del emperador Huang Ti, cuya esposa desarrolló supuestamente la técnica de devanar el hilo del gusano de seda para tejerlo.

2.4.4.5. FIBRAS SINTÉTICAS

La belleza y el precio de la seda estimularon a muchos de los primeros científicos a desarrollar una fibra que se pareciera al hilo del gusano de seda.

2.4.5. PRODUCCIÓN TEXTIL

La producción y distribución de textiles es relativamente complicada. Según el tipo de tela, la materia prima tanto las fibras vegetales o animales como los productos químicos puede prepararse de forma independiente o como etapa preliminar en la fabricación de la tela; por tanto, el número de procesos distintos implicados en la producción varía según cada producto textil.

La primera etapa en la fabricación de textiles implica la producción de la materia prima, ya sea el cultivo de algodón, lino u otras plantas, la cría de ovejas o gusanos de seda, o la producción química de fibras; a continuación, la fibra se hila y posteriormente se usa el hilo para tejer las telas. Después del teñido y el acabado, el material puede suministrarse directamente a un fabricante de productos textiles o a un minorista que lo vende a particulares que confeccionan prendas de vestir o ropa de casa.

2.4.5.1. Procesado de la fibra

La fibra de algodón, el vellón de las ovejas o el lino deben ser procesados antes de hilarlos. El algodón en bruto se procesa con la desmotadora, que elimina las semillas y otras impurezas, antes de ser transportado en balas a la hilatura. Para obtener a partir del lino una fibra susceptible de ser hilada se utilizan diversas operaciones mecánicas y químicas. La lana debe ser clasificada y lavada antes de su hilado. La seda

se desarrolla de los capullos después de ablandar la goma natural en agua caliente, lo que permite una separación fácil sin romper las finas fibras. Los filamentos continuos se agrupan y se tuercen para formar hilos de varias hebras; los filamentos rotos y el material de desecho se hilan de forma similar a la empleada para las fibras de algodón, lana o lino. Las fibras sintéticas se suministran en forma de filamentos o de fibras cortas; la fibra de filamento continuo se convierte en hilo igual que la seda. Las fibras sintéticas cortas se procesan antes del hilado de forma similar al algodón crudo o la lana.

2.4.5.2. Hilado

Para obtener hilo a partir de filamentos continuos basta torcerlos, pero en el caso de las fibras cortas hay que cardarlas para combinar las fibras en una estructura continua semejante a la de una cuerda, peinarlas para estirar las fibras largas y torcer las hebras continuas resultantes. El torcer más o menos los hilos determina algunas de sus características; una torsión ligera proporciona telas de superficie suave, mientras que los hilos muy torcidos producen tejidos de superficie dura, resistentes al desgaste y menos propensos a ensuciarse y arrugarse; sin embargo, los tejidos hechos con hilos muy torcidos encogen más.

2.4.5.3. Tejido

Para tejer se utiliza el telar y dos conjuntos de hilos, denominados respectivamente urdimbre (o pie) y trama. Los hilos de la urdimbre van a lo largo del telar, mientras que los de la trama van en dirección transversal. La urdimbre está arrollada en enormes bobinas llamadas enjulios o enjullos, situadas a los pies del telar, y se enhebra en el telar formando una serie de hilos paralelos. La trama se suministra por los lados del telar desde unas bobinas que se cambian automática o manualmente cuando se acaba el hilo. La lanzadera del telar hace pasar los

hilos de la trama a través del telar, entrelazándolos perpendicularmente con la urdimbre. Modificando el número de hilos de la urdimbre y alterando la secuencia con la que se levantan o se bajan se logran diferentes dibujos y texturas. Durante el tejido, una capa protectora provisional conocida como imprimación protege los hilos de la urdimbre para evitar que se dañen.

2.4.5.4. Telas de punto

El tejido de malla, cuyos orígenes se remontan al anudado de redes en los pueblos antiguos, consiste en formar una rejilla entrelazando hilo mediante agujas manuales o automáticas en una serie de lazadas unidas entre sí. El tejido con agujas fue introducido en Europa por los árabes en el siglo V y floreció en Inglaterra y Escocia durante los siglos XIV y XV. Los escoceses han reivindicado tanto su invención como su introducción en Francia. Hasta 1589 todas las labores de punto se hacían a mano. Aquel año el clérigo inglés William Lee inventó una máquina para tejer medias, pero la reina Isabel I de Inglaterra le negó una patente, porque consideraba que el nuevo invento era una amenaza para los tejedores. Sin embargo, la máquina se utilizó en otros países y preparó el camino para posteriores mejoras. La primera llegó en 1758, cuando un hilandero de algodón, el británico Jedediah Strutt, inventó un aditamento para el bastidor de medias que permitía confeccionar tejidos acanalados (canalé). Las tejedoras automáticas se introdujeron por primera vez en 1889.

2.4.5.5. Teñido y estampado

Los textiles pueden teñirse de distintas formas: las telas pueden colorearse una vez tejidas (tinte en la pieza), pueden teñirse las fibras sueltas en una cuba (tinte en bruto) y, por último, puede teñirse el hilo o filamento antes de tejerlo (tinte en el hilo). Los hilos sintéticos también pueden recibir un tinte previo incorporando pigmentos coloreados en la

solución de hilado antes de extruir los filamentos a través de las boquillas de hilatura (tinte en masa o solución). El principal método para estampar dibujos en textiles es el huecogrado mediante rodillos; en este proceso el dibujo se graba en rodillos de cobre (un rodillo para cada color) y se llenan las depresiones de los rodillos con pasta de estampado; a continuación se pasa la tela por los rodillos. Otro proceso de estampado es la impresión en relieve; en este caso, el dibujo está elevado sobre la superficie del rodillo y las partes altas se cubren con tinta. El estampado con retícula se realiza trazando el dibujo en una retícula plana o cilíndrica que sirve como plantilla, la cual se coloca sobre el tejido y se aplica el tinte haciéndolo pasar por las aberturas de la plantilla. El estampado manual con retícula está siendo sustituido por máquinas automáticas.

2.4.6. TIPOS DE TEXTILES

Variando el método de tejido es posible producir muchas telas diferentes.

- Tejido liso o de tafetán (tafeta)
- Tejido cruzado
- Tejido de satén (satín)
- Tejidos de lizo y de jacquard
- Tejidos de pelo o de hilos levantados
- Textiles no tejidos

2.4.7. LA INDUSTRIA MUNDIAL

La industria textil es una de las más antiguas del mundo y se considera de las primeras ocupaciones del hombre en sociedades organizadas por tener un papel protagónico en la Revolución Industrial. El comercio de los productos textiles se ha extendido durante siglos, primero entre las principales civilizaciones existentes y luego entre los países que lograron desarrollar esta industria a partir de las posibilidades reales de obtener o importar la materia prima para lograr los tejidos; y en la actualidad no se concibe el desarrollo futuro sin la industria textil donde los países en vía de desarrollo.

La industria textil mantiene una importancia en la actualidad porque además de prendas de vestir y objetos domésticos, los textiles se usan para múltiples usos como son: en productos industriales como filtros para acondicionadores de aire, balsas, salvavidas, cintas transportadoras, carpas, neumáticos de automóvil, piscinas, cascos de seguridad o ventiladores de mina, entre otros.

En muchas aplicaciones los textiles con recubrimientos protectores de plástico proporcionan mayor flexibilidad, menor peso y mejores resultados que los metales. Aunque para los productos industriales se utiliza toda clase de fibras, muchos se fabrican con una combinación de fibras sintéticas sobre una base de algodón. Las fibras sintéticas hacen que la tela sea resistente al moho y se seque rápidamente, mientras que el algodón, más barato, proporciona volumen y estabilidad.

La estructura industrial mundial ha estado cambiando en los últimos años como consecuencia de la globalización económica. Se aprecia una tendencia a un desplazamiento de dicha industria desde los países desarrollados a los países en desarrollo con abundancia de materias primas y de mano de obra barata. Aunque se debe reconocer que los países desarrollados conservan la

ventaja de nuevos productos, nuevos equipos y nuevas tecnologías y el liderazgo en cooperación internacional y comercial.

Industria textil es el nombre que se da al sector de la economía dedicado a la producción de ropa, tela, hilo, fibra y productos relacionados. Aunque desde el punto de vista técnico es un sector diferente, en las estadísticas económicas se suele incluir la industria del calzado como parte de la industria textil. Los textiles son productos de consumo masivo que se venden en grandes cantidades.

La industria textil genera gran cantidad de empleos directos e indirectos, tiene un peso importante en la economía mundial. Es uno de los sectores industriales que más controversias genera, especialmente en la definición de tratados comerciales internacionales. Debido principalmente a su efecto sobre las tasas de empleo.

2.4.8. HISTORIA Y ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se

pude afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

Las múltiples necesidades que a los habitantes de las ciudades los llevaron a exigir productos agrícolas y artesanales, hicieron que la industria domiciliaria sea la principal forma de producción no agrícola del siglo XVI al XVIII.

Esto se explica cuando al intensificarse el comercio de tejidos, seda y herramientas, los comerciantes que trataban de atender las demandas de sus clientes, recurrían a la entrega de la materia prima a los artesanos para que estos a su vez proporcionen los productos ya acabados.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sin número de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar. El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

El desarrollo de las empresas textiles en el Ecuador son un buen síntoma para la economía nacional y para el sector productivo, ya que los niveles de competitividad, a través de esfuerzos conjuntos, demuestran el éxito de dichas empresas en nuevos nichos de mercado. Otro de los factores que es indispensable es la capacitación constante a empleados, además de definir una estrategia para el posicionamiento de una marca. La empresa Pinto es uno de los ejemplos más claros de ello, ya que hoy en día es una de las marcas más aceptadas en el mercado local.

Históricamente, el sector de la pequeña empresa, en su proceso de desarrollo, ha tenido poco apoyo en la mayoría de los países de América Latina, más concretamente, en el aspecto del financiamiento. Si bien es cierto que existen algunos países, cuyos gobiernos, han brindado a este sector oportunidades para su desarrollo, pero estos esfuerzos han quedado cortos con relación a las verdaderas necesidades del mismo.

La presencia de las Pequeñas y Medianas Empresas como unidad básica en el proceso de desarrollo económico de los pueblos, es indiscutible. No obstante, el estudio de su problemática y participación en el desarrollo productivo ha sido postergado en innumerables oportunidades por la falta de una política integral que asocie a las empresas, gobierno y trabajadores; por ello es esencial para la estabilidad y crecimiento de este sector empresarial, la existencia de políticas económicas, claras y coherentes pero en un ambiente de respeto al libre mercado.

El sector textil, sin duda constituye una de las más importantes industrias en el Ecuador y tiene una gran repercusión en la economía. Su desempeño basado en la tenencia de excelente materia prima y una larga trayectoria exportadora, la coloca como un sector potencial con altas expectativas para el desarrollo del país.

La estructura empresarial que muestra el subsector textil y de confecciones prefiguran una industria conformada por una gran cantidad de medianas y pequeñas empresas, que, sin embargo, no tienen un impacto mayor en los volúmenes de exportación; en este sentido son las grandes empresas que sostienen estos niveles. Pero ya se observa su penetración en mercado externos, que bien podría potenciarse con un trabajo coordinado con las grandes empresas y las entidades que están involucradas en esta actividad. Es importante resaltar que las PYMES del subsector confecciones generan mayores ingresos por venta que el subsector textil. Además, las PYMES

constituyen un eslabón en las estrategias de circulación y cooperación entre las empresas del sector, así como con los demás agentes de la cadena.

Las PYMES en el Ecuador, como en gran parte de Latinoamérica, constituyen la forma empresarial más extensa de organización y una alternativa generadora de empleo, pues el 38% de la población económicamente activa es absorbida por la micro empresa. Para el Ecuador, el desarrollo de la industria textil es importante no sólo por los niveles de producción y ventas alcanzados en los últimos años, sino que tiene una particular importancia, por cuanto es una industria intensiva en mano de obra y por tanto generadora de empleo.

2.4.9. PROCESO TEXTIL

Dentro de la Industria Textil podemos identificar el respectivo proceso que una empresa realiza para la fabricación de una prenda de vestir. Para empezar se elabora una orden de pedido la cual pasa al departamento de producción, los que calculan la cantidad que necesitan de materiales, telas e insumos para la realización de la misma.

Una vez que se hace el cálculo respectivo una copia de esta orden pasa a la bodega, para que el responsable verifique si posee o no el material y en caso de no lo tenga se debe realizar una adquisición, tomando en cuenta que se hace una inspección de calidad, metraje, peso, etc. Otra de las copias pasa al departamento de Diseño quienes se encargan de graficar el diseño o sea hacen un boceto de la prenda a confeccionarse.

Después de que cada uno de los departamentos tenga su trabajo finalizado estos pasan al área de corte, donde personal capacitado realiza lo que se le llama el tendido, trazado y corte de la tela tomando en cuenta el boceto que el diseñador realizó para el respectivo pedido; una vez que se ha realizado el

corte esto pasa al departamento de confección en el que se toma las prendas en piezas y se las ensambla mediante procesos de confección.

Después que ser acopladas estas pasan al área de acabados o control de calidad, aquí se realiza el trabajo de dar los últimos ajustes a la prenda esto comprende el pulido, sacado de hilos, elimina excesos de tela, revisa las fallas que pueda tener y pasa para que se le realicen ojales, cremalleras y poner botones.

Una vez revisado y hecho un control de calidad sigue el área de estampado y bordado en este departamento como su nombre lo indica se estampan y bordan las prendas si así lo estableciera el diseño que el cliente eligió, luego de esto se pasa al área de planchado etiquetado y empacado las cuales hacen todo esto pero en parte se realiza nuevamente un nuevo control de calidad para que pase al bodegaje donde se mantiene las prendas, hasta que al cliente se le realice la respectiva entrega o se haga la distribución de las prendas de vestir acabadas.

CAPITULO III

4. “PROPUESTA DE MODELO ADMINISTRATIVO CONTABLE PARA LA INDUSTRIA TEXTILERA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

4.1. INTRODUCCIÓN

Una vez realizada la investigación y su respectivo análisis en las Empresas Textiles de la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, se concluye diciendo que toda entidad económica para lograr sus objetivos requiere de una integral y adecuada organización, tanto administrativa como contable, por lo que se ha tomado en cuenta los conceptos y criterios descritos en el marco teórico, por lo que se da a conocer la siguiente Propuesta para la solución de los puntos especificados.

La finalidad de este Modelo es proporcionar criterios que sirvan de guía orientada a mejorar la organización administrativa y contable de estas empresas, los mismos que contendrán un lenguaje posible de comprender para que sean aprovechados al máximo por el usuario.

