



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.

TEMA:

Metodología Utilizada En La Asignatura De “Gestión Administrativa De Compra Y Venta” En Los Estudiantes De Los Segundos Años De Bachillerato De La Especialidad De Contabilidad Y Administración De Los Colegios Universitario “UTN” Y Nacional “Ibarra”. Propuesta alternativa.

Tesis de grado previo a la obtención del Título de Licenciada en Ciencias de la Educación Especialidad Contabilidad y Computación.

AUTORA:

NARVÁEZ HERRERA ROSA DAYANARA

DIRECTOR:

DR. GUERRERO DIAZ JORGE ANTONIO.

Ibarra, 2010

ACEPTACIÓN TUTOR

Acepto la TUTORIA de la Tesis “METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA ASIGNATURA DE “GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE COMPRA Y VENTA” EN LOS ESTUDIANTES DE LOS SEGUNDOS AÑOS DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIDAD DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE LOS COLEGIOS UNIVERSITARIO “UTN” Y NACIONAL “IBARRA”. PROPUESTA ALTERNATIVA” , de la señorita Rosa Dayanara Narváez Herrera egresada de la Especialidad de Contabilidad y Computación de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte.

**Dr. Jorge Antonio Guerrero Díaz MSc.
DOCENTE**

DEDICATORIA

La realización de esta Tesis, si bien ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación por parte de la Autora y su Director de Tesis Dr. Jorge Guerrero, no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de mi MADRE gracias a su comprensión y ayuda en todo momento. Me ha enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio. Siendo estos más que suficientes los motivos que me llevan a dedicarle el esfuerzo y la culminación exitosa de esta Tesis.

AGRADECIMIENTO

Un eterno y sincero agradecimiento a mi Tutor de Tesis Dr. Jorge Guerrero, a su esfuerzo y dedicación. Sus conocimientos, sus orientaciones, su manera de trabajar, su persistencia, su paciencia y su motivación han sido fundamentales para la realización de esta Tesis. Él ha inculcado en mí un sentido de seriedad, responsabilidad y rigor académico sin los cuales no podría tener una formación integral completa. A su manera, ha sido capaz de ganarse mi lealtad y admiración, así como sentirme en deuda con él por todo lo recibido durante el periodo de tiempo que ha durado la realización de esta Tesis.

INDICE GENERAL

TEMA	PAG.
Introducción	12
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
Antecedentes	13
Planteamiento Del Problema	14
Formulación Del Problema.	15
Delimitación Del Problema.	15
Delimitación Espacial.	15
Delimitación Temporal.	15
Delimitación De Unidades De Observación	15
Objetivo General.	16
Objetivos Específicos.	16
Justificación.	17
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	
Fundamentos Pedagógicos	18
Pedagogía Peremnialista	18
Pedagogía Pragmatista	19
Pedagogía Naturalista	19
Pedagogía Histórico Cultural	20
Fundamentos Sociológicos	21
Modelo Económico-Reproductor	22
Modelo Crítico	22
Fundamento Psicológico	23
Teoría Conductista	24
Teoría Cognoscitiva	25
Teoría Contextual o Ecológica	25
Teoría Constructivista	26

Tipos de Constructivismo	28
Piagetiano	28
Humano	28
Social	28
Radical	29
Teoría del Aprendizaje Significativo	29
Aprendizaje Significativo Y Aprendizaje Mecánico	30
El Aprendizaje Mecánico	31
Aprendizaje por Descubrimiento y Aprendizaje por Recepción	32
Fundamentos Educativos	34
Las Competencias	35
Estrategias Metodológicas Interactivas	36
Cuadro 2.1	36
Técnicas De Enseñanza Interactivas	39
Cuadro 2.2	39
Educación, Tecnología E Interactividad	44
Ventajas de la interactividad	47
Tecnologías De La Información Y La Comunicación (Tic)	47
Un concepto nuevo	49
Ventajas De Las Tic	50
Desventajas De Las Tic	51
Objetivos De Las Tics En El Ámbito Educativo	52
FLASH PROFESIONAL CS3	53
Flujo De Trabajo General De Flash	54
Información General Sobre El Espacio De Trabajo	55
Gráfico 2.1	56
Posicionamiento Teórico Personal	57
Glosario De Términos	58
Sub-problemas - Interrogantes	61
Matriz Categorial	62

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	63
Tipos De Investigación	63
Métodos	64
Técnicas E Instrumentos	65
Población	65
Cuadro 3.4.1	66
Muestra	66
Esquema De La Propuesta	66
CAPÍTULO IV MARCO ADMINISTRATIVO	
Cronograma de actividades	67
Recursos	68
Cuadro 4.2.1	68
Bibliografía	69
ANEXOS	72
Anexo I Árbol De Problemas (Ishikawa)	73
Anexo II Encuesta Para Los Estudiantes Del Segundo Año De Bachillerato De La Especialidad De Contabilidad Y Administración	74
Anexo III Entrevista Para Los Docentes De La Especialidad De Contabilidad Y Administración	77
Anexo IV Certificaciones	80
ANEXO V Matriz De Coherencia	81
CAPITULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	83
Análisis De La Entrevista A Los Docentes De La Materia De Gestión Administrativa De Compra Y Venta	85
Análisis De Las Encuesta A Los Estudiantes	87
Tabla 4.1	87
Grafico 4.1	87
Tabla 4.2	88

Grafico 4.2	88
Tabla 4.3	89
Grafico 4.3	89
Tabla 4.4	90
Grafico 4.4	90
Tabla 4.5	91
Grafico 4.5	91
Tabla 4.6	92
Grafico 4.6	92
Tabla 4.7	93
Grafico 4.7	93
Tabla 4.8	94
Grafico 4.8	94
Tabla 4.9	95
Grafico 4.9	95
Tabla 4.10	96
Grafico 4.10	96
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
Conclusiones	97
Recomendaciones	98
CAPITULO VI PROPUESTA ALTERNATIVA	99
Titulo De La Propuesta	99
Justificación	99
Objetivo General	101
Objetivos Específicos	101
Ubicación Sectorial	101
Tabla 6.1	101
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	
Planificación Micro-curricular De Gestión Administrativa De Compra – Venta	102
Planificación Anual Interdisciplinaria	103
Planificación De Unidad Didáctica 1	115

Planificación De Unidad Didáctica 2	126
Planificación De Unidad Didáctica 3	141
Planificación De Unidad Didáctica 4	147
Planificación De Unidad Didáctica 5	155
Planificación De Unidad Didáctica 6	162
Planificación De Unidad Didáctica 7	168
GUIA DIDACTICA EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE COMPRA Y VENTA	174
Introducción	174
Contribución De La Asignatura Al Perfil Profesional	175
Estructura De La Guía Didáctica	176
UNIDAD 1	
Concepto de Compra – Venta	181
Elementos que intervienen en las operaciones de compra – venta.	181
La organización empresarial, el departamento de compra-venta	184
Características y actividades propias de la compra – venta.	185
Secuencia del trabajo a seguir en el proceso de compra venta	186
UNIDAD 2	
Introducción al aprovisionamiento.	190
El mercado.	191
Los proveedores.	191
Búsqueda de proveedores. Fuentes de información.	192
Comunicación con los proveedores: inicio de relaciones; solicitud de ofertas.	193
Evaluación de proveedores y ofertas	194
Selección de proveedores y ofertas.	197
Registro de los proveedores	199
UNIDAD 3	
Marco legal de la compra-venta	203
Normas Mercantiles de la Compra – Venta	206
Contrato de la Compra – Venta	209

IVA	213
Trasferencias e importaciones con tarifa cero	213
IVA sobre servicios	215
Base Imponible	218
Facturación del Impuesto	218
Libro de Registro	221
Declaración del Impuesto	222
Liquidación del Impuesto	222
Crédito Tributario	222
Plazos para declarar el impuesto	224
UNIDAD 4	
El proceso de las compras	229
Requisición de Compra	229
Orden de Compra	230
Informe de recepción o ingreso a bodega	234
Documentos generados	235
Factura	236
Tiquetes o Vales	240
Nota de Venta	242
UNIDAD 5	
El Costo de Producción	248
Valoración de existencias	251
Método FIFO	252
Método LIFO	253
Método Promedio	253
UNIDAD 6	
Proceso de pago	258
No documentado	259
El recibo	259
Documentado	261
Letra De Cambio	262

El Cheque	265
Cheque Especiales	266
UNIDAD 7	
Aplicaciones informáticas de gestión comercial	272
Ventajas del uso de la informática en la gestión comercial.	273
Programa de Contabilidad Mónica	274
Partes del Programa Mónica	278
Instalación de la Aplicación	280
EJERCICIO PRÁCTICO	282
BIBLIOGRAFÍA	300
ANALISIS DE IMPACTOS	303
Ilustración 6.1	303

RESUMEN

Este trabajo es una herramienta didáctica que permite innovar en lo metodológico el proceso de enseñanza – aprendizaje de la Materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta. La investigación de campo fue la base para la elaboración de este trabajo porque la información se recolectó a través de la entrevista a los docentes de la materia y aplicación de encuestas a los estudiantes de los Segundos Años de Bachillerato de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional Ibarra y por medio de la aplicación del método matemático se pudo procesar, describir, tabular e interpretar los datos recolectados, que permitieron determinar la necesidad de una innovación en lo metodológico y didáctico, una herramienta interactiva que le permita al estudiante ser autor de su propio aprendizaje, y colocar a los docentes en el papel de orientadores o mediadores en el proceso de enseñanza de esta materia. Además este

trabajo también se basa en la investigación bibliográfica ya que se revisó bibliografía documental y legislativa de diferentes textos, para la elaboración del marco teórico y así fundamentar una propuesta tratando temas que este enmarcando las necesidades académicas de los estudiantes, que no contribuya únicamente con conocimientos teóricos sino que oriente a los educandos a desarrollar el criterio de auto-superación en beneficio individual y por ende contribuir al desarrollo económico y social, tomando como punto de partida su importancia en la toma de decisiones; y en segundo término familiarizar al alumno en las gestiones sobre la compra y venta de productos o servicios dentro de la empresa.

ABSTRACT

This work is an educational tool that allows the methodological innovation in the teaching process - learning the Matter of Administrative Management of Purchase and Sale. The field research was the basis for this work because the information was collected through interviews with the teachers of the subject and application of surveys to students in Second Year Bachelor of Accounting Expertise and Management Graduate Schools "UTN" National and Ibarra and through the application of mathematical method is unable to process, describe, tabulate and interpret the data collected, which allowed us to determine the need for methodological innovation in teaching, an interactive tool that allows the student to be author of his own learning, and to place teachers on the role of counselors or mediators in the process of teaching this subject. In addition this work also draws on the literature search and bibliography as

documentary and different legislative texts, to develop the theoretical framework and a proposal to base and addressing issues that frame the academic needs of students, who contribute not only theoretical knowledge but to guide learners to develop the criteria for self-improvement on individual and thereby contribute to economic and social development, taking as its starting point in making important decisions, and secondly to familiarize the student the negotiations on the purchase and sale of products or services within the company.

INTRODUCCIÓN

Es importante destacar que la sociedad moderna considera de gran importancia a la educación, porque establece que el proceso educativo no se limita únicamente a la niñez y juventud, y afirma que todos los seres humanos debemos alcanzar conocimientos a lo largo de la vida.

Por lo tanto es el entorno social quien demanda una innovación en lo metodológico, que permita conjugar de una manera armoniosa al proceso de aprendizaje de los estudiantes con los avances de la tecnología y una aplicación adecuada de los valores. Por tal motivo es imprescindible elaborar materiales didácticos que incentiven en los estudiantes un auto-aprendizaje, que cree en ellos un interés innato por descubrir, analizar, razonar, además que permita dinamizar el rol que el estudiante tiene en el aula de clase y de esta manera eliminar a la educación tradicionalista que limita al estudiante en el desarrollo de sus capacidades cognitivas.

La presente investigación se halla estructurada por seis capítulos que se indican a continuación:

Capítulo I: Antecedentes, planteamiento y formulación del problema, delimitación, objetivos y justificación.

Capítulo II: Marco Teórico, fundamentación teórica, posicionamiento teórico personal, glosario de términos, interrogantes, matriz categorial y de coherencia.

Capítulo III: Metodología, diseño y tipo de investigación, población, técnicas e instrumentos de investigación y esquema de la propuesta.

Capítulo IV: Análisis e interpretación de resultados

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones.

Capitulo VI: Propuesta alternativa.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.- ANTECEDENTES.

La educación ha presentado innovaciones curriculares en el área técnica y el Ministerio de Educación mediante Decreto Ejecutivo y acuerdos ministeriales ha permitido innovar a nivel nacional y mejorar la calidad de la educación en las Instituciones Educativas que tienen especialidades técnicas; pero aún en la actualidad es común encontrar en el Sistema Educativo algunas falencias y debilidades ya que únicamente a la docencia se la ha limitado a la enseñanza e instrucción, a una simple reproducción y a cuantificar el grado en que los estudiantes han asimilado la información, dirigiendo a la educación de una manera tradicional, impidiendo al educando desarrollar un razonamiento lógico y un pensamiento reflexivo.

La misión de una educación innovadora es permitir que el sujeto se actualice para superar las dificultades que son naturales en la vida, formarlos como entes aptos para desenvolverse en cualquier ámbito y con la aparición de las nuevas tecnologías y reformas curriculares conviene adoptar nuevas herramientas de actualización para el docente.

La ciencia y la tecnología han avanzado notablemente en los últimos años; y son estos avances los que exigen a las personas estar preparadas para desempeñar eficientemente roles y actividades laborales. Por lo que se hace indispensable que el estudiante reciba una preparación idónea con suficientes conocimientos y valores que serán la base fundamental para el normal desenvolvimiento de su trabajo dentro del sector empresarial.

Sin embargo con estos avances de la tecnología aun es común detectar la dificultad que tienen los estudiantes al momento de aplicar conocimientos teóricos en la práctica, referentes a la asignatura en Gestión Administrativa Compra y Venta, siendo una metodología tradicionalista la que influye de una manera negativa en el proceso de aprendizaje, por cuanto los contenidos son de carácter enciclopédico y de poca aplicación para la vida laboral.

1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El Ministerio de Educación pretende que todas las Instituciones Educativas logren alcanzar alternativas que brinden niveles de calidad, eficiencia y eficacia dentro de sus bachilleratos técnicos. Los Colegios Universitario "UTN" y Nacional "Ibarra" buscan a través de la ejecución de la malla curricular y de la Dirección Nacional de Educación Técnica, alcanzar los objetivos y metas a nivel nacional, con un adecuado pènsun de estudio llegar al éxito en los ámbitos de formación integral, esto es, mediante la inteligencia del conocimiento e inteligencia emocional, es decir, en el ámbito profesional y humano.

Debido a la falta de actualización e innovación pedagógica, es común observar que todavía se sigan empleando métodos de enseñanza que consideran al educando como un ente pasivo obstaculizando su capacidad de aprender de una manera autónoma y creativa. Y la falta de material didáctico, módulos, manuales, guías didácticas interactivas adecuadas que tengan las bases necesarias de información y creatividad para que el estudiante desarrolle sus habilidades, destrezas y valores creando su propio conocimiento, donde el maestro sea un guía o mediador y no un transmisor de información, es una situación que inquieta al sistema educativo de los Colegios anteriormente mencionados.

La aplicación de esta metodología caduca influye de una manera negativa en el proceso de enseñanza, por tal motivo se ha considerado importante innovar en lo metodológico, y plantear una herramienta de trabajo pedagógico que sea útil al docente en el proceso de aprendizaje y para que de igual forma los estudiantes la utilicen con la finalidad de alcanzar una educación integral utilizando estrategias metodológicas activas que no limiten al educando al momento de realizar una investigación y lo convierta en un sujeto proactivo en el aula.

1.3.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿La carencia de herramientas didácticas innovadoras en el estudio de la asignatura de “Gestión Administrativa Compra y Venta” no incentiva a un aprendizaje proactivo en los estudiantes de los Segundos Años De Bachillerato de la especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”.?

1.4.- DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.

1.4.1.- DELIMITACIÓN ESPACIAL.

La investigación se realizará en los Segundos Años de Bachillerato de la especialidad Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”.

1.4.2.- DELIMITACIÓN TEMPORAL.

La investigación se la realizará durante el año lectivo 2009-2010

1.4.3.- DELIMITACIÓN DE UNIDADES DE OBSERVACIÓN.

Para la investigación se tomará en cuenta a los estudiantes de los Segundos Años de Bachillerato de la especialidad Contabilidad y Administración, y a los Docentes de esta asignatura.

1.5.- OBJETIVOS.

1.5.1.- OBJETIVO GENERAL.

Investigar la metodología utilizada por los docentes en el estudio de la asignatura de “Gestión Administrativa de Compra y Venta” en los estudiantes de los Segundos Años de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”.

1.5.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ❖ Diagnosticar el modelo pedagógico utilizado por los docentes en la asignatura de “Gestión Administrativa de Compra y Venta”.
- ❖ Determinar las estrategias metodológicas y técnicas de enseñanza utilizadas en el estudio de la asignatura de “Gestión Administrativa de Compra y Venta”.
- ❖ Diseñar una propuesta Guía Interactiva que permita innovar en lo metodológico y dirija al estudiante a un aprendizaje autónomo y creativo.
- ❖ Difundir la propuesta de la Guía Interactiva de la asignatura de “Gestión Administrativa Compra y Venta” a los docentes y estudiantes de los Segundos Años De Bachillerato de la especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”.

1.6.- JUSTIFICACIÓN.

En la actualidad se hace indispensable formar estudiantes que se encuentren preparados para responder efectivamente a las exigencias laborales y sociales del entorno, por lo que es importante la innovación de herramientas metodológicas para el correcto desarrollo de las nuevas temáticas que servirán de base en la preparación integral del educando.

Este proyecto de investigación facilitará al educador su trabajo docente beneficiando al estudiante e incentivándolo a un aprendizaje creativo y autónomo, además se pretende superar las dificultades que promueve una educación concebida exclusivamente como transmisora de información, es preciso pensar, programar y realizar una educación comprometida con la causa del ser humano como persona.

Urge promover una educación que, en todos los procesos de enseñanza – aprendizaje, tenga como componente de comprensión, de interpretación y de actuación a la persona como valor fundamental. Una educación humanista, que tenga en cuenta el desarrollo de todas las dimensiones y capacidades del ser humano. Es necesario incorporar en el proceso de aprendizaje alternativas de una educación integral para que los estudiantes “aprendan valores”, permitiendo solucionar problemáticas sociales que observamos día con día y ante las cuales los educadores no pueden quedarse de “brazos cruzados”, con esta aseveración se debe considerar que el *aprendizaje significa cambio* y por lo tanto educar en valores significa un cambio cognitivo, afectivo y social que se reflejará en la conducta de quien lo aprende, guiándolo a reconocer, comprender, analizar y evaluar la dimensión ética o moral en diversos contextos o situaciones.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 FUNDAMENTOS PEDAGÓGICOS

- **Para Castro Pimienta, O (2003), en su obra *Hacia la Pedagogía de la Cooperación, dice:***

“La pedagogía resulta una ciencia general que tiene como peculiaridad, la integración armónica del carácter científico, artístico y tecnológico. Es por ello, una ciencia cuya teoría e instrumentaciones prácticas tienen los rasgos creativos, emocionales y estéticos propios de la actividad artística. Por lo tanto, en la Pedagogía, se dan en unidades dialécticas, la ciencia, el arte y la tecnología; esta última como forma de instrumentación de las aplicaciones en la práctica docente” (p. 14)

Entre las principales corrientes que se encuentran dentro de la pedagogía contemporánea son:

- Pedagogía Peremnialista
- Pedagogía Pragmatista
- Pedagogía Naturalista
- Pedagogía Histórico-Cultural

2.1.1.1 Pedagogía Peremnialista.- Se trata de una corriente idealista y se fundamenta en la religión, ya que el hombre se desarrolla para ser libre, comunicarse con dios y servir a los demás. En nuestro país,

en las instituciones educativas católicas y confesionales escogen esta pedagogía para educar a sus alumnos.

La base epistemológica es el realismo ya que comienza en los sentidos y es una representación subjetiva de la realidad del entendimiento humano.

2.1.1.2 Pedagogía Pragmatista.- Identificada también como: mercantilismo, imperialismo, utilitarismo, tecnicismo. Para esta corriente pedagógica el hombre es considerado como un ser biológico y social que se define por sus impulsos para conservar la vida, solucionando problemas y necesidades de la vida, esta corriente establece que el conocimiento se produce a través de la observación directa y neutral de la realidad, teniendo como base epistemológica al empirismo. Dentro de la educación es considerada como un instrumento para el desarrollo económico que más que educación sería un adiestramiento o entrenamiento para dominar los pueblos y los hombres en determinadas competencias útiles para el sistema productivo, que beneficia a la clase que tiene poder económico- industrial.

2.1.1.3 Pedagogía Naturalista.- Esta pedagogía se reveló contra la vieja pedagogía que distorsionaba la naturaleza de los niños y adolescentes y contra el pragmatismo que pretendía manipular la personalidad de los educandos.

Dentro de esta pedagogía el hombre es considerado como un ser esencialmente bueno pero corrompido por la sociedad y su finalidad es disfrutar de libertad, felicidad y desarrollo de sus potencialidades intelectivas, afectivas y motoras.

La base epistemológica de esta corriente es el sensualismo, que otorga un papel decisivo a los sentidos, sensaciones y percepciones, en la producción del conocimiento. Las sensaciones permiten que la conciencia del hombre entre en contacto con el mundo externo y pueda interpretarlo.

La educación naturalista convierte al estudiante en el aspecto más importante o eje de la educación, creando un ambiente libre de obstáculos que inhiban la libre expresión. El desarrollo natural del niño se convierte en la meta y a la vez en el método de la educación, permitiendo que el niño desarrolle lo bueno de su interioridad, sus cualidades y habilidades naturales, liberándolo de presiones, manipulaciones y condicionamientos.

2.1.1.4 Pedagogía Histórico Cultural.- Esta pedagogía se deriva de la filosofía socialista que niega la validez de abstraer la naturaleza del hombre, independientemente de las condiciones socio-históricas particulares.

Para esta pedagogía el hombre es considerado como un ser social por excelencia. Sus habilidades, actitudes y hasta su inteligencia son producto de las relaciones que tiene con sus semejantes, el individuo extrae sus fuerzas y se desarrolla a expensas de la sociedad; en ella puede manifestarse como individuo y cuya finalidad es desarrollarse como un ser social.

La base epistemológica en esta pedagogía es el método materialista-dialéctico de la naturaleza señalando que *el conocimiento es el reflejo de la realidad, comprobado por la práctica social, estableciendo*

que la explicación y justificación de los conocimientos depende de los resultados de la práctica guiada por la teoría.

La finalidad de la educación dentro de esta pedagogía será pues el desarrollo de las potencialidades del hombre para alcanzar su libertad e identidad, liberando al hombre de la opresión y explotación que atenta contra su dignidad, para que conozca, comprenda y transforme al mundo con un método esencialmente colectivo, dinámico y creativo.

2.1.2 FUNDAMENTOS SOCIOLOGICOS

➤ **Para Villarroel, J (1995), en su obra *Didáctica General*, dice:**

La fundamentación sociológica se refiere a una serie de aspectos que tienen que ver con la vida misma de la sociedad, a saber: ambiente ecológico, rasgos culturales, organizaciones políticas, modos y relaciones de producción, manifestaciones religiosas, diversidad étnica, valores y actitudes; todo esto juega un papel decisivo no solo en las instituciones educativas, sino en un contexto mas amplio como el familiar y comunitario.

Las limitaciones económicas de las familias, el escaso apoyo cultural, enfermedades, desnutrición, marginalidad, etc. Son factores sociales propios de los pueblos subdesarrollados que por determinadas circunstancias históricas, afrontamos serias limitaciones que comprometen la vida, el crecimiento y la educación de las nuevas generaciones.

El pensamiento sociológico de la educación ha formulado diversas explicaciones teóricas sobre el papel y función de la escuela dentro del sistema social. (P.104).

Dos son los modelos teóricos que explican las relaciones escuela-sociedad, tenemos:

- Modelo Económico-Reproductor
- Modelo Socio Crítico

2.1.2.1 Modelo Económico-Reproductor.- según este modelo una institución educativa es vista como una estructura social que debe contribuir al despegue de los pueblos menos desarrollados. Pero para que se integre esta a la actualidad se debe seguir los lineamientos de un modelo triunfante de progreso, basados en modelos educativos que han demostrado su eficacia en las sociedades desarrolladas.

El objetivo primordial de este modelo es de consolidar el modelo de vida capitalista este sistema es el que más conviene al hombre y a las sociedades actuales, frente en lo que es su desarrollo científico-tecnológico, dentro de un mundo de lujos, consumo, y diversión, que demuestra el éxito del sistema capitalista. De este modo, la misión primaria es formar el hombre que acepte este sistema como natural mejor, y así se convierta en defensor y sustentador del mismo". (pág.107)

2.1.2.2 Modelo Crítico.- Este modelo es la sociología de la educación, ya que cuestiona el modelo tradicional y desarrollista de la educación, como alternativa conveniente para la consecución de una pedagogía humanística y comprometida con el auténtico desarrollo de nuestros pueblos. Para este modelo la educación no es más que un

aparato ideológico del estado capitalista, en donde se prepara la mano de obra que se necesita, al tiempo que internaliza la ideología dominante.

El proyecto básico de esta corriente es que puede sintetizarse, como un intento de formular una pedagogía crítica comprometida con los imperativos de potenciar el papel crítico de los estudiantes y de transformar el orden social, en general, en beneficio de una democracia más justa y equitativa”. (pág.108)

2.1.3 FUNDAMENTO PSICOLÓGICO

➤ **Según biblioteca de consulta MICROSOFT® ENCARTA®**

“Psicología, es la aplicación del método científico al estudio del comportamiento de los individuos y grupos sociales en los ambientes educativos. La psicología no sólo se ocupa de la conducta de profesores y estudiantes, sino que también se aplica a otros grupos como los ayudantes de los profesores, primera infancia, inmigrantes y tercera edad. Además es uno de los pilares de la didáctica, sobre todo porque muchos de sus descubrimientos han influido de manera concluyente en los cambios educativos”.

Tres son las teorías del aprendizaje, que han dominado en la educación las últimas décadas, a saber: según Villarroel J. Hidrovo (1995).

- ❖ Teoría Conductista
- ❖ Teoría Cognoscitiva
- ❖ Teoría Contextual o Ecológica

2.1.3.1 Teoría Conductista.- Esta teoría enfoca, que el aprendizaje es un cambio de comportamiento de una empresa, a base de una adecuada estimulación y refuerzo. De manera que el alumno aprende cuando a logrado incentivar en él una conducta motora, intelectual o afectiva, y de manera inmediata, proporcionarle un refuerzo que puede ser recompensas o castigos.

El conductismo puede ser utilizado para modificar actitudes que tiene un estudiante como por ejemplo: un estudiante es llamado la atención en expresiones fuertes y bruscas por un profesor y allí recibe malas experiencias, él evitará preguntarle a un peor acercarse por el trato que tubo pero al cambiar de hora y de profesor este ve que los alumnos congenian con este se ríen, bromean, el alumno necesitará observarlo más al profesor que tubo este encuentro hasta que su miedo desaparezca al tratar de nuevo con el profesor.

El papel del alumno es de ser un sujeto esencialmente pasivo, receptivo y contemplativo, este actúa como una arcilla moldeable en manos del condicionador, registra los estímulos que vienen del exterior pero sin modificarlos peor aún crearlos.

El papel del profesor es de estimular y reforzar las conductas que desean que sus alumnos adquieran, es un condicionador de comportamientos deseables que deben exhibir los alumnos. Para lograr todo esto el profesor de igual manera debe de adiestrarse en aquellas competencias didácticas que lo vuelvan eficaz en su trabajo. El objetivo de este modelo es de que el maestro actúe como un ingeniero conductual". (pág.115)

2.1.3.2 Teoría Cognoscitiva.- El cognoscitismo hace su aparición estudiando la conciencia como inteligencia, después como aprendizaje y el planteamiento central es que "la verdadera naturaleza del aprendizaje no se sitúa en la conducta sino en los procesos mentales causantes del cambio de conducta resultante. Este modelo explica el aprendizaje en función de las experiencias, información, impresiones, actitudes e ideas de una persona y de la forma como, ésta las integra, organiza y las reorganiza.

Es decir que el aprendizaje es un cambio permanente de los conocimientos o de la comprensión de experiencias pasadas cuanto a la información nueva que se va adquiriendo. Así esta teoría considera al alumno como un agente activo de su propio aprendizaje, el alumno es quien construye nuevos aprendizajes, de diversificar y coordinar esquemas de conocimientos estableciendo de este modo, redes de significado que enriquecen el conocimiento del mundo físico y social y potenciar el crecimiento personal.

Del cognoscitismo se han generado propuestas [técnicas](#) que proponen que el estudiante. "aprenda a aprender", o aprenda a pensar primero para que luego adquiera autonomía, no solo en sus estudios, sino en su vida.

El objetivo primordial es que los estudiantes logren aprendizajes significativos de los diferentes contenidos y experiencias para que logren un mayor desarrollo de sus capacidades intelectivas, afectivas, motoras, para que así puedan integrarse a la sociedad con un criterio maduro, crítico, y creativo". (pág.116)

2.1.3.3 Teoría Contextual o Ecológica.- Esta teoría es la más moderna ya que se preocupa por el campo natural y social que influyen y

condicionan la conducta humana es decir en el proceso educativo y en el aprendizaje en particular. Para el alumno es procesar la información que llega a su cerebro y construye nuevos esquemas de conocimiento, pero no como una relación individual, sino en condiciones de orientación e interacción social. Este modelo pone el eje principal del aprendizaje a un estudiante activo, consciente, orientado hacia un objetivo o meta que este se proponga y que pueda cumplirlo a cabalidad.

En el proceso de enseñanza-aprendizaje, esta teoría estudia las situaciones del entorno en donde se forman los estudiantes que permite comprender, de manera global y real, los diferentes sucesos y las múltiples relaciones que acaecen durante el proceso de enseñanza-aprendizaje como: las relaciones alumno-maestro entre los propios discípulos, el contexto físico y emocional del aula, las características socioeconómicas y culturales que trae cada persona, los conocimientos y experiencias que traen de afuera los estudiantes. Es decir, la enseñanza no es tan solo situacional como sugiere la teoría cognitiva, sino también personal y psicosocial". (pág.117)

2.1.3.4 Teoría Constructivista.- Como complemento del cognoscitivismo nace el constructivismo, esta teoría sostiene que "el conocimiento emerge en contextos que le son significativos para el sujeto.

El sujeto procesa y construye el conocimiento en pro de su propia vida, buscando el desarrollo en términos de moderación, experiencia, [equilibrio](#) permanente. Esta teoría ha tenido muchos exponentes, siendo [Piaget](#) unos de sus precursores quien no solo descubre los aspectos diferenciales del desarrollo evolutivo del ser, sino que descubre el mecanismo de creación del conocimiento al señalar que la acción precede

al pensamiento. Inclusive pensar es acción. Por ello el aprendizaje comienza con una práctica de vida donde el alumno se involucra directamente.