El desarrollo de este Modelo constituye una herramienta normativa que garantiza alcanzar niveles de calidad, que cuenten con procedimientos y sistemas de información bien definidos donde se establezcan en forma clara y concisa las actividades a realizar y la documentación que se requiere manejar.

4.2. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

4.2.1. Estructura Organizativa de las Empresas

4.2.1.1. Misión

Identificar la misión de una empresa es un peso muy importante para definir el rumbo económico y social, para saber hacia dónde se dirige y cuál es el concepto que tiene sobre sus actividades, la calidad del servicio y el compromiso con la región, con sus empleados y sus dueños. La misión es la razón de ser o en otras palabras es la filosofía de la empresa. La misión indica la manera como una institución pretende lograr y consolidar las razones de su existencia. Señala las prioridades y la dirección de los negocios de una empresa. Identifica los mercados a los cuales se dirige, los clientes que quiere servir y los productos que quiere ofrecer. Así mismo, determina la contribución de los diferentes agentes en el logro de propósitos básicos de la empresa y lograr así su visión organizacional.

Como ejemplo de Misión para la Industria Textilera podemos mencionar la siguiente:

“Confeccionar productos de alta calidad, siempre pensando y trabajando con un espíritu de servicio; buscando niveles de competencia sana, con calidad integral y compromiso en todos nuestros proyectos”.

4.2.1.2. Visión

La visión es considerada como el sueño de sus ejecutivos, esto es lo que quieren que sea la empresa en un futuro, porque señala el rumbo en la vida empresarial. La visión corporativa es el conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro. La visión no se expresa en términos numéricos, la define la alta dirección de la organización, debe ser amplia e inspiradora, conocida por todos e integrar el equipo gerencial a su alrededor.

La visión de la empresa, debe estar formulada por los líderes de la organización y difundida por toda la corporación, como un punto de referencia de tener en cuenta diariamente en todas las labores cotidianas, para impulsar el compromiso del personal hacia el logro de los objetivos de la empresa. Un conjunto de acciones sin una visión que defina el futuro horizonte de la empresa, no despeja el camino, ni conduce a una meta, porque los esfuerzos se debilitan en las múltiples direcciones que pueden tomar sus directivos.

Ponemos como sugerencia la siguiente Visión para la Industria Textilera:

“Ser la empresa líder en la confección de ropa para damas, caballeros y niños a nivel de la Provincia de Imbabura y Norte del País utilizando maquinaria y tecnología de excelente calidad”.

4.2.1.3. Principios Corporativos

Toda empresa maneja principios corporativos, expresados en los valores o creencias que la organización profesa, o

también los ejercidos por su director y mandos medios, que se demuestran en las relaciones de trabajo y de mercado. Los principios corporativos constituyen la norma de vida y el soporte de la cultura organizacional. Una empresa sin principios es como un ser sin ética, pues no le importa sus clientes, sus productos ni el futuro de la inversión, como ejemplo tenemos los siguientes:

- ❖ **Cultura:** La cual debe estar orientada a la satisfacción de las necesidades de los clientes.
- ❖ **Atención y Cumplimiento:** Se refiere a las obligaciones adquiridas tanto con los clientes internos como externos.
- ❖ **Seriedad:** Esto se demostrara en todos nuestros actos para que garantice la calidad en nuestro trabajo.
- ❖ **Trabajo en Equipo:** Consideración que nos permite tener la confianza de nuestro equipo de trabajo, y esta a su vez se proyecte hacia todos nuestros clientes.

4.2.1.4. Valores

Los valores son los que inspiran la vida de la organización y están relacionados con la moral, la ética en todas las relaciones empresariales. Los negocios más exitosos del mundo, son los más éticos, porque respetan al cliente y le ofrecen el mejor producto para su satisfacción.

A partir del conocimiento teórico de la cultura organizacional se debe indagar si la empresa objeto del estudio, mantiene estos elementos como principio de una buena organización o si por el contrario, adolece de ellos para identificarlos como problemas de la cultura empresarial y recomendarle

acciones que permitan su mejoramiento, a continuación nombramos como valores los siguientes:

- ❖ Honestidad
- ❖ Respeto
- ❖ Solidaridad
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Disciplina
- ❖ Lealtad

4.2.1.5. Organigrama Vertical

EMPRESA DE CONFECCIONES XYZ
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
AÑO 2010 - 2011

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

GERENCIA GENERAL

SECRETARIA

**DPTO. ADMINISTRATIVO
FINANCIERO**

**DPTO. DE
PRODUCCIÓN**

**DPTO. DE
COMERCIALIZACIÓN**

ADMINISTRACIÓN

CONTABILIDAD

DISEÑO

BODEGA

CORTE

**CONFECCI
ÓN**

**CONTROL
CALIDAD**

**Administració
n de Producto**

**Bodega
Productos
Terminados**

**Punto de
Venta**

4.2.1.5.1. Niveles Jerárquicos

- **Nivel Directivo**
 - ❖ Junta General de Accionistas
- **Nivel Ejecutivo**
 - ❖ Gerencia General
- **Nivel de Apoyo o Auxiliar**
 - ❖ Secretaria
 - ❖ Dpto. Administrativo Financiero
 - ❖ Dpto. de Producción
 - ❖ Dpto. de Comercialización
- **Nivel Operativo**
 - ❖ Administración
 - ❖ Contabilidad
 - ❖ Diseño
 - ❖ Bodega
 - ❖ Corte
 - ❖ Confección
 - ❖ Control de Calidad
 - ❖ Administración de Producto
 - ❖ Bodega Productos Terminados
 - ❖ Punto de Venta

3.2.1.6. Manual de Funciones

Los principales objetivos que se pretende alcanzar con la realización de este Manual son uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria; simplificar la responsabilidad por fallas o errores; que tanto los empleados como sus jefes conozcan si el trabajo se está realizando adecuadamente; reducir los costos y por ende aumentar la eficiencia general.

A continuación se presenta una guía que tiene como objetivo fundamental evitar la duplicación de funciones y dando certeza a los empleados de las actividades que deben realizar en su trabajo, se señala que para que este Manual se encuentre vigente se debe adaptar a los cambios que tenga cada empresa. Se irá detallando uno a uno los diferentes puestos que conforman la empresa sus funciones básicas, todo lo referente a su cargo y conocimiento general de los puestos del nivel tanto ejecutivo como administrativo.

3.2.1.6.1. Distributivo de Funciones

Dentro las instituciones que se realizo la siguiente investigación se definieron los siguientes departamentos y a su vez sus respectivas áreas y puestos de trabajo.

➤ **GERENCIA GENERAL**

- ❖ Gerente General
- ❖ Secretaria General

➤ **DPTO. ADMINISTRATIVO FINANCIERO**

- ❖ Jefe Administrativo
- ❖ Jefe Financiero
- ❖ Asistente Contable

➤ **DPTO. PRODUCCION**

- ❖ Jefe Producción
- ❖ Bodeguero
- ❖ Jefe Área de Diseño
- ❖ Operario / a de Patronista
- ❖ Operario / a de Estampado
- ❖ Operario / a de Bordado

- ❖ Supervisor / a de Corte
- ❖ Tenedor / a Y/O Cortador / a
- ❖ Supervisor / a de Confección
- ❖ Operarios / as de Confección
- ❖ Supervisor / a de Control de Calidad
- ❖ Operario / a de Control de Calidad
- ❖ Operario / a de Planchado y Empacado

➤ **DPTO. COMERCIALIZACION**

- ❖ Jefe de Comercialización
- ❖ Administrador / a de Producto
- ❖ Jefe de Punto de Venta
- ❖ Cajero / a
- ❖ Vendedor / a

NIVEL: ADMINISTRATIVO AREA: ADMINISTRATIVA
PUESTO O CARGO: SECRETARIA GENERAL

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Colaborar en la gestión, organización y operación de la comunicación oral y escrita en el ámbito interno y externo de la empresa, además proporcionar atención adecuada al público en general.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Receptar, organizar, distribuir y archivar la documentación interna y externa de la empresa.
- Custodiar el archivo a su cargo.
- Concertar y atender adecuadamente al público en general.
- Llevar la agenda de trabajo del jefe inmediato.
- Notificar con la debida anticipación a socios, jefes departamentales, la convocatoria a reuniones ordinarias o extraordinarias.
- Establecer adecuadamente contactos telefónicos internos y externos.
- Realizar informes que disponga el jefe inmediato, jefes departamentales o personas interesadas.
- Otras que sean dispuestas por el jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Universitario en Secretariado Ejecutivo.

EXPERIENCIA: 2 Años en puestos similares. Excelente nivel de comunicación para manejar relaciones internas y externas en la empresa.

PERFIL: Buenas relaciones personales, dinámica, proactiva, colaboradora, responsable.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: ADMINISTRATIVA.

PUESTO O CARGO: JEFE DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Administrar, controlar y planificar el recurso humano de la empresa en todos sus aspectos, para de esta manera crear un clima organizacional favorable.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Llevar registros del recurso humano
- Convocar interna y externamente a candidatos para ocupar puestos vacantes.
- Reclutar y seleccionar al personal idóneo para ocupar las vacantes de la empresa.
- Pagar la nómina y todos los beneficios que la Ley dispone.
- Cumplir con los pagos del IESS y elaboración de contratos de trabajo y liquidaciones.
- Elaborar contratos de Trabajo y liquidaciones.
- Evaluar el desempeño y entregar informes de nóminas de la empresa.
- Planificar capacitaciones o inducción para el personal.
- Elaborar el cuadro de vacantes anuales controlar su cumplimiento y controlar permisos y faltas del personal.
- Servicios Generales con referencia al personal de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas y procedimientos establecidos.

SUPERVISA:

- Auxiliar Administrativo.
- Personal en General.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Universitario, Ing. Administración de Empresas, Psicología Industrial o carreras afines.

EXPERIENCIA: 3 Años en puestos similares o manejo de personal.

PERFIL: Buenas relaciones humanas, demostrar alto nivel de compromiso con los objetivos de la empresa, conocimientos en administración, organización, control, responsabilidad, capacitación.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: FINANCIERA

PUESTO O CARGO: JEFE DEPARTAMENTO FINANCIERO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Administrar, controlar y planificar los recursos económicos y bienes de la empresa; manteniendo libros registros y todos los instrumentos necesarios para reflejar numéricamente la actividad económica de la institución.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Llevar registros contables de la empresa.
- Proponer a gerencia estrategias y políticas en los ámbitos contables.
- Controlar la constante actualización de los libros contables.
- Controlar, evaluar y analizar el sistema de costos.
- Planificar y delegar la toma de inventarios de las áreas de la empresa.
- Cumplir y velar por las obligaciones tributarias, disposiciones legales, normas de contabilidad y políticas de control interno.
- Entregar informes de la actividad económica de la empresa y dar información de la situación financiera a quien lo solicite.
- Controlar las actividades financieras de la empresa.

SUPERVISA:

- Asistente Contable.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Universitario, Ing. CPA en Contabilidad Superior y Auditoría.

EXPERIENCIA: 4 Años en puestos similares. Manejo de costos industriales y aspectos tributarios.

PERFIL: Ingeniero Contador Público Autorizado (CPA), Manejo de Programas contables, sólidos conocimientos de contabilidad general y de costos, manejo de información financiera, confiabilidad comprobada, trabajo bajo presión, capacitación.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: FINANCIERA

PUESTO O CARGO: ASISTENTE CONTABLE

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Controlar registrar e informar los movimientos contables de las actividades asignadas por el jefe del departamento y a la vez cumplir con procedimientos, disposiciones internas y obligaciones con la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Revisar, controlar y registrar los cierres diarios de caja.
- Registrar las reposiciones de caja chica aprobadas por el jefe inmediato.
- Realizar mensualmente el cierre del periodo y generar los balances del sistema.
- Preparar los depósitos de cheques y efectivo y realizar el registro contable en el sistema.
- Elaborar conjuntamente con el jefe inmediato el presupuesto anual y realizar su ingreso en el sistema.
- Elaborar el flujo de caja mensual.
- Monitorear los saldos de las cuentas bancarias.
- Realizar transferencias bancarias.
- Elaborar conciliaciones bancarias.
- Elaborar informes y reportes que el jefe inmediato solicite.
- Elaborar declaraciones mensuales de la empresa.
- Verificar y preparar el reporte de ventas.
- Contabilizar y registrar todos los movimientos que realice la empresa.
- Otras que sean dispuestas por el jefe inmediato que se encuentren dentro de su ámbito.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Titulado o Egresado Universitario, Ing. CPA en Contabilidad Superior y Auditoria.

EXPERIENCIA: 1 Año en puestos similares.

PERFIL: Adecuado nivel de comunicación para coordinar el trabajo con otras áreas y con terceras personas, capacidad de organización para el manejo de archivo de la información contable.

NIVEL: ADMINISTRATIVO **AREA: PRODUCCIÓN**
PUESTO O CARGO: JEFE DEPARTAMENTO PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Planificar, Organizar, dirigir, controlar y coordinar por medio de sus subordinados las actividades de producción de la empresa, optimizando los recursos humanos, materiales, tecnológicos y económicos.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Planificar, programar y organizar el trabajo de la producción en base a pedidos.
- Velar para que se den cumplimiento las políticas y procedimientos establecidos en su área.
- Coordinar el trabajo para cumplir con los pedidos del cliente.
- Asegurar el correcto funcionamiento de la producción.
- Emitir mensualmente informes de la producción y en cualquier momento que la gerencia lo requiera.
- Llevar el registro de tiempos reales de producción, y chequear los costos de producción.
- Coordinar el adiestramiento del personal nuevo y su reubicación.
- Administrar adecuadamente los accesorios de confección a su cargo.
- Elaborar la orden de corte y recibir e ingresar al sistema las prendas fallosas.

SUPERVISA:

- Bodeguero
- Diseñador
- Supervisor de Corte
- Supervisor de Confección
- Supervisor de Calidad, Planchado y Empacado.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Universitario, Ing. Industrial, Textil, Comercial, Administración de Empresas o carreras afines.

EXPERIENCIA: 3 Años en puestos similares.

PERFIL: Sólidos conocimientos de producción textil, excelentes relaciones personales, liderazgo, trabajo bajo presión, capacitación.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: PRODUCCIÓN

PUESTO O CARGO: BODEGA – BODEGUERO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Custodiar y administrar el inventario de materia prima e insumos que empleará la empresa para la confección, manejando niveles apropiados de existencias que aseguren la producción normal de las prendas de vestir.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Recibir, almacenar y registrar el ingreso de la materia prima e insumos en el sistema, conciliando los datos físicos con el documento.
- Realizar devoluciones físicas de proveedores por falla en la materia prima o insumos.
- Entregar materia prima o insumos a quien corresponda.
- Recibir, almacenar y registrar los sobrantes de tela.
- Realizar un control permanente del inventario a su cargo.
- Elaborar con la debida anterioridad la solicitud de reposición de materia prima e insumos.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Aprobado tercer año de educación superior en Contabilidad, Administración de Empresas o carreras afines.