El Constructivismo psicológico mantiene la idea que el individuo, “tanto en los aspectos cognitivos y sociales del comportamiento como en los afectivos”, no es un mero producto del ambiente ni un simple resultado de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo día a día como resultado de la interacción entre esos dos factores. En consecuencia, esta posición el conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción del ser humano. Los instrumentos con que la persona realiza dicha construcción, fundamentalmente con los esquemas que ya posee, es decir, con lo que ya construyó en su relación con el medio que le rodea

Según VILLARROEL, J.(1995)

“La teoría constructivista afirma que la actividad mental constructiva del alumno es el factor decisivo en la realización de los aprendizajes escolares. Cuando los alumnos inician el aprendizaje de un nuevo contenido, pero no hacen esto a partir de la nada sino a partir de sus ideas y representaciones previas de aquellas que tienen en su cerebro. Según este supuesto, el aprendizaje sería siempre el producto de la interacción entre la idea previa activada y la nueva información proporcionada por la situación del aprendizaje.

En consecuencia, los contenidos ya no son parcelas de conocimientos que hay que transferir al estudiante sino estructuras que han de construir o descubrir con la participación activa del propio sujeto. Según esto, el alumno es el que construye, modifica, amplía o enriquece sus esquemas. Al profesor por su parte le compete no solo conocer el

contenido que va a enseñar, sino meditar profundamente e ingeniarse para facilitar el aprendizaje del alumno. Es el adulto que con quien con su ayuda pedagógica, contribuye a crear condiciones favorables para que el alumno construya esquemas de conocimientos más ricos y correctos". (pág. 183)

2.1.3.5 Tipos de Constructivismo.- Según Biblioteca Encarta Microsoft Corporation.

- ❖ Constructivismo Piagetiano
- ❖ Constructivismo Humano
- ❖ Constructivismo Social
- ❖ Constructivismo Radical

2.1.3.5.1 Piagetiano.- El constructivismo piagetiano tuvo un momento particularmente durante las décadas de 1960 y 1970, impulsado numeroso proyectos de investigación e innovación educativa. Para Piaget, la idea de la asimilación es clave, ya que la nueva información que llega a una persona es asimilada entre comillas en función de lo que previamente hubiera adquirido. Muchas veces se necesita luego una acomodación de lo aprendido, por lo que debe haber una acomodación de los esquemas del pensamiento en función de las nuevas circunstancias".

2.1.3.5.2 Humano.- Surge de las aportaciones de Ausubel sobre el aprendizaje significativo a los que añaden las posteriores contribuciones neurobiológicas de Novark".

2.1.3.5.3 Social.- Se funda en la importancia de las ideas alternativas y del cambio conceptual (Kelly), además de las teorías sobre el procesamiento de la información. Para esta versión del constructivismo

son de gran importancia las interacciones sociales entre los que aprenden”

2.1.3.5.4 Radical.- Se trata de una concepción que niega la posibilidad de una transmisión de conocimientos del profesor al alumno ya que ambos construyen estrictamente sus significados. Los constructivista radicales entienden la construcción de saberes desde una vertiente darwinista y adaptativa, es decir, el proceso cognitivo tiene su razón de ser en la adaptación al medio y no en el descubrimiento de una realidad objetiva. A diferencia de otros “constructivismo”, el constructivismo radical es idealista porque concibe el mundo como una construcción de pensamiento y, por tanto depende de el”.

2.1.3.6 Teoría del Aprendizaje Significativo.- Ausubel plantea que el aprendizaje del alumno depende de la estructura cognitiva previa que se relaciona con la nueva [información](#), debe entenderse por "estructura cognitiva", al conjunto de conceptos, ideas que un individuo posee en un determinado campo del [conocimiento](#), así como su [organización](#).

En el proceso de orientación del aprendizaje, es de vital importancia conocer la estructura cognitiva del alumno; no sólo se trata de saber la cantidad de información que posee, sino cuales son los conceptos y proposiciones que maneja así como de su grado de estabilidad.

Los principios de aprendizaje propuestos por Ausubel, ofrecen el marco para el diseño de [herramientas](#) metacognitivas que permiten conocer la organización de la estructura cognitiva del educando, lo cual permitirá una mejor orientación de la labor educativa, ésta ya no se verá como una labor que deba desarrollarse con "mentes en blanco" o que el aprendizaje de los alumnos comience de "cero", pues no es así, sino que,

los educandos tienen una serie de experiencias y conocimientos que afectan su aprendizaje y pueden ser aprovechados para su beneficio.

Ausubel resume este hecho en el epígrafe de su obra de la siguiente manera: "Si tuviese que reducir toda la psicología educativa a un solo principio, enunciaría este: El factor más importante que influye en el aprendizaje es lo que el alumno ya sabe."

2.1.3.5.6.1 Aprendizaje Significativo Y Aprendizaje Mecánico

Un aprendizaje es significativo cuando los contenidos: Son relacionados de modo no arbitrario y sustancial (no al pie de la letra) con lo que el alumno ya sabe. Por relación sustancial y no arbitraria se debe entender que las ideas se relacionan con algún aspecto existente específicamente relevante de la estructura cognoscitiva del alumno, como una [imagen](#), un símbolo ya significativo, un [concepto](#) o una proposición (AUSUBEL; 1983 :18).

Esto quiere decir que en el proceso educativo, es importante considerar lo que el individuo ya sabe de tal manera que establezca una relación con aquello que debe aprender. Este proceso tiene lugar si el educando tiene en su estructura cognitiva conceptos, estos son: ideas, proposiciones, estables y definidos, con los cuales la nueva información puede interactuar.

El [aprendizaje significativo](#) ocurre cuando una nueva información "se conecta" con un concepto relevante pre existente en la estructura cognitiva, esto implica que, las nuevas ideas, conceptos y proposiciones pueden ser aprendidos significativamente en la medida en que otras ideas, conceptos o proposiciones relevantes estén adecuadamente claras

y disponibles en la estructura cognitiva del individuo y que funcionen como un punto de "anclaje" a las primeras.

La característica más importante del aprendizaje significativo es que, produce una interacción entre los conocimientos más relevantes de la estructura cognitiva y las nuevas informaciones (no es una simple asociación), de tal modo que éstas adquieren un significado y son integradas a la estructura cognitiva de manera no arbitraria y sustancial, favoreciendo la diferenciación, evolución y estabilidad de los conceptos pre existentes y consecuentemente de toda la estructura cognitiva.

2.1.3.5.6.2 El Aprendizaje Mecánico.- contrariamente al aprendizaje significativo, se produce cuando no existen conceptos adecuados, de tal forma que la nueva información es almacenada arbitrariamente, sin interactuar con conocimientos pre- existentes, un ejemplo de ello sería el simple aprendizaje de fórmulas en física, esta nueva información es incorporada a la estructura cognitiva de manera literal y arbitraria puesto que consta de puras asociaciones arbitrarias, [cuando], "el alumno carece de conocimientos previos relevantes y necesarios para hacer que la tarea de aprendizaje sea potencialmente significativo" (independientemente de la cantidad de significado potencial que la tarea tenga).

Obviamente, el aprendizaje mecánico no se da en un "vacío cognitivo" puesto que debe existir algún tipo de asociación, pero no en el sentido de una interacción como en el aprendizaje significativo. El aprendizaje mecánico puede ser necesario en algunos casos, por ejemplo en la fase inicial de un nuevo cuerpo de conocimientos, cuando no existen conceptos relevantes con los cuales pueda interactuar, en todo caso el aprendizaje significativo debe ser preferido, pues, este facilita la adquisición de significados, la retención y la transferencia de lo aprendido.

Finalmente Ausubel no establece una distinción entre aprendizaje significativo y mecánico como una dicotomía, sino como una "continuación", es más, ambos tipos de aprendizaje pueden ocurrir concomitantemente en la misma tarea de aprendizaje (Ausubel; 1983); por ejemplo la simple memorización de fórmulas se ubicaría en uno de los extremos de ese continuo(aprendizaje mecánico) y el aprendizaje de relaciones entre conceptos podría ubicarse en el otro extremo (Ap. Significativo) cabe resaltar que existen tipos de aprendizaje intermedios que comparten algunas propiedades de los aprendizajes antes mencionados.

2.1.3.5.6.3 Aprendizaje por Descubrimiento y Aprendizaje por Recepción.- En la vida diaria se producen muchas actividades y aprendizajes, por ejemplo, en el [juego](#) de " tirar la cuerda " ¿No hay algo que tira del extremo derecho de la cuerda con la misma [fuerza](#) que yo tiro del lado izquierdo? ¿Acaso no sería igual el tirón si la cuerda estuviera atada a un árbol que si mi amigo tirara de ella?, Para ganar el [juego](#) ¿no es mejor empujar con más fuerza sobre el [suelo](#) que tirar con más fuerza de la cuerda? Y ¿Acaso no se requiere energía para ejercer está fuerza e impartir [movimiento](#)? Estas ideas conforman el fundamento en física de la [mecánica](#), pero ¿Cómo deberían ser aprendidos?, ¿Se debería comunicar estos fundamentos en su forma final o debería esperarse que los alumnos los descubran?, Antes de buscar una respuesta a estas cuestiones, evaluemos la naturaleza de estos aprendizajes.

-En el Aprendizaje por Recepción, el contenido o motivo de aprendizaje se presenta al alumno en su forma final, sólo se le exige que internalice o incorpore el material ([leyes](#), un poema, un teorema de [geometría](#), etc.) que se le presenta de tal modo que pueda recuperarlo o reproducirlo en un momento posterior.

En el caso anterior la tarea de aprendizaje no es potencialmente significativa ni tampoco convertida en tal durante el proceso de internalización, por otra parte el aprendizaje por recepción puede ser significativo si la tarea o material potencialmente significativos son comprendidos e interactúan con los "conceptos" existentes en la estructura cognitiva previa del educando.

- **En el aprendizaje por descubrimiento**, lo que va a ser aprendido no se da en su forma final, sino que debe ser re-construido por el alumno antes de ser aprendido e incorporado significativamente en la estructura cognitiva.

El aprendizaje por descubrimiento involucra que el alumno debe reordenar la información, integrarla con la estructura cognitiva y reorganizar o transformar la combinación integrada de manera que se produzca el aprendizaje deseado. Si la condición para que un aprendizaje sea potencialmente significativo es que la nueva información interactúe con la estructura cognitiva previa y que exista una disposición para ello del que aprende, esto implica que el aprendizaje por descubrimiento no necesariamente es significativo y que el aprendizaje por recepción sea obligatoriamente mecánico. Tanto uno como el otro pueden ser significativo o mecánico, dependiendo de la manera como la nueva información es almacenada en la estructura cognitiva; por ejemplo el armado de un rompecabezas por ensayo y error es un tipo de aprendizaje por descubrimiento en el cual, el contenido descubierto (el armado) es incorporado de manera arbitraria a la estructura cognitiva y por lo tanto aprendido mecánicamente, por otro lado una ley física puede ser aprendida significativamente sin necesidad de ser descubierta por el alumno, está puede ser oída, comprendida y usada significativamente, siempre que exista en su estructura cognitiva los conocimientos previos apropiados.

El hablar del aprendizaje significativo es adentrarnos en unos de los temas más actuales de la educación, hacemos referencia a aspectos generales, las ventajas que esta propuesta psicopedagógica establece en el sistema educativo actual, además nos permitimos hacer un análisis de los fundamentos filosóficos en el que está basado este aprendizaje y hablamos de los factores cognitivos que intervienen en el aprendizaje y qué importancia tiene cada uno de estos.

La práctica del aprendizaje comprensivo arranca de una concreta propuesta, partir siempre de lo que el estudiante tiene, conoce, respecto de aquello que se pretende aprender.

Sólo desde esa plataforma se puede conectar con los intereses del estudiante y éste puede remodelar y ampliar sus esquemas perceptivos.

2.1.4 FUNDAMENTOS EDUCATIVOS

Para Nérice, I., (1992) “La educación es un proceso que tiende a capacitar al individuo para actuar conscientemente frente a nuevas situaciones de la vida, aprovechando la experiencia anterior y teniendo en cuenta la integración, la continuidad y los progresos sociales.

Todo ello de acuerdo con la realidad de cada uno, de modo que sean atendidas las necesidades individuales y colectivas. (Pág. 19)

Este fundamento manifiesta que la educación es la acción de desarrollar y perfeccionar las actitudes y facultades intelectuales que son susceptibles de cambio en el hombre.

2.1.5 LAS COMPETENCIAS

Para Benavides O, (2001), en su obra *Competencias y Competitividad* dice:

Las competencias son comportamientos y destrezas visibles que la persona aporta en un empleo para cumplir con sus responsabilidades de manera eficaz y satisfactoria.”(P. 72)

Según www.monografias.com/trabajos16/diseño-curricular-competencias/ dice.

“El eje principal de la educación por competencias es el desempeño entendido como "la expresión concreta de los recursos que pone en juego el individuo cuando lleva a cabo una actividad, y que pone el énfasis en el uso o manejo que el sujeto debe hacer de lo que sabe, no del conocimiento aislado, en condiciones en las que el desempeño sea relevante" (Malpica, 1996).

Desde esta perspectiva, lo importante no es la posesión de determinados conocimientos, sino el uso que se haga de ellos. Este criterio obliga a las instituciones educativas a replantear lo que comúnmente han considerado como formación. Bajo esta óptica, para determinar si un individuo es competente o no lo es, deben tomarse en cuenta las condiciones reales en las que el desempeño tiene sentido, en lugar del cumplimiento formal de una serie de objetivos de aprendizaje que en ocasiones no tienen relación con el contexto.

2.1.6 ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS INTERACTIVAS

Cuadro 2.1

ESTRATEGIA DIDACTICA	OBJETIVO	VENTAJAS	APLICACIONES	ROLES
Método de Proyectos	Acercar una realidad concreta a un ambiente académico por medio de la realización de un proyecto de trabajo.	Se convierte en incentivo. Motiva a aprender. Estimula el desarrollo de habilidades para resolver situaciones reales.	Recomendable en materias terminales de carreras profesionales, en cursos donde ya se integran contenidos de diferentes áreas del conocimiento, en cursos donde se puede hacer un trabajo interdisciplinario.	Profesor: Identifica el proyecto. Plantea la intervención de los alumnos. Facilita y motiva la participación de los estudiantes. Alumnos: Activos, investigan, discuten, proponen y comprueban sus hipótesis. Practican habilidades.
Método de Casos	Acercar una realidad concreta a un ambiente académico por medio de un caso real o diseñado.	Permite que el contenido sea más significativo para los alumnos, Desarrolla la habilidad para análisis y síntesis. Motiva a aprender.	Útil para iniciar la discusión de un tema. Para promover la investigación sobre ciertos contenidos. Se puede plantear un caso para verificar los aprendizajes logrados.	Profesor: Diseña y recopila el caso. Presenta el caso, facilita y motiva a su solución. Alumnos: Activos, investigan, discuten, proponen y comprueban sus hipótesis.

ESTRATEGIA DIDACTICA	OBJETIVO	VENTAJAS	APLICACIONES	ROLES
Simulación de Juego	Aprender a partir de la acción tanto sobre contenidos como sobre el desempeño de los alumnos ante situaciones simuladas	Promueve la interacción y la comunicación. Es divertida. Permite aprendizajes significativos.	Para contenidos que requieren de vivencia para hacerlos significativos. Para desarrollar habilidades específicas para enfrentar y resolver las situaciones simuladas. Para estimular el interés de los alumnos por un tema específico al participar en el juego.	Profesor: Maneja y dirige la situación. Establece la simulación o dinámica del ,juego. Interroga sobre la situación. Alumnos: Activos, experimentan la simulación o juego. Reaccionan a condiciones o variables emergentes.
Aprendizaje Basado en Problemas	Los estudiantes deben trabajar en grupos pequeños, sintetizar y construir el conocimiento para resolver los problemas, que por lo general han sido tomados de la realidad.	Favorece el desarrollo de habilidades para el análisis y síntesis de información. Permite el desarrollo de actitudes positivas ante problemas. Desarrolla habilidades cognitivas y de socialización.	Es útil para que los alumnos identifiquen necesidades de aprendizaje. Se aplica para abrir la discusión de un tema. Para promover la participación de los alumnos en la atención a problemas relacionados con su área de especialidad.	Profesor: Presenta una situación problemática. Ejemplifica, asesora y facilita. Toma parte en el proceso como un miembro más del grupo. Alumno: Juzgan y evalúan sus necesidades de aprendizaje. Investigan. Desarrollan hipótesis. Trabajan individual y grupalmente en la solución de problemas. Son activos.

ESTRATEGIA DIDACTICA	OBJETIVO	VENTAJAS	APLICACIONES	ROLES
Panel de Discusión	Dar a conocer a un grupo diferentes orientaciones con respecto a un tema.	Se recibe información variada y estimulante. Estimula el pensamiento crítico.	Se aplica para contrastar diferentes puntos de vista con respecto a un tema. Cuando se quiere motivar a los alumnos a investigar sobre contenidos del curso.	Profesor: Moderador, facilitador del proceso, neutral. Alumnos: Atentos a la información, activos, inquisitivos y analíticos.
Lluvia de Ideas	Incrementar el potencial creativo en un grupo. Recabar mucha y variada información. Resolver problemas.	Favorece la interacción en el grupo. Promueve la participación y la creatividad, motiva y es fácil de aplicar.	Útil al enfrentar problemas o buscar ideas para tomar decisiones. Para motivar la participación de los alumnos en un proceso de trabajo grupal.	Profesor: Moderador, facilitador del proceso, motiva la participación. Alumnos: Participación, aportan, agrupan y ordenan ideas, toman decisiones en grupo.

2.1.7 TÉCNICAS DE ENSEÑANZA INTERACTIVAS

Cuadro 2.2

TÉCNICA	DEFINICIÓN	APLICACIÓN
Panel	Exposición de un tema por un grupo de personas o en forma individual, con diferentes enfoques o puntos de vista.	<p>Para transmitir información a grupos numerosos.</p> <p>Para lograr una visión interdisciplinaria en un tema específico.</p> <p>Para lograr síntesis en poco tiempo.</p> <p>Para complementar otras técnicas al utilizarse como un medio para interesar a los participantes.</p>
Mesa Redonda	Es una discusión de un tema por un grupo de expertos ante un auditorio con la ayuda de un moderador.	<p>Para explorar un tema ante grupos numerosos.</p> <p>Para sugerir puntos de vista diferentes a un grupo.</p> <p>Para proporcionar hechos y opiniones sobre problemas en discusión.</p> <p>Para ayudar al grupo a enfrentar un problema polémico.</p>
Lectura Comentada	<p>Consiste en dejar a los participantes leer un documento y que lo comenten con la dirección del instructor.</p> <p>Como variante de esta práctica se puede usar el debate, cuya mecánica es semejante.</p>	<p>Para profundizar en aspectos teóricos de un tema.</p> <p>Para conocer puntos de vista de autores relevantes.</p> <p>Para generar en grupos pequeños la habilidad para analizar y la sintetizar información.</p>

TÉCNICA	DEFINICIÓN	APLICACIÓN
Institución Programada	Es una técnica individualizada por medio de materiales que permiten que el participante dirija su aprendizaje a su propio ritmo, gracias a la retroalimentación constante de respuestas correctas.	<p>Para análisis financiero.</p> <p>Para aprendizaje de conceptos.</p> <p>Para aprendizaje de procedimientos.</p>
Seminario de Investigación	El instructor propone un listado de temas o aspectos de la materia que serán investigados por pequeños subgrupos de participantes, de acuerdo con sus intereses, mismos que posteriormente son presentados al grupo.	<p>Para subdividir en forma participativa a un grupo numeroso.</p> <p>Para procesar material abundante en un tiempo limitado.</p> <p>Para aprovechar los recursos del grupo.</p>
Estudio de Casos	Es una técnica que se centra en los participantes, al propiciar una reflexión o juicio crítico alrededor de un hecho real o ficticio que previamente les fue descrito o ilustrado. El caso puede ser presentado como un documento breve o extenso, en forma de lectura, película o grabación.	<p>Para propiciar al análisis e intercambio de ideas.</p> <p>Para enfatizar y desarrollar habilidades en aspectos prácticos de la enseñanza.</p> <p>Para examinar diferentes soluciones ante un mismo caso.</p> <p>Para propiciar la participación y la responsabilidad de las personas en su propio aprendizaje.</p>

TÉCNICA	DEFINICIÓN	APLICACIÓN
<p align="center">Foro (Forma Directa)</p>	<p>Consiste en la discusión grupal sobre un tema, hecho o problema coordinado por el instructor para obtener las opiniones, llegar a conclusiones y establecer diversos enfoques.</p>	<p>Para incrementar la información sobre un tema. Para analizar información a través de la discusión grupal. Para favorecer un clima de apertura y confianza que invite al grupo a expresar sus opiniones. Para desarrollar una actitud participativa en un grupo.</p>
<p align="center">Cine, teatro y Discoforo</p>	<p>Es una variante del foro, donde se realiza la discusión sobre un tema, hecho o problema escuchando y/o visto de un medio de comunicación masiva. (Disco, teatro, película, etc.)</p>	<p>Analizar retrospectivamente los mensajes enviados por los medios de comunicación Como complemento de otras técnicas, para apoyar temas expuestos durante un curso.</p>
<p align="center">Lluvia De Ideas</p>	<p>Es una técnica que permite la libre expresión de las ideas de los participantes sin las restricciones o limitaciones con el propósito de producir el mayor número de datos, opiniones y soluciones sobre algún tema.</p>	<p>Para fomentar el pensamiento creativo. Para fomentar el juicio crítico expresando en un ambiente de libertad. Para promover la búsqueda de soluciones distintas. Para facilitar la participación de las personas con autonomía y originalidad.</p>

TÉCNICA	DEFINICIÓN	APLICACIÓN
Experiencia Estructurada	Es una técnica en la cual los participantes realizan una serie de actividades previamente diseñadas, cuyo propósito es destacar los principales elementos de un tema o aspecto.	Para facilitar el aprendizaje a través de la simulación de un hecho real. Para fomentar la participación del grupo en la solución de problemas.
Juego de Papeles	En esta técnica algunos participantes asumen un papel diferente al de su propia identidad, para representar un problema real o hipotético con el objeto de que pueda ser comprendido y analizado por el grupo.	Para facilitar el aprendizaje a través de la simulación de un hecho real. Para lograr una mayor comprensión a través de la vivencia de los participantes de una situación determinada. Para que los participantes analicen su propio comportamiento frente al problema en cuestión.
Discusión Dirigida	Consiste en el intercambio de ideas y opiniones entre los integrantes de un grupo relativamente pequeño, acerca de un tema específico con un método y una estructura en la que se mezclan la comunicación formal y las expresiones espontáneas de los participantes.	Para propiciar la interacción entre los participantes. Para estimular la participación a través de una tarea. Para facilitar la comunicación interpersonal y grupal en forma ordenada.

TÉCNICA	DEFINICIÓN	APLICACIÓN
PHILLIPS 66	Esta técnica se puede emplear cuando deseamos conocer la opinión de muchas personas en un tiempo corto. Consiste básicamente en subdividir un grupo grande en subgrupos de seis personas.	<p>Permite la participación de todos los miembros de un grupo.</p> <p>Desarrolla la capacidad de síntesis.</p> <p>Se debe elegir un coordinador y un secretario en cada subgrupo.</p> <p>Se debe dar un minuto a cada miembro para que dé a conocer sus ideas u opiniones.</p>

FUENTE: <http://docencia.udea.edu.co/csh/DisenoCurricular/documentos/formato%20guia%-proyectos%20de%20aula.rt>

2.1.8 EDUCACIÓN, TECNOLOGÍA E INTERACTIVIDAD

Es habitual escuchar a la gente decir: "esto es un problema de educación; qué falta de educación que hay". La educación de antes "era otra cosa". "En la escuela ya nadie aprende" o que "sólo se vive aburrido en la escuela."

Muchas personas están interesadas sólo por un trozo de papel que certifique que se ha estudiado, sin interesarles si realmente son poseedores o no del conocimiento. Tal vez porque ese estudio les brinda cierto "status" o lugar social. Sin plantearse el verdadero sentido de dicho estudio y rescatando valores como la ética, que en los tiempos que corren habitualmente no cotizan en plaza y sin embargo deberían.

Frente a ese panorama, crudo y real, aparecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, brindando variadas herramientas, modificando fenómenos sociales y haciendo aún más complejo el armazón educativo en general.

Mientras la educación actual se queja permanentemente del fenómeno *mediático*. "Es por culpa de la tecnología". Pero aquí no estamos hablando en términos de culpabilidad, sino en realidad de usos de herramientas y medios disponibles.

Sobre la tecnología y su empleo en el aula, se ha dicho y se dirá tanto, cuando en realidad, debería ser vista como elemento de mediación de un proceso pedagógico que actuarán conforme al empleo que se realice de ella y allí la creatividad, los medios disponibles, las actividades al alcance de los docentes irán perfilando los resultados.

Es innegable que las personas están abiertas a un universo cognitivo muy diferente al que existía antes y que aún más diferentes son sus realidades socio-económicas, más aún, con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información, se desvanecen las barreras de tiempo y espacio y tanto el proceso de aprendizaje como el de la enseñanza son alcanzados por estos cambios.

Aparece en escena la temática de la interactividad; que si bien nos remite a la idea de actividades; resulta de cierta complejidad su definición y más aún dentro de la educación. Algunos autores piensan en la interactividad como un modo en que los alumnos a lo largo de diversas actividades respondan, resuelvan, contesten.

Según FAINHOLC, Beatriz (1999) se refiere a interactividad como "toda conducta humana es un impulso de relaciones interpersonales. Toda conducta constituye siempre un vínculo en una situación cultural. Toda conducta es una experiencia con otros y con objetos en una situación (Pag: 46).

Considerando también a la interactividad en la educación como al conjunto de acciones o intervenciones, recursos y materiales didácticos como conjunto articulado de componentes que intervienen en el hecho educativo, facilitando el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Su principal objetivo es, así, facilitar la intercomunicación entre el estudiante y los orientadores para favorecer por medio de la intuición y del razonamiento, un acercamiento comprensivo de las ideas a través de los sentidos (FAINHOLC, Beatriz 1999: 50).

La carencia de dinamismo e interactividad, se suma a los problemas y deficiencias que la enseñanza tradicional han contemplado

durante tanto tiempo en todas las disciplinas, pero específicamente en el campo de las ciencias básicas, en donde la memorización y aplicación mecánica de ecuaciones, así como el estudio motivado por la nota, han dejado graves deficiencias y un profesional incapaz de proponer soluciones reales en un mundo cada vez más demandante y competitivo.

Por otra parte, la necesidad de ampliar la cobertura educativa con pocos recursos y escaso personal contribuyen a que día a día la interacción docente-estudiante se debilite en grupos que cada vez son más voluminosos, siendo esta situación agravada por la renuencia del estudiante a participar y la reducida posibilidad de evaluar de manera sistemática sin sobrecargar al docente, lo cual hace que no puedan detectarse a tiempo los errores y determinar cuáles son las necesidades particulares de los estudiantes.

El alumno de hoy en día no está dispuesto a memorizar conocimientos y lenguajes que no comprenden ni parecen útiles, el avance mismo de la tecnología lo ha llevado a este punto. Urge recuperar el estado de estudiante intelectual, con capacidad propositiva frente a los problemas, urge establecer una dinámica de clase que les permita pensar, hacer y comunicar de manera efectiva de acuerdo a los postulados científicos y a las tecnologías modernas, de lo contrario el conocimiento se convierte en dogma, si no se atienden las dificultades conceptuales.

Debido a que el aula es el principal escenario de enseñanza y que innumerables estudios han demostrado la limitada efectividad de las clases magistrales convencionales, se hace necesario convertir este espacio en una experiencia activa, que promueva la adquisición eficiente y retención del conocimiento.

2.1.8.1 Ventajas de la interactividad

- En el estudiante:

1. Se mejora la asistencia
2. Se mejora la comprensión
3. Hay participación activa durante la clase.
4. Ayuda a los estudiantes tímidos a ser proactivos
5. Se incrementa el aprendizaje colaborativo
6. Se mejora la retención de conceptos.
7. Los estudiantes expresan mayor satisfacción.

- En la efectividad docente:

1. Retroalimentación inmediata para todo el grupo.
2. La respuesta inmediata le permite al docente juzgar cuándo y cómo ampliar, revisar, o aclarar algún concepto de acuerdo a las necesidades de los estudiantes.

2.1.9. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC)

Se pueden considerar las TIC un concepto dinámico. Por ejemplo, a finales del siglo XIX el [teléfono](#) podría ser considerado *una nueva*

tecnología según las definiciones actuales. Esta misma definición podría aplicarse a la [televisión](#) cuando apareció y se popularizó en la década de los 50 del siglo pasado. No obstante esto, hoy no se pondrían en una lista de TIC y es muy posible que actualmente los ordenadores ya no puedan ser calificados de nuevas tecnologías. A pesar de esto, en un concepto amplio, se puede considerar que el teléfono, la televisión y el [ordenador](#) forman parte de lo que se llama TIC, tecnologías que favorecen la comunicación y el intercambio de información en el mundo actual.

Después de la invención de la escritura, los primeros pasos hacia una [sociedad de la información](#) estuvieron marcados por el [telégrafo](#) eléctrico, después el [teléfono](#) y la radiotelefonía, la [televisión](#), [Internet](#). La [telefonía móvil](#) y el [GPS](#) han asociado la imagen al texto y a la palabra «sin cables», Internet y la televisión son accesibles en el [teléfono móvil](#) que es también una máquina de hacer fotos.

El acercamiento de la informática y de las telecomunicaciones, en el último decenio del [siglo XX](#) se ha beneficiado de la miniaturización de los componentes, permitiendo producir aparatos «multifunciones» a precios accesibles, desde los años 2000.

Los usos de las TIC no paran de crecer y de extenderse, sobre todo en los países ricos, con el riesgo de acentuar localmente la [Brecha digital](#), y social y la diferencia entre generaciones. Desde la agricultura de precisión y la gestión del bosque, a la monitorización global del medio ambiente planetario o de la [biodiversidad](#), a la [democracia participativa](#) (*TIC al servicio del desarrollo sostenible*) pasando por el comercio, la telemedicina, la información, la gestión de múltiples bases de datos, la [bolsa](#), la [robótica](#) y los usos [militares](#), sin olvidar la ayuda a los [discapacitados](#) (ciegos que usan sintetizadores vocales avanzados), los

TIC tienden a tomar un lugar creciente en la vida humana y el funcionamiento de las sociedades.

2.1.9.1 Un concepto nuevo

A nadie sorprende estar informado minuto a minuto, comunicarse con gente del otro lado del planeta, ver el video de una canción o trabajar en equipo sin estar en un mismo sitio. Con una rapidez impensada las Tecnologías de la información y comunicación son cada vez más, parte importante de nuestras vidas. Este concepto que también se llama [Sociedad de la información](#), se debe principalmente a un invento que empezó a formarse hace unas cuatro décadas: [Internet](#).

Todo se gestó como parte de la Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada ([ARPANET](#)) creada por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos de América, pensada para comunicar los diferentes organismos del país. Sus principios básicos eran: ser una red descentralizada con múltiples caminos entre dos puntos, y que los mensajes estuvieran divididos en partes que serían enviados por caminos diferentes.

La presencia de diversas universidades e institutos en el desarrollo del proyecto hizo que se fueran encontrando más posibilidades de intercambiar información. Se crearon los [correos electrónicos](#), los servicios de mensajería y las páginas [web](#). Pero no es hasta mediados de la década de los noventa -cuando ya había dejado de ser un proyecto militar- que se da la verdadera explosión de Internet. Y a su alrededor todo lo que conocemos como Tecnologías de la información y comunicación.

El desarrollo de Internet ha significado que la información esté ahora en muchos sitios. Antes la información estaba concentrada, la daban los padres, los maestros, los libros. La escuela y la universidad eran los ámbitos que concentraban el conocimiento. Hoy se han roto estas barreras y con Internet hay más acceso a la información.

El principal problema, pero, es la [calidad](#) de esta información. También se ha agilizado el contacto entre personas, y también entre los que hacen negocios. No hace falta moverse para cerrar negocios en diferentes ciudades del mundo o para realizar transacciones en cualquier lugar con un sencillo clic.

Hasta muchos políticos tienen su [blog](#) o vídeos en [YouTube](#), dejando claro que las TIC en cuarenta años -especialmente los últimos diez (2000-2010)- han modificado todos los aspectos de la vida

2.1.9.2 VENTAJAS DE LAS TIC

Las ventajas reconocibles en torno a las relaciones existentes entre el incremento en la producción y difusión de nuevas tecnologías y las posibilidades que las empresas tienen de acceder a conocerlas y utilizarlas

Otras ventajas que podemos mencionar son las siguientes:

- Brindar grandes beneficios y adelantos en salud y educación;
- Potenciar a las personas y actores sociales, ONG, etc., a través de redes de apoyo e intercambio y lista de discusión.
- Apoyar a las PYME de las personas empresarias locales para presentar y vender sus productos a través de la Internet.

- Permitir el aprendizaje interactivo y la educación a distancia.
- Impartir nuevos conocimientos para la empleabilidad que requieren muchas competencias (integración, trabajo en equipo, motivación, disciplina, etc.).
- Ofrecer nuevas formas de trabajo, como teletrabajo
- Dar acceso al flujo de conocimientos e información para empoderar y mejorar las vidas de las personas.
- Facilidades
- Exactitud
- Menores riesgos
- Menores costos

2.1.9.3 DESVENTAJAS

Los beneficios de esta revolución no están distribuidos de manera equitativa; junto con el crecimiento de la red Internet ha surgido un nuevo tipo de pobreza que separa los países en desarrollo de la información, dividiendo los educandos de los analfabetos, los ricos de los pobres, los jóvenes de los viejos, los habitantes urbanos de los rurales, diferenciando en todo momento a las mujeres de los varones

Aunque el rápido desarrollo de la tecnología de la información y la comunicación (TIC) constituye una "revolución en ciernes", las disparidades en su difusión y utilización implican un riesgo de ampliación de la ya ancha "brecha digital" existente entre "los ricos y los pobres" tecnológicos.

El internauta típico a escala mundial es hombre, de alrededor de 36 años de edad, con educación universitaria, ingresos elevados, que vive en una zona urbana y habla inglés.

En este contexto, las mujeres latinoamericanas - y especialmente aquéllas de ingresos bajos que viven en zonas rurales - tienen que enfrentar un doble -o un triple- desafío para estar incluidas y conectadas en el desarrollo de la aldea global de las TICs.

Otras desventajas que se pueden observar en la utilización de las tecnologías de información y comunicación son:

- Falta de privacidad
- Aislamiento
- Fraude
- Merma los puestos de trabajo

2.1.9.4 OBJETIVOS DE LAS TICS EN EL ÁMBITO EDUCATIVO

El aprendizaje que solía ser un claro proceso solo humano se ha convertido en algo en lo que la gente comparte, cada vez más, poderosas redes y cerebros artificiales.

El reto de aprender solo puede gestionarse mediante una red mundial que agrupe todo el saber y todas las mentes.

Con esto surge entonces una nueva forma de concebir la enseñanza y el aprendizaje, pues es indiscutible que en la existencia de esa red de conocimientos que se concibe, está de por medio la computadora y por ende la introducción de las nuevas teorías sobre la obtención de conocimientos y el empleo de las tecnologías de información y comunicación.

La [educación](#) del tercer milenio es: aprender a aprender, aprender a conocer, aprender a hacer, y aprender a comprender al otro, por ello aquí planteamos algunos de los objetivos que se esperan cumplir en el aspecto educativo con el empleo de estas nuevas tecnologías de información y comunicación.

- Diseñar e implantar un [servicio](#) educativo innovador de aprendizaje abierto, implantando el dispositivo tecnológico adecuado para ampliar el marco de actuación de la [universidad](#) al ámbito nacional e internacional.
- Implantar un servicio de educación semi-empresarial para estudios regulares de grado y de postgrado, apoyado en el servicio a que hace referencia en primer [objetivo](#) con el apoyo pedagógico, técnico y administrativo adecuado.
- Proporcionar acceso a los [servicios](#) educativos del campus a cualquier alumno desde cualquier lugar, de forma que pueda desarrollar [acciones](#) de aprendizaje autónomamente, con ayuda de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Después de haber revisado varias teorías es necesario fundamentar a cerca del software que se utilizara para la elaboración de la propuesta, partiendo principalmente de unos conceptos y flujos de trabajo.

2.1.10 FLASH PROFESIONAL CS3

Flash Professional CS3 es un editor HTML profesional para diseñar, codificar y desarrollar sitios, páginas y aplicaciones Web. Tanto si desea controlar manualmente el código HTML como si prefiere trabajar en un entorno de edición visual, Flash le proporciona útiles herramientas que mejorarán su experiencia de creación Web.

Las funciones de edición visual de Flash Professional CS3 permiten crear páginas de forma rápida, sin escribir una sola línea de código.

No obstante, si prefiere crear el código manualmente, Flash también incluye numerosas herramientas y funciones relacionadas con la codificación.

Además, le ayuda a crear aplicaciones Web dinámicas basadas en bases de datos empleando lenguajes de servidor como ASP, ASP.NET, ColdFusion Markup Language (CFML), JSP y PHP.

2.1.10.1 FLUJO DE TRABAJO GENERAL DE FLASH

Para crear una aplicación Flash, se realizan normalmente los pasos básicos siguientes:

Planificar la aplicación. Decida las tareas básicas que realizará la aplicación.

Añadir elementos multimedia. Cree e importe elementos multimedia como imágenes, vídeo, sonido, texto.

Organizar los elementos. Organice los elementos multimedia en el escenario y en la línea de tiempo para definir cuándo y cómo aparecerán en la aplicación

Aplicar efectos especiales. Aplique filtros gráficos (como desenfocos, iluminados y biseles), mezclas, además de otros efectos especiales que considere oportunos.

Utilizar ActionScript para controlar el comportamiento. Escriba código ActionScript para controlar cómo se comportarán los elementos multimedia, incluido cómo responderán los elementos a las interacciones del usuario.

Probar y publicar la aplicación. Realice pruebas para verificar que la aplicación funciona del modo deseado; asimismo, busque y solucione los errores que encuentre. La aplicación se debe probar durante todo el proceso de creación.

2.1.10.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE EL ESPACIO DE TRABAJO

Crea y manipula los documentos y los archivos empleando distintos elementos como paneles, barras y ventanas.

- La *barra de menús* en la parte superior organiza los comandos debajo de los menús.
- El *panel Herramientas* (denominado la *paleta Herramientas* en Photoshop) contiene herramienta para la creación y edición de imágenes, ilustraciones, elementos de página, etc. Las herramientas relacionadas están agrupadas.
- El *panel de control* (denominado la *barra de opciones* en Photoshop) muestra opciones para la herramienta seleccionada actualmente. (Flash no tiene panel de control.)
- La *ventana de documento* (denominada *escenario* en Flash) muestra el archivo en el que está trabajando.
- Los *paneles* (denominados *paletas* en Photoshop) le ayudan a supervisar y modificar el trabajo.

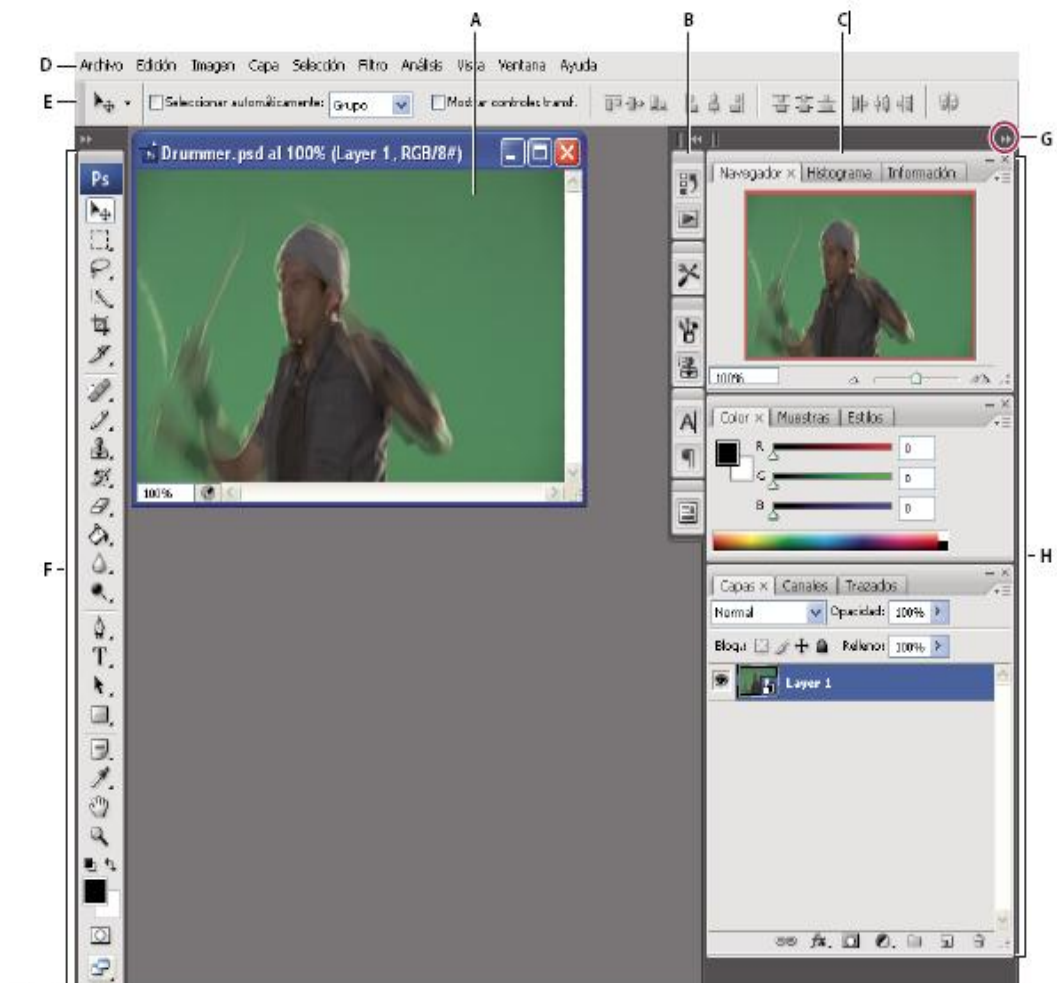


GRÁFICO 2.1

- A.** *Ventana de documento*
- B.** *Conjunto acoplado de paneles contraído a iconos*
- C.** *Barra de título de panel*
- D.** *Barra de menús*
- E.** *Barra de opciones*
- F.** *Panel Herramientas*
- G.** *Botón Contraer como iconos*
- H.** *Tres grupos de paletas (paneles) acoplados verticalmente*

2.2.- POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL

Este trabajo de investigación no es más que el camino hacia una educación con una orientación humanista que permita conjugar de una manera armoniosa la educación intelectual con una educación moral, donde se pueda discernir si **¿la educación es transmitir conocimientos o enseñar a utilizarlos con sabiduría?** Sin embargo ante las dificultades propias de una educación conductista y pasiva para los educandos, aparece como alternativa fomentar una orientación hacia una educación integral y privilegiar el trabajo colectivo sistemático entre la institución, el docente y el estudiante, que permita lograr efectivamente los objetivos de una educación en valores desarrollando en los docentes una predisposición para ser educadores y educandos al mismo tiempo, para que se pueda comprender que educar en valores no sólo es “para los estudiantes” sino “con y desde los docentes”

Con esta argumentación y el análisis de las teorías de aprendizaje mencionadas en el capítulo II , y con el objetivo de mejorar la calidad en educación en el país para formar entes proactivos en beneficio de la sociedad ofreciendo nuevos profesionales con mejores destrezas, habilidades y valores desarrollados que constituyan un aporte significativo en su área de trabajo; se ha visto conveniente seleccionar la Teoría Constructivista que incentiva al estudiante a la liberación de una educación tradicional y le presenta un mundo de posibilidades a partir de una nueva relación docente-estudiante con una estructura metodológica que facilite procesos creativos entre ellos, además el estudiante es quien construye su propio conocimiento a través de tareas dirigidas

Además es importante recalcar que hoy en día las instituciones educativas se sienten inconformes con lo que han conseguido, ya que todavía se sigue cuestionando contenidos, métodos y sistemas didácticos,

puesto que aún es común observar la aplicación de una educación tradicional basada en un aprendizaje memorístico, ante este problema es importante poder definir si para educar ¿debemos enfatizar en informar a los individuos o en formar a las personas?, y de esta manera encontrar un equilibrio entre una educación intelectual y una educación moral. Con esta argumentación se pretende dinamizar el papel que el estudiante desempeña en el aula de clase y el entorno, convirtiéndolo en un ente activo que le permita fomentar una personalidad definida pero abierta al cambio y a la aceptación, además de considerar al maestro como un orientador o mediador en el proceso de aprendizaje y de esta manera afirmar que educar no es enseñarle a alguien algo que no sabía, sino crear las condiciones para hacer de esa persona, alguien que no existía.

2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Aprendizaje Significativo:** Consiste en la conexión de los conocimientos previos en la estructura cognoscitiva con la adquisición de nuevos significados.
- **Aprendizaje.-** Acción y efecto de aprender algún arte, oficio u otra cosa.
- **Competencias:** Las competencias son comportamientos y destrezas visibles que la persona aporta en un empleo para cumplir con sus responsabilidades de manera eficaz y satisfactoria.
- **Concomitantemente:** Que aparece o actúa conjuntamente con otra cosa.
- **Conocimiento:** Es el entendimiento, inteligencia, razón natural. Conjunto de saberes sobre un tema o una ciencia. El conocimiento

es una capacidad humana para convertir datos en información en acciones efectivas.

- **Dicotomía:** División en dos partes.
- **Didáctica:** Se define como la disciplina científico-pedagógica que tiene como objeto de estudio los procesos y elementos existentes en la materia en sí y el [aprendizaje](#).
- **Dogma:** Proposición que se asienta por firme y cierta y como principio innegable de una ciencia
- **Educación Integral:** Se basa en un humanismo integral, el cual concibe al hombre como un ser multidimensional. Ella realiza un proceso de desarrollo interactivo, continuo, crítico y creativo entre profesores y alumnos, al considerar las dimensiones humanas en una representación holística. Es decir, busca superar las visiones superpuestas de las diversas ciencias, culturas y técnicas, tomar conciencia de los nexos entre las especializaciones y la dimensión global, y dar sentido a todo el proceso de la vida humana.
- **Eficacia:** Es el logro de objetivos.
- **Eficiencia:** Es el logro de los fines, con la mínima cantidad de recursos.
- **Estrategia.-** Conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
- **Gestión.-** Hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera.

- **Impacto.-** Conjunto de posibles efectos positivos y/o negativos sobre el medio ambiente de una modificación del entorno natural, como consecuencia de obras u otras actividades.
- **Inferencias.-** Sacar una consecuencia o deducir algo de otra cosa. Llevar consigo, ocasionar, conducir a un resultado. Conclusiones.
- **Investigación:** Es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene por finalidad descubrir o interpretar los hechos y fenómenos, relaciones y leyes de un determinado ámbito de la realidad.
- **Matriz.-** Molde de cualquier clase con que se da forma a algo.
- **Método Deductivo:** De lo general a lo particular.
- **Método Inductivo:** De lo particular a lo general.
- **Metodología:** Es el conjunto de métodos por los cuales se regirá una [investigación](#) científica, es estudiar los métodos para luego determinar cuál es el más adecuado a aplicar o sistematizar en una investigación o trabajo.
- **Pedagogía :** Se denomina pedagogía a la ciencia encargada del estudio de la educación como fenómeno socio-cultural, es el arte de enseñar, el cual se ocupa de la educación como fenómeno social y humano
- **Perfil.-** Conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a alguien o algo.

- **Planificación.-** Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado.
- **Proactivo.-** Cualidades de investigador, creativo, humanista.
- **Psicología.-** Parte de la filosofía que trata del alma, sus facultades y operaciones.
- **Teoría:** Es un sistema lógico compuesto de observaciones, axiomas y postulados, que tienen como objetivo declarar bajo qué condiciones se desarrollarán ciertos supuestos, tomando como contexto una explicación del medio idóneo para que se desarrollen las predicciones.
- **TIC.-** Siglas de Tecnologías de Información y Comunicación

2.4.- SUBPROBLEMAS - INTERROGANTES

- a) ¿Los maestros utilizan técnicas y estrategias metodológicas que incentiven a la investigación en los estudiantes?
- b) ¿Una Guía Didáctica Interactiva de la Materia de Administración Compra y Venta estará acorde al sistema de aprendizaje de los alumnos de los Segundos Años de Bachillerato de la especialidad Contabilidad y Administración?
- c) ¿La elaboración y ejecución de guías interactivas permitirá concientizar al sistema educativo sobre la necesidad de material didáctico acorde a la tecnología actual?

2.5 MATRIZ CATEGORIAL

Objetivo General: Investigar la metodología utilizada por los docentes en el estudio de la asignatura de “Gestión Administrativa de Compra y Venta” en los estudiantes de los Segundos Años de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”.

CONCEPTO	CATEGORIAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>Metodología.- Conjunto de acciones o intervenciones, recursos y materiales didácticos como conjunto articulado de componentes que intervienen en el hecho educativo, facilitando el proceso de enseñanza y aprendizaje. Su principal objetivo es, así, facilitar la intercomunicación entre el estudiante y los orientadores para favorecer por medio de la intuición y del razonamiento, un acercamiento comprensivo de las ideas a través de los sentidos</p>	<p>METODOS INTERACTIVOS</p> <p>1. Método de Preguntas</p> <p>2. Aprendizaje Basado en Problemas</p> <p>3. Panel de Discusión</p> <p>4. Lluvia de Ideas</p>	<p>Promueve la investigación.</p> <p>Favorece el desarrollo de habilidades para el análisis y síntesis de información.</p> <p>Estimula el pensamiento crítico. Se aplica para contrastar diferentes puntos de vista.</p> <p>Favorece la interacción en el grupo. Promueve la participación y la creatividad.</p>	<p>Alto</p> <p>Medio</p> <p>Bajo</p> <p>Siempre</p> <p>Casi Siempre</p> <p>Nunca</p>
	<p>TECNICAS INTERACTIVAS</p> <p>1. Mesa Redonda</p> <p>2. Lectura Comentada</p> <p>3. Estudio de Casos</p>	<p>Permite sugerir puntos de vista diferentes.</p> <p>Profundizar en los aspectos teóricos de un tema.</p> <p>Propicia al análisis e intercambio de ideas. Examinar diferentes soluciones ante un mismo caso.</p>	<p>Si</p> <p>No</p> <p>Mucho</p> <p>Poco</p> <p>Nada</p>

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. De campo

Es de campo porque se realizará en los Segundos Años de Bachillerato de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional Ibarra.

3.1.2. Documental

Se utiliza este tipo de investigación para revisar bibliografía documental y legislativa de los diferentes textos, para la elaboración del marco teórico y así fundamentar la propuesta.

3.1.3. Proyecto factible

Esta investigación tiene como principal finalidad convertirse en un proyecto realizable por las siguientes razones:

- El desarrollo de la propuesta tiene como finalidad servir de apoyo bibliográfico para los estudiantes de los Segundos Años de Contabilidad y Administración.
- La predisposición de autoridades, docentes y estudiantes de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra” para el desarrollo de este trabajo de investigación.
- La Guía Didáctica Interactiva estará basada en un aprendizaje significativo que busca potenciar habilidades intelectuales en el

estudiante, y convertir al docente en un facilitador y guía en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

3.2. MÉTODOS

3.2.1. Empírico

3.2.1.1. La Observación.- Se aplicará a estudiantes de los Segundos Años de Bachillerato de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios seleccionados para la investigación, con el fin de determinar la metodología de enseñanza utilizada por el maestro durante las clases.

3.2.1.2. La Recolección De Información.- Permitirá la recolección, procesamiento y análisis de los datos obtenidos en las técnicas que se utilizarán en la investigación como: entrevistas, encuestas.

3.2.2. Teóricos

Este método teórico práctico permitirá alcanzar una visión clara y amplia del problema para fundamentar la elaboración de la propuesta con bases teóricas.

3.2.2.1. Inductivo-Deductivo.- En todo proyecto de investigación se utiliza este método, así el problema de investigación se basa en la solución de problemas prácticos a través del diseño y elaboración de una guía didáctica interactiva para mejorar y facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje en los Segundos Años de Bachillerato de la Especialidad de Contabilidad y Administración de las Instituciones Educativas objeto de la investigación.

3.2.2.2. Analítico-Sintético.- Este método posibilita descomponer el problema en sus variables y analizar su interacción que determinará el deficiente proceso enseñanza en la asignatura Gestión Administrativa en Compra y Venta y a la vez, recopilar soluciones de esos elementos para la adecuada elaboración de la Guía Didáctica Interactiva que facilitará el desarrollo del proceso de aprendizaje.

3.2.2.3 Matemático.- Este método será utilizado en la recopilación, procesamiento, descripción, tabulación e interpretación de los datos

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:

Se recolectará la información por medio de las siguientes técnicas:

3.3.1. La Entrevista.- Permite la recopilación de información mediante el diálogo directo entre el investigador y los sujetos que son fuente de información, en esta confrontación personal el entrevistador tiene la oportunidad de profundizar en las opiniones, intereses, valoraciones. Para este proyecto la entrevista se la aplicará a los docentes de la materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta de los Colegios seleccionados para la investigación.

3.3.2 La Encuesta.- Permite recopilar información de varias personas a través de la interrogación escrita, será elaborada previamente por la investigadora para conocer la valoración y el criterio de los estudiantes de los Segundos Años De Bachillerato de Contabilidad y Administración.

3.4 POBLACIÓN.

Para la realización de esta investigación se tomará como población o universo a los estudiantes del Segundo Año de Bachillerato de la especialidad Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”

Cuadro 3.4.1

COLEGIO	ESTUDIANTES
Nacional "Ibarra"	113
Universitario "UTN"	28
TOTAL	141

3.5. MUESTRA.

La muestra no se ha seleccionado debido a que el tamaño de la población no supera los 200.

3.6 ESQUEMA DE LA PROPUESTA.

Al finalizar la investigación se elaborará una Guía Didáctica Interactiva en la Materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta, donde los contenidos de esta materia son tratados de una manera novedosa e innovadora y de fácil comprensión para el estudiante.

En esta propuesta constarán los siguientes puntos a tratar:

- Título De La Propuesta
- Justificación e importancia
- Objetivos
- Ubicación sectorial
- Desarrollo de la propuesta
- Impactos
- Bibliografía

CAPÍTULO IV

MARCO ADMINISTRATIVO

4.1 Cronograma de actividades

ACTIVIDAD \ TIEMPO	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del anteproyecto																				
Defensa del anteproyecto																				
Capítulo I																				
Capítulo II																				
Capítulo III																				
Capítulo IV , encuestas																				
Capítulo V																				
Capítulo VI																				
Revisión de Tesis																				
Entrega de Tesis																				
Defensa de Tesis																				

4.2.- RECURSOS.

Recursos Humanos:

- Alumnos de los Segundos Años de Bachillerato de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”
- Docentes de la Materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta
- **Asesor:** Dr. Jorge Guerrero
- **Investigadora:** Dayanara Narváez H

Recursos Materiales

- Computador
- Poligrafiados
- Libros-Textos
- Fotocopias
- CD
- Cuaderno de apuntes
- Memory Flash

Recursos Económicos

PRESUPUESTO

MATERIALES	COSTOS
Asesoría de tesis	300,00
Copias	30,00
Computadora e impresión	250,00
Suministros de papelería	20,00
Anillados	20,00
Empastado	100,00
Transporte	80,00
TOTAL	800,00
Imprevistos	20%
TOTAL	960,00

Cuadro 4.2.1

4.3 BIBLIOGRAFÍA

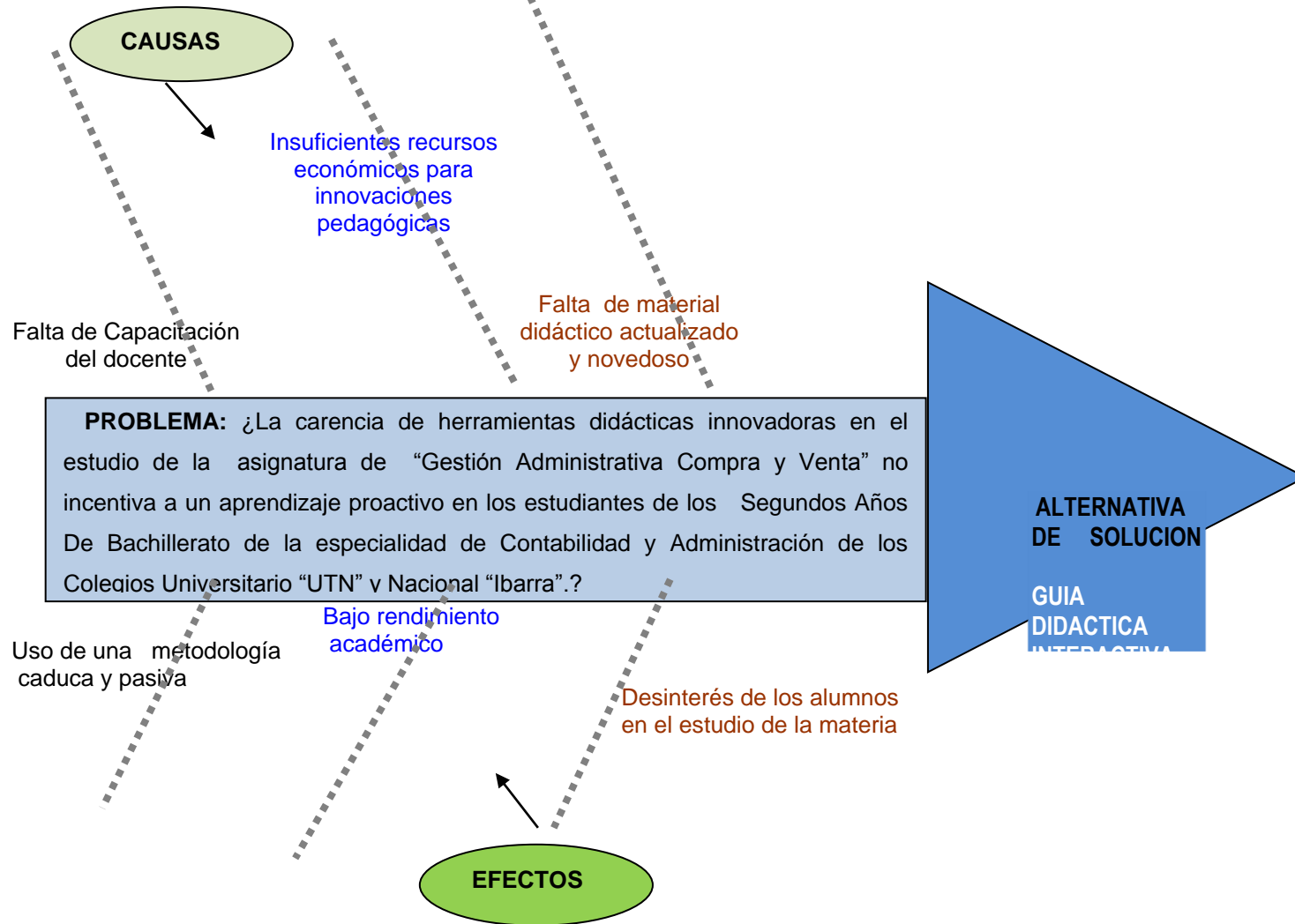
1. Acuerdo Ministerial 34-25
2. Almaraz, J y Otros.(1995). Practicas de Psicología Cognitiva (Aprender). España: Editoral MacGraw Hill.
3. APRENDIZAJE -Wikipedia, la enciclopedia libre.htm.
4. BENAVIDES O. (2001) Competencias y Competitividad
5. BERNAL César Augusto (2000) Metodología de la Investigación para administración y Economía. Colombia
6. CARDENAS, Jacky, Redacción General Computarizada, Lima/ Palomino/2004
7. CARDONA Pablo , "Las Claves Del Talento: La Influencia Del Liderazgo En El Desarrollo Del Capital Humano", 2000
8. CASTRO PIMIENTA, ORESTES, Hacia la Pedagogía de la Cooperación, 1ra Edición Ecuador Agosto 2003.
9. CD del Proyecto de Reforzamiento de Educación Técnica del Ministerio de Educación y Cultura.
10. CHIAVENTO IDALBERTO, Administración de Recursos Humanos. Edic. Popular 2001.
11. COMBONI, Sonia (1999) "Introducción a las Técnicas de Investigación", 2da Edición. Editorial Trillas. México.
12. Diccionario RIODUERO de Psicología.
13. Dilección electrónica <http://www.paradigmas.cognitivos.monografias>
14. Dirección electrónica www.Métodosinvestigaciónmonografias.com

15. Dirección electrónica www.sri.gov.ec
16. DR. MORALES BARAHONA Wilson, (2002) -" Modulo de Paradigmas y Modelos Pedagógicos". - Ibarra.
17. Flores, R. (1994) Hacia una Pedagogía del conocimiento. Colombia. Editorial Mac Graw Hill, S. A.
18. FRAGA RODRÍGUEZ, RAFAEL, INVESTIGACIÓN Educativa, Primera Edición Quito-Ecuador Febrero 2002.
19. <http://docencia.udea.edu.co/csh/DisenoCurricular/documentos/formato%20guia%-proyectos%20de%20aula.rt>
20. KLAUSMEIRER Googwin Psicología Educativa, Habilidades Humanas de Aprendizaje.
21. LEPELEY, M. (2001) "Gestión y Calidad en Educación". Editorial: McGraw-Hill Interamericana. Santiago de [Chile](#).
22. MARTINEZ Luz Patricia, "Gestión Social del Talento Humano", Marzo 2002
23. MENDOZA, Z. (1998) "Psicología Evolutiva". Lecturas básicas UPEL-IMPM
24. MERANI L. Alberto - "Diccionario de Pedagogía"
25. NÉRECI, Imideo (1999) "Hacia una didáctica general dinámica". 3era Edición. Editorial Kapelusz. Brasil.
26. ORTIZ, A; (2005) . "Cómo investigar en educación"

27. POVEDA, Elva; (2003) “ Pedagogía de la Evaluación del Rendimiento Intelectual, Moral y Psicomotriz “. 1era Edición. Editorial Talleres Nuevo Día. Quito-Ecuador.
28. PULIDO, C. (1999) “Psicología de la Educación”. Lecturas básicas. UPEL-IMPM
29. RODRÍGUEZ ROJAS José María, “Pedagogía y Metodología General”,
30. SEVILLANO GARCÍA, M^a Luisa (2004) Estrategias innovadoras para una enseñanza de calidad. Madrid: Pearson Educación
31. TREVIÑO GARZA Juan Gerardo – GONZÁLEZ PATIÑO Susana Magdalena (2002) Educación En Valores. México: Editorial Trillas S.A.
32. VILLARROEL Jorge (1999). Didáctica General, Ibarra
33. [www.//es.wikipedia.org/tics](http://es.wikipedia.org/tics)
34. www.lafacu.com/apuntes/educacion/Metodologiadeinvestigacion/default.ht. 2005-12-08
35. www.monografastic.com/trabajo16/objetivos-educación/tic
36. www.tic.unam.mx/publicadas/01092613322819.html. 2005-12-08
37. ZUBIRÍA SAMPER, Julián (1995) Los Modelos Pedagógicos, Editores Sca.