EXPERIENCIA: 1 Año en puestos similares.

PERFIL: Capacidad de organización y control de materia prima e insumos.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Conocer las tendencias de moda para acoplarlas al target de mercado objetivo de la empresa, creando nuevos productos que satisfagan las necesidades del cliente, así como también, contribuir activamente en la imagen corporativa de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Sugerir la materia prima insumos y colores a adquirirse y emplearse en la confección, bordado y estampado de prendas.
- Elaborar, seleccionar y aprobar diseños de estampados y bordados.
- Rediseñar prendas de baja rotación.
- Elaborar, aplicar y mantener actualizado el manual de imagen corporativa de la empresa.
- Diseñar artes publicitarias para la presentación interior y exterior de los almacenes.
- Colaborar en los planes de publicidad y comunicación de la empresa.
- Diseñar la presentación del producto.
- Elaborar y actualizar catálogos de prendas de vestir.
- Elaborar la ficha única de cada producto con las especificaciones de terminados.
- Preparar colecciones para cada temporada, perfeccionando diseños y creando nuevos.
- Otras que sean dispuestas por su jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

SUPERVISA:

- Operario Bordado.
- Operario Patronaje.
- Operario Estampado

ANÁLISIS DEL PUESTO**REQUISITOS MÍNIMOS:**

INSTRUCCIÓN: Título Universitario, Ing. Diseñador de modas, productos, grafico y publicidad o carreras afines.

EXPERIENCIA: 3 Años en puestos similares.

PERFIL: Sólidos conocimientos de diseño, moda y publicidad, personalidad creativa y buen gusto.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: PRODUCCIÓN

PUESTO O CARGO: OPERARIO / A DE PATRONISTA

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Elaborar y coordinar la confección de muestras y contra muestras físicas de acuerdo a las especificaciones técnicas del diseñador, con el respectivo escalado.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Realizar patrones de prendas nuevas y modificaciones necesarias en los ya existentes.
- Realizar y coordinar, controlar y colaborar en la confección de muestras físicas.
- Efectuar las pruebas necesarias de las prendas nuevas.
- Realizar el escalado de la prenda en el sistema automatizado.
- Realizar el cuadro de medidas y mantenerlo actualizado.
- Registrar los datos de la muestra en una ficha única.
- Otras que sean dispuestas por el jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título de Maestra en Corte y Confección.

EXPERIENCIA: 3 Años en puestos similares.

PERFIL: Sólidos conocimientos de moda, corte y confección.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: PRODUCCIÓN

PUESTO O CARGO: OPERARIO / A DE ESTAMPADO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Cumplir con las actividades de estampado asignadas por el diseñador, a la vez proponer alternativas de diseños y colores que contribuyan con el acabado de la prenda y requerimiento de calidad previamente establecidos.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Tensar las mallas y revelar la imagen.
- Preparar las tonalidades de colores que integraran el diseño de estampado.
- Sugerir el remplazo de la tonalidad de colores.
- Realizar los diseños de prueba y presentar al jefe inmediato para su aprobación.
- Imprimir el diseño en la prenda, secarla y plancharla.
- Optimizar los recursos materiales empleados y mantener un adecuado stock con el fin de garantizar la producción normal del área.
- Realizar la requisición de materiales oportunamente.
- Otras que sean dispuestas por el jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Maestro en Serigrafía.

EXPERIENCIA: 1 Año en puestos similares.

PERFIL: Personalidad creativa, capacidad de trabajo en equipo, alta capacitación de organización.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: PRODUCCIÓN

PUESTO O CARGO: OPERARIO / A DE BORDADO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Cumplir con las actividades de bordado asignadas por el diseñador, a la vez proponer alternativas de diseños y colores que contribuyan con el acabado de la prenda y requerimiento de calidad previamente establecidos.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Realizar diseños, elaborar pruebas físicas y las correspondientes modificaciones de los bordados para la aprobación del diseñador.
- Optimizar los recursos materiales empleados y mantener un adecuado stock con el fin de garantizar la producción normal del área.
- Solicitar oportunamente la requisición de materiales.
- Bordar la prenda de acuerdo a los requerimientos del diseño.
- Realizar el mantenimiento preventivo de la maquinaria a su cargo.
- Otras que sean dispuestas por el jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Maestro en Corte y Confección. (No indispensable)

EXPERIENCIA: 2 Años en puestos similares.

PERFIL: Personalidad creativa, capacidad de realizar trabajo en equipo, alta capacitación.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: PRODUCCIÓN

PUESTO O CARGO: SUPERVISOR / A DE CORTE

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Organizar, dirigir y controlar las actividades del equipo de trabajo a su cargo, optimizar la materia prima y herramientas propendiendo a establecer un clima organizacional adecuado.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Elaborar de forma óptima el trazo e imprimirlo en el plotter.
- Colaborar en el patronaje de prendas.
- Coordinar o colaborar en el tendido y corte.
- Coordinar el almacenamiento de cortes.
- Registrar y entregar los desperdicios y sobrantes del corte.
- Entregar los cortes a las supervisoras de confección.
- Registrar los avances de corte.
- Otras que sean dispuestas por el jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

SUPERVISA:

- Tenedores / as
- Cortadores / as

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Maestro en Corte y Confección.

EXPERIENCIA: 3 Años en puestos similares.

PERFIL: Personalidad creativa, capacidad de trabajo en equipo, alta capacitación.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: PRODUCCIÓN

PUESTO O CARGO: TENEDOR / A Y/O CORTADOR / A

<u>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</u>
OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Ejecutar las operaciones de teñido y corte de manera eficaz optimizando los recursos y herramientas a su cargo, en un ambiente de solidaridad, compañerismo, responsabilidad y respeto.
FUNCIONES BÁSICAS: <ul style="list-style-type: none">• Colaborar en la recepción de tela de bodega.• Tender y revisar la tela en las mesas.• En caso de fallas en la tela reportar inmediatamente al jefe de corte.• Cortar la tela.• Realizar el mantenimiento preventivo a la cortadora.• Otras que sean dispuestas por el jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.
<u>ANÁLISIS DEL PUESTO</u>
REQUISITOS MÍNIMOS: INSTRUCCIÓN: Título Maestro en Corte y Confección. EXPERIENCIA: 1 Año en puestos similares. PERFIL: Personalidad creativa, capacidad de trabajo en equipo.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: PRODUCCIÓN

PUESTO O CARGO: SUPERVISOR / A DE CONFECCIÓN

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Organizar, dirigir y controlar las actividades de los módulos a su cargo, optimizar la materia prima, insumos y maquinaria propendiendo a cumplir las metas de producción con la calidad requerida, además, de mantener un clima laboral satisfactorio para el desempeño de las actividades.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Cumplir con la planificación de producción (fechas y horas de entrega).
- Distribuir el trabajo planificado a los módulos de confección.
- Entregar los materiales necesarios para la confección de prendas.
- Entregar el producto en proceso y terminado a quien corresponda.
- Controlar la eficiencia en el trabajo de los módulos de confección.
- Realizar el balance del modulo y el flujograma de actividades de la prenda.
- Registrar en el sistema de avances el progreso de la producción.
- Coordinar y registrar los tiempos de confección de la muestra en los diseños nuevos.
- Coordinar el reproceso de prendas fallosas.
- Solicitar la reposición de insumos, agujas, etc. necesarios para el normal desarrollo del trabajo.
- Elaborar y entregar reporte de eficiencias.

SUPERVISA:

- Operarios / as de Confección

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Maestra / o en Corte y Confección

EXPERIENCIA: 2 Años en puestos similares.

PERFIL: Buenas relaciones personales, liderazgo, trabajo bajo presión.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: PRODUCCIÓN

PUESTO O CARGO: OPERARIOS / AS DE CONFECCIÓN

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Colaborar en la confección de prendas de vestir cumpliendo los requerimientos de calidad y producción establecidos, promoviendo un ambiente de compañerismo, trabajo en equipo y solidaridad.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Recepción de la orden de producción, piezas e insumos.
- Realizar las actividades asignadas para la confección de las prendas.
- Efectuar la limpieza y mantenimiento preventivo de las maquinarias de confección.
- Realizar reproceso de las prendas si el caso lo amerita.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Maestra / o en Corte y Confección

EXPERIENCIA: 1 Año en puestos similares.

PERFIL: Buenas relaciones personales, trabajo en equipo y bajo presión.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: PRODUCCIÓN

PUESTO O CARGO: SUPERVISOR / A DE CONTROL DE CALIDAD

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Organizar, dirigir y controlar las actividades del personal a su cargo, optimizar la materia prima, insumos y equipo propendiendo a cumplir los requerimientos de calidad; además de mantener un clima laboral satisfactorio para el desempeño de las actividades.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Supervisar las actividades de control de calidad, planchado, doblado, estibado y empaçado.
- Colocar la marquilla de cartón y el código de barra.
- Coordinar las labores de pedrería, botones, broches, etc.
- Entregar la mercadería a quien corresponda.
- Otras que sean dispuestas por el jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

SUPERVISA:

- Operario / a planchado y empaçado.
- Operario / a control de calidad.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Maestro en Corte y Confección.

EXPERIENCIA: 6 meses en puestos similares.

PERFIL: Personalidad creativa, capacidad de trabajo en equipo, capacitación.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: PRODUCCIÓN

PUESTO O CARGO: OPERARIO / A DE CONTROL DE CALIDAD

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Revisar minuciosamente las prendas con la finalidad de garantizar a los clientes el producto que ofrece la empresa, procurando un ambiente de compañerismo, trabajo en equipo y solidaridad.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Revisar las costuras realizadas.
- Revisar que la tela no presente fallas y los acabados se hayan realizado correctamente.
- Revisar que la prenda esté correctamente etiquetada, tallaje correcto y colocar marquilla.
- Poner el código de control de calidad que le corresponda.
- Otras que sean dispuestas por el jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Maestro en Corte y Confección.

EXPERIENCIA: 6 meses en puestos similares.

PERFIL: Personalidad creativa, capacidad de trabajo en equipo, capacitación de organización.

NIVEL: ADMINISTRATIVO **AREA: PRODUCCIÓN**
PUESTO O CARGO: OPERARIO / A DE PLANCHADO Y EMPACADO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Realizar las actividades necesarias establecidas para garantizar el embalaje y presentación del producto.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Planchar, doblar, surtir, estibar las prendas.
- Colocar la marquilla de cartón y el código de barra.
- Desempeñar labores de pedrería, botones, broches.
- Entregar la mercadería a quien corresponda.
- Otras que sean dispuestas por el jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Bachiller en cualquier especialidad

EXPERIENCIA: No indispensable

PERFIL: Personalidad creativa, capacidad de trabajo en equipo.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: COMERCIALIZACIÓN

PUESTO O CARGO: JEFE DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar las actividades de ventas, postventas y cobranzas de la empresa; así como también corresponsable de la imagen corporativa dentro de un ámbito de desarrollo e innovación permanente, que permita mantener el entusiasmo de los clientes hacia los productos que la empresa comercializa.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Proponer las políticas del área de comercialización. Responsable de la elaboración, administración y cumplimiento del presupuesto general de ventas.
- Coordinar el diagnóstico y análisis del mercado, proyecciones anuales y elaboración del plan de venta, presupuestar gastos de publicidad.
- Responsable del diseño, aplicación y control de planes y estrategias promocionales y de ventas.
- Establecer, controlar y evaluar el plan de visitas a los clientes.
- Realizar la clasificación a los clientes para otorgar crédito y mantener un permanente control de cartera.
- Atención a clientes mayoristas, proveedores y personal a su cargo.
- Aprobación de los diferentes informes periódicos de las áreas a su cargo.
- Mantener actualizada la base de datos relacionada a proveedores de productos de apoyo.
- Otras que sean dispuestas por su jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

SUPERVISA:

- Administrador del Producto
- Jefe de Bodega producto terminado
- Jefe de Punto de Venta

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Universitario, Ing. Comercial, Marketing, Administración de Empresas o carreras afines.

EXPERIENCIA: 4 Años en puestos similares.

PERFIL: Personalidad dinámica, alto nivel de compromiso, criterio innovador, excelente nivel de comunicación, criterio técnico profesional para dirigir el marketing de la empresa.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: COMERCIALIZACIÓN

PUESTO O CARGO: ADMINISTRADOR / A DE PRODUCTO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Organizar, proyectar y controlar el manejo de los niveles apropiados de existencias de producto que aseguren el abastecimiento normal de los puntos de ventas y la demanda de clientes.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Verificar que el stock de los puntos de venta sea adecuado y surtido según rotación de mercadería.
- Presentar la proyección de producción por temporadas.
- Elaborar órdenes de pedido de producción, previa autorización del jefe inmediato y realizar el correspondiente seguimiento.
- Realizar los trámites correspondientes para facilitar la compra y recepción de producto de apoyo.
- Realizar el respectivo registro de las compras efectuadas.
- Mantener actualizados los mínimos y máximos de productos.
- Otras que sean dispuestas por su jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Universitario o Egresado en Ing. Comercial, Marketing, Administración de Empresas o carreras afines.

EXPERIENCIA: 2 Años en puestos similares.

PERFIL: Personalidad dinámica, criterio innovador, excelente nivel de comunicación.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: COMERCIALIZACIÓN

PUESTO O CARGO: JEFE DE PUNTO DE VENTA

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Administrar los recursos a su cargo procurando la productividad del punto de venta a su cargo en un ambiente de responsabilidad, respeto, compañerismo y solidaridad.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Administrar correctamente todos los recursos a su cargo.
- Vigilar la buena presentación del personal a su cargo.
- Recuperar la cartera e informar novedades.
- Administrar el fondo de caja chica.
- Designar a la persona indicada para realizar arqueos de inventarios programados.
- Responsable de abrir y cerrar el almacén en los horarios establecidos, así como del custodio de las llaves de las cerraduras internas.
- Único responsable de anular documentos errados en el punto de venta.
- Emitir cotizaciones solicitadas por el cliente y realizar su seguimiento.
- Coordinar pedidos habituales y especiales.
- Realizar transferencias de mercadería entre almacén y bodega.
- Otras que sean dispuestas por su jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

SUPERVISA:

- Vendedores / as
- Cajero / a

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Título Universitario Ing. Contabilidad y Auditoría, Marketing, Administración de Empresas o carreras afines.

EXPERIENCIA: 3 Años en puestos similares.