ANEXOS

ANEXO I ARBOL DE PROBLEMAS (ISHIKAWA)



ANEXO II



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ENCUESTA PARA LOS ESTUDIANTES DEL SEGUNDO AÑO DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIDAD DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

TEMA: *METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA ASIGNATURA DE “GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE COMPRA Y VENTA” EN LOS ESTUDIANTES DE LOS SEGUNDOS AÑOS DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIDAD DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE LOS COLEGIOS UNIVERSITARIO “UTN” Y NACIONAL “IBARRA”. PROPUESTA ALTERNATIVA.*

OBJETIVO:

Investigar la metodología utilizada por los docentes en el estudio de la asignatura de “Gestión Administrativa de Compra y Venta” en los estudiantes de los Segundos Años de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente la pregunta, luego escriba una X en el recuadro que usted considere correcto.

- 1. ¿Es importante que en la materia de Gestión Administrativa Compra y Venta se estudien contenidos que respondan a las necesidades que la sociedad actual exige a los estudiantes?**

MUY IMPORTANTE

POCO IMPORTANTE

NADA IMPORTANTE

- 2. Necesidad de replantear la metodología que se utiliza en el estudio de la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta**

MUY IMPORTANTE

POCO IMPORTANTE

NADA IMPORTANTE

3. Insuficientes fuentes bibliográficas actualizadas sobre la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta

MUY IMPORTANTE
POCO IMPORTANTE
NADA IMPORTANTE

4. ¿Considera importante que el docente utilice estrategias didácticas que les permitan a ustedes como estudiantes participar activamente en la clase?

MUY IMPORTANTE
POCO IMPORTANTE
NADA IMPORTANTE

5. Necesidad de una planificación de la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta basada en competencias

MUY IMPORTANTE
POCO IMPORTANTE
NADA IMPORTANTE

6. Necesidad de aplicar técnicas de aprendizaje que permitan desarrollar su pensamiento crítico como estudiantes

MUY IMPORTANTE
POCO IMPORTANTE
NADA IMPORTANTE

7. ¿Considera importante la aplicación de la lluvia de ideas en clase?

MUY IMPORTANTE
POCO IMPORTANTE
NADA IMPORTANTE

8. Insuficientes ejercicios prácticos en el contenido de la Materia de Gestión Administrativa de Compra Venta

MUY IMPORTANTE
POCO IMPORTANTE
NADA IMPORTANTE

9. Necesidad de que el docente utilice métodos didácticos que promuevan la investigación

MUY IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>
POCO IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>
NADA IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>

10. Necesidad de elaborar material didáctico sobre Gestión Administrativa Compra y Venta que estén acorde a la tecnología actual

MUY IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>
POCO IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>
NADA IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO III



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**ENTREVISTA PARA LOS DOCENTES DE LA
ESPECIALIDAD DE CONTABILIDAD Y
ADMINISTRACIÓN**

TEMA: *METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA ASIGNATURA DE “GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE COMPRA Y VENTA” EN LOS ESTUDIANTES DE LOS SEGUNDOS AÑOS DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIDAD DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE LOS COLEGIOS UNIVERSITARIO “UTN” Y NACIONAL “IBARRA”. PROPUESTA ALTERNATIVA.*

OBJETIVO:

Investigar la metodología utilizada por los docentes en el estudio de la asignatura de “Gestión Administrativa de Compra y Venta” en los estudiantes de los Segundos Años de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”.

1. ¿Es importante que en la materia de Gestión Administrativa Compra y Venta se estudien contenidos que respondan a las necesidades que la sociedad actual exige a los estudiantes?

- | | |
|-----------------|--------------------------|
| MUY IMPORTANTE | <input type="checkbox"/> |
| POCO IMPORTANTE | <input type="checkbox"/> |
| NADA IMPORTANTE | <input type="checkbox"/> |

2. Necesidad de replantear la metodología que se utiliza en el estudio de la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta

.....

.....

.....

.....

3. Insuficientes fuentes bibliográficas actualizadas sobre la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta

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

4. ¿Considera importante utilizar estrategias didácticas que permitan a los estudiantes participar activamente en la clase?

MUY IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>
POCO IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>
NADA IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>

5. Necesidad de una planificación de la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta basada en competencias

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

Porque:

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

6. Necesidad de aplicar técnicas de aprendizaje que permitan desarrollar su pensamiento crítico como estudiantes

MUY IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>
POCO IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>
NADA IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>

7. ¿Considera importante la aplicación de la lluvia de ideas en clase?

MUY IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>
POCO IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>
NADA IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>

8. ¿Son insuficientes los ejercicios prácticos en el contenido de la Materia de Gestión Administrativa de Compra Venta?

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

9. Necesidad de utilizar métodos didácticos que promuevan la investigación

SI
NO

Porque:.....
.....

10. ¿Existe la necesidad de elaborar fuentes bibliográficas sobre Gestión Administrativa Compra y Venta que estén acorde a la tecnología actual?

SI
NO

Porque:.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO IV

CERTIFICACIONES

ANEXO V**MATRIZ DE COHERENCIA**

TEMA: Metodología utilizada en la asignatura de “Gestión Administrativa de Compra y Venta” en los estudiantes de los Segundos Años de Bachillerato de la especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”. PROPUESTA ALTERNATIVA.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
¿La carencia de herramientas didácticas innovadoras en el estudio de la asignatura de “Gestión Administrativa Compra y Venta” no incentiva a un aprendizaje proactivo en los estudiantes de los Segundos Años De Bachillerato de la especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”.?	Investigar la metodología utilizada por los docentes en el estudio de la asignatura de “Gestión Administrativa de Compra y Venta” en los estudiantes de los Segundos Años de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INTERROGANTES O SUBPROBLEMAS
❖ Diagnosticar el modelo pedagógico utilizado por los docentes en la asignatura de “Gestión Administrativa de	a) ¿Los maestros utilizan técnicas y estrategias metodológicas que incentiven a la investigación en los

<p>Compra y Venta”.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Determinar las estrategias metodológicas y técnicas de enseñanza utilizadas en el estudio de la asignatura de “Gestión Administrativa de Compra y Venta”. ❖ Diseñar una propuesta Guía Interactiva que permita innovar en lo metodológico y dirija al estudiante a un aprendizaje autónomo y creativo. ❖ Difundir la propuesta de la Guía Interactiva de la asignatura de “Gestión Administrativa Compra y Venta” a los docentes y estudiantes de los Segundos Años De Bachillerato de la especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra” 	<p>estudiantes?</p> <p>b) ¿Una Guía Didáctica Interactiva de la Materia de Administración Compra y Venta estará acorde al sistema de aprendizaje de los alumnos de los Segundos Años de Bachillerato de la especialidad Contabilidad y Administración?</p> <p>c) ¿La elaboración y ejecución de guías interactivas permitirá concientizar al sistema educativo sobre la necesidad de material didáctico acorde a la tecnología actual?</p>
---	--

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación se ubica dentro de lo que es un Proyecto Factible, puesto que constituye el desarrollo de una propuesta, encaminada a brindar solución de un problema de carácter metodológico en la materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta.

El trabajo investigativo se sustenta en la modalidad de investigación de campo, de carácter descriptivo, que permitió determinar la necesidad y la factibilidad de elaborar una propuesta de una Guía Didáctica Interactiva de Gestión Administrativa de Compra Venta.

En el proceso de investigación, se utilizaron diferentes métodos teórico- prácticos que permitieron alcanzar una visión amplia del problema; y llegar a la elaboración de la propuesta con adecuadas bases teóricas. Básicamente dentro de los métodos teóricos, se aplicaron el método analítico-sintético, el inductivo-deductivo y el matemático, para momentos claves de la investigación, como la definición del problema, la población, la estructuración de la fundamentación teórica, y el procesamiento de los resultados.

El proceso de investigación se desarrolló sobre la en base de las siguientes fases:

El Método Analítico-Sintético.- Que posibilitó descomponer el problema en sus componentes; y analizar su interacción que determina la carencia de una metodología activa en el proceso de aprendizaje; y a la vez, reunir la solución de esos elementos, para la adecuada construcción de una propuesta alternativa que incentivará a un aprendizaje autónomo con su aplicación.

La percepción del todo conllevó a un proceso de comprensión y explicación más plena de la investigación. Con el análisis, se logró la descomposición de toda la investigación en sus partes y relacionarlo con sus componentes. Con la síntesis, se consiguió la integración, en forma mental, de las partes que constituyeron la investigación y relacionarlo entre sí.

El Método Inductivo-Deductivo.- Se logra inferir de todo el proceso de la investigación; y en la elaboración del marco teórico, la relación existente entre los hechos particulares con el problema de estudio.

Método Matemático.-Utilizado en la recopilación, procesamiento, descripción e interpretación de los datos obtenidos.

Se consideró la entrevista como instrumento que se aplicó a los docentes de la materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta de los Colegios: Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra”, con el fin de recolectar información en forma clara y concisa para determinar la necesidad de una innovación en lo metodológico.

En cuanto se refiere a los estudiantes de los Segundos Años de Bachillerato de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios seleccionados para la investigación, se aplicó la encuesta con el fin de conseguir más información de la ya obtenida.

MÉTODOS EMPÍRICOS

Los métodos utilizados fueron:

Método de recolección de información Este método es una actividad especial que permitió: recoger, procesar, analizar los datos de las diferentes técnicas que se utilizaron en la investigación.

La Encuesta.- Los datos obtenidos de las encuestas aplicadas, tanto a docentes como a estudiantes de los Colegios seleccionados para la investigación con una población de 141 personas, se ordenaron en tablas; se elaboraron gráficos estadísticos en los cuales se incluyeron los porcentajes de opinión y las frecuencias.

Los resultados se presentan en forma de gráficos, pregunta a pregunta, de las respuestas de los estudiantes. Esto servirá de base para concluir de manera más general. Así como también un comentario e interpretación de cada uno de ellos.

Cada gráfico se acompaña de la respectiva interpretación de los datos, obtenidos mediante inferencias y generalizaciones que a continuación se detallan, tanto de la entrevista a docentes y encuesta a los estudiantes.

4.1 ENTREVISTA A LOS DOCENTES DE LA MATERIA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE COMPRA Y VENTA

Dra. Isabel Aza : Docente del Segundo Año de Bachillerato de la especialidad de Contabilidad y Administración del Colegio Nacional “Ibarra”

Dr. Jorge Ipiates : Docente del Segundo Año de Bachillerato de la especialidad de Contabilidad y Administración del Colegio Universitario “UTN”.

ANÁLISIS

Los Docentes de la Materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta de los Colegios Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra” manifiestan:

Que el contenido de la Materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta en su mayoría consta de teoría, razón por la cual los estudiantes se indisponen y muchas veces muestran un desinterés, ante este inconveniente los Docentes aplican en sus clases las siguientes estrategias didácticas :

- Estudio de casos
- Lecturas comentadas
- Lluvia de ideas
- Investigación
- Juego de Papeles

Que la aplicación de estas estrategias didácticas ayudan a motivar a los estudiantes, pero no solucionan totalmente el problema.

Por lo tanto los docentes entrevistados esperan una innovación en lo metodológico y didáctico, una herramienta interactiva que le permita al estudiante ser autor de su propio aprendizaje, y colocar a los docentes en el papel de orientadores o mediadores en el proceso de aprendizaje de esta materia.

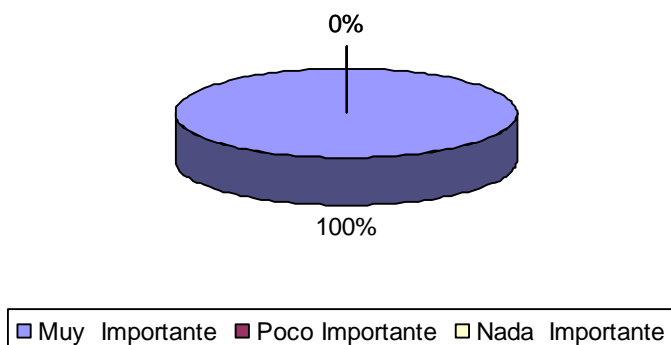
4.2 ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES

1. ¿Es importante que en la materia de Gestión Administrativa Compra y Venta se estudien contenidos que respondan a las necesidades que la sociedad actual exige a los estudiantes?

Tabla 4.1

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje
No es importante	0	0
Poco importante	0	0
Muy Importante	141	100%
TOTAL	141	100%

GARFICO 4.1



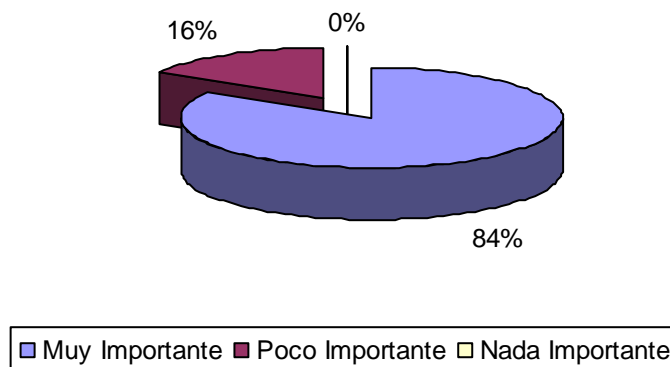
Este ítem es considerado como uno de los más importantes por los estudiantes, porque el 100% contestaron que es muy importante estudiar en la materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta contenidos que explican y analizan temas que se complementan con la contabilidad general, además los estudiantes consideran que el estudio de esta materia los capacita en lo referente a la formación de microempresas, que podrían convertirse en su fuente trabajo cuando ellos sean Bachilleres.

2. Necesidad de replantear la metodología que se utiliza en el estudio de la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta

Tabla 4.2

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	118	84%
Poco Importante	23	16%
Nada Importante	0	0%
TOTAL	141	100%

GRÁFICO 4.2



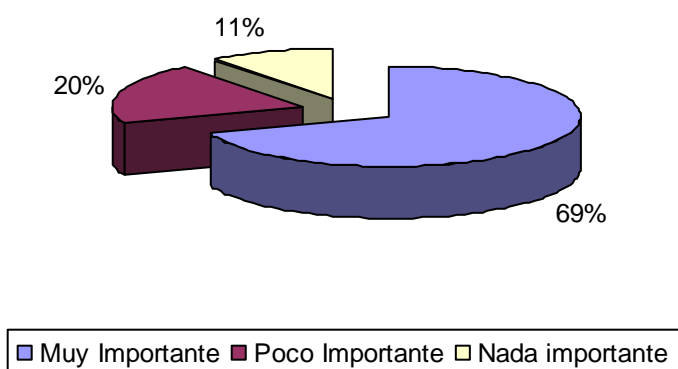
Los estudiantes de los Segundos Años de Bachillerato de Contabilidad y Administración en un 84% consideran muy importante la necesidad de replantear la metodología que se utiliza en el estudio de la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta por lo que es imperioso proponer opciones de cambio innovadores que permitan renovar en lo metodológico.

3. Insuficientes fuentes bibliográficas actualizadas sobre la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta

Tabla 4.3

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	98	69%
Poco Importante	28	20%
Nada importante	15	11%
Total	141	100%

GRÁFICO 4.3



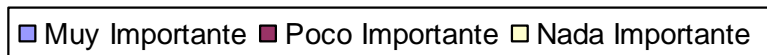
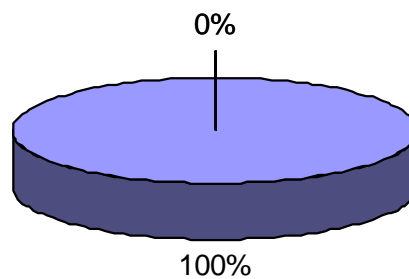
Un 69% de los estudiantes afirman que es muy importante solucionar esta necesidad ya que al momento de realizar investigaciones sobre la Materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta las fuentes bibliográficas se limitan únicamente a libros desactualizados, y además la búsqueda de los temas se convierte en un proceso monótono, ya que los temas se deben buscar en cada hoja y en varios libros.

4. ¿Considera importante que el docente utilice estrategias didácticas que les permitan a ustedes como estudiantes participar activamente en la clase?

Tabla 4.4

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	141	100%
Poco Importante	0	0%
Nada Importante	0	0%
Total	141	100%

GRÁFICO 4.4



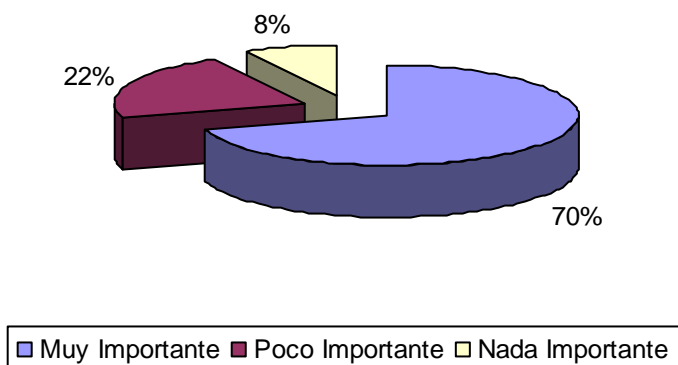
Este ítem demuestra en un 100% que los docentes deben definir en su plan de clase la utilización de estrategias didácticas que permitan a todos los estudiantes actuar como entes activos en el proceso de aprendizaje.

5. Necesidad de una planificación de la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta basada en competencias

Tabla 4.5

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	99	70%
Poco Importante	31	22%
Nada Importante	11	8%
Total	141	100%

GRÁFICO 4.5



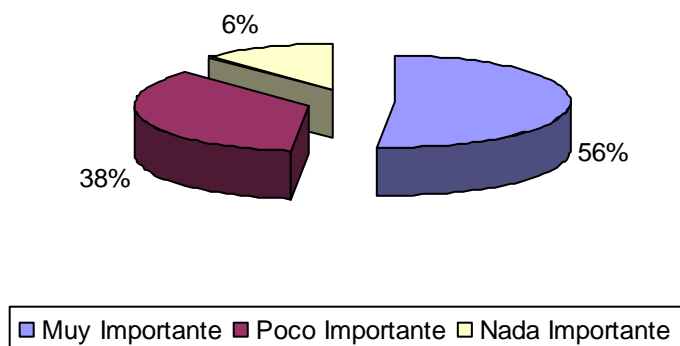
Este ítem demuestra que los estudiantes de los Segundos Años de Bachillerato de Contabilidad y Administración de los Colegios seleccionados para la investigación consideran muy importante que el docente planifique el estudio de la materia basándose en competencias, que permita establecer objetivos que deberán ser alcanzados al finalizar cada unidad de trabajo.

6. Necesidad de aplicar técnicas de aprendizaje que permitan desarrollar su pensamiento crítico como estudiantes

Tabla 4.6

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	78	56
Poco Importante	54	38
Nada Importante	19	6
Total	141	100

GRÁFICO 4,6



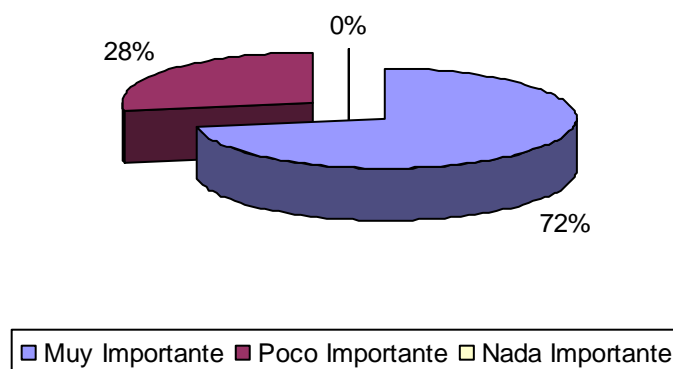
Los estudiantes manifiestan en un 56% que es muy importante aplicar técnicas de aprendizaje que les permita desarrollar su pensamiento crítico, y por ende su capacidad de análisis; eliminando en ellos un conocimiento mecánico y memorista.

7. ¿Considera importante la aplicación de la lluvia de ideas en clase?

Tabla 4.7

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	102	72%
Poco Importante	39	28%
Nada Importante	0	0%
TOTAL	141	100

GRÁFICO 4.7



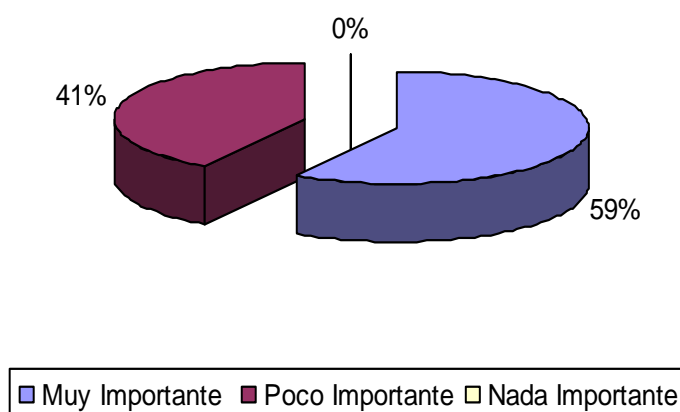
Este ítem muestra que un 72% de los estudiantes de los Segundos Años de Contabilidad y Administración de los Colegios seleccionados para la investigación han utilizado alguna vez la técnica de la **lluvia de ideas**, por lo que será considerada para la elaboración de la guía didáctica ya que promueve la interacción en el grupo, además favorece la participación y creatividad en el aula.

8. Insuficientes ejercicios prácticos en el contenido de la Materia de Gestión Administrativa de Compra Venta

Tabla 4.8

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	83	59
Poco Importante	58	41
Nada Importante	0	0
TOTAL	141	100

GRÁFICO 4.8



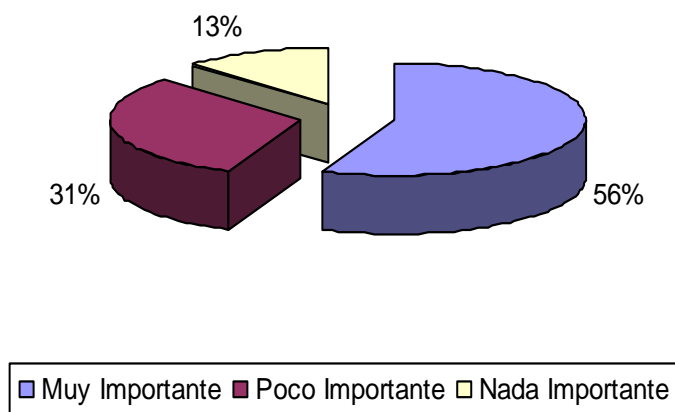
El 59% de los estudiantes encuestados consideran que los contenidos de la materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta son excesivamente teóricos y de poca aplicación en la práctica, provocando en los estudiantes una desmotivación y desinterés en el estudio de esta materia.

9. Necesidad de que el docente utilice métodos didácticos que promuevan la investigación

Tabla 4.9

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	79	56
Poco Importante	44	31
Nada Importante	18	13
Total	141	100

GRÁFICO 4.9



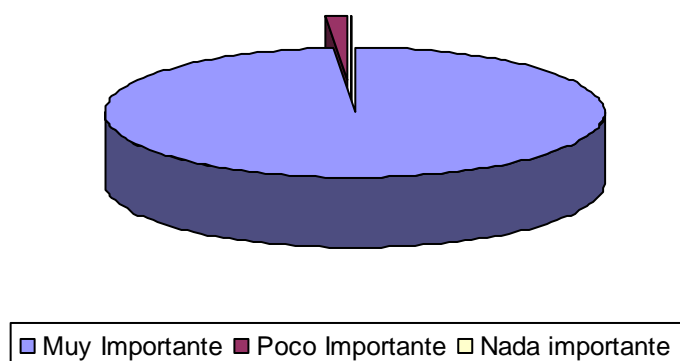
Este ítem demuestra en un 56% que los estudiantes consideran muy importante que el docente utilice en clase estrategias o recursos didácticos que promuevan entre los estudiantes la investigación, considerando al estudiante como un ente activo en clase, permitiéndole alcanzar un auto-aprendizaje.

10. Necesidad de elaborar fuentes bibliográficas sobre Gestión Administrativa Compra y Venta que estén acorde a la tecnología actual

Tabla 4.10

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	139	99%
Poco Importante	2	1%
Nada importante	0	0%
Total	141	100%

GRÁFICO 4.10



En este ítem los estudiantes en un 99% consideran que es muy importante y necesario elaborar fuentes bibliográficas sobre Gestión Administrativa en Compra y Venta que estén acorde a la tecnología actual, que promueva una interacción además despierte en ellos un interés por el estudio de los contenidos de esta materia.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Al término de esta investigación, se puede determinar las siguientes conclusiones:

- ✚ Los docentes de la materia de Gestión Administrativa de Compra - Venta de los Colegios: Universitario “UTN” y Nacional Ibarra manifiestan a través de las entrevistas realizadas, que están dispuestos a una innovación en lo metodológico y didáctico, ya que las estrategias didácticas que ellos utilizan en clase para incentivar al estudiante no producen los resultados que ellos esperan

- ✚ Los estudiantes de los Segundos Años de Bachillerato de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los colegios seleccionados para la investigación consideran al estudio de la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta importante para definir su perfil como futuros contadores, pero a pesar de la importancia que los estudiantes le dan a esta materia manifiestan que los contenidos son difíciles y en algunos casos excesivamente teóricos.

- ✚ Existe la necesidad de una herramienta de trabajo pedagógico que tenga las bases necesarias de información y creatividad que permita en el estudiante potenciar habilidades intelectuales, desarrollar su pensamiento crítico y promover la investigación.

- ✚ Es importante y necesario elaborar fuentes bibliográficas sobre Gestión Administrativa en Compra y Venta que estén acorde a la tecnología actual, que promueva un dinamismo e interactividad en el proceso de enseñanza – aprendizaje y permita eliminar los problemas y deficiencias que una educación tradicional y memorística trata de imponer.

5.2 Recomendaciones

A través de la investigación y de las conclusiones obtenidas de las encuestas aplicadas a la comunidad educativa se determina las siguientes recomendaciones:

- ✚ Para conseguir que los estudiantes aprendan, no basta con explicar la teoría de la materia y exigirles que la asimilen. Es necesario despertar su atención, crear en ellos un genuino interés por el estudio a través de herramientas didácticas creativas e innovadoras.
- ✚ Que los docentes reciban una capacitación permanente para alcanzar una calidad educativa que les permita formular nuevas estrategias para mejorar los procesos pedagógicos en el aula.
- ✚ Elaborar una propuesta alternativa de Guía Didáctica Interactiva en la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta basada en competencias que permita priorizar las destrezas y competencias del alumno y elimine al aprendizaje memorístico.
- ✚ Utilizar a la Guía Interactiva como material de apoyo para el trabajo docente y como material didáctico innovador para el proceso de aprendizaje del estudiante.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. TITULO DE LA PROPUESTA

GUÍA DIDÁCTICA INTERACTIVA EN LA ASIGNATURA DE “GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE COMPRA Y VENTA” PARA UN APRENDIZAJE AUTÓNOMO Y CREATIVO EN LOS ESTUDIANTES DE LOS SEGUNDOS AÑOS DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIDAD DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE LOS COLEGIOS UNIVERSITARIO “UTN” Y NACIONAL “IBARRA”.

6.2. JUSTIFICACIÓN

En la sociedad actual, en la que se presentan innumerables necesidades que afectan al proceso de aprendizaje también recae las consecuencias negativas de impartir una educación basada en la memorización de los contenidos teóricos, Además los avances de la tecnología durante la última década han alterado no solo la cotidianidad del hombre; sino que también están modificando la forma de aprender, cada vez se hace más necesario procesos de enseñanza dinámicos, activos, ágiles, acordes a la capacidad mental y rapidez de procesamiento que la ciencia y la tecnología promueve en los jóvenes proactivos.

Para superar estas brechas de ineficiencia en la educación, es necesaria una innovación en lo pedagógico que sea considerada como un proceso continuo de dinamismo e interactividad entre el docente y el estudiante.

El Bachillerato Técnico en Gestión Administrativa y Contable, con su especialización en Contabilidad y Administración, al constituir una carrera técnica requiere de un conocimiento teórico - práctico que sea constante y sistemático, razón por la cual la estructura de la Guía Didáctica

Interactiva de Gestión Administrativa de Compra - Venta permite una utilización correcta y eficaz de cada una de las unidades de trabajo.

La utilización de esta Guía Interactiva constituye un instrumento necesario y útil para lograr un aprendizaje significativo mediante el apoyo del documento escrito y un CD Interactivo que explica de manera clara y sencilla el conocimiento y aplicación de la materia de Gestión Administrativa en Compra-Venta.

Además la Guía Interactiva permite relacionar de una mejor manera la teoría con la práctica y la aplicación de valores, tratando de ir de lo simple a lo complejo, permitiendo al estudiante actuar como un ente activo dentro de un proceso de aprendizaje autónomo que permita adquirir capacidades de investigación, desarrolle su creatividad y permita evidenciar un cambio de actitud y un fortalecimiento en sus valores.

Finalmente es importante agregar que la propuesta se la realiza gracias a la aceptación y la predisposición de las autoridades, de los docentes de la materia de Gestión Administrativa de Compra y Venta y de los estudiantes de los Segundos Años de Bachillerato de La Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios: Universitario "UTN" y Nacional Ibarra, que permitieron obtener datos preliminares para el desarrollo de la misma.

Estas observaciones son las razones que incentivan a presentar esta propuesta, misma que pretende concientizar al sistema educativo sobre la necesidad de presentar iniciativas educativas innovadoras que permitan mejorar el proceso de enseñanza –aprendizaje y fomenten una educación en valores cuya orientación pretende humanizar la tarea educativa en la que se pueda evidenciar un proceso de crecimiento integral en lo estudiantes.

6.3 OBJETIVOS

6.3.1 OBJETIVO GENERAL

Fortalecer el rendimiento académico de los estudiantes del Segundo Año de Bachillerato de la Especialidad de Contabilidad y Administración de los Colegios: Universitario “UTN” y Nacional “Ibarra” en la materia de Gestión Administrativa en Compra – Venta a través de la utilización y aplicación de una Guía Didáctica Interactiva.

6.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Motivar el estudio de la asignatura de Gestión Administrativa Compra-Venta mediante la utilización de herramientas didácticas acordes a la exigencia de la tecnología actual.
- ✓ Sustentar teóricamente la propuesta tratando temas que estén enmarcando las necesidades académicas de los estudiantes, acorde a los avances de la ciencia y la tecnología para desarrollar el criterio de auto-aprendizaje.
- ✓ Difundir la propuesta de la Guía Interactiva de Gestión Administrativa Compra y Venta a los docentes y estudiantes del Segundo Año De Bachillerato de la Especialidad de Contabilidad y Administración.

6.4. UBICACIÓN SECTORIAL

COLEGIO	PROVINCIA	CANTON	PARROQUIA	DIRECCIÓN
Universitario “UTN”	Imbabura	Ibarra	El Sagrario	Obispo Jesús Yeroví y Ulpiano de la Torre
Nacional Ibarra	Imbabura	Ibarra	El Sagrario	Av. Mariano Acosta 14-27

TABLA 6.1

6.6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

PLANIFICACION

MICROCURRICULAR

GESTION

ADMINISTRATIVA

DE COMPRA

Y VENTA

COLEGIO UNIVERSITARIO “UTN”
COLEGIO NACIONAL DE SEÑORITAS “IBARRA”
PLANIFICACIÓN ANUAL INTERDISCIPLINARIA

1.- DATOS INFORMATIVOS:

ÁREA	: Gestión Administrativa y Contable
ESPECIALIDAD	: Contabilidad y Administración
AÑO	: Segundo Año de Bachillerato
ASIGNATURA	: Gestión Administrativa de Compra – Venta
AÑO LECTIVO	: 2009-2010
NÚMERO DE SEMANAS	: 40 Semanas
PERÍODOS ANUALES	: 160 Períodos
AÑO LECTIVO	: 2009-2010

1. COMPETENCIA GENERAL:

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicio.

2. OBJETIVO DE LA ASIGNATURA:

☒ Realizar correctamente las gestiones administrativas de compra y venta de productos y/o servicios mediante el análisis teórico – práctico de los datos proporcionados por diferentes materiales de consulta.

☒ Practicar habitualmente valores como: responsabilidad, respeto, solidaridad, honradez, etc., lo que demostrará una formación integral recibida dentro de la institución educativa.

3. IDENTIFICACIÓN Y ORIENTACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO:

UT Nº. 1 INTRODUCCIÓN AL MÓDULO

OBJETIVO: *Presentar el módulo, motivando al alumno a emprender el proceso del aprendizaje del mismo.*

UT Nº. 2 EL APROVISIONAMIENTO: LOS PROVEEDORES

OBJETIVO: *Analizar el proceso de las compras.*

UT Nº. 3 EL CONTRATO DE COMPRA – VENTA Y EL IVA

OBJETIVO: *Conocer la normativa que regula las operaciones de compraventa y realizar los cálculos correspondientes al impuesto del IVA*

UT Nº. 4 EL PROCESO DE COMPRAS

OBJETIVO: *Elaborar los documentos generados por las operaciones de compraventa y analizar el control de mercancías.*

UT Nº. 5 LAS EXISTENCIAS

OBJETIVO: *Analizar los sistemas utilizados para la valoración de existencias y realizar los cálculos necesarios para conocer sus costes de compra introduciendo al alumno en los problemas del almacén.*

UT Nº. 6 EL PROCESO DE PAGO

OBJETIVO: *Analizar el proceso de pagos y la normativa legal básica que los regula y elaborar los documentos más habituales utilizados en el proceso.*

UT Nº. 7 LA INFORMÁTICA APLICADA A LAS OPERACIONES DE COMPRA – VENTA

OBJETIVO: *Instalar y manejar programas informáticos de gestión de operaciones de compra venta*

4. SELECCIÓN DEL TIPO DE CONTENIDO ORGANIZAR:

Hechos y conceptos

- ❖ **Aprovisionamiento:** Etapas del proceso de compra. Formas de pago. Tipos de existencias. Fichas de almacén. Características de los métodos de valoración de existencias: PEPS, UEPS, Promedio ponderado y Último precio de mercado.
- ❖ **Comercialización:** Etapas del proceso de ventas. Los precios. Servicio postventa.
- ❖ **Impuestos en las operaciones de compraventa:** Características. Regímenes de aplicación. Tipos. Modelos y plazos de presentación de la declaración- liquidación.
- ❖ **Legislación mercantil aplicable a la compra-venta:** Contrato de compra-venta. Requisitos legales de la facturación.
- ❖ **Tipos de documentos relacionados con las operaciones de compra-venta.** La facturación. Elementos que componen la factura. Características del pago-cobro aplazado.
- ❖ **Tipos de registro y archivo de la información y comunicación derivada de las compras, ventas y gestión de almacén.** Soporte documental. Soporte informático.
- ❖ **Estructura funciones y tipos de software de gestión de compra y venta**

Procedimientos

- ✧ Aplicar técnicas de comunicación adecuadas en la relación con clientes y proveedores
- ✧ Elaborar la documentación derivada de las operaciones de compra-venta, aplicando la legislación mercantil vigente.
- ✧ Aplicar métodos de control y valoración de existencias, teniendo en cuenta la legislación vigente.
- ✧ Utilizar aplicaciones informáticas de gestión de almacén y facturación.

Actitudes, valores y normas

- ⇒ Tener empatía en el trato con clientes y proveedores.
- ⇒ Interesarse por presentar con corrección los trabajos escritos.
- ⇒ Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente.
- ⇒ Valorar el cuidado y mantenimiento adecuado de los equipos ofimáticos.
- ⇒ Valorar la importancia de la seguridad en la conservación de la documentación e información
- ⇒ Interesarse por progresar en los conocimientos informáticos en el ámbito de usuario.

5. CONTENIDOS

UNIDAD N. 1	INTRODUCCIÓN
1.1	Concepto de Compra – Venta
1.2	Elementos que intervienen en las operaciones de compra – venta.
1.3	La organización empresarial, el departamento de compra-venta
1.3.1	Características y actividades propias de la compra – venta.

1.3.2	Secuencia del trabajo a seguir en el proceso de compra venta
UNIDAD N. 2 EL APROVISIONAMIENTO: LOS PROVEEDORES.	
2.1	Introducción al aprovisionamiento.
2.1.1	El mercado.
2.1.2	Los proveedores.
2.1.3	Búsqueda de proveedores. Fuentes de información.
2.2	Comunicación con los proveedores: inicio de relaciones; solicitud de ofertas.
2.2.1	Evaluación de proveedores y ofertas.
2.3	Selección de proveedores y ofertas.
2.4	Registro de los proveedores.
UNIDAD N. 3 EL CONTRATO DE COMPRA-VENTA Y EL IVA.	
3.1	Marco legal de la compra-venta
3.2	Normas Mercantiles de la Compra – Venta
3.3	Contrato de la Compra – Venta
3.4	IVA
3.4.1	Trasferencias e importaciones con tarifa cero
3.4.2	IVA sobre servicios
3.4.3	Base Imponible
3.4.4	Facturación del Impuesto
3.4.5	Libro de Registro
3.4.6	Declaración del Impuesto
3.4.7	Liquidación del Impuesto
3.4.8	Crédito Tributario
3.4.9	Plazos para declarar el impuesto
UNIDAD N. 4 EL PROCESO DE LAS COMPRAS.	
4.1	El proceso de las compras
4.2	Requisición de Compra
4.3	Orden de Compra

4.4	Informe de recepción o ingreso a bodega
4.5	Documentos generados
4.5.1	Factura
4.5.2	Tiquetes o Vales
4.5.3	Nota de Venta
UNIDAD N. 5 LAS EXISTENCIAS.	
5.1	El Costo de Producción
5.2	Valoración de existencias
5.2.1	Método FIFO
5.2.2	Método LIFO
5.2.3	Método Promedio
UNIDAD N. 6 EL PROCESO DE PAGO.	
6.1	Proceso de pago
6.1.1	No documentado
6.1.1.1	El recibo
6.1.2	Documentado
6.1.2.1	Letra De Cambio
6.1.2.2	El Cheque
6.1.2.3	Cheque Especiales
UNIDAD N. 7 LA INFORMÁTICA APLICADA A LAS OPERACIONES DE COMPRA-VENTA	
7.1	Aplicaciones informáticas de gestión comercial
7.1.1	Ventajas del uso de la informática en la gestión comercial.
7.2	Programa de Contabilidad Mónica
7.2.1	Partes del Programa Mónica
7.2.2	Instalación de la Aplicación

6. PARÁMETROS DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA

- Contenidos teóricos (conocimientos) será 40% que equivale a 8 puntos, distribuidos de la siguiente manera:
- La valoración de los conocimientos (contenidos teóricos) de las evaluaciones escritas, investigaciones, trabajos escritos, exposiciones, entre otros acerca de los contenidos de Unidades de Trabajo supondrán el 30% (6 puntos).
- Cumplimiento y presentación de tareas, informes exposiciones en el aula y extractase durante el desarrollo de las actividades en forma puntual 10%(2 puntos)

Tipo procedimental, se evaluarán las destrezas (actividades prácticas) que equivaldrá al 60% de la nota (12 puntos).

- La valoración de las capacidades de tipo procedimental (prácticas) se realizará evaluando los trabajos en clase, ejercicios prácticos, entre otros que haya realizado el alumno, suponiendo el 50% (10 puntos) de la calificación de este apartado.
- El 50% (10 puntos) de las práctica se evaluarán de la siguiente manera :
 - Preparación de la práctica, documentación del proceso 2 puntos
 - Desarrollo de la práctica, realización de cálculos, valores y porcentajes, trabajos en informes escritos 6 puntos
 - Calidad en la entrega de los trabajos, exactitud en los cálculos 2 puntos

7. PARÁMETROS DE EVALUACIÓN CUALITATIVA

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN DEL INDIVIDUO EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE

CATEGORÍA DE LA INTERACCIÓN	PARTICIPANTE				
	A	B	C	D	E
1. Expresa su apoyo; alivia la tensión.	MS	S	MS	MS	MS
2. Aprueba o acepta conclusiones.	MS	S	MS	MS	S
3. Proporciona información.	MS	S	MS	MS	MS
4. Da una opinión o una idea.	S	S	S	MS	S
5. Da un argumento o una razón.	MS	PS	MS	MS	MS
6. Define o aclara una observación.	MS	S	MS	MS	PS
7. Ofrece ayuda en los procedimientos.	MS	S	S	MS	PS
8. Solicita ayuda para los procedimientos.	MS	S	S	MS	MS
9. Solicita una aclaración.	S	S	S	MS	S
10. Responde a un argumento; contradice y critica.	MS	S	MS	MS	PS
11. Solicita una opinión.	MS	S	MS	MS	MS
12. Solicita información.	MS	S	S	MS	S
13. Desaprueba, pone objeciones, obstruye.	MS	S	MS	MS	S
14. Expresa antagonismo, tensión	PS	S	PS	PS	S

Resolución del Participante	MS	S	MS	MS	S
-----------------------------	----	---	----	----	---

<i>MS</i>	→	<i>Muy Satisfactorio</i>
<i>S</i>	→	<i>Satisfactorio</i>
<i>PS</i>	→	<i>Poco Satisfactorio</i>

8.- RECURSOS:

Recursos Humanos

- ✘ Estudiantes
- ✘ Maestro de asignatura
- ✘ Padres de familia

Recursos Materiales

- ♣ Guía Didáctica de Gestión Administrativa de Compra – Venta
- ♣ CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta
- ♣ Textos bibliográficos
- ♣ Poligrafiados
- ♣ Períodos
- ♣ Folletos
- ♣ Acuerdos ministeriales
- ♣ Cuadernos, carpetas, hojas perforadas
- ♣ Medios Electrónicos
- ♣ Ambientes apropiados para el aprendizaje.

7. BIBLIOGRAFÍA

1. Acuerdo Ministerial 34-25
2. BRAVO VALDIVIESO, Mercedes..... (2001) "Contabilidad General", 4ta. Edición, Quito-Ecuador.

3. CEVALLOS MEJÍA Jenny A. & CHUQUIN SUAREZ Alexandra A. (2009) "Tesis previa a la obtención de la Licenciatura en Contabilidad y Computación: La evaluación por competencias en la asignatura de productos y servicios financieros y de seguros básicos para los estudiantes del Tercer Año de bachillerato de la especialidad de Contabilidad y Administración del Colegio Universitario "UTN"."
4. CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICA... (2002) "Ley de Cheques, Legislación Conexa" Quito-Ecuador.
5. CULTURA S.A..... (2001) "Diccionario de Contabilidad y Finanzas", España.
6. DE ALMEIDA, Mercedes(2002) "Los Documentos Comerciales Instrumentos de la Contabilidad", 1era.Edición, Quito-Ecuador.
7. DE SICARD, Sofía, MEJORES RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA. Bogotá Colombia, Editorial Norma, Última edición.
8. EDICIONES JURÍDICAS..... "Código de Civil". Quito-Ecuador.
9. EDICIONES LEGALES..... (2001) "Código de Comercio". Colección Praxis, Ecuador. CORPORACIÓN DE ESTUDIOS PUBLICADOS Codificación y leyes conexas
10. EDICIONES LEGALES.....(2005) "Código de Trabajo". Colección Praxis, Ecuador.
11. EDICOL "Diccionario Enciclopédico.....(2002), Colombia.

12. FERNÁNDEZ, Antonio & SÁENZ Ángel..... (2004) "Contabilidad de Costos y Contabilidad de Gestión" 2da. Edición McGraw-Hill/Interamericana de España.
13. GARY, Armstrong & KOTLER, Philip..... (2004) "Mercadotecnia", 6ta. Edición, México.
14. GUERRERO. D, Jorge. A, (2005) "Tesis Maestría en Educación: plan estratégico para la facultad de educación, ciencia y tecnología (FECYT), de la Universidad Técnica Del Norte, en el Ámbito Administrativo".
15. LEPELEY, María Teresa. (2001) "Gestión y Calidad en Educación McGraw Hill/ INTERAMERICANA DE CHILE Ltda.
16. LOACHAMIN, Mercedes, DOCUMENTACION MERCANTIL, editorial Almeida, Quito – Ecuador
17. MALDONADO, Hernán....."Manual de Contabilidad por Especialidades". Tomo I Colecciones
18. MARIN, Francisco..... (2002) "Derecho Mercantil Práctico", 3ra. Edición. Quito-Ecuador.
19. MEIGS, Roberto & MEIGS, Walter.....(2004) "Contabilidad La Base Para Decisiones Gerenciales", 8va. Edición, McGraw-Hill, México.
20. OROZCO, José..... (2007) "Contabilidad General". 4ta. Edición.

21. Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno..... (2009) Corporación de estudios y publicaciones
22. ROMERO, Javier..... (2002) "Principios de Contabilidad", 2da. Edición McGraw-Hill, México.
23. SÁNCHEZ CARRIÓN, Gilberto ..(2005) "La Tablita" Quito-Ecuador
24. SARMIENTO, Rubén..... (2000) "Contabilidad General" 5ta. Edición, Quito-Ecuador.
25. VÁSCONEZ, José..... (2001) "Contabilidad General" 1ra. Edición, Quito-Ecuador.
26. VIZUETA, Gonzalo....."Contabilidad General" Tecnicopia Publicitaria
27. [www.//es.wikipedia.org/tics](http://es.wikipedia.org/tics)
28. www.monografias.com/trabajo16/objetivos-educación/tic
29. www.sri.gov.ec
30. ZAPATA, Pedro & Mercedes... (2003) "Introducción a la Contabilidad y Documentación Mercantil", 1era. Edición, Quito- Ecuador.
31. ZAPATA, Pedro..... (2002) " Contabilidad General", 4ta. Edición, Quito- Ecuador.
32. ZIKMUND, William, D'AMICO, Michael... (1998) "Mercadotecnia Marketing, Universitario" 3ra. Reimpresión McGraw-Hill, México.

COLEGIO UNIVERSITARIO “UTN”
COLEGIO NACIONAL DE SEÑORITAS “IBARRA”
PLANIFICACIÓN DE UNIDAD DIDÁCTICA

1.- DATOS INFORMATIVOS:

ÁREA : Gestión Administrativa y Contable
ESPECIALIDAD : Contabilidad y Administración
AÑO : Segundo Año de Bachillerato
ASIGNATURA : Gestión Administrativa de Compra – Venta
AÑO LECTIVO : 2009-2010
NÚMERO DE ACTIVIDADES : 1 Actividad
NÚMERO DE PERÍODOS : 4 Períodos

2.- COMPETENCIA GENERAL:

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicio.

UNIDAD DE TRABAJO N° 1: INTRODUCCIÓN AL MÓDULO

OBJETIVO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:

“Presentar el módulo, motivando al alumno a emprender el proceso del aprendizaje del mismo.”

CONTENIDOS:

CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concepto de compra venta ▪ Elementos que intervienen en las operaciones de compra venta. ▪ La organización empresarial, el departamento de compra-venta. ▪ Características y actividades propias de la compra venta 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar las funciones y tareas que tienen que ver con las operaciones de compra – venta ▪ Identificar los medios materiales y organizativos necesarios para realizar su trabajo. ▪ Analizar los bloques y Unidades de Trabajo programados para el aprendizaje del Módulo. ▪ Analizar la metodología didáctica que se llevará a cabo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener empatía en el trato con clientes y proveedores. ▪ Interesarse por presentar con corrección los trabajos escritos. ▪ Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. ▪ Valorar el cuidado y mantenimiento adecuado de los equipos ofimáticos. ▪ Valorar la importancia de la seguridad en la conservación de la documentación e información ▪ Interesarse por progresar en los

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secuencia del trabajo que hay que seguir en el proceso de compra venta. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analizar los conceptos evaluables y proposición de formas y actividades de evaluación. 	<p>conocimientos informáticos en el ámbito de usuario.</p>
---	--	--

DESARROLLO POR ETAPAS:

<p><u>Primera Etapa:</u> PREPARACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el nivel de conocimientos previos • Predisponer a los estudiantes para el estudio y ejecución de los contenidos programáticos de la asignatura. <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un diálogo con los estudiantes para tener en claro sus expectativas. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dinámica de presentación • Lluvia de ideas
--	--

<p><u>Segunda Etapa:</u> DEMOSTRACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <p>Dar a conocer los contenidos programáticos.</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el concepto de compra – venta • Realizar un coloquio para poder establecer los elementos que intervienen en el proceso de compra y sus características <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diálogo basado en preguntas y respuestas
<p><u>Tercera Etapa:</u> PRÁCTICA</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consensuar la importancia que el departamento de compras tiene en la empresa <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esquematizar conocimientos previos a través de un mapa

	<p>conceptual.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formular casos prácticos. • Ejercitar valores de responsabilidad en el cumplimiento de tareas. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una lluvia de ideas para formular un concepto de compra venta
<p><u>Cuarta Etapa:</u> EJERCICIO</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Familiarizar al estudiante con el uso del CD interactivo de la materia <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucciones para el manejo del programa • Explicación de dudas observadas en el desarrollo de clase. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formar grupos de trabajo • Establecer indicaciones pertinentes • Inculcar la responsabilidad en el estudiante.

EVALUACIÓN CUALITATIVA

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN DEL INDIVIDUO EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE

CATEGORÍA DE LA INTERACCIÓN	PARTICIPANTE				
	A	B	C	D	E
1. Expresa su apoyo; alivia la tensión.	MS	S	MS	MS	MS
2. Aprueba o acepta conclusiones.	MS	S	MS	MS	S
3. Proporciona información.	MS	S	MS	MS	MS
4. Da una opinión o una idea.	S	S	S	MS	S
5. Da un argumento o una razón.	MS	PS	MS	MS	MS
6. Define o aclara una observación.	MS	S	MS	MS	PS
7. Ofrece ayuda en los procedimientos.	MS	S	S	MS	PS
8. Solicita ayuda para los procedimientos.	MS	S	S	MS	MS
9. Solicita una aclaración.	S	S	S	MS	S
10. Responde a un argumento; contradice y critica.	MS	S	MS	MS	PS
11. Solicita una opinión.	MS	S	MS	MS	MS
12. Solicita información.	MS	S	S	MS	S
13. Desaprueba, pone objeciones, obstruye.	MS	S	MS	MS	S
14. Expresa antagonismo, tensión	PS	S	PS	PS	S

Resolución del Participante	MS	S	MS	MS	S
-----------------------------	----	---	----	----	---

<i>MS</i>	→	<i>Muy Satisfactorio</i>
<i>S</i>	→	<i>Satisfactorio</i>
<i>PS</i>	→	<i>Poco Satisfactorio</i>

EVALUACIÓN CUANTITATIVA:

- Contenidos teóricos (conocimientos) será 40% que equivale a 8 puntos, distribuidos de la siguiente manera:
- La valoración de los conocimientos (contenidos teóricos) de las evaluaciones escritas, investigaciones, trabajos escritos, exposiciones, entre otros acerca de los contenidos de Unidades de Trabajo supondrán el 30% (6 puntos).
- Cumplimiento y presentación de tareas, informes exposiciones en el aula y extractase durante el desarrollo de las actividades en forma puntual 10%(2 puntos)

- La valoración de las capacidades de tipo procedimental (prácticas) se realizará evaluando los trabajos en clase, ejercicios prácticos, entre otros que haya realizado el alumno, suponiendo el 50% (10 puntos) de la calificación de este apartado.
- El 50% (10 puntos) de las práctica se evaluarán de la siguiente manera :
 - Preparación de la práctica, documentación del proceso 2 puntos
 - Desarrollo de la práctica, realización de cálculos, valores y porcentajes, trabajos en informes escritos 6 puntos
 - Calidad en la entrega de los trabajos, exactitud en los cálculos 2 puntos

RECURSOS:

- Propios del aula
- Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta
- CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta
- Medios Electrónicos
- Cuadernos, folletos, libros

UNIDAD DE TRABAJO N° 1:

INTRODUCCIÓN AL MÓDULO

Total de períodos de la Unidad de Trabajo: 4 Períodos

Número de actividades propuestas: 1

ACTIVIDAD N° 1:

Tiempo estimado: 4 periodos	Realización: Todo el grupo
Ubicación: Aula	
Objetivos de la actividad: <ul style="list-style-type: none">• Comprender el nuevo proceso de enseñanza - aprendizaje a desarrollarse dentro del presente año lectivo con el uso del CD de la guía interactiva.• Obtener una primera aproximación sobre conceptos básicos referentes a la compra – venta	
Medios didácticos y tecnológicos y documentos de apoyo: <ul style="list-style-type: none">• Cuadernos para anotaciones teóricas y práctica (Desarrollo de ejercicios)• Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta• CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta• Calculadora• Regla, lápiz borrador• Computador	
Secuencia/desarrollo de la actividad:	

DOCENTE

- Expone los conceptos, hechos y procedimientos de ésta unidad de trabajo
- Enlista los distintos temas de las unidades de trabajo a desarrollarse durante el año lectivo
- Se da lectura sobre las instrucciones del manejo de la guía y el CD Interactivo
- Motivación de los distintos temas a los estudiantes
- Organiza a los estudiantes en grupos de trabajo para realizar una lectura comentada de la primera unidad.
- Orienta a los estudiantes para resolver las primeras actividades formuladas en el CD interactivo de la materia

ESTUDIANTE

- Se presentan y expresan sus expectativas.
- Lectura y análisis de las instrucciones para el uso de CD interactivo
- Se forman en equipos de trabajo designados por el maestro dentro de clases.
- Resuelven las actividades planteadas en el CD
- Analizan sus posibles errores al resolver cada actividad.

Seguimiento de la actividad por parte del docente:

- Dirige la lectura comentada
- Realiza un seguimiento individual en el trabajo de los estudiante para la realización de la lista de tareas y su agrupación

Evaluación

- Participar activamente en la lectura comentada.
- Resolver las actividades planteadas en el CD interactivo

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD POR ETAPAS

(PLAN DE CLASE Nº 1)

UNIDAD DE TRABAJO Nº 1:

TEMA: INTRODUCCIÓN – LA COMPRA VENTA

ACTIVIDAD POR ETAPA: Nº 1

ETAPAS: PREPARACIÓN, DEMOSTRACIÓN, PRÁCTICA Y EJERCICIO.

Tiempo estimado: 4 periodos	Realización: Todo el grupo
Ubicación: Aula	
Objetivos de la actividad: <ul style="list-style-type: none">• Familiarizar al estudiante con el uso de la Guía Didáctica conjuntamente con el CD Interactivo para su adecuado manejo.• Conocer los aspectos principales que contempla la compra – venta, mediante estrategias didácticas que promuevan entre los estudiantes un ambiente de investigación.	
Medios didácticos y tecnológicos y documentos de apoyo: <ul style="list-style-type: none">• Cuadernos para anotaciones teóricas y práctica (Desarrollo de ejercicios)• Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta• CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta• Calculadora• Regla, lápiz borrador• Computador	
Secuencia/desarrollo de la actividad:	
DOCENTE	
-Pide al grupo que cada uno se presente.	
-Realiza un coloquio con los alumnos con el fin de cada alumno exponga sus pretensiones al escoger esta especialidad.	
- Presentar brevemente los contenidos que se van a tratar durante la hora	

de clase

- Organiza a los estudiantes en grupos.
- Expone las instrucciones para el adecuado uso del CD Interactivo.
- Organiza con los estudiantes una lluvia de ideas con el fin de cada alumno exponga sus nociones sobre lo que es la compra – venta.
- Pide que se analice la información de la Unidad 1 que se explica en el CD para elaborar un ordenador de ideas.
- Orienta a los estudiantes para resolver las primeras actividades formuladas en el CD Interactivo de la materia.

ESTUDIANTE

- Se presentan y expone sus expectativas
- Se organizan en grupos
- Toman apuntes sobre las instrucciones de uso del CD Interactivo
- Toman parte activa en la lluvia de ideas comentando sus conocimientos sobre el tema
- Realizan el análisis de la información y elaboran el ordenador de ideas.
- Resuelven las actividades planteadas en el CD
- Analizan sus posibles errores al resolver cada actividad.

Seguimiento de la actividad por parte del docente:

- Dirige la lluvia de ideas para que todos los estudiantes participen
- Realiza un seguimiento individual en el trabajo de los alumnos para la realización de tareas

Evaluación

- Participar activamente en la lluvia de ideas.
- Responde a preguntas planteadas por el docente.
- Realizan el ordenador de ideas
- Resuelven las actividades planteadas en el CD

COLEGIO UNIVERSITARIO “UTN”
COLEGIO NACIONAL DE SEÑORITAS “IBARRA”
PLANIFICACIÓN DE UNIDAD DIDÁCTICA

1.- DATOS INFORMATIVOS:

ÁREA : Gestión Administrativa y Contable
ESPECIALIDAD : Contabilidad y Administración
AÑO : Segundo Año de Bachillerato
ASIGNATURA : Gestión Administrativa de Compra – Venta
AÑO LECTIVO : 2009-2010
NÚMERO DE ACTIVIDADES : 1 Actividad
NÚMERO DE PERÍODOS : 12 Períodos

2.- COMPETENCIA GENERAL:

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicio.

UNIDAD DE TRABAJO Nº 2: EL APROVISIONAMIENTO: LOS
PROVEEDORES

OBJETIVO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:

Analizar el proceso de las compras.

CONTENIDOS:

CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducción al aprovisionamiento. ▪ El mercado. ▪ Los proveedores. ▪ Búsqueda de proveedores. ▪ Fuentes de información. ▪ Comunicación con los proveedores: inicio de relaciones; solicitud de ofertas; reclamación de incumplimientos. ▪ Evaluación de proveedores y ofertas, atendiendo a: cercanía; rapidez en el suministro; precio; forma de pago; servicio post-venta; grado de cumplimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar las partes que intervienen en el mercado de compra-venta. ▪ Buscar las fuentes de información que contemplen a las empresas que se dedican a una determinada actividad en una zona concreta. ▪ Confeccionar cartas comerciales sobre el inicio de relaciones, solicitud de ofertas y reclamaciones remitidas a los proveedores. ▪ Analizar las ofertas y características de varios proveedores determinando los más idóneos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener empatía en el trato con proveedores. ▪ Interesarse por presentar con corrección los trabajos escritos. ▪ Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. ▪ Valorar el cuidado y mantenimiento adecuado de los equipos ofimáticos. ▪ Valorar la importancia de la seguridad en la conservación de la documentación e información ▪ Interesarse por

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Selección de proveedores y ofertas ▪ Registro de los proveedores. 		<p>progresar en los conocimientos informáticos en el ámbito de usuario.</p>
--	--	---

DESARROLLO POR ETAPAS:

<p><u>Primera Etapa:</u> PREPARACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el nivel de conocimientos previos. • Predisponer a los estudiantes para el estudio y ejecución de los siguientes temas: El mercado, los proveedores, búsqueda, elección, evaluación y registro de proveedores, <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un diálogo con los estudiantes para tener en claro su conocimiento sobre los proveedores y conocer las expectativas que desean alcanzar en esta unidad <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lluvia de ideas • Exposiciones
<p><u>Segunda Etapa:</u> DEMOSTRACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obtener un concepto e importancia de los proveedores en la empresa

	<p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar los recursos didácticos disponibles (CD interactivo y la Guía) • Identificar y explicar conceptos básicos a través de consultas e investigaciones • Construir un cuadro comparativo con ideas principales del tema. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diálogo basado en preguntas y respuestas • Determinar conceptos • Coloquio con ideas principales sobre los proveedores
<p><u>Tercera Etapa:</u> PRÁCTICA</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los requisitos que un proveedor debe cumplir para ser tomado en cuenta para la compra de materiales en una empresa. <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esquematizar conocimientos previos a través de un mapa conceptual.