PERFIL: Alta capacidad de organización, comunicación y control.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: COMERCIALIZACIÓN

PUESTO O CARGO: CAJERO / A

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Registrar ágil y eficazmente las transacciones realizadas en el punto de venta constatando que los valores y documentos a él entregados sean los correctos contribuir a la satisfacción del cliente.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Atender al cliente con amabilidad, agilidad y respeto.
- Facturar, cobrar y verificar que los valores monetarios recibidos sean los correctos y los documentos cumplan con las disposiciones legales y políticas de la empresa, finalmente entregar la mercadería con su respectivo comprobante.
- Verificar que la codificación de los artículos sea correcta con la factura.
- Realizar abonos de clientes.
- Informar los servicios de postventa que ofrece la empresa.
- Efectuar los cierres de caja una vez concluido el horario de trabajo.
- Elaborar el correspondiente depósito.
- Otras que sean dispuestas por su jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS MÍNIMOS:

INSTRUCCIÓN: Bachiller en Contabilidad, Comercio o carreras afines.

EXPERIENCIA: 1 Año en puestos similares.

PERFIL: Buena capacidad de comunicación, buena presencia personal, disponibilidad de tiempo.

NIVEL: ADMINISTRATIVO

AREA: COMERCIALIZACIÓN

PUESTO O CARGO: VENDEDOR / A

<u>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</u>	
OBJETIVO O NATURALEZA DEL PUESTO: Asesorar al cliente sobre los productos (modas, tallas, calidades, precios y demás características de los productos que ofrece la empresa) y persuadir la compra.	
FUNCIONES BÁSICAS: <ul style="list-style-type: none">• Atender al cliente con amabilidad, agilidad y respeto.• Verificar que la codificación de los artículos sea correcta con la factura.• Informar sobre los productos las modas, tallas, calidades, precios y demás características de los productos que ofrece la empresa.• Informar los servicios de postventa que ofrece la empresa.• Otras que sean dispuestas por su jefe inmediato dentro del ámbito de sus actividades.	
<u>ANÁLISIS DEL PUESTO</u>	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
INSTRUCCIÓN:	Bachiller en Contabilidad, Comercio o carreras afines.
EXPERIENCIA:	1 Año en puestos similares.
PERFIL:	Buena capacidad de comunicación, buena presencia personal, disponibilidad de tiempo.

3.4. PROPUESTA CONTABLE

3.4.1. Esquema Contable

Es necesario que la documentación sea clasificada por grupos homogéneos como son ventas, compras, cobros, pagos, etc. con el fin de dirigirla al sitio en que deben quedar almacenados los datos que contiene, es decir, a las cuentas que forman la memoria de este organismo administrativo.

3.4.2. Plan de Cuentas

Es la clasificación de las cuentas contables de manera ordenada y lógica, éste consta de códigos y la descripción. El código es la identificación numérica o alfanumérica de las cuentas a usarse en la contabilidad, se lo emplea para facilitar la localización de una cuenta, y la descripción es el detalle específico o nombre de la cuenta a la cual hace referencia el código y se encuentran divididas de la siguiente forma:

Grupos

1. Activos
2. Pasivos
3. Patrimonio
4. Ingresos
5. Gastos.

Subgrupos

1. **ACTIVOS**
 - 1.1. Activos Corrientes
 - 1.2. Activos Fijos
 - 1.3. Otros Activos

2. PASIVO

2.1. Pasivo a corto plazo

2.2. Pasivo a largo plazo

3. PATRIMONIO

3.1. Capital Social

3.2. Reservas

3.3. Utilidad o Perdida del ejercicio

4. INGRESOS

4.1. Ingresos Operacionales

4.2. Ingresos No Operacionales

5. GASTOS

5.1. Gastos Operacionales

5.2. Gastos No Operacionales

3.4.2.1. La Cuenta

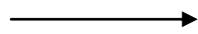
La cuenta es un registro donde se va a describir en forma detallada y ordenada la historia de cada uno de los conceptos que integran las diversas cuentas contables, referentes al Estado de Situación Financiera de la empresa.

1. ACTIVOS

1.1. Activos Disponible

Caja chica

Caja General



Grupos



Subgrupos



Cuentas

PLAN DE CUENTAS

CODIGO	NOMBRE CUENTA	TIPO
1	ACTIVO	A
11	ACTIVO CORRIENTE	A
111	DISPONIBLE	A
11101	CAJA	A
1110101	CAJA GENERAL	M
1110102	CAJA CHICA	M
11102	BANCOS	A
1110201	BANCO DEL PACIFICO	M
1110202	BANCO PROAMERICA	M
1110203	BANCO PICHINCHA	M
11103	INVERSIONES TEMPORALES	A
1110301	INVERSIONES TEMPORALES	M
112	EXIGIBLE	A
11201	CUENTAS Y DOC POR COBRAR	A
1120101	CLIENTES	M
1120102	PROVISION CTAS INCOBRABLES	M
1120103	EMPLEADOS	M
1120104	CUENTAS POR COB PROVEEDORES	M
1120105	CTA POR COBRAR SOBRANTE-FALTANTE	M
11202	ANTICIPOS	A
1120201	ANTICIPOS A PROVEEDORES	M
1120202	ANTICIPOS A EMPLEADOS	M
1120203	ANTICIPO NOMINA	M
1120204	ANTICIPO GARAJE	M
1120205	ANTICIPO PEAJES	M
1120206	ANTICIPO COMISIONES	M
1120207	ANTICIPO UTILIDADES TRABAJADORES	M
11203	IMPUESTOS ANTICIPADOS	A
1120301	IVA EN COMPRAS	M
1120302	RET IVA 30% BIENES	M
1120303	RET IVA 70% SERVICIOS	M
1120304	1% RET FTE IMPTO RTA EN VENTAS	M
1120305	ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA	M
1120306	CREDITO TRIBUTARIO POR ADQUISICIONES	M

1120307	RET FTE IMPTO RTA EN VENTAS	M
1120308	CREDITO TRIBUTARIO POR RET DE IVA	M
113	REALIZABLE	A
11301	INVENTARIOS	A
1130101	INVENTARIO DE MATERIALES	M
1130102	INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	M
1130103	INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS	M
114	OTROS ACTIVOS CORRIENTES	A
12	ACTIVO NO CORRIENTE	A
121	ACTIVO FIJO	A
12101	NO DEPRECIABLE	A
1210101	TERRENOS	M
1210102	MAQUINARIA EN MONTAJE	M
1210103	CONSTRUCCIONES EN CURSO	M
12102	DEPRECIABLE	A
1210201	MAQUINARIA Y EQUIPO	M
1210202	VEHICULOS	M
1210203	EQUIPO DE COMPUTACION Y SOFTWARE	M
1210204	MUEBLES Y ENSERES	M
12103	DEPRECIACION ACUMULADA	A
1210301	MAQUINARIA Y EQUIPO	M
1210302	VEHICULOS	M
1210303	EQUIPO DE COMPUTACION Y SOFTWARE	M
1210304	MUEBLES Y ENSERES	M
13	OTROS ACTIVOS	A
14	ACTIVOS A LARGO PLAZO	A
141	ACTIVOS A LARGO PLAZO	A
14101	CTAS Y DCTOS POR COB A L/P	A
1410101	CTA Y DOC X COBRAR CLIENTES (NO VENTAS)	M
1410103	EMPLEADOS	M
1410105	OTROS	M
14102	INVERSIONES A LARGO PLAZO	A
1410201	ACCIONES Y PARTICIPACIONES	M
1410202	OTRAS	M
2	PASIVOS	A
21	PASIVO CORRIENTE	A
211	PASIVO A CORTO PLAZO	A
21101	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDOR	A

2110101	PROVEEDORES NACIONALES	M
2110102	PROVEEDORES EXTRANJEROS	M
21102	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	A
2110201	LOCALES	M
2110202	DEL EXTERIOR	M
21103	OBLIGACIONES CON LA ADMINISTRACION TRIBU	A
2110301	IVA EN VENTAS	M
2110302	1% RET EN LA FTE POR PAGAR	M
2110303	5% RET EN LA FTE POR PAGAR	M
2110304	8% RET EN LA FTE POR PAGAR	M
2110305	0,1% RET EN LA FTE POR PAGAR SEGUROS	M
2110306	30% RET IVA POR PAGAR	M
2110307	70% RET IVA POR PAGAR	M
2110308	100% RET IVA POR PAGAR	M
2110309	IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	M
2110310	2% RET EN LA FTE POR PAGAR	M
2110311	0.2% RET EN LA FTE POR PAGAR SEGUROS	M
2110312	RET FTE IMPTO RENTA EMPLEADOS	M
21104	PROVISIONES	A
2110401	DECIMO TERCERO	M
2110402	DECIMO CUARTO	M
2110403	VACACIONES	M
2110404	FONDOS DE RESERVA	M
2110405	IESS POR PAGAR	M
2110406	APORTE PATRONAL	M
2110407	APORTE PERSONAL	M
2110408	PRESTAMOS IESS POR PAGAR	M
21105	OTRAS CUENTAS POR PAGAR	A
2110501	REPOSICION CAJA CHICA	M
2110502	CUENTA POR PAGAR COMISIONES	M
2110503	CUENTA POR PAGAR EMPLEADOS	M
2110504	SOBREGIROS BANCARIOS	M
2110505	PARTICIPACION TRABAJADORES POR PAGAR	M
22	PASIVO NO CORRIENTE	A
221	PASIVO A LARGO PLAZO	A
22101	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDOR	A
2210101	PROVEEDORES NACIONALES	M
2210102	PROVEEDORES EXTRANJEROS	M

22102	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIER	A
2210201	LOCALES	M
2210202	DEL EXTERIOR	M
22103	PRESTAMOS A LARGO PLAZO	A
2210301	LOCALES	M
2210302	DEL EXTERIOR	M
22104	PROVISIONES	A
2210401	PROVISIONES PARA JUBILACION PATRONAL	M
2210402	OTRAS PROVISIONES A L/P	M
3	PATRIMONIO	A
31	CAPITAL Y RESERVAS	A
311	CAPITAL SOCIAL	A
31101	CAPITAL PAGADO	A
3110101	CAPITAL PAGADO	M
312	RESERVAS Y APORTES	A
31201	RESERVAS	A
3120101	RESERVA LEGAL	M
3120102	RESERVA ESTATUTARIA	M
32	RESULTADOS	A
321	PERDIDAS Y GANANCIAS	A
32101	PERDIDAS Y GANANCIAS	A
3210101	RESULTADOS DE EJERCICIOS ANTERIORES	M
3210102	RESULTADO DEL PERÍODO	M
4	INGRESOS	A
41	INGRESOS OPERACIONALES	A
411	VENTAS NETAS	A
41101	VENTAS	A
4110101	VENTAS TARIFA 12%	M
4110102	VENTAS TARIFA 0%	M
41102	DESCUENTOS Y DEVOLUCIONES	A
4110201	DESCUENTOS EN VENTAS TARIFA 0%	M
4110202	DESCUENTOS EN VENTAS TARIFA 12%	M
42	INGRESOS NO OPERACIONALES	A
421	OTROS INGRESOS	A
42101	OTROS INGRESOS	A
4210101	OTRAS RENTAS	M
4210102	INTERESES GANADOS	M
4210103	VARIOS	M

5	COSTOS Y GASTOS	A
51	COSTOS	A
511	COSTOS OPERACIONALES	A
51101	COSTO DE VENTAS	A
5110101	COSTO DE VENTAS TARIFA 12%	M
5110102	COSTO DE VENTAS TARIFA 0%	M
5110103	MATERIA PRIMA DIRECTA	M
5110104	MANO DE OBRA DIRECTA	M
5110105	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	M
51102	DESCUENTO EN COMPRAS	A
5110201	DESCUENTO POR PRONTO PAGO	M
5110202	DESCUENTO PROMOCION	M
5110203	DESCUENTO POR EFECTIVIDAD	M
52	GASTOS	A
521	GASTOS OPERACIONALES	A
52101	GASTOS OPERACIONALES	A
5210101	GASTO SUELDOS Y SALARIOS	M
5210102	GASTO PROVISION BENEFICIOS SOCIALES	M
5210103	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	M
5210104	GASTO PROVISION JUBILACION PATRONAL	M
5210105	GASTO HONORARIOS	M
5210106	GASTO TRANSPORTE DE PRODUCTO	M
5210107	GASTO MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	M
5210108	GASTO ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES	M
5210109	GASTO PROMOCION Y PUBLICIDAD	M
5210110	GASTO COMBUSTIBLES	M
5210111	GASTO LUBRICANTES	M
5210112	GASTO SEGUROS Y REASEGUROS	M
5210113	GASTO SUMINISTROS Y MATERIALES	M
5210114	GASTOS DE GESTION	M
5210115	GASTOS DE VIAJE	M
5210116	GASTO ENERGIA ELECTRICA	M
5210117	GASTO AGUA POTABLE	M
5210118	GASTO TELEFONIA Y TELECOMUNICACIONES	M
5210119	GASTO NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PRO	M
5210120	GASTO IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES	M
5210121	GASTO PEAJES	M
5210122	GASTO SEGURIDAD Y VIGILANCIA	M

5210123	GASTO ATENCION AL PERSONAL	M
5210124	GASTO SERVICIOS OCASIONALES	M
5210125	GASTO SERVICIO ADMINISTRACION DE NOMINA	M
5210126	GASTO MATRICULACION VEHICULAR	M
5210127	GASTO ENCOMIENDAS	M
5210128	GASTO VIATICOS Y MOVILIZACION	M
5210129	GASTO UNIFORMES	M
5210130	GASTO ALQUILER VEHICULOS	M
5210131	GASTO DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO	M
5210132	GASTO DEPRECIACION VEHICULOS	M
5210133	GASTO DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO Y S	M
5210134	GASTO DEPRECIACION MAQUINARIA	M
5210135	GASTO DEPRECIACION VEHICULOS	M
5210136	GASTO DEPRECIACION EQUIPO DE C	M
5210137	GASTO PROVISION CUENTAS INCOBRABLES	M
5210138	GASTOS FINANCIEROS	M
5210139	PERDIDAS EN CARTERA	M
5210140	GASTOS NO DEDUCIBLES	M
5210141	GASTO REPUESTOS Y HERRAMIENTAS	M
5210142	GASTO CAPACITACION PERSONAL	M
5210143	GASTO BONIFICACION DESHAUCIO	M
5210144	GASTO FONDO DE RESERVA	M
5210145	GASTO PUBLICACION	M

Elaborado por: Rosero Diana

Cuadro N° 3

Simbología:

A= Cuentas inmóviles – Grupos y Subgrupos

M= Cuentas de Movimiento – Cuentas Contables

3.4.3. Transacción Contable

La transacción contable es la base del proceso contable, su suma ordenada y su clasificación por su naturaleza da origen a los estados financieros. Toda transacción se compone de dos partes débitos y

créditos y es muy importante aprender a reconocerlos para que se facilite el registro contable.

Para reconocer las cuentas deudoras de una transacción, se identifican los bienes, valores, o servicios recibidos por la empresa. Para reconocer las cuentas acreedoras de una transacción, se identifican los bienes, valores o servicios entregados por la empresa.

ESQUEMA DE FUNCIONAMIENTO DE LAS PRINCIPALES CUENTAS QUE INTERVIENEN EN UNA EMPRESA

ACTIVO	Representa todos los bienes físicos e intelectuales y derechos que son propiedad de la empresa o entidad.		
CUENTA	CONCEPTO	DEBITO	CREDITO
CAJA	Controla el movimiento del dinero recaudado y entregado.	Por los valores que recibe, ingresa o entra a dicha cuenta; valores que aumentan el saldo.	Por los valores que entrega, egresa o sale de dicha cuenta; valores que disminuyen el saldo.
BANCOS	Controla los depósitos, retiros mediante cheques girados, papeletas de retiro, notas de crédito y notas de débito.	Por los valores depositados en una cuenta corriente o de ahorros, pasa como por las notas de crédito, valores que aumentan el saldo.	Por los valores pagados mediante cheques por los bancos; así como por las notas de débito, valores que disminuyen el saldo o retiros en ahorros.
INVERSIONES	Controla las inversiones, realizadas en los diferentes certificados y/o títulos en las instituciones financieras	Por los valores colocados en las instituciones financieras.	Por los valores recibidos o acreditados en nuestra cuenta, parcial o totalmente.

CUENTAS POR COBRAR	Controla los valores que adeudan a la empresa: por ventas a crédito u otros.	Por los valores que originan la deuda otorgada por la empresa.	Por los valores que abonan o cancelan los deudores.
DOCUMENTOS POR COBRAR	Controla los valores que adeudan a la empresa con documento firmado: pagaré o letra de cambio.	Por los valores que originan la deuda otorgada por la empresa.	Por los valores que cancelan los deudores.
INVENTARIOS	Controla las mercaderías o productos que la empresa dispone para la venta o para la transformación a un producto.	Por el inventario inicial, por las compras, por devolución de clientes.	Por las ventas, por devolución a proveedores.
ACTIVO FIJO	Controla los activos fijos de propiedad y al servicio de la empresa.	Por la compra o ingreso de los activos fijos.	Por venta, por donación y por la baja de los activos fijos.
OTROS ACTIVOS	Controla las cuentas de gastos pagados por adelantado; y que por su propia naturaleza, no han sido consumidos totalmente en un solo periodo(hay que diferirlos).	Por el valor de los gastos pagados por adelantado.	Por el valor de la parte devengada o consumida en el periodo.
PASIVOS	El pasivo representa todas las deudas y obligaciones a cargo de la empresa, o lo anterior se puede mencionar que estas provienen de diversas naturalezas.		

CUENTA	CONCEPTO	DEBITO	CREDITO
CUENTAS POR PAGAR	Controla los valores que adeuda la empresa: a sus trabajadores por sueldos y beneficios sociales y a otras instituciones como el IESS, SRI, etc.	Por los pagos realizados: abonos parciales o cancelación total.	Por los valores adecuados o pendientes de pago.
DOCUMENTOS POR PAGAR	Controla los valores que adeuda la empresa con documento firmado: pagaré o letra de cambio.	Por los pagos realizados: abonos parciales o cancelación total.	Por los valores adecuados o pendientes de pago.
INTERESES PAGADOS POR ANTICIPADOS	Registra los intereses que aun no estando vencidos se cobran anticipadamente.	Cada vez que se cobren intereses anticipadamente.	Con la parte proporcional que de dichos intereses se vayan devengando.
PATRIMONIO	Controla el aporte del capital de los socios o accionistas (el que consta en la escritura de constitución), además las reservas, utilidades (pérdidas) según el caso.	Por las pérdidas ocasionadas en periodos anteriores como en el presente ejercicio.	Por el aporte o suscripción del capital de los socios o accionistas de la empresa. Por la capitalización de las utilidades.
INGRESOS	Controla los valores que ingresa o recibe la empresa: por ventas, comisiones, intereses ganados y otros servicios prestados.	Por ajustes, por el cierre de las cuentas de ingreso.	Por las ventas y otros servicios generados en la actividad de la empresa.
GASTOS	Controla los gastos o desembolsos realizados: por compras, gastos del personal, gastos administrativos, de ventas, financieros y otros.	Por las compras y todos los gastos ocasionados en la actividad de la empresa.	Por ajustes de cierre, por el cierre de la cuenta de gasto.

Elaborado por: Rosero Diana

Cuadro N° 4

3.4.4. Libros Principales de Contabilidad

3.4.4.1. Libro Diario

El primer asiento contable que se realiza en un libro diario cuando una empresa inicia sus operaciones, será el correspondiente al asiento de constitución; pero, si la empresa ya viene funcionando y si se trata de un nuevo ejercicio económico, el primer asiento contable será el referente a las cuentas con sus respectivos saldos del último Balance General o Situación Final, los que constituyen los saldos iniciales para el nuevo ejercicio económico, conocido como Balance General o Estado de Situación Inicial; y, si se trata del inicio de una empresa personal, el primer asiento contable será el correspondiente a los valores con los que se inicia dicho negocio, lo que equivale a decir Balance o Estado de Situación Inicial.

- **Estructura del Libro Diario**

No existe un formato o modelo único de diario, pero para una buena comprensión daremos a conocer un diseño que más se ajuste a la práctica empresarial.

- **FECHA:** La correspondiente a la transacción.
- **DETALLE:** En esta columna se anota al inicio de cada asiento contable y aproximadamente en la mitad el número secuencial de la transacción; luego el nombre de la o las cuentas que intervienen en la transacción; primero irán las cuentas que reciben o deudoras, luego las cuentas que entregan o acreedoras, estas últimas un poco más hacia la derecha precedidos de la letra v/r (valor para registrar), a continuación se anota la explicación respectiva en síntesis, en la que

irá el nombre del titular de la cuenta o beneficiario y el motivo de la transacción.

- **REF:** Es un numero referencial de la tarjeta respectiva del libro mayor.
- **PARCIAL O SUBCUENTA:** Se anotarán los valores respectivos de la cuenta auxiliar, si hubiera.
- **DEBE:** Se anotarán los valores respectivos de la(s) cuenta(s) deudoras.
- **HABER:** Se anotarán los valores respectivos de la(s) cuenta(s) acreedoras.
- **CODIGO:** El numero o identificación de la cuenta respectiva, de acuerdo con el plan de cuentas de la empresa.
- **PASAN:** Para anotar la suma de las columnas del debe y haber al final de cada página, las que serán iguales; en la siguiente hoja se anotará al inicio VIENEN, con los valores de la hoja anterior; y, así sucesivamente, hasta concluir con el ejercicio.

**EMPRESA DE CONFECCIONES XYZ
LIBRO DIARIO**

PAG. N°

FECHA	CODIGO	DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
		TOTAL PASAN			

Elaborado por: Rosero Diana
Cuadro N°5

- **Comprobante de Diario**

Tiene el mismo tratamiento que el libro diario (explicado anteriormente), únicamente diferente en su formato, ya que en estos comprobantes se registran individualmente las transacciones y contiene firmas de: quienes elaboran, revisan y aprueban. Estos modelos, se utilizan en la práctica empresarial; y, en sistemas computarizados, se digita el código de la cuenta y automáticamente asoma el nombre de la misma, precisamente porque está programado de esa manera, luego se anotará los valores respectivos del debito y crédito; y, los totales quedarán registrados.

- **FECHA:** La correspondiente a la transacción.
- **N°:** Para numerar en orden secuencial cada jornalización.
- **CODIGO:** El número o identificación de la cuenta respectiva (de acuerdo con el Plan de Cuentas que tenga la empresa).
- **DEBE:** Se anotará la explicación respectiva, de las cuentas deudoras.
- **HABER:** Se anotará los valores respectivos de las cuentas acreedoras.
- **CONCEPTO:** Se anotará la explicación respectiva, en el que constará el titular o beneficiario de la cuenta y el concepto en síntesis de la transacción.
- **FIRMAS:** Para saber quien elaboró la transacción en el comprobante de diario y quienes revisaron y aprobaron.

**EMPRESA DE CONFECCIONES XYZ
COMPROBANTE DE DIARIO**

FECHA:

N°

CODIGO	CUENTAS	DEBE	HABER
	TOTALES		

Elaborado por: Rosero Diana
Cuadro N° 6

CONCEPTO: _____

**ELABORADO
POR:
REVISADO
POR:**

3.4.4.2. Libro Mayor

Es un resumen de todas las transacciones comerciales que aparecen en el libro diario, el que generalmente se lleva en tarjetas individuales, es decir por separado todas y cada una de las cuentas.

- **Mayor General**

Se encarga del control de todas las cuentas principales, con la finalidad de agrupar y verificar los valores de las cuentas que aparecen en el libro diario. Se abrirán los mayores para las cuentas que sean necesarias, es

decir una tarjeta por cada cuenta y en el orden que van apareciendo en el libro diario.

En la práctica se agrupa los mayores en orden, es decir las cuentas de Activo, Pasivo, Patrimonio, Ingresos y Gastos; esto facilita la formulación de los estados financieros.

Al mayorizar en las tarjetas, los valores que se encuentran en la columna del debe del diario se pasan al debe del mayor, exactamente con su mismo valor, de igual forma, los valores que se encuentran en la columna del haber del diario se pasan al haber del mayor, exactamente con su mismo valor. En síntesis mayorizar o pasar al libro mayor, no es más que copiar por separado los valores de las cuentas que constan en el libro diario.

- **CUENTA:** El nombre respectivo con el que se abre la tarjeta, es decir con el que aparece en el diario.
- **CÓDIGO:** El número asignado de identificación, de acuerdo con el Plan o Catalogo de Cuentas de la empresa.
- **AÑO:** El correspondiente al del ejercicio económico.
- **N°:** El número de tarjeta, en orden secuencial.
- **FECHA:** La correspondiente a la del libro diario
- **REF:** El numero del asiento contable del libro diario.
- **CONCEPTO O DESCRIPCIÓN:** Una breve explicación de la transacción, se puede tomar como referencia la del libro diario.
- **DEBE:** El mismo valor que consta en la columna del debe del libro diario.
- **HABER:** El mismo valor que consta en la columna del haber del libro diario.
- **SALDO:** La diferencia entre el debe y el haber.

Por norma general, la sumatoria de las cuentas del debe como las del haber deben ser exactamente iguales “esto por el principio de la partida doble”. Consecuentemente la sumatoria de los saldos deudor y acreedor, también serán iguales, desde luego diferentes a los de las sumas. Caso de no cuadrar dichas cantidades entre sí, debemos revisar hasta encontrar su error.

**EMPRESA DE CONFECCIONES XYZ
BALANCE DE COMPROBACION**

PAG. N°

N°	CODIGO	CUENTAS	SUMAS		SALDOS	
			DEBE	HABER	DEUDOR	ACREEDOR
		TOTAL				

Elaborado por: Rosero Diana
Cuadro N° 8

3.4.5. Comprobantes de Venta autorizados por el SRI

3.4.5.1. Documentos Comerciales

- **Facturas**

Es emitida por el vendedor, y mediante este se formaliza la compraventa realizada, detallando las mercaderías o servicios prestados, cantidad, precio unitario y total, condiciones de pago,

- **Liquidación de Compras de Bienes y Servicios**

De la misma manera que la factura y la nota de venta, la liquidación de compras tiene el mismo detalle. Se utilizan cuando el comprador adquiera bienes o servicios a extranjeros no residentes y a personas naturales imposibilitadas de emitir un comprobante de venta.

Solo pueden ser emitidas por las sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad. Para que la liquidación de compras y prestación de servicios, dé lugar al crédito tributario y sustente costos y gastos, las sociedades y las personas naturales obligadas a llevar contabilidad deberán haber efectuado la retención del impuesto al valor agregado, su declaración y pago, cuando corresponda.

3.3.6.3. Documentos Complementarios

Son comprobantes empleados en el caso de descuentos especiales, devoluciones o controversias legales.

- **Notas de Crédito**

Se emiten por modificaciones en las condiciones de venta originalmente pactadas, tiene como función anular operaciones, efectuar devoluciones, cancelar descuentos o casos similares. Quien emite N/C remitirá al Servicio de Rentas Internas una lista de las mismas. La N/C es similar a una factura, cambia su nombre y aumenta un casillero para indicar la factura a la que hace referencia.

CONFECCIONES		COMPROBANTE DE RETENCION 001- 001-0000100 RUC 1002875068001 Autorizacion SRI 1234567890		
X. Y. Z.				
Nombre:		Nº Comprobante de venta:		
Dirección:		Tipo de Comprobante:		
Telf:		Fecha:		
Ejercicio		Base	%	Valor
Fiscal	Codigo	Imponible	Retención	Retenido
AGENTE DE RETENCION		CONTRIBUYENTE		

Elaborado por: Rosero Diana
Cuadro N° 12

3.3.7. Documentos de Uso Interno para la Producción.

La fabricación de un bien o servicio implica el uso de materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

3.3.7.1. Materiales

Representan el principal elemento del costo en la elaboración de un producto, estos son sometidos a proceso y se convierten en productos terminados con la adición de mano de obra y costos indirectos de fabricación.

- **Materiales Directos:** son todos aquellos que pueden identificarse fácilmente en el producto terminado y representa el principal costo en la elaboración del producto. Un ejemplo de material directo es la tela, hilo, botones que se utilizan en la fabricación de camisas.
- **Materiales Indirectos:** son aquellos utilizados en la elaboración de un producto, pero no son fácilmente identificables y son incluidos como parte de los costos indirectos de fabricación. Un ejemplo de materiales indirectos son las etiquetas, aceites para las máquinas, cajas de cartón para empaque que se utilizan en la industria textil.

➤ **Compra de Materiales**

Generalmente las empresas manufactureras cuentan con un departamento de compras cuya función es hacer pedidos de materias primas y suministros necesarios para la producción. El gerente del departamento de compra es encargado de garantizar que los artículos solicitados reúnan las especificaciones y requisitos de calidad establecidos por la Compañía, que se adquieran al precio más bajo y se despachen a tiempo. Estos materiales se almacenan en la bodega de materiales y suministros, bajo el control del encargado de bodega quien sólo entregará materiales o suministros por solicitud y autorización del gerente de planta o de producción.

➤ **Requisición de Compra**

Una requisición de compra es un formulario escrito que generalmente la envía el departamento de compras y surge de la necesidad de materiales o suministros.

Las Requisiciones de Compras están generalmente impresas y pre numeradas con especificaciones de la Compañía.

**CONFECCIONES X. Y. Z.
REQUISICION DE COMPRA**

RUC: 1002875068001

Nº:

DPTO. QUE SOLICITA:

FECHA DE PEDIDO:

FECHA DE ENTREGA:

CANTIDAD	UNIDAD	ARTICULOS

Elaborado por:.....