	<ul style="list-style-type: none"> • Lectura y análisis del CD interactivo. • Organizar la ideas de un tema a través de un recurso sistemático • Ejercitar valores de responsabilidad en el cumplimiento de tareas. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación de equipos de trabajo de tres personas. • Exposición de mapas conceptuales sobre el tema
<p><u>Cuarta Etapa:</u> EJERCICIO</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar, seleccionar, evaluar y registrar a proveedores. <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones en equipos de trabajo sobre el tema. • Explicación de dudas observadas en el desarrollo de clase. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formar grupos de trabajo • Desarrollar las actividades que se encuentran en el CD interactivo

EVALUACIÓN CUALITATIVA

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN DEL INDIVIDUO EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE

CATEGORÍA DE LA INTERACCIÓN	PARTICIPANTE				
	A	B	C	D	E
1. Expresa su apoyo; alivia la tensión.	MS	S	MS	MS	MS
2. Aprueba o acepta conclusiones.	MS	S	MS	MS	S
3. Proporciona información.	MS	S	MS	MS	MS
4. Da una opinión o una idea.	S	S	S	MS	S
5. Da un argumento o una razón.	MS	PS	MS	MS	MS
6. Define o aclara una observación.	MS	S	MS	MS	PS
7. Ofrece ayuda en los procedimientos.	MS	S	S	MS	PS
8. Solicita ayuda para los procedimientos.	MS	S	S	MS	MS
9. Solicita una aclaración.	S	S	S	MS	S
10. Responde a un argumento; contradice y critica.	MS	S	MS	MS	PS
11. Solicita una opinión.	MS	S	MS	MS	MS
12. Solicita información.	MS	S	S	MS	S
13. Desaprueba, pone objeciones, obstruye.	MS	S	MS	MS	S
14. Expresa antagonismo, tensión	PS	S	PS	PS	S

Resolución del Participante	MS	S	MS	MS	S
-----------------------------	----	---	----	----	---

<i>MS</i>	→	<i>Muy Satisfactorio</i>
<i>S</i>	→	<i>Satisfactorio</i>
<i>PS</i>	→	<i>Poco Satisfactorio</i>

EVALUACIÓN CUANTITATIVA:

- Contenidos teóricos (conocimientos) será 40% que equivale a 8 puntos, distribuidos de la siguiente manera:
- La valoración de los conocimientos (contenidos teóricos) de las evaluaciones escritas, investigaciones, trabajos escritos, exposiciones, entre otros acerca de los contenidos de Unidades de Trabajo supondrán el 30% (6 puntos).
- Cumplimiento y presentación de tareas, informes exposiciones en el aula y extractase durante el desarrollo de las actividades en forma puntual 10%(2 puntos)

Tipo procedimental, se evaluarán las destrezas (actividades prácticas) que equivaldrá al 60% de la nota (12 puntos).

- La valoración de las capacidades de tipo procedimental (prácticas) se realizará evaluando los trabajos en clase, ejercicios prácticos, entre otros que haya realizado el alumno, suponiendo el 50% (10 puntos) de la calificación de este apartado.
- El 50% (10 puntos) de las práctica se evaluarán de la siguiente manera :
 - Preparación de la práctica, documentación del proceso 2 puntos
 - Desarrollo de la práctica, realización de cálculos, valores y porcentajes, trabajos en informes escritos 6 puntos
 - Calidad en la entrega de los trabajos, exactitud en los cálculos 2 puntos

RECURSOS:

- Propios del aula
- Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta
- CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta
- Medios Electrónicos
- Cuadernos, folletos, libros

UNIDAD DE TRABAJO Nº 2:

EL APROVISIONAMIENTO – LOS PROVEEDORES

Total de períodos de la Unidad de Trabajo: 12 Períodos

Número de actividades propuestas: 1

ACTIVIDAD Nº 1:

Tiempo estimado: 12 periodos	Realización: Todo el grupo
Ubicación: Aula	
Objetivos de la actividad: Identificar y Comprender el proceso de aprovisionamiento conservando la información y la documentación	
Medios didácticos y tecnológicos y documentos de apoyo: <ul style="list-style-type: none">• Cuadernos para anotaciones teóricas y práctica (Desarrollo de ejercicios)• Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta• CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta• Calculadora• Regla, lápiz borrador• Computador	
Secuencia/desarrollo de la actividad:	
DOCENTE <ul style="list-style-type: none">➤ Expone los conceptos, hechos y procedimientos de ésta unidad de trabajo	

- Motivación del tema valorando la importancia de los proveedores en la empresa
- Organiza con el grupo «una tormenta de ideas» sobre los conocimientos básicos que los alumnos tienen sobre lo que es el aprovisionamiento.
- Forma equipos de trabajo
- Realiza una lectura comentada de los contenidos de esta unidad en el CD interactivo.
- Orienta a los estudiantes para resolver las actividades correspondientes a la unidad formuladas en el CD interactivo de la materia

ESTUDIANTE

- Toman parte activa en la tormenta de ideas comentando sus conocimientos previos sobre el aprovisionamiento.
- Se forman en equipos de trabajo
- Elaboración de un informe por equipo sobre la lectura comentada.
- Presentan una exposición.
- Resuelven las actividades planteadas en el CD
- Analizan sus posibles errores al resolver cada actividad.

Seguimiento de la actividad por parte del docente:

- Dirige la tormenta de ideas para que todos los estudiantes participen
- Realiza un seguimiento individual en el trabajo de los alumnos.

Evaluación

- Participar activamente en la tormenta de ideas.
- Realiza la exposición de los contenidos analizados en la lectura comentada.
- Resolver las actividades planteadas en el CD interactivo

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD POR ETAPAS

(PLAN DE CLASE Nº 2)

UNIDAD DE TRABAJO Nº 2:

TEMA: EL MERCADO – LOS PROVEEDORES

ACTIVIDAD POR ETAPA: Nº 1

ETAPAS: PREPARACIÓN, DEMOSTRACIÓN, PRÁCTICA Y EJERCICIO.

Tiempo estimado: 4 periodos	Realización: Todo el grupo
Ubicación: Aula	
Objetivos de la actividad: <ul style="list-style-type: none">• Conocer los conceptos básicos sobre el mercado y los proveedores; a través de exposiciones grupales, con el fin de alcanzar conocimientos previos al tema.	
Medios didácticos y tecnológicos y documentos de apoyo: <ul style="list-style-type: none">• Cuadernos para anotaciones teóricas y práctica (Desarrollo de ejercicios)• Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta• CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta• Regla, lápiz borrador• Computador	
Secuencia/desarrollo de la actividad:	

DOCENTE

- Motiva a los estudiantes explicándoles la importancia de los temas que se van tratar en clase.
- Organiza aleatoriamente a los estudiantes en grupo
- Realiza una lectura comentada sobre el mercado y los proveedores.
- Pide a los alumnos que basados en la información del CD realicen una exposición.

ESTUDIANTE

- Se organizan en grupos
- Participan activamente en la lectura comentada
- Se preparan para la exposición.

Seguimiento de la actividad por parte del docente:

- Dirige la lectura comentada
- Orienta a los estudiantes en la exposición.
- Realiza un seguimiento individual en el trabajo de los alumnos para la realización de tareas

Evaluación

- Participar activamente en la lectura comentada.
- Realizan la exposición
- Responde a preguntas planteadas por el docente.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD POR ETAPAS

(PLAN DE CLASE Nº 3)

UNIDAD DE TRABAJO Nº 2:

TEMA: BÚSQUEDA Y COMUNICACIÓN CON LOS PROVEEDORES

ACTIVIDAD POR ETAPA: Nº 1

ETAPAS: PREPARACIÓN, DEMOSTRACIÓN, PRÁCTICA Y EJERCICIO.

Tiempo estimado: 4 periodos	Realización: Todo el grupo
Ubicación: Aula	
Objetivos de la actividad: <ul style="list-style-type: none">• Analizar los aspectos principales que se deben tener en cuenta para evaluar y seleccionar a los proveedores.• Conocer la forma correcta de registro de los proveedores en una empresa mediante el estudio de casos prácticos.	
Medios didácticos y tecnológicos y documentos de apoyo: <ul style="list-style-type: none">• Cuadernos para anotaciones teóricas y práctica (Desarrollo de ejercicios)• Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta• CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta• Regla, lápiz borrador• Computador	
Secuencia/desarrollo de la actividad:	

DOCENTE

- Presenta brevemente los contenidos que se van a tratar durante la hora clase.
- Organiza una mesa redonda con los estudiantes.
- Realiza una lectura comentada sobre la búsqueda y comunicación con los proveedores.
- Pide a los alumnos que basados en la información del CD esquematicen sus conocimientos sobre este tema.

ESTUDIANTE

- Se organizan para iniciar con la mesa redonda.
- Participan activamente en la lectura comentada
- Analizan la información contenida en el CD y realizan el mapa conceptual

Seguimiento de la actividad por parte del docente:

- Actúa como mediador en la mesa redonda
- Orienta a los estudiantes en la lectura comentada
- Ayudar a los alumnos a elaborar un mapa conceptual sobre el tema

Evaluación

- Participar activamente en la mesa redonda
- Intervienen en la lectura comentada
- Responde a preguntas planteadas por el docente.
- Realizan el mapa conceptual

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD POR ETAPAS

(PLAN DE CLASE Nº 4)

UNIDAD DE TRABAJO Nº 2:

TEMA: EVALUACIÓN, SELECCIÓN Y REGISTRO DE PROVEEDORES

ACTIVIDAD POR ETAPA: Nº 1

ETAPAS: PREPARACIÓN, DEMOSTRACIÓN, PRÁCTICA Y EJERCICIO.

Tiempo estimado: 4 periodos	Realización: Todo el grupo
Ubicación: Aula	
Objetivos de la actividad: <ul style="list-style-type: none">• Identificar los requisitos que deben cumplir los proveedores para la realización de una compra, mediante la esquematización de conocimientos previos de los estudiantes.	
Medios didácticos y tecnológicos y documentos de apoyo: <ul style="list-style-type: none">• Cuadernos para anotaciones teóricas y práctica (Desarrollo de ejercicios)• Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta• CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta• Regla, lápiz borrador• Computador	
Secuencia/desarrollo de la actividad:	
DOCENTE -Presenta brevemente los contenidos que se van a tratar durante la hora clase.	

- Organiza a los estudiantes en grupo.
- Pide a los alumnos que basados en la información del CD realicen una exposición.
- Pide a cada grupo simular la creación de una empresa
- Presenta una lista de proveedores con posibles ofertas.
- Pide a los alumnos seleccionar a los mejores proveedores y proceder a su registro.
- Orienta a los estudiantes para resolver las actividades de la Unidad 2 formuladas en el CD Interactivo de la materia.

ESTUDIANTE

- Analizan la información contenida en el CD
- Se organizan para realizar la exposición.
- En cada grupo se crea una empresa ficticia.
- Buscan, evalúan, seleccionan a los proveedores con mejores ofertas.
- Resuelven las actividades planteadas en el CD
- Analizan sus posibles errores al resolver cada actividad.

Seguimiento de la actividad por parte del docente:

- Dirige a los estudiantes en la exposición
- Orienta a los estudiantes en la creación de una empresa y selección de proveedor
- Ayudar a los ESTUDIANTES a resolver las actividades planteadas en el CD Interactivo

Evaluación

- Participar en la exposición
- Intervienen activamente en la creación de la empresa y selección de proveedores
- Responde a preguntas planteadas por el profesor.
- Realizan las actividades planteadas en el CD

COLEGIO UNIVERSITARIO “UTN”
COLEGIO NACIONAL DE SEÑORITAS “IBARRA”
PLANIFICACIÓN DE UNIDAD DIDÁCTICA

1.- DATOS INFORMATIVOS:

ÁREA	: Gestión Administrativa y Contable
ESPECIALIDAD	: Contabilidad y Administración
AÑO	: Segundo Año de Bachillerato
ASIGNATURA	: Gestión Administrativa de Compra – Venta
AÑO LECTIVO	: 2009-2010
NÚMERO DE ACTIVIDADES	: 2 Actividad
NÚMERO DE PERÍODOS	: 24 Períodos

2.- COMPETENCIA GENERAL:

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicio.

UNIDAD DE TRABAJO Nº 3: EL CONTRATO DE COMPRA – VENTA Y EL IVA

OBJETIVO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:

Conocer la normativa que regula las operaciones de compraventa y realizar los cálculos correspondientes al impuesto del IVA.

CONTENIDOS:

CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marco legal de la compra-venta: normas mercantiles; contrato de compra-venta ▪ I.V.A.: régimen general, características; operaciones no sujetas; exenciones; base imponible; tipo impositivo; deducciones; compensación; devolución; obligaciones formales del sujeto pasivo; libros registro obligatorios; declaración-liquidación: modelos y plazos; regímenes especiales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analizar normas relativas al contrato de compra-venta. ▪ Analizar las características del I.V.A., y su repercusión en los precios de compra y venta de los productos y servicios con los que operan las empresa ▪ Realizar los cálculos necesarios para la obtención de la base imponible del IVA teniendo en cuenta todas las incidencias posibles. ▪ Asociar los distintos tipos impositivos con los bienes y servicios a los que afecta cada uno. ▪ Realizar las operaciones necesarias para calcular la cuota devengada en los impuestos que afectan a las operaciones de compraventa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interesarse por presentar con corrección los trabajos escritos. ▪ Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. ▪ Valorar el cuidado y mantenimiento adecuado de los equipos ofimáticos. ▪ Valorar la importancia de la seguridad en la conservación de la documentación e información ▪ Interesarse por progresar en los

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analizar las obligaciones formales del sujeto pasivo en operaciones de compraventa. ▪ Complimentar los libros registro obligatorios en el IVA ▪ Complimentar la declaración de pago del I.V.A. en os impresos oficiales dentro de los plazos legales. 	<p>conocimientos informáticos en el ámbito de usuario.</p>
--	---	--

DESARROLLO POR ETAPAS:

<p><u>Primera Etapa:</u> PREPARACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el nivel de conocimientos previos. • Predisponer a los estudiantes para el estudio y ejecución de los temas a estudiar <p>Estrategias: Realizar exposiciones sobre el marco legal de la compra – venta</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lluvia de ideas • Exposiciones
<p><u>Segunda Etapa:</u> DEMOSTRACIÓN</p>	<p>Objetivos: Conocer los productos y servicios que tengan tarifa 0 en</p>

	<p>el impuesto del IVA</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones grupales • Investigaciones • Ejercicios <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diálogo basado en preguntas y respuestas • Determinar elementos importantes del Impuesto del IVA
<p><u>Tercera Etapa:</u></p> <p>PRÁCTICA</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer como se factura el impuesto <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los contenidos del Cd interactivo y de la Guía <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de Casos • Lluvia de Ideas
<p><u>Cuarta Etapa:</u></p> <p>EJERCICIO</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calcular el crédito tributario <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis del tema en el CD • Explicaciones prácticas <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resolver ejercicios en el CD

EVALUACIÓN CUALITATIVA

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN DEL INDIVIDUO EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE

CATEGORÍA DE LA INTERACCIÓN	PARTICIPANTE				
	A	B	C	D	E
1. Expresa su apoyo; alivia la tensión.	MS	S	MS	MS	MS
2. Aprueba o acepta conclusiones.	MS	S	MS	MS	S
3. Proporciona información.	MS	S	MS	MS	MS
4. Da una opinión o una idea.	S	S	S	MS	S
5. Da un argumento o una razón.	MS	PS	MS	MS	MS
6. Define o aclara una observación.	MS	S	MS	MS	PS
7. Ofrece ayuda en los procedimientos.	MS	S	S	MS	PS
8. Solicita ayuda para los procedimientos.	MS	S	S	MS	MS
9. Solicita una aclaración.	S	S	S	MS	S
10. Responde a un argumento; contradice y critica.	MS	S	MS	MS	PS
11. Solicita una opinión.	MS	S	MS	MS	MS
12. Solicita información.	MS	S	S	MS	S
13. Desaprueba, pone objeciones, obstruye.	MS	S	MS	MS	S
14. Expresa antagonismo, tensión	PS	S	PS	PS	S

Resolución del Participante	MS	S	MS	MS	S
-----------------------------	----	---	----	----	---

<i>MS</i>	→	<i>Muy Satisfactorio</i>
<i>S</i>	→	<i>Satisfactorio</i>
<i>PS</i>	→	<i>Poco Satisfactorio</i>

EVALUACIÓN CUANTITATIVA:

- Contenidos teóricos (conocimientos) será 40% que equivale a 8 puntos, distribuidos de la siguiente manera:
- La valoración de los conocimientos (contenidos teóricos) de las evaluaciones escritas, investigaciones, trabajos escritos, exposiciones, entre otros acerca de los contenidos de Unidades de Trabajo supondrán el 30% (6 puntos).
- Cumplimiento y presentación de tareas, informes exposiciones en el aula y extractase durante el desarrollo de las actividades en forma puntual 10%(2 puntos)

Tipo procedimental, se evaluarán las destrezas (actividades prácticas) que equivaldrá al 60% de la nota (12 puntos).

- La valoración de las capacidades de tipo procedimental (prácticas) se realizará evaluando los trabajos en clase, ejercicios prácticos, entre otros que haya realizado el alumno, suponiendo el 50% (10 puntos) de la calificación de este apartado.
- El 50% (10 puntos) de las práctica se evaluarán de la siguiente manera :
 - Preparación de la práctica, documentación del proceso 2 puntos
 - Desarrollo de la práctica, realización de cálculos, valores y porcentajes, trabajos en informes escritos 6 puntos
 - Calidad en la entrega de los trabajos, exactitud en los cálculos 2 puntos

RECURSOS:

- Propios del aula
- Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta
- CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta
- Medios Electrónicos
- Cuadernos, folletos, libros

COLEGIO UNIVERSITARIO “UTN”
COLEGIO NACIONAL DE SEÑORITAS “IBARRA”
PLANIFICACIÓN DE UNIDAD DIDÁCTICA

1.- DATOS INFORMATIVOS:

ÁREA	: Gestión Administrativa y Contable
ESPECIALIDAD	: Contabilidad y Administración
AÑO	: Segundo Año de Bachillerato
ASIGNATURA	: Gestión Administrativa de Compra-Venta
AÑO LECTIVO	: 2009-2010
NÚMERO DE ACTIVIDADES	: 2 Actividad
NÚMERO DE PERÍODOS	: 24 Períodos

2.- COMPETENCIA GENERAL:

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicio.

UNIDAD DE TRABAJO Nº 4: EL PROCESO DE COMPRAS

OBJETIVO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:

Elaborar los documentos generados por las operaciones de compraventa y analizar el control de mercancías

CONTENIDOS:

CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El proceso de las compras: el pedido. ▪ Conceptos y hechos asociados a la recepción de las mercancías: comprobación de la calidad y cantidad. ▪ Documentos generados: albarán o nota de entrega; factura (normas mercantiles, conservación, normas fiscales, quién debe emitir factura, operaciones que deben ser facturadas, requisitos de la factura, documentos sustitutivos de la factura (vales, tickets, nota de venta, etc.) ▪ Conceptos y hechos asociados al registro de las 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analizar los siguientes documentos, describiendo su papel en las operaciones de compra-venta: notas de pedido; albarán o nota de entrega; factura ▪ Complementar notas de pedidos. Confección de albaranes o notas de entrega. ▪ Analizar las normas legales que hacen referencia a la factura y a los documentos equivalentes. ▪ Elaborar un modelo de factura que contemple todos los requisitos exigidos por la normativa vigente. ▪ Comprobar el contenido de facturas ya confeccionadas relacionándolas con los 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener empatía en el trato con clientes y proveedores. ▪ Interesarse por presentar con corrección los trabajos escritos. ▪ Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. ▪ Valorar el cuidado y mantenimiento adecuado de los equipos ofimáticos. ▪ Valorar la importancia de la seguridad en la conservación de la documentación e información ▪ Interesarse por progresar en los conocimientos

<p>operaciones de compras: libro registro de facturas recibidas, archivo de documentación</p>	<p>supuestos albaranes entregados con anterioridad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analizar los casos en que son admitidos los documentos sustitutos de las facturas. 	<p>informáticos en el ámbito de usuario.</p>
---	--	--

DESARROLLO POR ETAPAS:

<p><u>Primera Etapa:</u> PREPARACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el nivel de conocimientos previos. • Predisponer a los estudiantes para el estudio y ejecución de los siguientes temas: El proceso de compras y los documentos que se generan <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un diálogo con los estudiantes para tener en claro su conocimiento sobre los documentos comerciales y conocer las expectativas que desean alcanzar en esta unidad
--	--

	<p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lluvia de ideas • Exposiciones • Lecturas comentadas de los contenidos del CD
<p><u>Segunda Etapa:</u> DEMOSTRACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obtener un concepto; conocer los partes y normativas legales de los documentos que se generan en el proceso de compras. • Elaborar ejemplos de documentos comerciales, para comprender su importancia y su contenido. <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el contenido de la guía conjuntamente con el contenido del CD. • Identificar y explicar conceptos básicos a través de

	<p>investigaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construir un cuadro comparativo con ideas principales del tema. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diálogo basado en preguntas y respuestas • Determinar conceptos • Coloquio con ideas principales sobre los documentos comerciales.
<p><u>Tercera Etapa:</u> PRÁCTICA</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los pasos a seguir en el proceso de compras. <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esquematizar conocimientos previos a través de un mapa conceptual. • Lectura y análisis de la Guía y el CD • Organizar la ideas de un tema a través de un recurso sistemático

	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercitar valores de responsabilidad en el cumplimiento de tareas. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación de equipos de trabajo de tres personas. • Exposición de mapas conceptuales sobre el tema
<p><u>Cuarta Etapa:</u> EJERCICIO</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obtener conceptos y usos de los documentos, a partir de ideas propias de los ESTUDIANTES. <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones en equipos de trabajo sobre el tema. • Explicación de dudas observadas en el desarrollo de clase. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formar grupos de trabajo • Establecer indicaciones pertinentes • Resolver las actividades planteadas en el CD

EVALUACIÓN CUALITATIVA

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN DEL INDIVIDUO EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE

CATEGORÍA DE LA INTERACCIÓN	PARTICIPANTE				
	A	B	C	D	E
1. Expresa su apoyo; alivia la tensión.	MS	S	MS	MS	MS
2. Aprueba o acepta conclusiones.	MS	S	MS	MS	S
3. Proporciona información.	MS	S	MS	MS	MS
4. Da una opinión o una idea.	S	S	S	MS	S
5. Da un argumento o una razón.	MS	PS	MS	MS	MS
6. Define o aclara una observación.	MS	S	MS	MS	PS
7. Ofrece ayuda en los procedimientos.	MS	S	S	MS	PS
8. Solicita ayuda para los procedimientos.	MS	S	S	MS	MS
9. Solicita una aclaración.	S	S	S	MS	S
10. Responde a un argumento; contradice y critica.	MS	S	MS	MS	PS
	MS	S	MS	MS	MS
11. Solicita una opinión.	MS	S	S	MS	S
12. Solicita información.	MS	S	MS	MS	S
13. Desaprueba, pone objeciones, obstruye.	PS	S	PS	PS	S
14. Expresa antagonismo, tensión					

Resolución del Participante	MS	S	MS	MS	S
-----------------------------	----	---	----	----	---

<i>MS</i>	→	<i>Muy Satisfactorio</i>
<i>S</i>	→	<i>Satisfactorio</i>
<i>PS</i>	→	<i>Poco Satisfactorio</i>

EVALUACIÓN CUANTITATIVA:

- Contenidos teóricos (conocimientos) será 40% que equivale a 8 puntos, distribuidos de la siguiente manera:
- La valoración de los conocimientos (contenidos teóricos) de las evaluaciones escritas, investigaciones, trabajos escritos, exposiciones, entre otros acerca de los contenidos de Unidades de Trabajo supondrán el 30% (6 puntos).
- Cumplimiento y presentación de tareas, informes exposiciones en el aula y extractase durante el desarrollo de las actividades en forma puntual 10%(2 puntos)

Tipo procedimental, se evaluarán las destrezas (actividades prácticas) que equivaldrá al 60% de la nota (12 puntos).

- La valoración de las capacidades de tipo procedimental (prácticas) se realizará evaluando los trabajos en clase, ejercicios prácticos, entre otros que haya realizado el alumno, suponiendo el 50% (10 puntos) de la calificación de este apartado.
- El 50% (10 puntos) de las práctica se evaluarán de la siguiente manera :
 - Preparación de la práctica, documentación del proceso 2 puntos
 - Desarrollo de la práctica, realización de cálculos, valores y porcentajes, trabajos en informes escritos 6 puntos
 - Calidad en la entrega de los trabajos, exactitud en los cálculos 2 puntos

RECURSOS:

- Propios del aula
- Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta
- CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta
- Medios Electrónicos
- Cuadernos, folletos, libros

COLEGIO UNIVERSITARIO “UTN”
COLEGIO NACIONAL DE SEÑORITAS “IBARRA”
PLANIFICACIÓN DE UNIDAD DIDÁCTICA

1.- DATOS INFORMATIVOS:

ÁREA	: Gestión Administrativa y Contable
ESPECIALIDAD	: Contabilidad y Administración
AÑO	: Segundo Año de Bachillerato
ASIGNATURA	: Gestión Administrativa de Compra – Venta
AÑO LECTIVO	: 2009-2010
NÚMERO DE ACTIVIDADES	: 2 Actividad
NÚMERO DE PERÍODOS	: 22 Períodos

2.- COMPETENCIA GENERAL:

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicio.

UNIDAD DE TRABAJO Nº 5: LAS EXISTENCIAS

OBJETIVO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:

Analizar los sistemas utilizados para la valoración de existencias y realizar los cálculos necesarios para conocer sus costes de compra introduciendo al alumno en los problemas del almacén.

CONTENIDOS:

CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencias: clasificación; materias primas y otros aprovisionamientos; productos en curso y terminados. ▪ Almacén: funciones, inventarios. ▪ Valoración de existencias: entradas, coste de producción; precio de adquisición; salidas y existencias finales. ▪ Métodos de valoración: Fifo. Lifo. Precio medio promedio . ▪ Fichas de control de almacén. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar los distintos tipos de existencias y de su destino final. ▪ Analizar las funciones del almacén. ▪ Realizar las operaciones necesarias para calcular el coste de compra unitario. ▪ Calcular el valor de las existencias por los métodos Fifo, Lifo y Precio medio promedio. ▪ Confeccionar las fichas de control de las existencias, y realizar inventarios. ▪ Representar gráficamente la evolución del nivel de existencias. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener empatía en el trato con clientes y proveedores. ▪ Interesarse por presentar con corrección los trabajos escritos. ▪ Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. ▪ Valorar el cuidado y mantenimiento adecuado de los equipos ofimáticos. ▪ Valorar la importancia de la seguridad en la conservación de la documentación e información ▪ Interesarse por progresar en los conocimientos informáticos en el ámbito de usuario

DESARROLLO POR ETAPAS:

<p><u>Primera Etapa:</u> PREPARACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Determinar el nivel de conocimientos previos.• Predisponer a los estudiantes para el estudio y ejecución de los siguientes temas: el costo de producción y los Métodos de valoración del inventario <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none">• Realizar lluvias de ideas, diálogos con los estudiantes para identificar sus conocimientos previos sobre las tarjetas Kardex, y de esta manera establecer las expectativas que desean alcanzar en esta unidad. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Lluvia de ideas• Exposiciones• Trabajos en clase• Análisis del contenido del CD
<p><u>Segunda Etapa:</u> DEMOSTRACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Interpretar la importancia y aplicación de los diferentes tipos

	<p>de valoración de inventarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Simular en el aula la creación de una empresa y asignar a cada grupo un método de valoración de inventarios para establecer las diferencias y ventajas. <p>.</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consultar en la Guía y en el CD • Explicar conceptos básicos a través de exposiciones. • Construir ordenadores de ideas sobre los temas <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones • Lluvia de ideas • Ejercicios
<p><u>Tercera Etapa:</u> PRÁCTICA</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las diferencias y ventajas de los Métodos de Valoración: LIFO, FIFO y Promedio Ponderado <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lectura y análisis de la Guía y el CD • Organizar la ideas de un tema a través de un recurso sistemático

	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercitar valores de responsabilidad en el cumplimiento de tareas <p>.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación de equipos de trabajo de tres personas. • Exposición de mapas conceptuales sobre el tema • Realización de Ejercicios
<p><u>Cuarta Etapa:</u></p> <p>EJERCICIO</p>	<p>Objetivos:</p> <p>Utilizar correctamente los Métodos de Valoración de acuerdo al tipo de empresa</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones en equipos de trabajo sobre el tema. • Realizar de forma individualizada análisis de los diferentes temas que constan en la Guía y en el CD <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formar grupos de trabajo • Simular la creación de empresas para la aplicación de los diferentes métodos de valoración en varios ejercicios

EVALUACIÓN CUALITATIVA

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN DEL INDIVIDUO EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE

CATEGORÍA DE LA INTERACCIÓN	PARTICIPANTE				
	A	B	C	D	E
1. Expresa su apoyo; alivia la tensión.	MS	S	MS	MS	MS
2. Aprueba o acepta conclusiones.	MS	S	MS	MS	S
3. Proporciona información.	MS	S	MS	MS	MS
4. Da una opinión o una idea.	S	S	S	MS	S
5. Da un argumento o una razón.	MS	PS	MS	MS	MS
6. Define o aclara una observación.	MS	S	MS	MS	PS
7. Ofrece ayuda en los procedimientos.	MS	S	S	MS	PS
8. Solicita ayuda para los procedimientos.	MS	S	S	MS	MS
9. Solicita una aclaración.	S	S	S	MS	S
10. Responde a un argumento; contradice y critica.	MS	S	MS	MS	PS
	MS	S	MS	MS	MS
11. Solicita una opinión.	MS	S	S	MS	S
12. Solicita información.	MS	S	MS	MS	S
13. Desaprueba, pone objeciones, obstruye.	PS	S	PS	PS	S
14. Expresa antagonismo, tensión					

Resolución del Participante	MS	S	MS	MS	S
-----------------------------	----	---	----	----	---

<i>MS</i>	→	<i>Muy Satisfactorio</i>
<i>S</i>	→	<i>Satisfactorio</i>
<i>PS</i>	→	<i>Poco Satisfactorio</i>

EVALUACIÓN CUANTITATIVA:

- Contenidos teóricos (conocimientos) será 40% que equivale a 8 puntos, distribuidos de la siguiente manera:
- La valoración de los conocimientos (contenidos teóricos) de las evaluaciones escritas, investigaciones, trabajos escritos, exposiciones, entre otros acerca de los contenidos de Unidades de Trabajo supondrán el 30% (6 puntos).
- Cumplimiento y presentación de tareas, informes exposiciones en el aula y extractase durante el desarrollo de las actividades en forma puntual 10%(2 puntos)

Tipo procedimental, se evaluarán las destrezas (actividades prácticas) que equivaldrá al 60% de la nota (12 puntos).