Autorizado por:

Recibido por:

Elaborado por: Rosero Diana

Cuadro N°13

➤ **Orden de Compra**

Una orden de compra es una solicitud escrita enviada a un proveedor, originada por una requisición o necesidad de materiales y suministros. La orden de compra se envía cuando se ha convenido un precio, especificaciones de los términos de pagos y entrega; la orden de compra autoriza al proveedor a entregar los materiales o suministros y a emitir la factura.

Todos los materiales o suministros comprados deben soportarse con las órdenes de compra debidamente pre numeradas con el fin de garantizar el control sobre su uso.

La orden de compra original se envía al proveedor, una copia es entregada al Departamento de Contabilidad para su debido registro y otra copia al Departamento de Compra para dar seguimiento al pedido.

CONFECCIONES X. Y. Z. ORDEN DE COMPRA		RUC: 1002875068001 Nº:		
PROVEEDOR:		FECHA DE PAGO:		
FECHA DE PEDIDO:		TERMINOS DE ENTREGA:.....		
Sírvasse por este medio suministrarnos los siguientes artículos:				
Nº	ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
COSTO TOTAL				
Elaborado por:.....		Autorizado por:		Recibidor por:.....

Elaborado por: Rosero Diana
Cuadro N°14

➤ **Tarjeta de Existencias**

Para estas empresas se sugiere utilizar el sistema de inventario perpetuo, con un sistema de este tipo, cuando los materiales se adquieren, se realiza un débito directamente a la cuenta de inventario de materiales.

Esta tarjeta permite que exista un control de mercadería en bodega, y puede hacerse también en una hoja electrónica, y es recomendable que exista una por cada artículo de materiales directos, ya que los materiales indirectos

serán prorrateados en un porcentaje estimado sobre la base de la materia prima directa utilizada.

TARJETA DE EXISTENCIAS

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA						CANT MAX _____		
							CANT MIN		
	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
FECHA	CANTIDAD	P. UNIT	VALOR	CANTIDAD	P. UNIT	VALOR	CANTIDAD	P. UNIT	VALOR

Elaborado por: Rosero Diana
Cuadro N°15

Esta tarjeta debe contener la siguiente información:

- El nombre de la empresa como encabezado
- EL material al que se refiere
- Debe contener las respectivas fechas cuando se produjo las entradas y salidas de los materiales.
- Debe contener una columna de ingresos que determine la cantidad que se adquiere, su costo y el total.
- En la columna de egresos se determinará los mismos conceptos que la columna de ingresos.
- Y la columna de saldos, permite cotejar la existencia en una determinada fecha, el costo unitario, y el valor total de la mercadería.

3.3.7.2. Mano de Obra

Representa la labor empleada por las personas que contribuyen de manera directa o indirecta en la transformación de la materia prima, es la contribución física o mental para la elaboración de un bien o producto. El costo de la mano de obra representa el importe o el precio que se paga por emplear recursos humanos. Es la

compensación o remuneración al personal que trabaja en determinada orden de producción.

- **Mano de Obra Directa:** es la que se emplea directamente en la transformación de la materia prima en un bien o producto terminado, se caracteriza porque fácilmente puede asociarse al producto y representa un costo importante en la producción de dicho artículo.
- **Mano de Obra Indirecta:** es el trabajo empleado por el personal de producción que no participa directamente en la transformación de la materia prima, como el gerente de producción, supervisor, superintendente, etc. Esta es considerada como parte de los costos indirectos de fabricación.

El principal costo de la mano de obra son los salarios que se pagan a los trabajadores de producción. Los salarios se pagan en base a las horas, días u órdenes trabajadas. Los pagos fijos hechos regularmente por servicios gerenciales o de oficina de producción se consideran como un costo secundario y forman parte de los costos indirectos de fabricación.

➤ **Registro de la Mano de Obra.**

El registro de la mano de obra generalmente comprende tres pasos: control de tiempo, preparación de la nómina y registro de la nómina.

El control de tiempo es a través de una tarjeta de tiempo o reloj y boleta de trabajo. La tarjeta de tiempo o reloj es utilizada varias veces en el día por el empleado: al llegar, al salir a almorzar, al tomar un descanso y cuando termina de trabajar con el fin de controlar el número de horas trabajadas. La tarjeta muestra una descripción breve del trabajo realizado y la tasa salarial del empleado, esta proporciona una fuente confiable para registrar el costo de la nómina.

CONFECCIONES X. Y. Z. TARJETA DE TIEMPO		RUC: 1002875068001 Nº:				
NOMBRE DEL EMPLEADO:			CARGO EMPLEADO:			
NUMERO DEL EMPLEADO:						
SEMANA DEL:.....						
MES:.....						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
NORMAL:						
SOBRETIEMPO:						
TOTAL:						

Elaborado por: Rosero Diana
Cuadro N° 16

Esta es una tarjeta de tiempo de un operador de máquina de coser que es considerado como empleado directo en la producción. Las boletas de trabajo son preparadas diariamente por los empleados que están trabajando en determinada orden, indica el número de horas trabajadas, descripción breve del trabajo y la tasa salarial del empleado para ser enviadas al departamento de nómina.

CONFECCIONES X. Y. Z. BOLETA DE TIEMPO		RUC: 1002875068001 Nº:	
ORDEN DE TRABAJO Nº:	DEPT.:	EMPLEADO:	TARIFA:
FECHA:			
INICIO:.....			
TERMINO:			
TOTAL:		TOTAL:	

Elaborado por: Rosero Diana
Cuadro N° 17

La preparación de la nómina está a cargo del departamento de nómina tomando como base el control de tiempo y las boletas de trabajo, la nómina debe incluir el importe bruto y la cantidad neta a pagar a los empleados después de las deducciones correspondientes. Este departamento distribuye la nómina y lleva el control del ingreso de los empleados, tasa salarial y clasificación de empleo.

Una vez elaborada la nómina y revisada por el gerente producción, se envía al Departamento de Contabilidad quien asigna los costos de la nómina.

3.3.7.3. Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación como lo indica su nombre son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero contribuyen y forman parte del costos de producción: mano de obra indirecta y materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fábrica, arrendamiento del edificio de fábrica, depreciación del edificio y de equipo de fábrica, mantenimiento del edificio y equipo de fábrica, seguro, prestaciones sociales, incentivos, son ejemplos de costos indirectos de fabricación.

3.3.8. Principales Estados Financieros

La interpretación de datos financieros es sumamente importante para cada uno de las actividades que se realizan dentro de la empresa, por medio de esta los ejecutivos se valen para la creación de distintas políticas de financiamiento externo, así como también se pueden enfocar en la solución de problemas en específico que aquejan a la empresa como lo son las cuentas por cobrar o cuentas por pagar; moldea al mismo tiempo las políticas de crédito hacia los clientes dependiendo de su rotación, puede además ser un punto de enfoque cuando es utilizado como

herramienta para la rotación de inventarios obsoletos. Por medio de la interpretación de los datos presentados en los estados financieros los administradores, clientes, empleados y proveedores de financiamientos se pueden dar cuenta de el desempeño que la compañía muestra en el mercado; se toma como una de las primordiales herramientas de la empresa.

3.3.8.1. Balance General

El propósito del Balance General es mostrar la posición financiera de una empresa o negocio a una fecha determinada. Todas las empresas preparan un balance de fin de año y la mayoría lo preparan al fin de cada mes. El balance general comprende una relación de los activos, los pasivos y el patrimonio de un negocio. La fecha del balance general es muy importante ya que la posición financiera de un negocio puede cambiar rápidamente.

- **Formas de presentación**

Las formas de presentación del balance general son:

- a) En forma de cuenta (Forma I).**- es la presentación más usual; se muestra el activo al lado izquierdo, el pasivo y el capital al lado derecho, es decir: activo igual a pasivo más capital.
- b) En forma de cuenta (Forma II).**- Conserva la misma fórmula pero invertida; es decir, capital más pasivo es igual a activo. El estado muestra en el lado izquierdo y en primer término al capital y en segundo término al pasivo; a la derecha los activos principiando por los no circulantes y terminado con los circulantes.
- c) En forma de reporte.**- Es una presentación vertical, mostrándose en primer lugar el activo, posteriormente el pasivo y por último el capital, es decir activo menos pasivo igual a capital.

- **Reglas de presentación**

En la presentación de un balance o de un estado financiero en general, deben proporcionarse algunos datos y seguir ciertas normas, que se denominan reglas generales de presentación y son:

- Nombre de la empresa.
- Título del estado financiero.
- Fecha a la que se presenta la información.
- Márgenes individuales que debe conservar cada grupo y clasificación.
- Cortes de subtotales y totales claramente indicados.
- Moneda en que se expresa el estado.

- **Elementos del Balance**

- **Activos**

El activo puede definirse como el conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad, así como cualquier costo o gasto incurrido con anterioridad a la fecha del balance, que debe ser aplicado a ingresos futuros.

Existen dos formas de clasificar el activo: la primera lo clasifica en tres grupos principales: circulante, fijo y cargos diferidos. El segundo reconoce dos grupos: el activo circulante y el no circulante.

La base fundamental para hacer la distinción entre circulante y no circulante es primariamente el propósito con que se efectúa la inversión, es decir si es permanente o no.

Activos Circulantes

Los conceptos habituales en que se clasifican son:

a) Efectivo en Caja y Bancos.

El efectivo mostrado como circulante debe estar sujeto a libre disposición y sin restricciones. En caso de que el efectivo o parte de él esté destinado a operaciones diferentes a las del ciclo financiero a corto plazo, no debe incluirse como circulante.

b) Inversiones Temporales.

El enunciado en el balance debe indicar la forma en que esté hecha la inversión, por ejemplo bonos, acciones, etc.; debe indicarse también el método de valorización. Para ser presentadas como inversiones circulantes tienen que estar sujetas a liquidez más o menos inmediata.

c) Documentos Por Cobrar.

Los documentos por cobrar deben mostrarse en su valor nominal, deducido por los documentos que se hayan descontado. Dentro de este enunciado quedan incluidos los títulos de crédito cuyo beneficiario sea la empresa, siendo la excepción los cheques, ya que estos se toman como efectivo.

Los documentos por cobrar cuyo vencimiento sea más de un año del ciclo normal de operaciones, deben presentarse fuera del activo circulante. Tratándose de documentos por cobrar a largo plazo, deberán indicarse los vencimientos y las tasas de interés, en caso de existir.

d) Cuentas Por Cobrar.

Lo dicho acerca de documentos por cobrar es aplicable a cuentas por cobrar, éstas representan derechos exigibles provenientes de ventas, servicios

prestados, préstamos o anticipos otorgados o cualquier otro concepto análogo no documentado con títulos de crédito. Se recomienda no usar el término deudores diversos en la presentación de las cuentas por cobrar, este término puede cambiarse por el enunciado otras cuentas por cobrar.

e) Inventarios.

Los inventarios representan inversiones destinadas a la venta o a la producción para su venta posterior. Así, por ejemplo productos terminados, materias primas y materiales indirectos de producción que se consuman dentro del ciclo normal de operaciones.

El costo puede determinarse de acuerdo al sistema y método que cada empresa en particular seleccione tomando en cuenta sus características. Los sistemas y métodos deben de ser aplicados en forma consistente a menos que se presenten cambios en las condiciones originales.

Los inventarios pueden valuarse conforme a método de costo identificado, costo promedio, primeras entradas - primeras salidas PEPS, últimas entradas - primeras salidas UEPS y detallistas. Los inventarios que sean obsoletos, dañados o de lento movimiento deben valorizarse a su valor de realización.

Activos No Circulantes

a) Inversiones.

En este grupo se incluyen las inversiones no directamente relacionadas con el objeto de la empresa. Dichas inversiones pueden estar representadas por títulos de crédito o por inversiones no documentadas con títulos, tales como préstamos, anticipos a largo plazo, etc.

Generalmente se hacen inversiones de este tipo con el fin de tener control sobre otra empresa, facilitar el objeto propio del negocio, especulación o

establecer relaciones mercantiles. Las inversiones efectuadas con propósitos temporales pero que se determine que no son liquidas o realizables de inmediato, deben de ser mostradas en este grupo.

b) Activos Fijos Tangibles

Bajo el grupo de activos fijos tangibles deben presentarse en el balance los bienes tangibles destinados a la producción y venta de mercancías o servicios propios del giro del negocio, de los cuales se estime que su tiempo de uso o consumo sea prolongado. Con la excepción de los terrenos, estos activos tienen la característica común de estar sujetos a la baja paulatina de su valor, a causa de la depreciación. Como regla general estos activos se valorizan a su costo de adquisición menos su depreciación o agotamiento.

Depreciación.- El concepto tradicional de la depreciación es la baja de valor que sufre un bien por el uso, transcurso del tiempo u obsolescencia y tiene como fundamento la idea de presentar el valor del activo lo más aproximadamente a la realidad.

Reglas de presentación de los activos fijos tangibles. Los activos fijos deben mostrarse en el balance indicando la naturaleza de los bienes que los constituyen. Generalmente se presenta como sigue:

- No depreciables: Terrenos.
- Depreciables: Edificios, maquinaria, muebles, herramienta, vehículos.

c) Activos Intangibles

Los Activos Intangibles de carácter legal representan el costo de adquisición, ya sea comprado o desarrollado, para tener derecho al uso o explotación de patentes, marcas, franquicias, procesos industriales, etc.

El intangible de carácter económico llamado crédito mercantil, se justifica cuando existen rendimientos favorables en una empresa en relación con el promedio de su giro, por los cuales se logra una sobre productividad en relación con otros negocios de este tipo.

El valor del crédito mercantil puede determinarse por el exceso de utilidades o sobre productividad. Capitalizando ésta a las tasas de interés promedio en el tipo de empresa que corresponda.

d) Cargos Diferidos a Largo Plazo.

Aquellos que generalmente deben ser aplicados a los resultados de varios ejercicios futuros constituyen los cargos diferidos a largo plazo.

Los gastos cuyo tiempo de aplicación es conocido, como por ejemplo gastos y descuentos en emisión de obligaciones, deben ser amortizados durante ese tiempo. Los gastos cuyo lapso es desconocido, como los gastos de organización, deben ser amortizados en el tiempo estimado de vida, procurando amortizarlos en el tiempo más breve posible. Los cargos diferidos pueden mostrarse en el balance ya sea por su valor pendiente de amortizar o por su costo total menos la amortización acumulada.

➤ Pasivo

El pasivo puede definirse como el grupo de obligaciones jurídicas por las cuales el deudor se obliga con el acreedor a pagar con bienes, dinero o servicios. Comprende obligaciones presentes que provengan de operaciones o transacciones pasadas.

Desde el punto de vista de su presentación en el balance, el pasivo debe dividirse en circulante ó flotante y no circulante o consolidado. Lo que los distingue es el tiempo en que deben de ser cubiertos. Si la liquidación se produce dentro de un año o en el ciclo normal de operaciones de corto plazo,

se considera circulante; si es mayor de ese plazo, se considera no circulante o consolidado.

Esta clasificación tiene importancia para apreciar la relación con los activos circulantes y, por consiguiente, la capacidad de pago de la empresa.

Pasivos Circulantes

Los pasivos circulantes proceden generalmente de las operaciones de la empresa a corto plazo, tales como compras de mercancías, préstamos para cubrirse a corto plazo, gastos e impuestos acumulados por pagar, etc.

Los conceptos que normalmente forman este grupo son:

- Documentos por pagar a Bancos.
- Documentos por pagar a Proveedores.
- Documentos por pagar a Otros.
- Cuentas por pagar a Proveedores.
- Cuentas por pagar a Otros.
- Deuda a largo plazo con vencimiento a un año.
- Anticipo de clientes.
- Compañías afiliadas,
- Pasivos estimados.

Los pasivos estimados están constituidos por las obligaciones cuya fecha de pago, monto o beneficiarios no están determinados a la fecha del balance y, por consiguiente, están sujetos a una estimación.

Pasivos a Largo Plazo

El Pasivo consolidado ó a largo plazo se establece por lo general para efectuar inversiones de carácter permanente. Por esta causa el pago se establece en relación con la capacidad de generación de fondos que origina la depreciación o amortización del activo tangible no circulante.

Dentro de este concepto encontramos hipotecas, emisión de obligaciones, préstamos refaccionarios y créditos recibidos de proveedores.

Créditos Diferidos

Los créditos diferidos lo constituyen las partidas acreedoras que deben ser acreditadas a resultados de ejercicios futuros, y que por tanto se convertirán en obligaciones o utilidades. Por esta causa, los créditos diferidos se suelen presentar después del pasivo y antes del capital, como un grupo independiente.

Sin embargo, generalmente los ingresos diferidos son circulantes porque el servicio se suministrará en el siguiente periodo contable, solventándose la obligación. En caso de recibir pagos de varios años con el carácter de anticipos, el ingreso tiene que distribuirse en varios años y pueden mostrarse en el pasivo a largo plazo, separándolo de las partidas circulantes de la misma naturaleza.

➤ **Capital**

Al Capital Contable se le designa con diferentes términos, como por ejemplo: Capital Social y Utilidades Retenidas, Patrimonio de los Accionistas o Capital Social.

El término capital contable designa la diferencia que resulta entre el activo y pasivo de una empresa. Refleja la inversión de los propietarios en la entidad

y consiste generalmente en sus aportaciones, (más o menos) sus utilidades retenidas o pérdidas acumuladas, más otros tipos de superávit como pueden ser revaluaciones o donaciones.

El capital contable representa la cantidad de unidades monetarias de los derechos patrimoniales de los accionistas, valuados de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados. El capital contable no representa el valor de la empresa, sino que muestra el capital social aportado.

Capital Social

El Capital Social es el conjunto de aportaciones de los socios, considerado en la escritura constitutiva o en sus reformas.

Utilidades Retenidas

Las utilidades retenidas por la empresa que no se han capitalizado o distribuido a los accionistas son conservadas en la empresa y forman parte del capital contable.

Utilidad o Pérdida del Ejercicio

La utilidad o pérdida del ejercicio debe considerarse como una parte de las utilidades retenidas pendientes de aplicar. Dado el valor informativo de esta cifra y la conexión con el estado de ingresos y gastos con el balance general, es necesario que la utilidad o pérdida del ejercicio o periodo sea presentada por separado.

A continuación presentamos un esquema en forma de cuenta del Balance General o Estado de Situación Financiera de una empresa:

EMPRESA DE CONFECCIONES XYZ
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
DEL 1 DE ENERO DEL 200X AL 31 DE DICIEMBRE DEL 200X

ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE		CORRIENTE	
DISPONIBLE		Proveedores	xxxxx
Caja General	xxxxx	Documentos por Pagar	xxxxx
Caja Chica	xxxxx	IESS por Pagar	xxxxx
Bancos	xxxxx	Retención en la Fuente	xxxxx
EXIGIBLE		IVA por Pagar	xxxxx
Clientes	xxxxx	IVA Cobrado	xxxxx
Provisión Cuentas Incobrables	<xxxx>	Impuesto a la Renta	xxxxx
IVA Pagado	xxxxx		
Anticipo Impuesto a la Renta	xxxxx		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	XXXXX	TOTAL PASIVO	XXXXX
REALIZABLE			
Inventario de Mercadería	xxxxx		
FIJO			
DEPRECIABLE		PATRIMONIO	
Vehículo	xxxxx	Capital Social	xxxxx
Maquinaria y Equipos	xxxxx	Reservas	xxxxx
Dep. Acum. Maq. Y Equipo	<xxxx>	Utilidad o Pérdida del Ejercicio	xxxxx
Equipo de Computación	xxxxx		
Dep. Acum. Equipo de Computación	<xxxx>	TOTAL PATRIMONIO	XXXXX
Muebles y Enseres	xxxxx		
Dep. Acum. Muebles y Enseres	<xxxx>		
TOTAL ACTIVOS	<u>XXXXX</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>XXXXX</u>

GERENTE

CONTADOR

Elaborado Por: Rosero Diana
Cuadro N° 18

3.3.8.2. Estado de Resultados

El Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

El Estado de Pérdidas y Ganancias muestra detalladamente como se ha obtenido la utilidad del ejercicio, mientras que el balance general únicamente muestra la utilidad, mas no la forma como se ha obtenido, razón por la cual el Estado de Resultados se considera como un estado complementario del Balance General.

- **Denominación de las cuentas principales del Estado de Resultados.**

Para facilitar el estudio del Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados, es necesario conocer cada una de las cuentas que forman parte de dicho estado, ya que sin tal conocimiento se tendrá mayor dificultad en la formación del mismo.

Terminología contable con que se denomina a las cuentas que integran el Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados:

Ventas Totales. Entendemos por Ventas totales el valor total de las mercancías entregadas a los clientes, vendidas al contado o a crédito.

Devoluciones sobre Ventas. Entendemos por Devoluciones sobre ventas el valor de las mercancías que los clientes devuelven porque no les satisface la calidad, el precio, estilo, color, etc.

Descuentos sobre Ventas. Entendemos por Descuentos sobre Ventas las bonificaciones que se conceden a los clientes por el pago de las mercancías adeudadas, antes del plazo estipulado. No debe olvidarse que las rebajas sobre ventas son las bonificaciones que sobre el precio de venta de las

mercancías se conceden a los clientes, mientras que los descuentos sobre ventas se conceden por pronto pago, descuentos sobre ventas son subcuenta de Gastos y productos financieros.

Compras. Son el valor de las mercancías adquiridas, ya sea al contado o a crédito.

Gastos de Compra. Entendemos por Gastos de Compra todos los gastos que se efectúan para que las mercancías adquiridas lleguen hasta su destino, los principales son: los derechos aduanales, los fletes y acarreos, los seguros, las cargas y descargas, etc.

Devoluciones sobre Compras. Entendemos por Devoluciones sobre Compras el valor de las mercancías devueltas a los proveedores, porque no nos satisface la calidad, el precio, estilo, color, etc.

Descuentos sobre Compras. Entendemos por Descuentos sobre Compras las bonificaciones que nos conceden los proveedores por liquidar el importe de las mercancías antes de la fecha estipulada.

Como puede observarse, las rebajas sobre compras son las bonificaciones que sobre el precio de compra de las mercancías nos conceden los proveedores, mientras que los descuentos sobre compras nos son concedidos por pronto pago. Descuentos sobre compras es una subcuenta de Gastos y Productos Financieros.

Inventario Inicial. Es el valor de las mercancías que se tienen en existencia al dar principio el ejercicio.

Inventario Final. Es el valor de las mercancías existentes al terminar el ejercicio.

Gastos de Venta. Son todos los gastos que tienen relación directa con la promoción, realización y desarrollo del volumen de las ventas.

Gastos de Administración. Entendemos por Gastos de administración o indirectos todos los gastos que tienen como función el sostenimiento de las actividades destinadas a mantener la dirección y administración de la empresa, y que solo de un modo indirecto están relacionados con la operación de vender.

Gastos y Productos Financieros. Entendemos por gastos y productos financieros las pérdidas y utilidades que provienen de operaciones que constituyen la actividad o giro principal del negocio. También se consideran como Gastos y productos financieros las pérdidas en cambios en monedas extranjeras.

Otros Gastos y Productos. Entendemos por otros gastos y productos las pérdidas o utilidades que provienen de operaciones que no constituyen la actividad o giro principal del negocio; también se puede decir que son pérdidas o utilidades que provienen de operaciones eventuales que no son de la naturaleza del giro principal del negocio.

▪ **Primera parte del Estado de Resultados**

La primera parte consiste en analizar todos los elementos que entran en la compraventa de mercancías hasta determinar la utilidad o la pérdida de ventas, o sea, la diferencia entre el precio de costo y el de venta de las mercancías vendidas. Para determinar la utilidad o pérdida en ventas es necesario conocer los siguientes resultados:

- Ventas netas
- Compras totales o brutas
- Compras netas

- Utilidad en ventas

Ventas Netas: Las ventas netas se determinan restando de las ventas totales el valor de las devoluciones y rebajas sobre ventas.

Compras Totales: Las compras totales o brutas se determinan sumando a las compras el valor de los gastos de compra.

Compras Netas: Las compras netas se obtienen restando de las compras totales el valor de las devoluciones y rebajas sobre compras.

Utilidad en Ventas: Una vez determinado el valor de las ventas netas y el costo de lo vendido, la utilidad en ventas se determina restando de las ventas netas el valor del costo de lo vendido. La utilidad obtenida por las ventas también se le llama utilidad bruta.

- **Segunda parte del Estado de Resultados**

La segunda parte consiste en analizar detalladamente los gastos de operación, así como los gastos y productos que no corresponde a la actividad principal del negocio, y determinar el valor neto que debe restarse a la utilidad bruta, para obtener la utilidad o pérdida del ejercicio.

Para determinar la utilidad o la pérdida líquida del ejercicio es necesario conocer los siguientes resultados.

Gastos de Operación: Los gastos de operación están constituidos por la suma de los gastos de venta, gastos de administración y gastos financieros.

Utilidad de Operación: La utilidad de operación se obtiene restando de la utilidad bruta los gastos de operación.

Utilidad Liquida del Ejercicio: Para determinar la utilidad neta del ejercicio se debe restar de la utilidad de operación el valor de la pérdida neta entre otros gastos y productos.

A continuación presentamos un esquema de Estado de Resultados para una empresa:

EMPRESA DE CONFECCIONES XYZ			
ESTADO DE RESULTADOS			
DEL 1 DE ENERO DEL 200X AL 31 DE DICIEMBRE DEL 200X			
	VENTAS NETAS		XXXXX
(+)	Ventas	XXXXX	
(-)	Devolución en Ventas	<XXXX>	
(-)	Costo de Ventas		<XXXX>
(=)	UTILIDAD BRUTA		XXXXX
	GASTOS ADMINISTRATIVOS		XXXXX
	Gastos Sueldos Administrativos	XXXXX	
	Gastos de Oficina	XXXXX	
	Otros Gastos Administrativos	XXXXX	
	GASTOS DE VENTAS		XXXXX
	Gasto publicidad	XXXXX	
	Gasto arriendo	XXXXX	
	Otros gastos	XXXXX	
	Gasto Estampados	XXXXX	
	Gasto Bordados	XXXXX	
(-)	TOTAL GASTOS OPERATIVOS		<XXXX>
	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION		
(=)	TRABAJADORES		XXXXX
(-)	15% PARTICIPACION TRABAJADORES	<XXXX>	
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		XXXXX
(-)	25% IMPUESTO A LA RENTA	<XXXX>	
(=)	UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO		XXXXX
	GERENTE		CONTADOR

Elaborado Por: Rosero Diana
Cuadro N° 19

3.3.8.3. Estado de Flujo de Efectivo

El estado de flujos de efectivo, resume el efectivo recibido y los pagos del negocio respecto del mismo período cubierto por el estado de resultado. El propósito básico de este estado financiero es proporcionar información sobre las entradas de efectivo y pagos de efectivo de una compañía durante el período contable. El término “flujo de efectivo” describe cobros de efectivos (entradas), lo mismo que los pagos de efectivo (salidas).

EMPRESA DE CONFECCIONES XYZ		
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO		
DEL 1 DE ENERO DEL 200X AL 31 DE DICIEMBRE DEL 200X		
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDAD DE OPERACIONES		
INGRESO DE EFECTIVO		XXXXX
Recibido de Clientes	XXXXX	
SALIDA DE EFECTIVO		XXXXX
Pago Proveedores	XXXXX	
Pago Gastos Operacionales	XXXXX	
FLUJO NETO DE EFECTIVO POR ACTIVIDAD DE OPERACIONES		XXXXX
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDAD DE INVERSION		
INGRESO DE EFECTIVO		
SALIDA DE EFECTIVO		XXXXX
Compra de Activos	XXXXX	
FLUJO NETO DE EFECTIVO POR ACTIVIDAD DE INVERSION		<XXXX>
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDAD DE FINANCIAMIENTO		
INGRESO DE EFECTIVO		XXXXX
Préstamo Bancario	XXXXX	
SALIDA DE EFECTIVO		XXXXX
Pago Préstamo Bancario	XXXXX	
Pago Interés Préstamo Bancario	XXXXX	
FLUJO NETO DE EFECTIVO POR ACTIVIDAD DE FINANCIAMIENTO		XXXXX
FLUJO NETO TOTAL		<XXXX>
SALDO INICIAL		XXXXX
SALDO FINAL DE EFECTIVO		<u>XXXXX</u>
GERENTE	CONTADOR	

Elaborado Por: Rosero Diana
Cuadro N° 20

CAPITULO IV

4. Impactos

4.1. Análisis de Impactos

Para analizar los impactos que se producen en la implementación de un Modelo Administrativo Contable para una Empresa Textil, se lo realizará mediante una Matriz de Impactos, lo que permitirá dar un valor de calificación a cada uno, a través del siguiente cuadro:

	POSITIVO		NEGATIVO	NO EXISTE IMPACTO
1	Bajo	-1	Bajo	0
2	Medio	-2	Medio	0
3	Alto	-3	Alto	0

*Elaborado Por: Rosero Diana
Cuadro N° 21*

4.1.1. Impacto Empresarial

INDICADORES	POSITIVO			NEGATIVO			INDIF.	TOTAL
	1	2	3	-1	-2	-3	0	
Estructura Organizacional		x						2
Optimización de Recursos		x						2
Desarrollo Empresarial			x					3
TOTAL		4	3					7

*Elaborado Por: Rosero Diana
Cuadro N° 22*

ANÁLISIS:

El resultado de la evaluación del impacto empresarial sobre los indicadores que intervienen es de 2.33 y se obtuvo de la división 7/3. En consecuencia el proyecto tiene un impacto empresarial alto positivo.