- La valoración de las capacidades de tipo procedimental (prácticas) se realizará evaluando los trabajos en clase, ejercicios prácticos, entre otros que haya realizado el alumno, suponiendo el 50% (10 puntos) de la calificación de este apartado.
- El 50% (10 puntos) de las práctica se evaluarán de la siguiente manera :
 - Preparación de la práctica, documentación del proceso 2 puntos
 - Desarrollo de la práctica, realización de cálculos, valores y porcentajes, trabajos en informes escritos 6 puntos
 - Calidad en la entrega de los trabajos, exactitud en los cálculos 2 puntos

RECURSOS:

- Propios del aula
- Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta
- CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta
- Medios Electrónicos
- Cuadernos, folletos, libros

COLEGIO UNIVERSITARIO “UTN”
COLEGIO NACIONAL DE SEÑORITAS “IBARRA”
PLANIFICACIÓN DE UNIDAD DIDÁCTICA

1.- DATOS INFORMATIVOS:

ÁREA	: Gestión Administrativa y Contable
ESPECIALIDAD	: Contabilidad y Administración
AÑO	: Segundo Año de Bachillerato
ASIGNATURA	: Gestión Administrativa de Compra – Venta
AÑO LECTIVO	: 2009-2010
NÚMERO DE ACTIVIDADES	: 2 Actividad
NÚMERO DE PERÍODOS	: 24 Períodos

2.- COMPETENCIA GENERAL:

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicio.

UNIDAD DE TRABAJO Nº 6: EL PROCESO DE PAGO

OBJETIVO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:

Analizar el proceso de pagos y la normativa legal básica que los rige y elaborar los documentos más habituales utilizados en el proceso.

CONTENIDOS:

CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proceso de pago: momento del pago (contado, aplazado). ▪ Forma: no documentado; documentado (recibo, letra de cambio (función, elementos que intervienen, requisitos, vencimiento, aceptación, endoso, aval, pago, acciones cambiarias, protesto), el cheque (función, requisitos, formas de emisión, cheques especiales, pago, plazos de presentación al pago). ▪ Otros medios de pago. ▪ Libros auxiliares de registro de efectos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de los efectos que produce para la empresa el hecho de pagar al contado o de hacerlo con aplazamiento. ▪ Analizar, interpretar y rellenar los documentos: recibo letra de cambio y cheque. ▪ Analizar, interpretar y rellenar los libros auxiliares de control de los efectos a pagar. ▪ Analizar la normativa vigente relacionada con los documentos habituales de pago. ▪ Realización de un esquema que contemple a los restantes medios de pago 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener empatía en el trato con clientes y proveedores. ▪ Interesarse por presentar con corrección los trabajos escritos. ▪ Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. ▪ Valorar el cuidado y mantenimiento adecuado de los equipos ofimáticos. ▪ Valorar la importancia de la seguridad en la conservación de la documentación e información ▪ Interesarse por progresar en los conocimientos informáticos en el ámbito de usuario

DESARROLLO POR ETAPAS:

<p><u>Primera Etapa:</u> PREPARACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <p>Incentivar a los estudiantes para el estudio y ejecución de los siguientes temas: El pago documentado y no documentado</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none">• Realizar lluvias de ideas, diálogos con los estudiantes para identificar sus conocimientos previos sobre los documentos que intervienen en el proceso de pago y de esta manera establecer las expectativas que desean alcanzar en esta unidad. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Lluvia de ideas• Exposiciones• Trabajos en clase• Análisis del contenido del CD y la Guía
<p><u>Segunda Etapa:</u> DEMOSTRACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Identificar las diferencias entre el pago documentado y no documentado <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none">• Consultar la Guía y en el CD• Explicar conceptos básicos a través de exposiciones.• Construir ordenadores de ideas

	<p>sobre los temas</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones • Lluvia de ideas • Juego de papeles
<p><u>Tercera Etapa:</u></p> <p>PRÁCTICA</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer la manera de utilizar los documentos que intervienen en el proceso de pago <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lectura y análisis de los temas de la Guía y el CD • Organizar la ideas de un tema a través de un recurso sistemático <p>.Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación de equipos de trabajo de tres personas. • Realización de ejercicios
<p><u>Cuarta Etapa:</u></p> <p>EJERCICIO</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar la normativa legal de los documentos que intervienen en el proceso de pago <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones en equipos de trabajo sobre el tema. <p>Actividades:</p> <p>Elaborar un dossier (informe) que contenga para conceptos, normas legales, partes de cada uno de los documentos</p>

EVALUACIÓN CUALITATIVA

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN DEL INDIVIDUO EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE

CATEGORÍA DE LA INTERACCIÓN	PARTICIPANTE				
	A	B	C	D	E
1. Expresa su apoyo; alivia la tensión.	MS	S	MS	MS	MS
2. Aprueba o acepta conclusiones.	MS	S	MS	MS	S
3. Proporciona información.	MS	S	MS	MS	MS
4. Da una opinión o una idea.	S	S	S	MS	S
5. Da un argumento o una razón.	MS	PS	MS	MS	MS
6. Define o aclara una observación.	MS	S	MS	MS	PS
7. Ofrece ayuda en los procedimientos.	MS	S	S	MS	PS
8. Solicita ayuda para los procedimientos.	MS	S	S	MS	MS
9. Solicita una aclaración.	S	S	S	MS	S
10. Responde a un argumento; contradice y critica.	MS	S	MS	MS	PS
	MS	S	MS	MS	MS
11. Solicita una opinión.	MS	S	S	MS	S
12. Solicita información.	MS	S	MS	MS	S
13. Desaprueba, pone objeciones, obstruye.	PS	S	PS	PS	S
14. Expresa antagonismo, tensión					

Resolución del Participante	MS	S	MS	MS	S
-----------------------------	----	---	----	----	---

<i>MS</i>	→	<i>Muy Satisfactorio</i>
<i>S</i>	→	<i>Satisfactorio</i>
<i>PS</i>	→	<i>Poco Satisfactorio</i>

EVALUACIÓN CUANTITATIVA:

- Contenidos teóricos (conocimientos) será 40% que equivale a 8 puntos, distribuidos de la siguiente manera:
- La valoración de los conocimientos (contenidos teóricos) de las evaluaciones escritas, investigaciones, trabajos escritos, exposiciones, entre otros acerca de los contenidos de Unidades de Trabajo supondrán el 30% (6 puntos).
- Cumplimiento y presentación de tareas, informes exposiciones en el aula y extractase durante el desarrollo de las actividades en forma puntual 10%(2 puntos)

Tipo procedimental, se evaluarán las destrezas (actividades prácticas) que equivaldrá al 60% de la nota (12 puntos).

- La valoración de las capacidades de tipo procedimental (prácticas) se realizará evaluando los trabajos en clase, ejercicios prácticos, entre otros que haya realizado el alumno, suponiendo el 50% (10 puntos) de la calificación de este apartado.
- El 50% (10 puntos) de las práctica se evaluarán de la siguiente manera :
 - Preparación de la práctica, documentación del proceso 2 puntos
 - Desarrollo de la práctica, realización de cálculos, valores y porcentajes, trabajos en informes escritos 6 puntos
 - Calidad en la entrega de los trabajos, exactitud en los cálculos 2 puntos

RECURSOS:

- Propios del aula
- Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta
- CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta
- Medios Electrónicos
- Cuadernos, folletos, libros

COLEGIO UNIVERSITARIO “UTN”
COLEGIO NACIONAL DE SEÑORITAS “IBARRA”
PLANIFICACIÓN DE UNIDAD DIDÁCTICA

1.- DATOS INFORMATIVOS:

ÁREA : Gestión Administrativa y Contable
ESPECIALIDAD : Contabilidad y Administración
AÑO : Segundo Año de Bachillerato
ASIGNATURA : Gestión Administrativa de Compra – Venta
AÑO LECTIVO : 2009-2010
NÚMERO DE ACTIVIDADES : 2 Actividad
NÚMERO DE PERÍODOS : 28 Períodos

2.- COMPETENCIA GENERAL:

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicio.

UNIDAD DE TRABAJO Nº 7: LA INFORMÁTICA APLICADA AL PROCESO DE COMPRA – VENTA

OBJETIVO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:

Instalar y manejar programas informáticos de gestión de operaciones de compra venta

CONTENIDOS:

CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicaciones informáticas de gestión comercial: funciones. ▪ Instalación de la aplicación. ▪ Análisis de la aplicación: prestaciones, funciones y procedimientos; rutinas de mantenimiento y control de archivos; procedimientos de seguridad y control 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizar un programa de gestión comercial aplicado a la facturación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interesarse por presentar con corrección los trabajos escritos. ▪ Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. ▪ -Valorar el cuidado y mantenimiento Adecuado de los equipos ofimáticos. ▪ Valorar la importancia de la seguridad en la conservación de la documentación e información ▪ Interesarse por progresar en los conocimientos informáticos en el ámbito de usuario.

DESARROLLO POR ETAPAS:

<p><u>Primera Etapa:</u> PREPARACIÓN</p>	<p>Objetivos: Predisponer a los estudiantes para el estudio y ejecución del programa de contabilidad MONICA</p> <p>Estrategias: Realizar lluvias de ideas, diálogos con los estudiantes para identificar sus conocimientos previos y de esta manera establecer las expectativas que desean alcanzar en esta unidad.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Lluvia de ideas• Exposiciones• Trabajos en clase• Análisis del contenido del CD
<p><u>Segunda Etapa:</u> DEMOSTRACIÓN</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Interpretar la importancia y ventajas del uso de la informática en las gestiones administrativas <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none">• Consultar en la Guía y en el CD• Explicar conceptos básicos a través de exposiciones.• Construir ordenadores de ideas sobre los temas <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Exposiciones

	<ul style="list-style-type: none"> • Lluvia de ideas • Mesa Redonda
<p><u>Tercera Etapa:</u> PRÁCTICA</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer la aplicación del programa MONICA <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lectura y análisis de la Guía y el CD • Organizar la ideas de un tema a través de un recurso sistemático <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación de equipos de trabajo de tres personas. • Exposiciones sobre las partes de este programa.
<p><u>Cuarta Etapa:</u> EJERCICIO</p>	<p>Objetivos:</p> <p>Utilizar correctamente la aplicación informática de MONICA</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar de forma individualizada análisis de los diferentes temas que constan en la Guía y en el CD <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formar grupos de trabajo • Simular la creación de empresas para la aplicación de los diferentes métodos de valoración en varios ejercicios

EVALUACIÓN CUALITATIVA

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN DEL INDIVIDUO EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE

CATEGORÍA DE LA INTERACCIÓN	PARTICIPANTE				
	A	B	C	D	E
1. Expresa su apoyo; alivia la tensión.	MS	S	MS	MS	MS
2. Aprueba o acepta conclusiones.	MS	S	MS	MS	S
3. Proporciona información.	MS	S	MS	MS	MS
4. Da una opinión o una idea.	S	S	S	MS	S
5. Da un argumento o una razón.	MS	PS	MS	MS	MS
6. Define o aclara una observación.	MS	S	MS	MS	PS
7. Ofrece ayuda en los procedimientos.	MS	S	S	MS	PS
8. Solicita ayuda para los procedimientos.	MS	S	S	MS	MS
9. Solicita una aclaración.	S	S	S	MS	S
10. Responde a un argumento; contradice y critica.	MS	S	MS	MS	PS
	MS	S	MS	MS	MS
11. Solicita una opinión.	MS	S	S	MS	S
12. Solicita información.	MS	S	MS	MS	S
13. Desaprueba, pone objeciones, obstruye.	PS	S	PS	PS	S
14. Expresa antagonismo, tensión					

Resolución del Participante	MS	S	MS	MS	S
-----------------------------	----	---	----	----	---

<i>MS</i>	→	<i>Muy Satisfactorio</i>
<i>S</i>	→	<i>Satisfactorio</i>
<i>PS</i>	→	<i>Poco Satisfactorio</i>

EVALUACIÓN CUANTITATIVA:

- Contenidos teóricos (conocimientos) será 40% que equivale a 8 puntos, distribuidos de la siguiente manera:
- La valoración de los conocimientos (contenidos teóricos) de las evaluaciones escritas, investigaciones, trabajos escritos, exposiciones, entre otros acerca de los contenidos de Unidades de Trabajo supondrán el 30% (6 puntos).
- Cumplimiento y presentación de tareas, informes exposiciones en el aula y extractase durante el desarrollo de las actividades en forma puntual 10%(2 puntos)

Tipo procedimental, se evaluarán las destrezas (actividades prácticas) que equivaldrá al 60% de la nota (12 puntos).

- La valoración de las capacidades de tipo procedimental (prácticas) se realizará evaluando los trabajos en clase, ejercicios prácticos, entre otros que haya realizado el alumno, suponiendo el 50% (10 puntos) de la calificación de este apartado.
- El 50% (10 puntos) de las práctica se evaluarán de la siguiente manera :
 - Preparación de la práctica, documentación del proceso 2 puntos
 - Desarrollo de la práctica, realización de cálculos, valores y porcentajes, trabajos en informes escritos 6 puntos
 - Calidad en la entrega de los trabajos, exactitud en los cálculos 2 puntos

RECURSOS:

- Propios del aula
- Guía Didáctica De Gestión Administrativa de Compra Venta
- CD Interactivo de Gestión Administrativa de Compra – Venta
- Medios Electrónicos
- Cuadernos, folletos, libros

GUIA DIDACTICA EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE COMPRA Y VENTA



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo lleva la intención de constituir una guía para el estudio de la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta, que beneficie a la tarea del docente y facilite el aprendizaje del estudiante.

Es una guía debidamente revisada y actualizada en relación con los contenidos del Bachillerato Técnico en Gestión Administrativa y Contable de la especialización de Contabilidad y Administración, conjugando en todo momento la técnica contable con una metodología innovadora.

La presente guía sin lugar a duda le ayudará a conocer y desarrollar más su creatividad y pensamiento, incentivará la formación de actitudes y valores, paciencia, responsabilidad y puntualidad, etc. ya constituye un instrumento necesario y útil para lograr un aprendizaje significativo mediante el apoyo del documento escrito y un CD Interactivo que explica

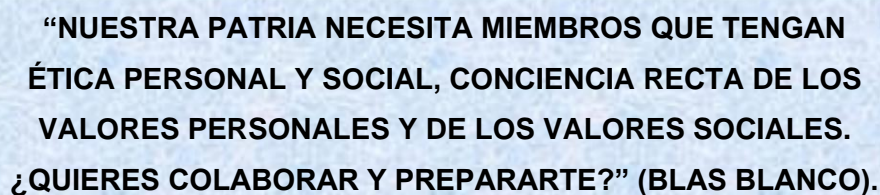
de manera clara y sencilla el conocimiento y aplicación de la materia de Gestión Administrativa en Compra-Venta.

A través del estudio de esta Guía Didáctica en GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE COMPRA - VENTA se pretende alcanzar los objetivos establecidos en cada una de las unidades de trabajo.

Además se procura iniciar a los estudiantes y maestros en la comprensión del marco en el que se desenvuelven las operaciones comerciales de las empresas y de los documentos que se generan en el proceso administrativo de la compraventa, estudiando esto, de forma encadenada, tal y como surgen en la vida real de las empresas, para que al final del proceso los educandos se vinculen con la sociedad y sepan el funcionamiento lógico y real de la actividad empresarial sea esta pública o privada.

CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL PERFIL PROFESIONAL

La preparación de la guía didáctica obedece al profundo deseo de desarrollar en el estudiante una comprensión lógica y sistemática de la teoría-práctico de la Materia de Gestión Administrativa de Compra – Venta. Esto tiene dos propósitos esenciales: ante todo, se pretende proporcionar la metodología adecuada para poder evaluar la utilidad de la guía didáctica en el proceso de aprender-aprender, tomando como punto de partida su importancia en la toma de decisiones; y en segundo término familiarizar al alumno en las gestiones sobre la compra y venta de productos o servicios dentro de la empresa.



“NUESTRA PATRIA NECESITA MIEMBROS QUE TENGAN ÉTICA PERSONAL Y SOCIAL, CONCIENCIA RECTA DE LOS VALORES PERSONALES Y DE LOS VALORES SOCIALES. ¿QUIERES COLABORAR Y PREPARARTE?” (BLAS BLANCO).

ESTRUCTURA DE LA GUÍA DIDÁCTICA

Se ha estructurado la guía en siete Unidades de Trabajo, mismas que se subdividen en varios temas, de modo que se agrupan las operaciones comerciales similares y posibiliten la captación de los estudiantes para las tareas de gestión administrativa comercial, permitiendo la potenciación de su iniciativa y el desarrollo de las capacidades de comprensión, análisis, relación y búsqueda, propias del proceso de auto-aprendizaje.

UNIDAD N. 1 INTRODUCCIÓN	
1.1	Concepto de Compra – Venta
1.2	Elementos que intervienen en las operaciones de compra – venta.
1.3	La organización empresarial, el departamento de compra-venta
1.3.1	Características y actividades propias de la compra – venta.
1.3.2	Secuencia del trabajo a seguir en el proceso de compra venta
UNIDAD N. 2 EL APROVISIONAMIENTO: LOS PROVEEDORES.	
2.1	Introducción al aprovisionamiento.
2.1.1	El mercado.
2.1.2	Los proveedores.
2.1.3	Búsqueda de proveedores. Fuentes de información.
2.2	Comunicación con los proveedores: inicio de relaciones; solicitud de ofertas.
2.2.1	Evaluación de proveedores y ofertas.
2.3	Selección de proveedores y ofertas.

2.4	Registro de los proveedores.
UNIDAD N. 3 EL CONTRATO DE COMPRA-VENTA Y EL IVA.	
3.1	Marco legal de la compra-venta
3.2	Normas Mercantiles de la Compra – Venta
3.3	Contrato de la Compra – Venta
3.4	IVA
3.4.1	Trasferencias e importaciones con tarifa cero
3.4.2	IVA sobre servicios
3.4.3	Base Imponible
3.4.4	Facturación del Impuesto
3.4.5	Libro de Registro
3.4.6	Declaración del Impuesto
3.4.7	Liquidación del Impuesto
3.4.8	Crédito Tributario
3.4.9	Plazos para declarar el impuesto
UNIDAD N. 4 EL PROCESO DE LAS COMPRAS.	
4.1	El proceso de las compras
4.2	Requisición de Compra
4.3	Orden de Compra
4.4	Informe de recepción o ingreso a bodega
4.5	Documentos generados
4.5.1	Factura
4.5.2	Tiquetes o Vales
4.5.3	Nota de Venta
UNIDAD N. 5 LAS EXISTENCIAS.	
5.1	El Costo de Producción

5.2	Valoración de existencias
5.2.1	Método FIFO
5.2.2	Método LIFO
5.2.3	Método Promedio
UNIDAD N. 6 EL PROCESO DE PAGO.	
6.1	Proceso de pago
6.1.1	No documentado
6.1.1.1	El recibo
6.1.2	Documentado
6.1.2.1	Letra De Cambio
6.1.2.2	El Cheque
6.1.2.3	Cheque Especiales
UNIDAD N. 7 LA INFORMÁTICA APLICADA A LAS OPERACIONES DE COMPRA-VENTA Y A LA GESTIÓN DE STOCK.	
7.1	Aplicaciones informáticas de gestión comercial
7.1.1	Ventajas del uso de la informática en la gestión comercial.
7.2	Programa de Contabilidad Mónica
7.2.1	Partes del Programa Mónica
7.2.2	Instalación de la Aplicación

GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE COMPRA – VENTA

UNIDAD Nº 1

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Concepto de Compra – Venta*
- 1.2. Elementos que intervienen en las operaciones de compra – venta.*
- 1.3. La organización empresarial, el departamento de compra-venta*
 - 1.3.1. Características y actividades propias de la compra – venta.*
 - 1.3.2. Secuencia del trabajo que hay que seguir en el proceso de compra venta*



PRESENTACIÓN.

La presente unidad a tratarse como tema de estudio permitirá en el estudiante definir con sus propios términos sobre definiciones, elementos y actividades que intervienen en el proceso de compra y venta compra y venta.

La organización empresarial, la misma que permite diferenciar a una empresa manufacturera de una empresa comercial, como también estarán en la capacidad de identificar cuáles son las personas que están en la capacidad de ejercer el comercio en nuestro país.

Con el estudio de esta unidad el estudiante no solo aprenderá contenidos teóricos si no también contenidos prácticos, lo que significa que la teoría y la práctica merecerán un estudio conjunto que proporcionarán un conocimiento total de los temas.



OBJETIVO DE LA UNIDAD

Presentar el módulo, motivando al alumno a emprender el proceso de aprendizaje del mismo.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:

Para trabajar en clase.

- Lectura comentada.
- Diálogos.
- Lluvia de ideas.
- Realizar resúmenes.

MOTIVACIÓN



Lo que aprendo lo olvido; lo que hago lo sé

DESARROLLO DE LA UNIDAD

1.1 Concepto de Compra-Venta.

Según el Diccionario de Contabilidad y Finanzas (1999):

La compra-venta es una operación mercantil de tipo contractual por lo que una parte, llamada vendedor se compromete a la entrega de un bien o servicio, en tiempo y forma, en tiempo y forma a la otra parte, llamada comprador, recibiendo por ello como contrapartida el precio que se haya acordado.

1.2 Elementos que intervienen en las operaciones de Compra-Venta.

Los elementos que intervienen en la compraventa se dividen en personales y materiales.

1.2.1 Elementos Personales.

Los elementos personales del contrato de compraventa, son, el comprador y el vendedor, y como en cualquier contrato requiere la capacidad de las partes contratantes para contraer obligaciones.

El Código de Comercio en el Art. 6 establece que toda persona que; según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio.

Art. 1489 (Código Civil).- Toda persona es legalmente capaz, excepto las que la ley declare incapaces.

Art. 1490 (Código Civil).- Son absolutamente incapaces los dementes, los impúberes y los sordomudos que no pueden darse a entender por escrito.

Sus actos no surten ni aún obligaciones naturales, y no admiten caución.

Son también incapaces los menores adultos, los que se hallan en interdicción de administrar los bienes, y las personas jurídicas. Pero la incapacidad de estas clases de personas no es absoluta, y sus actos pueden tener valor en ciertas circunstancias y bajo ciertos respectos determinados por la ley.

Además de estas incapacidades hay otras particulares, que consisten en la prohibición que la ley ha impuesto a ciertas personas para ejecutar ciertos actos.

Sin embargo, a pesar de que las partes tengan capacidad para contratar el Código Civil establece:

Es nulo el contrato de venta entre cónyuges, y entre padres e hijos mientras estos sean incapaces. (Art. 1762)

Se prohíbe a los administradores de establecimientos públicos vender parte alguna de los bienes que administran y cuya enajenación no está comprendida en sus facultades administrativas ordinarias; salvo el caso de expresa autorización de la autoridad competente. (Art. 1763)

Al empleado público se prohíbe comprar los bienes públicos o particulares que se vendan por su ministerio; y a los jueces, abogados, procuradores o secretarios, los bienes en cuyo litigio han intervenido, y que se vendan a consecuencia del litigio; aunque la venta se haga en pública subasta. (Art. 1764)

No es lícito a los tutores y curadores comprar parte alguna de sus pupilos; si no con arreglo a lo prevenido en el Título de la Administración de los tutores y curadores. (Art. 1765)

Los mandatarios, los síndicos de los concursos, y los albaceas, están sujetos, en cuanto a la compra o venta de las cosas que hayan de pasar por sus manos en virtud de estos encargos. (Art.1766)

Todas las prohibiciones y restricciones anteriores pretenden garantizar la objetividad de sus actuaciones y preservar los intereses de sus destinatarios.

1.2.2 Elementos Materiales o Reales.

Los elementos reales de la compraventa son la “cosa” objeto de la misma y el precio que por ella se paga.

1.2.2.1 La Cosa. Se entiende por cosa aquellos bienes y derechos que puedan ser objeto de compraventa. La cosa debe reunir los siguientes requisitos:

- a) Ha de ser posible, y estar dentro del comercio. Sin la existencia de la cosa no se concibe la compraventa.
- b) Debe ser de lícita venta, puesto que la ley no puede amparar una transmisión de algo que es ilícito. Por ejemplo la droga.

1.2.2.2 El precio. Debe tener las siguientes condiciones:

- Ha de consistir en dinero o signo que lo represente.

El precio puede ser fijado en dinero, en otra cosa o parte en dinero y parte en otra cosa. El contrato de compraventa que establece el cambio de cosa por cosa será considerado como permuta.

- Ha de ser cierto. Es decir, determinable, ya que si no es así se incurre en falsedad en el contrato o se convierte en una donación. El precio ha de estar determinado o ha de poderse determinar sin necesidad de un nuevo contrato.

En principio el precio se fija libremente por los contratantes salvo disposición que lo regule.

Se considera nulo el contrato de compraventa que deje el precio al arbitrio de una de las dos partes.

1.3. La Organización Empresarial, el Departamento de Compra-Venta.

En pequeñas empresas, quizás, no sea adecuado mantener un departamento específico de compras. En estas organizaciones, es factible ensamblar actividades vinculadas con los abastecimientos con funciones de otros sectores.

Las actividades del departamento de compras se puede desarrollar dentro del sector administrativo de la empresa, o bien, como si se tratara de un departamento de servicios de la planta fabril.

La ubicación de un determinado departamento, no solo el de compras, en una empresa depende de varias circunstancias. El carácter de la empresa es quizás uno de los factores de mayor relieve para fijar la posición del departamento de compras en la organización.

En empresas comerciales, donde un elevado porcentaje de las compras es para su venta posterior, las operaciones para la adquisición de mercancías o productos es responsabilidad del sector ventas y no de un departamento de compras.

En ciertas empresas manufactureras, las compras están a cargo del departamento de producción y el personal que se ocupa de las adquisiciones está bajo órdenes del jefe del sector mencionado. En estos casos, se menciona como ventaja la circunstancia de que depende, el personal, del responsable que se encuentra con más conocimientos técnicos de los requerimientos para la producción.

Considerando a toda la organización de una empresa, al departamento de compras se lo puede tildar de especialista y a su vez de auxiliar, habitualmente el departamento de compras actúa a requerimiento de los otros sectores.

Vale decir, no suele estar facultado por la gerencia general o el Directorio para comprar por iniciativa propia. Si está autorizado a efectuar compras por propia iniciativa sujetándose sólo a un presupuesto previamente aprobado por el Directorio, el departamento de compras tendrá carácter de funcional.

1.3.1 Características y actividades propias de la compra-venta.

Según www.monografias.com/trabajos:

La compraventa es un contrato bilateral porque engendra derechos y obligaciones para ambas partes, por el cual un sujeto llamado vendedor, se obliga a transferir un derecho a otro sujeto que se denomina comprador, la propiedad de una cosa corporal o incorporal (herencia, créditos, derechos, acciones) mediante un precio en dinero. Esta definición destaca los caracteres del contrato.

1.3.2 Características y Actividades de la Compra Venta.

- ✓ Es principal; porque no depende de otros contratos.
- ✓ Es obligatorio entre las partes; porque el vendedor se obliga a que la prestación de ella comprador, por consiguiente la traslación de dominio es un efecto del perfeccionamiento del contrato.
- ✓ Las prestaciones son independientes: puesto que las 2 partes asume obligaciones (el vendedor entregar el bien en propiedad y el comprador pagar el precio en dinero).

- ✓ Es indispensable, porque existe un incremento en el patrimonio de una de las partes (vendedor), y una disminución en el patrimonio de la otra parte (comprador).
- ✓ Es conmutativa; por que las partes han previsto previamente los beneficios del contrato y salvo excepciones no están sujetas a factores externos ya que deben ser equivalentes.
- ✓ Es consensual; ya que para celebrarse solo se necesita consentimiento de las partes integrantes, pudiendo estas tener libertad para decidir la forma del contrato, teniendo en cuenta que cuando el objeto de la venta es un inmueble, se utiliza necesariamente la escritura pública por que solo a través de ella, se inscribe el contrato en el registro de la propiedad inmueble, completándose con ello su titulación.
- ✓ Es contrato nominado o típico, puesto que se encuentra reglamentado en la ley.
- ✓ Es contrato bilateral, ya que obliga tanto al vendedor como al comprador de la cosa.
- ✓ Es contrato oneroso, requisito esencial porque si no, no existiría compraventa sino que derivaría en uno de donación.
- ✓ Es contrato consensual, se perfecciona por el mero consentimiento de las partes.

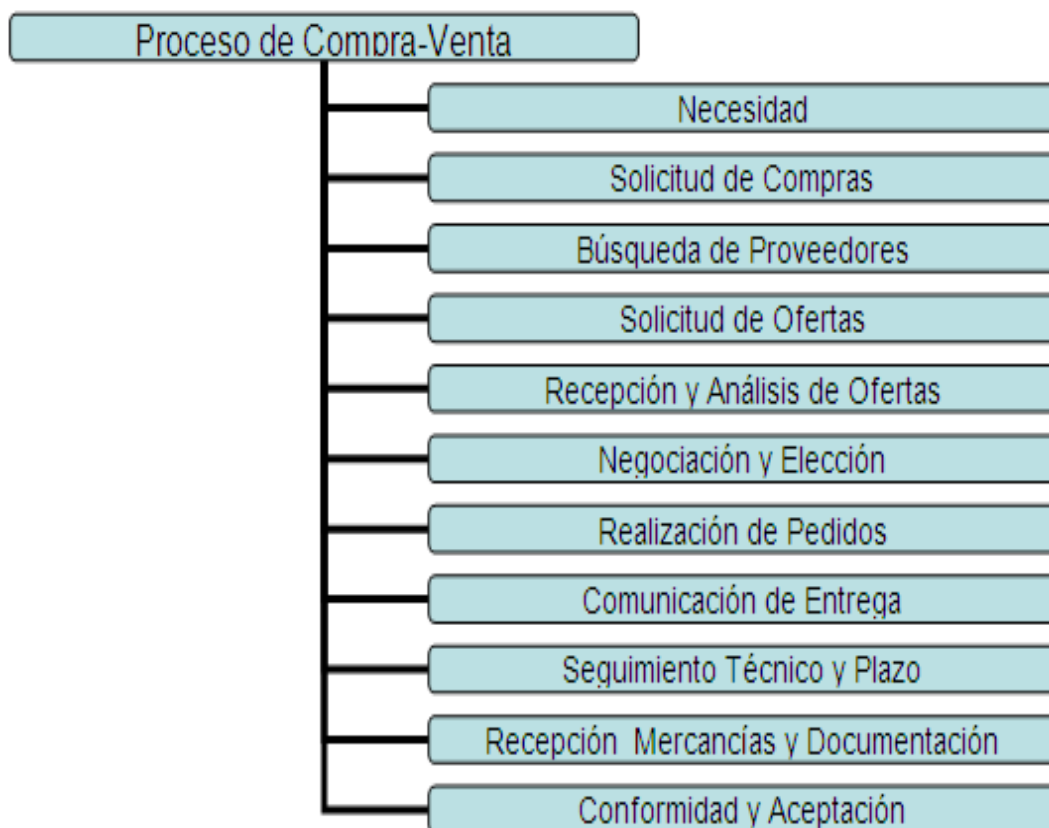
1.3.3 Secuencias del Trabajo a seguir en el Proceso de Compra-Venta.