El indicador Estructura Organizacional, toma una calificación de positivo medio (2), que dentro de este modelo ayudará a definir el conocimiento de los miembros de la organización y de esta forma concretar las funciones de cada nivel.

El indicador Optimización de Recursos, este tiene una calificación de positivo medio (2), ya que de mejor manera se aprovecha al recurso humano y el material utilizado que tiene la institución.

El indicador Desarrollo Empresarial, toma una calificación de positivo alto (3), lo que mediante este trabajo ayuda a obtener una buena organización y por ende un buen ambiente laboral para el conocimiento de todos en la estructura y las funciones de cada nivel.

4.1.2. Impacto Económico

INDICADORES	POSITIVO			NEGATIVO			INDIF.	TOTAL
	1	2	3	-1	-2	-3	0	
Incremento de Ingresos		x						2
Fuentes de Trabajo estables		x						2
Mayor Competitividad			x					3
TOTAL	0	4	3	0	0	0	0	7

*Elaborado Por: Rosero Diana
Cuadro N° 23*

Análisis:

El resultado de la evaluación del impacto económico sobre los indicadores que intervienen es de 2.33 y se obtuvo de la división de $7/3 = 2$. En consecuencia de la investigación realizada se tiene un impacto económico medio positivo.

El indicador Fuentes de Trabajo Estables tiene una calificación de impacto medio positivo (2) ya que se da a consecuencia de la estabilidad económica

de la empresa como resultado de la buena administración y el logro de las metas y objetivos propuestos.

El indicador Mayor Competitividad tiene una calificación de alto positivo (3), esto en base a uno de sus objetivos como es mejorar en la productividad y ser más competitivos.

El indicador Incremento de Ingresos tiene una calificación de de medio positivo (2), esto se genera por la gran incidencia económica ya que crece en el mercado y por ende los ingresos aumentan.

4.1.3. Impacto Educativo

INDICADORES	POSITIVO			NEGATIVO			INDIF.	TOTAL
	1	2	3	-1	-2	-3	0	
Capacitación			x					3
Mayor Nivel Académico		x						2
Desarrollo y Creatividad		x						2
TOTAL	0	4	6	0	0	0	0	7

*Elaborado Por: Rosero Diana
Cuadro N° 24*

Análisis:

El resultado de la evaluación del impacto educativo sobre los indicadores que intervienen es de 2.33 y se obtuvo de la división de $7/3 = 2.33$. En consecuencia de la investigación realizada se tiene un impacto educativo medio positivo.

El indicador Capacitación tiene una calificación de alto positivo (3), esto en base a los trabajadores de las empresas investigadas, los cuales deben estar en constante capacitación sobre los procesos y funciones de los respectivos puestos.

El indicador Mayor Nivel Académico tiene una calificación de impacto medio positivo (2), esto se da porque el personal debe conocer la importancia que tiene el poseer conocimientos referentes a su área y para el mejoramiento personal.

El indicador Desarrollo y Creatividad tiene una calificación de de medio positivo (2), lo cual indica que se debe de motivar a los trabajadores a que sean creativos, de igual forma hacer participar activamente en la elaboración de las prendas dándole la posibilidad de que ellos expongan sus opiniones para la elaboración de nuevos productos.

4.1.4. Impacto Social

INDICADORES	POSITIVO			NEGATIVO			INDIF.	TOTAL
	1	2	3	-1	-2	-3	0	
Mejor Nivel de Vida		x						2
Satisfacción de Cliente		x						2
Aumentar el Turismo en el Cantón		x						2
TOTAL	0	4	6	0	0	0	0	6

*Elaborado Por: Rosero Diana
Cuadro N° 25*

Análisis:

El resultado de la evaluación del impacto social sobre los indicadores que intervienen es de 2 y se obtuvo de la división de $6/3 = 2$. En consecuencia de la investigación realizada se tiene un impacto social medio positivo.

El indicador Mejor Nivel de Vida tiene una calificación de medio positivo (2), lo que se busca con esto es que tanto los clientes como los trabajadores obtengan un nivel de vida adecuado y sobretodo un mejoramiento económico.

El indicador Satisfacción del Cliente tiene una calificación de impacto medio positivo (2), se determina que el mejor activo de las empresas son sus clientes ya que ellos son los que le dan la vida a la misma y por ello se debe atenderlos de la mejor manera.

El indicador Aumentar el Turismo en el Cantón tiene una calificación de medio positivo (2), lo que se busca con esto es promocionar de alguna forma al Cantón Ibarra; como sabemos el cantón Antonio Ante en los últimos años se ha industrializado lo que se quiere lograr con el Cantón investigado.

CONCLUSIONES

- La Industria Textil en la Provincia de Imbabura, especialmente en la Ciudad de Ibarra se ha desarrollado en grandes proporciones en el aspecto técnico y tecnológico; no obstante, el aspecto administrativo-contable se ha relegado en las Empresas de Confección, ya que la situación financiera de las empresas se controla en forma empírica, lo que no permite tener una información real y oportuna para la toma de decisiones.
- Mediante el diagnóstico realizado en las Empresas Textiles de la Ciudad de Ibarra podemos encontrar que las empresas investigadas no poseen una estructura organizacional y funcional, que oriente, instruya y defina cada actividad que debe desarrollar el personal de cada departamento; así como establecer el grado de responsabilidad en las tareas planificadas lo cual se considera fundamental, ya que hace que ésta se convierta en competitiva al optimizar tanto el talento humano como los recursos económicos que disponen.
- Las Empresas Textiles requieren de un manejo contable para así poder realizar una asignación de los costos de los productos más acertada y de esta forma lograr el cumplimiento de metas, que sirven de guía para mejorar las exigencias del mercado actual y así mantener un buen nivel de liquidez y rentabilidad.

- La inexistencia de un Modelo Administrativo Contable no permite una elaboración técnica de Estados Financieros y su respectivo proceso contable, por lo que estos son de gran ayuda para todas las personas que conforman las empresas investigadas, ya que de esta forma se obtendrá informes claros y confiables sobre las transacciones efectuadas diariamente y ayudará a la optimización tanto de tiempo como de dinero.

RECOMENDACIONES

- La aplicación de un Modelo Administrativo Contable ayudará a tomar nuevas alternativas a las Empresas Textiles de la Ciudad de Ibarra, debido a los factores por los que atraviesan las empresas mejorando la situación económica, donde serán beneficiados los propietarios, trabajadores y consumidores, porque permitirá aumentar la cantidad y calidad de los productos logrando que sean óptimos con un precio competitivo.
- Las Empresas Textiles deberían establecer una estructura organizacional y así crear la cadena de mando, la distribución de la autoridad y el control, y de esta forma favorece a que el empleado respete la jerarquía y se facilite la delegación de funciones y responsabilidades para cada departamento.
- La aplicación del Manual de Funciones es beneficioso en la descripción de las actividades para el cumplimiento de las rutinas de todas las personas que conforman las empresas del sector textil de la ciudad de Ibarra, y así, simplificar la responsabilidad por faltas o errores evitando la duplicación de funciones y dando certeza a los empleados sobre las actividades que deben realizar.
- Para mejorar la gestión financiera se debería aplicar un Modelo Administrativo - Contable, ya que la confiabilidad de los resultados permitirá trabajar con mayor rapidez y eficiencia de la situación económica y administrativa de las empresas que forman parte de la Industria Textilera, a través de la utilización de formatos que se propone para el proceso contable ya que estos poseen una descripción clara y precisa para llenarlos.

- El Modelo propuesto contiene una guía contable que tiene como ejemplo formatos que se usan para el proceso contable, con un lenguaje de fácil comprensión para que sea aprovechado al máximo por el usuario, y constituye una herramienta o método que garantiza alcanzar niveles de calidad que cuenten con procedimientos y sistemas de información bien definidos donde se establezcan en forma clara y concisa las actividades a realizar y la documentación que se requiere manejar.

BIBLIOGRAFIA

- BOLTEN E. (2000); Administración Financiera; Limus Grupo Noriega
- BRAVO, Mercedes, CONTABILIDAD GENERAL, Séptima Edición 1998.
- BENJAMIN, Franklin, ORGANIZACIÓN Y MÉTODOS, Primera Edición, 2002.
- CERTOS S. (2000) Administración Moderna; Bogotá Colombia.
- CORDOVA, Jairo; (1998) SISTEMA CONTABLES; Editorial Lily Solano Arévalo; Colombia.
- CHIAVENATO, Idalberto; INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACION; Sexta Edición, Colombia, Editorial Mc Graw Hill.
- DIEZ DE CASTRO; Administración y Dirección; Mc Graw Hill; Barcelona -España.
- FRED W. (1993); Finanzas en Administración; Mc Graw Hill; Novena edición; México.
- FREEMAN, Eduard, ADMINISTRACIÓN, Sexta Edición 1996.
- GOMEZ GRAS, José Maria ; (1997) ESTRATEGIAS PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES; Editorial Mc Graw Hill, Primera Edición; Madrid.
- GITMAN, J, ADMINISTRACIÓN FINANCIERA BÁSICA, Editorial Harla, México 2003.
- GITMAN, Lawrence; ADMINISTRACIÓN FINANCIERA BÁSICA, Tercera Edición 1996.
- HARGADON, Bernard; CONTABILIDAD GENERAL, Editorial norma, Edición 1990 – Bogotá – Colombia.
- HOLLEN, Norma; (1989) INTRODUCCION A LOS TALLERES; Editorial México, Edición Musa.

- KOONTZ, Harold; ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL, Doceava Edición, 2004
- KOONTZ, Harold y Weihrich.; (1993), ELEMENTOS DE ADMINISTRACIÓN; Editorial Mc Graw Hill, Cuarta Edición; México.
- RAMIREZ D.; (2001) CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA; Séptima Edición; México.
- ROBBINS, Stephen; (2002), FUNDAMENTOS ADMINISTRATIVOS; Tercera Edición; Mexico
- SARMIENTO, Ruben; (2003); CONTABILIDAD GENERAL; Novena Edición; Editorial Voluntad.
- VARELA L. (2001), Innovación Empresarial, Bogotá Colombia.
- L.P. ALFORD, John; MANUAL DE LA PRODUCCION DE ROPA. Editorial Hispano Americana. México 1953.
- CEJAS, Miguel Ángel; CONFECCION Y DISEÑO DE ROPA, TECNICAS SENCILLAS. Editorial Utilísima 1979.
- SEIVEWRIGHT, Simón; DISEÑO E INVESTIGACION DE PRODUCCION DE ROPA. Editorial Gustavo Gila 1958.
- ZAPATA, Pedro; (2008); CONTABILIDAD GENERAL; Sexta Edición, Colombia, Editorial Mc Graw Hill.

LINCOGRAFIA

www.google.com

www.aite.com.ec

www.ecuadorexporta.org.ec

www.monografias.com

A N E X O S

ANEXO A



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENCUESTA
DIRIGIDA A GERENTE – PROPIETARIO

La presente encuesta permite conocer el manejo Administrativo – Contable de las empresas que se dedican a la Confección y Comercialización de Prendas de Vestir en la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura. Sírvase responder el cuestionario marcando con una X su respuesta.

1. ¿Cuenta su empresa con un método Administrativo Contable, para desarrollar los diferentes procesos?

- SI (.....)
- NO (.....)

2. ¿Posee la empresa los equipos y maquinaria suficiente que le permita alcanzar los objetivos planteados desde el punto de vista de la producción?

- SI (.....)

- NO (.....)

3. ¿Con qué frecuencia adquiere la materia prima principal para la confección de prendas de vestir?

- Semanal (.....)

- Quincenal (.....)

- Mensual (.....)

- Trimestral (.....)

- Semestral (.....)

4. ¿Cuáles son los canales de distribución que utiliza para la entrega de sus productos al consumidor final?

- Venta Dentro de la Ciudad (.....)

- Venta Fuera de la Ciudad (.....)

- Venta al Por Mayor (.....)

- Venta al Por Menor (.....)

- Exportaciones (.....)

- Otros (.....)

5. ¿Conoce el personal los procedimientos y responsabilidades que deben cumplir cada uno de ellos?

- Aceptablemente (.....)

- Medianamente (.....)

- Escasamente (.....)

- Nada (.....)

6. ¿Qué concepto fundamental determina el costo de los productos de la empresa?

- Calidad (.....)
- Volumen de Producción (.....)
- Costos y Gastos (.....)
- Cantidad del pedido (.....)

7. ¿La inexistencia de un adecuado Modelo Administrativo Contable en su empresa provocaría:

- Desacierto en la información. (.....)
- Inexactitud de costos en los productos (.....)
- Deficiencia en control de recursos. (.....)

8. La empresa se rige bajo normas y políticas legales:

- SI (.....)
- NO (.....)

CUALES.....
.....
.....

9. ¿Realizan constataciones físicas de inventario y sí lo hacen con qué frecuencia y qué método o sistema utilizan?

- SI (.....)
- NO (.....)

FRECUENCIA

- Quincenal (.....)
- Mensual (.....)
- Trimestral (.....)
- Semestral (.....)
- Anual (.....)

CUAL.....
.....
.....

ANEXO B



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENCUESTA
DIRIGIDA A CONSUMIDOR – CLIENTE

La presente encuesta permite conocer el manejo Administrativo – Contable de las empresas que se dedican a la Confección y Comercialización de Prendas de Vestir en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. Sírvase cordialmente responder el cuestionario marcando con una X su respuesta.

1. ¿La calidad de los productos que usted adquiere en esta empresa considera que son?

- Excelente (.....)
- Muy Buena (.....)
- Buena (.....)
- Regular (.....)

2. ¿Considera que la imagen de la empresa en la cual usted compra sus productos es?

- Aceptable (.....)
- Medianamente Aceptable (.....)
- Poco Aceptable (.....)
- Inaceptable (.....)

3. ¿Su principal satisfacción como cliente con referencia al producto adquirido en la empresa se da por?

- Entrega a tiempo (.....)
- Calidad del Producto (.....)
- Precio del Producto (.....)
- Excelente Atención (.....)
- Variedad de Productos (.....)

4. ¿Considera que la presentación del producto terminado que obtiene en esta empresa es?

- Excelente (.....)
- Muy Bueno (.....)
- Bueno (.....)
- Regular (.....)

5. ¿El precio de los productos que usted adquiere en esta empresa considera que son?

- Costosos (.....)
- Razonables (.....)
- Económicos (.....)

6. ¿La atención que recibe usted en esta empresa es?

- Excelente (.....)
- Muy Buena (.....)
- Buena (.....)
- Regular (.....)