Según HORNGREN & HARRISON (1991) dicen:

El principal ingreso de un negocio comercializador son los ingresos por las ventas. El gasto principal es el costo de las mercancías vendidas. Las ventas netas menos el costo de las mercancías vendidas se conoce como el margen bruto, o la utilidad bruta. Este importe mide el éxito o el fracaso

del negocio en vender sus productos a un precio más alto del que pagó por ellos.

El principal activo del comercializador son los inventarios. En una entidad comercializadora el ciclo contable va del efectivo a los inventarios al comprar inventarios para su reventa y de regreso a efectivo cuando se venden los inventarios. (Pág. 206).



EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS:

El propósito principal es determinar si los contenidos tratados en esta unidad fueron asimilados por los estudiantes.

En el CD de la Guía Didáctica encontrarán las respectivas actividades de evaluación. Hacer clic en el icono “GESTION ADMINISTRATIVA COMPRA – VENTA “y seleccionar la opción de Guía Didáctica Interactiva.

UNIDAD Nº 2

EL APROVISIONAMIENTO: LOS PROVEEDORES.

2.1 Introducción al aprovisionamiento.

2.1.1 El mercado.

2.1.2 Los proveedores.

2.1.3 Búsqueda de proveedores. Fuentes de información.

2.2 Comunicación con los proveedores: inicio de relaciones; solicitud de ofertas.

2.2.1 Evaluación de proveedores y ofertas.

2.3 Selección de proveedores y ofertas.

2.4 Registro de los proveedores.



PRESENTACIÓN.

En esta Segunda Unidad el estudiante conocerá sobre el aprovisionamiento de materia prima de las empresas, además aprenderá pautas para la búsqueda y selección adecuada de los proveedores. Finalmente estará en la capacidad de registrar la información de los proveedores en las respectivas fichas para su adecuado archivo ya que los datos de los proveedores constituyen información útil para que la empresa pueda realizar sus próximas compras.



OBJETIVO DE LA UNIDAD

Analizar el Proceso de las Compras.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:

Para trabajar en clase.

- Lectura comentada.
- Diálogos.
- Lluvia de ideas.
- Estudio de casos.

MOTIVACIÓN



**Las metas te dan la dirección
específica que debes tomar para
convertir tus sueños en realidad**

DESARROLLO DE LA UNIDAD:

2.1. Introducción al Aprovisionamiento.

Con el fin de dar un panorama general sobre cuáles son las etapas sobresalientes en el proceso para la realización de compras, mencionaremos las siguientes:

1. El inicio del proceso de la compra surge ante una necesidad de abastecerse del departamento de almacenes o de otro que requiera bienes. Aquí se deberá analizar con precisión lo que se debe adquirir, su cantidad y si es la época adecuada para hacerlo.
2. La necesidad de abastecimiento del departamento de almacenes o de otro departamento implicará la confección de la requisición de compras para informar, básicamente, al departamento de compras.
3. Análisis de la información para abastecerse. Vale decir, se recurrirá a la lista de proveedores, registro de cotizaciones, catálogos, etc.
4. Proceder a la obtención de cotizaciones. Esto consiste en efectuar consultas a distintos proveedores para obtener precios adecuados a través de pedidos de cotización.
5. En función de las ofertas recibidas, se procederá a cerrar contrato con el proveedor mediante la confección de la orden de compra.
6. Efectuar un seguimiento de las operaciones con el fin de tener la seguridad que el proveedor entregará los materiales en la fecha asignada.

7. El ingreso de los bienes originará no sólo un control de los mismos con la documentación propia, sino con el envío del proveedor. Así mismo se confeccionará el informe de recepción.
8. Entrega de los materiales al departamento de almacén o, directamente al departamento que haya tenido la necesidad de contar con los elementos incorporados.
9. Control de la documentación existente.

2.1.1 El Mercado. Según ZIKMUND, William, D'AMICO Michael, (1998):

Un mercado es un grupo de clientes actuales o potenciales para determinado producto. De una manera más precisa, un mercado es un grupo de individuos u organizaciones que tal vez quieran el artículo o servicio que se ofrece en venta y que cumple con los tres criterios:

- El poder adquisitivo para ser capaz de comprar el producto que se ofrece.
- La disposición de gastar dinero o intercambiar otros recursos para obtener el artículo.
- La autoridad para hacer tal desembolso. (Pág. 88)

2.1.2 Los Proveedores. Según KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary (1994):

Los Proveedores son compañías o personas físicas que proporcionan los recursos que necesita la empresa para producir sus bienes y servicios. (Pág. 80)

Según el Diccionario de Contabilidad y Finanzas (1999):

Proveedor.- Suministrador de mercancías, materias primas y otros aprovisionamientos de bienes y/o servicios utilizados en el proceso productivo.

2.1.3. Búsqueda de Proveedores. Fuentes de Información.

Antes de comenzar la búsqueda de proveedores se ha de tener muy claro cuáles son los productos que se necesita adquirir, de qué calidad y en qué cantidad para que la selección se realice comparando productos de iguales o muy similares características.

La empresa inicia su actividad y debe buscar toda clase de proveedores. La empresa tiene ya unos proveedores que habitualmente le suministran, pero no se encuentra satisfecha con ellos.

Se quiere ampliar la cartera de proveedores para realizar comparaciones de productos y de condiciones comerciales con el objetivo de mejorar la gestión comercial.

2.1.3.1 Fuentes de Información.

Algunas de las fuentes de información para localizar proveedores son las siguientes:

- Internet.
- Páginas amarillas.
- Prensa de información general.

- Radio y televisión.
- Publicaciones especializadas en la actividad de la empresa.
- Publicaciones e informes de bancos y cajas de ahorro.
- Ferias y exposiciones comerciales especializadas en el sector.
- Asociaciones empresariales y profesionales.
- Cámaras de comercio.
- Bases de datos de organismos públicos (ministerios, comunidades autónomas, ayuntamientos, universidades, organismos oficiales, etc.).
- Información obtenida de empresas especializadas en gestión de bases de datos.

2.2. Comunicación con los Proveedores

Inicio de Relaciones con Proveedores.

Según www.monografias.com/trabajos:

Una vez confeccionado un listado con los posibles proveedores, se inicia el contacto directo para solicitar la información que interesa recabar. Se ha de procurar que respondan claramente a los aspectos que más interese conocer, como:

Condiciones Referidas a la Calidad:

- Calidad de los productos.
- Características y especificaciones técnicas.
- Periodo de garantía.
- Formación de los usuarios, si fuese necesario.
- Servicio de posventa.
- Servicio de atención al cliente.

Condiciones Económicas:

- Precio unitario.
- Descuento comercial.

- Forma de pago.
- Plazo de pago.
- Precios de envases y embalajes.
- Pago del transporte.
- Pago del seguro.
- Recargos por aplazamiento de pago.

Otras Condiciones:

- Periodo de validez de la oferta.
- Causas de rescisión del contrato.
- Circunstancias que pueden dar lugar a revisiones en los precios.
- Plazo de entrega.
- Embalajes especiales.
- Devolución de los excedentes.
- Cualquier otra información que se necesite conocer.

2.2.1 Solicitud de Ofertas.

Las fórmulas para recabar dicha información pueden ser a través de: cartas, solicitando el envío de catálogos, muestras, presupuestos; visita de representantes comerciales, o realizar visitas personales del responsable de la selección a la empresa del proveedor.

2.2.2 Evaluación de Proveedores y Ofertas

2.2.2.1 Evaluación y Elección de Proveedores y Ofertas.

Según www.monografias.com/trabajos:

Con la información que se recabe en el proceso de selección se realiza el siguiente trabajo:

Una ficha de cada proveedor, para formar un fichero de proveedores en el que se reflejarán las características de los artículos que cada proveedor puede suministrar y las condiciones comerciales que ofrece.

Un cuadro comparativos en el que se reflejen las condiciones ofrecidas por todos los proveedores en cuanto a calidad-precio, forma de pago, descuento, plazo de entrega, etc., que sirva para realizar la información recabada.

2.2.2.2 Criterios de Selección.

Una vez elaborado un cuadro comparativo con las características de las ofertas de todos los proveedores preseleccionados, se procederá a la elección del proveedor que ofrezca el producto y las condiciones más adecuadas a las necesidades de la empresa.

2.2.2.3 Criterios Económicos

La selección se realiza teniendo en cuenta el precio de los artículos, los descuentos comerciales, el pago de los gastos ocasionados, los descuentos por volumen de compra y los plazos de pago. Se elegirá el proveedor cuyo precio final sea más bajo.

Lógicamente, cuando dos productos reúnan las mismas condiciones económicas, se elegirá el de mayor calidad.

2.2.2.4 Criterios de Calidad.

Cuando a la hora de la selección el proveedor le conceda una gran importancia a la calidad de los artículos, éstos han de ser sometidos a un meticuloso estudio comparativo de sus características técnicas, analizar muestras, realizar pruebas, etc. No es conveniente depender de un único proveedor.

2.2.2.5 Servicio Post-Venta.

La calidad de un [producto](#) está dada por su capacidad de satisfacer determinadas necesidades y expectativas de los [clientes](#), depende del [valor](#) total que estos atribuyan al [producto](#). El [valor](#) percibido por el [cliente](#) es la valoración total que el [cliente](#) realiza de la [utilidad](#) de un producto basada en la [percepción](#) de lo que se recibe y se da a [cambio](#) y este [valor](#) total comprende tres dimensiones:

Valor de compra: El [cliente](#) se pregunta cuanto valor le reportará determinado producto.

Valor de uso: Se relaciona con la satisfacción que produce un producto durante su uso.

Valor final: Es la satisfacción que reporta a al cliente después del [consumo](#) total.

La composición del valor demuestra que en todo momento [la empresa](#) debe preocuparse por la satisfacción del cliente con determinado producto.

Una de las maneras de agregar valor a un producto es mediante el [desarrollo](#) de un buen servicio postventa que incluso, si es deficiente, puede afectar negativamente la opinión del cliente y disminuir los niveles de las [ventas](#).

Después de la [venta una empresa](#) no puede olvidarse de sus [productos](#) y servicios pues el [comportamiento](#) de estos durante su uso o [consumo](#) y la [percepción](#) de los clientes al respecto es imprescindible para la mejora continua de los [procesos](#) que desarrolla.

Como actividades posteriores a la [venta](#) se incluyen:

- Manejo de quejas.
- Adiestramiento para el uso.
- Instalación.

- Mantenimiento.
- Reparación.

El servicio postventa tiene marcada importancia para el logro de la calidad y garantiza el paso a un nivel superior en cuanto a la calidad, al permitir conocer la opinión de los clientes e identificar oportunidades de mejora, así como evaluar los productos y [procesos](#) garantizando la [retroalimentación](#) necesaria.

En el sector productivo el servicio postventa puede realizarlo la misma [empresa](#) productora, sin embargo con frecuencia lo realiza otra [organización](#) que representa a la que produce. En la esfera de los servicios la actividad postventa es más específica y sí la realiza el propio proveedor de este.

2.3 Selección de Proveedores y Ofertas.

Una de las tareas más importantes de la gestión de la compraventa es la de buscar al proveedor adecuado antes de realizar la compra.

El departamento de compras o comercial es el que se encarga generalmente de esta función. Debe tener muy claro que criterios de evaluación permiten realizarla.

Previamente al inicio de la búsqueda de proveedores se ha de tener muy claro cuáles son los productos que se desean adquirir, de qué calidad y en qué cantidad, para que la selección se realice comparando productos de iguales o muy similares características. Una vez realizado este análisis, comienza el proceso de selección en el que se pueden dar diversas situaciones:

- La empresa inicia su actividad y debe buscar toda clase de proveedores.
- La empresa tiene unos proveedores que habitualmente le suministran, pero no se encuentra satisfecha con ellos.
- Se quiere ampliar la cartera de proveedores para realizar comparaciones de productos y de condiciones comerciales con el objetivo de mejorar la gestión comercial.

Los miembros del centro de compras pasan a revisar las propuestas y a elegir a un proveedor o varios. En la etapa de elección de un proveedor, el centro de compras suele preparar una lista de los atributos que se requiere del proveedor y de su importancia relativa.

La lista consta de los siguientes atributos, considerando la influencia más importante en relación entre proveedor y cliente: Productos y servicios de calidad, entregas puntuales, comportamientos éticos de la empresa, comunicación honrada y precios competitivos.

Otros factores importantes serían: capacidad para brindar servicios y reparaciones a sistemas y asesoramiento técnico, ubicación geográfica, historial de actuación y reputación.

Los miembros del centro de compras calificarán a los proveedores en cuanto a dichos atributos y así identificarán a los mejores proveedores.

La importancia de los atributos de los diferentes proveedores depende del tipo de situación de compra que enfrente el comprador.

2.3.1 Factores que Determinan la Elección de un Proveedor.

Los factores básicos para la elección del proveedor son el precio, la calidad y la capacidad para entregar los materiales. No obstante ello, para el departamento de compras es de vital trascendencia obtener el precio más bajo, o al menos un precio adecuado, partiendo de una lista de proveedores que le merezcan confianza en cuanto a la calidad del material a solicitar y a la capacidad de esos proveedores en realizar las entregas en el momento requerido.

En general, el departamento de compras cuenta con suficiente información con el fin de elegir el proveedor. Cuando el departamento de compras considera que los datos que posee no están actualizados o son incompletos para la operación a realizar, deberá enviar la solicitud de cotización de precios a distintos vendedores.

La decisión de la elección del proveedor debe ser tomada por un funcionario responsable. Pero además, es conveniente, en ciertas oportunidades, establecer atribuciones entre funcionarios o sectores de distinto nivel, con el fin de que si la operación supera una suma preestablecida, la decisión de la compra debe ser tomada por una persona de nivel más alto. Resulta lógico tener en cuenta, que no deben existir relaciones laborales o vinculas comerciales entre los posibles proveedores y los funcionarios de la empresa que cuentan con el poder de decisión.

2.4 Registro de Proveedores.

Es habitual llevar un registro de proveedores con los que se trabaja habitualmente. Estas fichas facilitarán con rapidez los datos de los proveedores, también es habitual llevar fichas de productos, de forma que

en cada una se tenga los nombres de más de un proveedor de un mismo producto.

<i>Registro de Proveedores</i>		Código.....
Nombre:		
Dirección:.....		
Localidad:.....Ciudad:Provincia:.....		
Teléfono:Fax:		
<i>Artículos</i>		
Descuento comercial	Descuento por pronto pago	
Forma de pago	Plazo de entrega	
Observaciones		

EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS:

El propósito principal es determinar si los contenidos tratados en esta unidad fueron asimilados por los estudiantes.

En el CD de la Guía Didáctica encontrarán las respectivas actividades de evaluación. Hacer clic en el icono “GESTION ADMINISTRATIVA COMPRA – VENTA “y seleccionar la opción de Guía Didáctica Interactiva.

UNIDAD Nº 3

EL CONTRATO DE COMPRA-VENTA Y EL IVA.

3.1 Marco legal de la compra-venta

3.2 Normas Mercantiles de la Compra – Venta

3.3 Contrato de la Compra – Venta

3.4 IVA

3.4.1 Tránsferencias e importaciones con tarifa cero

3.4.2 IVA sobre servicios

3.4.3 Base Imponible

3.4.4 Facturación del Impuesto

3.4.5 Libro de Registro

3.4.6 Declaración del Impuesto

3.4.7 Liquidación del Impuesto

3.4.8 Crédito Tributario

3.4.9 Plazos para declarar el impuesto



PRESENTACIÓN.

Los temas que se tratarán en esta unidad serán abordados en un sentido analítico, de tal manera que el estudiante desarrolle su capacidad de análisis, lo que le permitirá una formación personal e intelectual.

La presente unidad tiene como finalidad capacitar al estudiante para analizar y comprender todo lo referente a la base legal y mercantil de un contrato de compra – venta, además conocerá temas relacionados al pago del impuesto del IVA



OBJETIVO DE LA UNIDAD

Conocer la normativa que regula las operaciones de compra-venta y realizar los cálculos correspondientes a los impuestos implicados.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:

Para trabajar en clase.

- Lectura comprensiva.
- Diálogos.
- Técnica del taller.

MOTIVACIÓN



La vida nos presenta obstáculos aparentemente difíciles, pero cuando los superamos nos abre puertas hacia oportunidades maravillosas.

DESARROLLO DE LA UNIDAD:

3.1 Marco Legal de la Compra-Venta;



Según el Código Civil en su artículo 1759 dice:

Compraventa es un contrato en que una de las partes se obliga a dar una cosa, y la otra a pagarla en dinero. El que contrae la obligación de dar la cosa se llama vendedor, y el que contrae la de pagar el dinero, comprador.

El dinero que el comprador se obliga a dar por la cosa vendida se llama precio.

3.1.1 Forma y Requisitos del Contrato de Venta

Art. 1767 (Código Civil).- La venta se reputa perfecta desde que las partes han convenido en la cosa y en el precio, salvo las excepciones siguientes.

La venta de bienes raíces, servidumbres y la de una sucesión hereditaria, no se reputa perfectas ante la ley, mientras no se ha otorgado escritura pública, o conste, en los casos de subasta, del auto de adjudicación debidamente protocolizado e inscrito.

Los frutos y flores pendientes, los árboles cuya madera se vende, los materiales de un edificio, y los que naturalmente adhieren al suelo, como

piedras y sustancias minerales de toda clase, no están sujetos a la excepción del inciso segundo.

Art. 1768.- Si los contratantes estipularen que la venta de otras cosas que las enumeradas en el inciso segundo del artículo precedente no se repute perfecta hasta el otorgamiento de escritura pública o privada, podrá cualquiera de las partes retractarse mientras no se otorgue la escritura o no haya principiado la entrega de la cosa vendida.

Art. 1769.- Si se vende con arras, esto es, dando una cosa en prenda de la celebración o ejecución del contrato, se entienda que cada uno de los contratantes podrá retractarse; el que ha dado las arras, perdiéndolas; y el que las ha recibido, restituyéndolas dobladas.

Art. 1770.- Si los contratantes no hubieren fijado plazo dentro del cual pueden retractarse, perdiendo las arras, no habrá lugar a la retractación después de dos meses subsiguientes, ni después de otorgarla escritura pública de la venta o de principiada la entrega.

Art.1772.- Los impuestos fiscales o municipales, las costas de la escritura y de cualquier otra solemnidad de la venta, serán de cargo del vendedor a menos de pactarse otra cosa.

3.1.2 Del Precio

Art.1774.- El precio de la venta debe ser determinado por los contratantes. Podrá hacerse esta determinación por cualquier medio o indicaciones que los fijen.

Si se trata de cosas fungibles, y se vende al corriente de plaza, se entenderá el del día de la entrega, a menos de expresarse otra cosa.

Art. 1775.- Podrá, así mismo, dejarse el precio al arbitrio de un tercero; y si el tercero no lo determinare, podrá hacerlo por él cualquiera otra persona en el que se convinieren, no habrá venta.

No podrá dejarse al arbitrio de uno de los contratantes.

3.1.3 De la Cosa Vendida

Art. 1776.- Pueden venderse todas las cosas corporales o incorporales cuya enajenación no está prohibida por la ley.

3.1.4 De los efectos inmediatos del Contrato de Venta

Art. 1787.- La pérdida, deterioro o mejora de la especie o cuerpo cierto que se vende, pertenece al comprador, desde el momento de perfeccionarse el contrato aunque no se haya entregado la cosa; salvo que se venda bajo condición suspensiva, y que se cumpla la condición; pues entonces pereciendo totalmente la especie mientras pende la condición la pérdida será del vendedor y la mejora o deterioro pertenecerá al comprador.

3.1.5 Obligaciones del Vendedor

Art. 1791.- Las obligaciones del vendedor se reducen en general a dos: la entrega o tradición, y el saneamiento de la cosa vendida.

Art. 1792.- Al vendedor tocan naturalmente los costos que se hicieren para poner la cosa en disposición de entregarla, y al comprador los que se hicieren para transportarla después de entregada.

Art.1793.- El vendedor está obligado a entregar la cosa vendida inmediatamente después del contrato, o la época prefijada en el.

Si el vendedor por hecho o culpa suya, ha retardado la entrega, podrá el comprador, a su arbitrio, perseverar en el contrato o desistir de él; y en

ambos casos, con derecho para ser indemnizado de los perjuicios, según las reglas generales.

Todo lo cual entiende si el comprador ha pagado o está pronto a pagar el precio íntegro, o si ha estipulado pagar a plazo.

Pero si después del contrato hubiere menguado considerablemente la fortuna del comprador, de modo que el vendedor de halle en peligro inminente de perder el precio, no se podrá exigir la entrega, aunque se haya estipulado plazo para el pago del precio, sino pagando o asegurando el pago.

3.1.6 De las Obligaciones del Comprador

Art. 1838.- La principal obligación del comprador es la de pagar el precio convenido.

Art.1839.-El precio deberá pagarse en el lugar y tiempo estipulados, o en el lugar o tiempo de la entrega, no habiendo estipulación en contrario.

Con todo, si el comprador fuere turbado en la posesión de la cosa, o probare que existe contra ella una acción real de que el vendedor no le haya dado noticia antes de perfeccionarse el contrato, podrá depositar el precio con autorización del juez, y durará el depósito hasta que el vendedor haga cesar la turbación o afiance las resultas del juicio.

Art.1840.-Si el comprador estuviere constituido en mora de pagar el precio en el lugar y tiempo dicho, el vendedor tendrá derecho para exigir el precio o la resolución de la venta, con resarcimiento de perjuicios.

Si exigiere la resolución, el demandado podrá consignar el precio completo, que comprende el capital y los intereses adeudados, estaque se reciba la causa a prueba.

3.2 Normas Mercantiles

Según el Diccionario de Contabilidad y Finanzas (1999):

El Contrato de Compra-Venta es una clase de contrato mercantil por el que una de las partes se obliga a entregar una cosa determinada y la otra a pagar por ella un precio cierto en dinero o signo que lo represente.

Tendrá ese carácter mercantil, generalmente, si las cosas objeto del contrato se adquieren para revenderlas, tal como se compraron o en forma directa, con ánimo de lucrarse en la reventa.

De acuerdo con el Código de Comercio la persona que compra algo lo hace para venderlo con la intención de obtener ganancia o lucro.

Según MARIN, Francisco (2002) dice:

El Contrato de Compra-Venta es el más importante de todos los actos de comercio que realiza un comerciante por lo mismo debe reunir los siguientes elementos:

- a) Que se trate de bienes muebles
- b) Que el precio sea en dinero
- c) Que se compre para venderlo luego,
- d) Que se obtenga una ganancia; y
- e) Que lo realice un comerciante matriculado (Pág. 88-89)

3.2.1 No hay Compra-Venta Art. 182 (Código de Comercio):

La venta de una cosa que al tiempo de perfeccionarse el contrato se supone existe, no surte efecto alguno.

Pero si tal compra fuere hecha tomando en cuenta los riesgos que corre el objeto vendido, el contrato se reputará puro si al celebrarlo ignoraba el vendedor la pérdida de este objetivo

3.2.2 Del Precio Art. 184 (Código de Comercio):

No hay compra-venta si los contratantes no convienen en el precio o en la manera de determinarlo, pero si la cosa vendida fuere entregada, se

presume que las partes han aceptado el precio corriente que tenga en el día y lugar en que se hubiere celebrado el contrato.

Habiendo diversidad de precio en los mismos día y lugar, el comprador deberá pagar el precio medio.

3.2.3 De los Efectos del Contrato de Venta

Art. 187 (Código de Comercio).- La pérdida, deterioro o mejora de la cosa, después de perfeccionarlo el contrato, es de cuenta del comprador salvo el caso de estipulación en contrario, o de que la pérdida o deterioro haya ocurrido por fraude o culpa del vendedor o por vicio interno de la cosa vendida.

3.2.4 Obligaciones del Vendedor y del Comprador

Art. 189 (Código de Comercio).- Perfeccionado el contrato el vendedor debe entregar las cosas vendidas en el plazo y lugar convenidos.

No estando señalado el plazo; el vendedor deberá tener las mercancías vendidas a disposición del comprador; dentro de las veinticuatro horas siguientes a la celebración del contrato.

Art. 192 (Código de Comercio).- Entregadas las mercaderías vendidas al comprador, éste no será oído en las reclamaciones sobre defecto de calidad o falta de cantidad, siempre que las hubiere examinado al tiempo de la entrega y recibido sin reserva.

Art. 199 (Código de Comercio).- No entregado al vendedor, dentro del plazo estipulado, las mercaderías vendidas, el comprador podrá solicitar el cumplimiento o la resolución del contrato, y en uno u otro caso la reparación de los perjuicios que hubiere seguido.

3.3 Contrato de Compra-Venta



Según www.webjuridico.net:

El Contrato de Compra-Venta, es aquel contrato mediante el cual el vendedor se obliga a entregar una cosa determinada y el comprador a pagar un precio cierto, según lo convenido entre ambos. El consentimiento de compra y venta no necesita ninguna forma en especial

Ejemplo de Contrato de Compraventa.



LOTIZACIÓN PLAYAS VERDES

Inglaterra N32-58 entre Av. Mariana de Jesús y Nueva

Orleáns Teléfonos:

2520-540 2558-002 Fax: 2521-

QUITO – ECUADOR

CONTRATO DE COMPRAVENTA

COMPARECIENTES: Comparecen por una parte, y como promitentes vendedores, el señor Ingeniero Alfredo Vásconez Torres, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliado en Quito, de estado Civil casado, de profesión Ingeniero Civil y hábil en derecho, y Doña Ebon Davidsson de Vásconez de nacionalidad sueca residente en el Ecuador e inteligente en el idioma

castellano y hábil en derecho; y por otra, como promitente comprador, el señor Carlos Pompeo Esparza Ruiz, con cédula de identidad número 100086003-9, de nacionalidad ecuatoriana, y hábiles en derecho.

ANTECEDENTES: El inmueble objeto de este contrato de compraventa, fue adquirido por los cónyuges, señor Ingeniero Alfredo Vásconez Torres y Doña Ebon Davidsson de Vásconez, mediante compra realizada al señor Roberto Amable Saldarriaga y su cónyuge, la señora Melba Lucas de Saldarriaga, mediante escritura pública celebrada el cuatro de noviembre de mil novecientos ochenta y dos, ante el Notario Segundo del cantón Esmeraldas Doctor Salvador Pástor inscrita legalmente en el Registro de la propiedad del cantón Eloy Al/aro el seis de noviembre de mil novecientos ochenta y dos, por el cincuenta por ciento de los derechos sobre esta propiedad, y el otro cincuenta por ciento comprado al señor Jorge Haro Romero y su cónyuge, la señora Marlene Montano de Haro, mediante escritura pública celebrada el seis de febrero de mil novecientos noventa y ocho, ante el Notario Décimo Cuarto Doctor Alfonso Freiré Zapata inscrita legalmente en el Registro de la Propiedad, el catorce de julio de mil novecientos noventa y ocho; el señor ingeniero Alfredo Vásconez Torres y Doña Ebon Davidsson de Vásconez, que en adelante se denominarán simplemente como el promitente vendedor, vende el lote de terreno signado con el número cero dieciocho C (018C), de la manzana tres (III), de la Lotización Playas Verdes, ubicado en el sitio Las Peñas, de la Parroquia La Tola, del Cantón Eloy Alfaro, de la Provincia de Esmeraldas; los linderos del lote cero dieciocho C (018C) de acuerdo con el plano de lotización adjunto es el siguiente: por el Norte la calle D, en una longitud de seis metros con sesenta y seis centímetros; por el Sur el lote cero catorce, en una longitud de seis metros con sesenta y seis centímetros; por el Este, el lote cero dieciocho B, en una longitud de treinta metros; y, por el Oeste la calle A en una longitud de treinta metros; el área del lote es de doscientos metros cuadrados (200,00 m²).

PROMESA DE COMPRAVENTA: En virtud de este contrato, el promitente vendedor promete dar en venta al promitente comprador el terreno aludido en la cláusula anterior

PRECIO: El precio en el que se realiza la venta del lote cero dieciocho C (018C) es de un mil doscientos dólares americanos (US \$ 1.200,00), que serán pagados de la siguiente manera trescientos dólares americanos (US \$ 300,00), como anticipo y el saldo en veinte cuotas mensuales de cuarenta y cinco dólares americanos (US \$ 45,00), a partir del tres de mayo del año dos mil dos, de no cancelar las cuotas en el plazo acordado se recargara un interés calculado al dieciocho por ciento anual por el plazo vencido

FORMA DE PAGO: Todos los pagos deben ser entregados directamente a la oficina de la lotización Playas verdes, en la calle Inglaterra N32-58, contra recibos o depositados a la cuenta Ganadólar del banco del pichincha a nombre del Ingeniero Alfredo Vásquez T. cuenta número 61560228-1, en caso de depósito directo a esta cuenta una copia del depósito tiene que ser entregado a la oficina de Playas verdes o enviado por fax al número 022521778

PLAZO: La escritura definitiva de venía del lote con la hipoteca por el saldo pendiente se suscribirá en un tiempo de sesenta días contados a partir de la cancelación del anticipo.

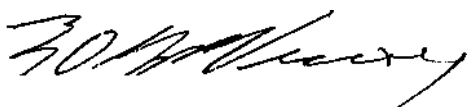
CLÁUSULA PENAL: Como cláusula penal, las partes señalan el valor del veinte por ciento de los pagos realizados como multa, para cualesquiera de las partes que desista de este Contrato, o se niegue a suscribir la venta definitiva en los plazos y condiciones estipulados, concediéndose a este contrato y para todos sus efectos, el valor de título ejecutivo y sujetándose a los jueces de Quito.-

ENTREGA DEL INMUEBLE El inmueble será entregado a la firma de las escrituras definitivas

PRESTACIONES VARIAS: La venta definitiva del inmueble se efectuará con todos los usos, costumbres, servidumbres y derechos anexos, que constan como datos generales del inmueble, sujetándose el promitente vendedor al saneamiento por evicción de conformidad con la Ley.

GASTOS: Los gastos e impuestos que demande la celebración de este contrato que puede elevarse a escritura pública, así como de la escritura definitiva de compraventa, serán de cuenta exclusiva del promitente comprador.


Para constancia de lo aquí expuesto las partes firman por duplicado en la ciudad de Quito a los tres días del mes de abril del año dos mil dos.



Ing. Alfredo Vásconez T.

CINº 170035109-9

VENDEDOR



Sra. Ebon Davidsson de Vásconez

CI Nº 170421159-6

VENDEDOR



Sr. Carlos Pompeo Esparza Ruiz

CI Nº 100086003-9

COMPRADOR

3.4 IVA - Impuesto al Valor Agregado

El Impuesto al Valor Agregado IVA, es un impuesto indirecto, es decir se traslada hasta llegar al consumidor final, que es el sujeto que finalmente paga el impuesto.

3.4.1 Objeto del Impuesto

El objeto del Impuesto al Valor Agregado, es gravar el valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles en todas las etapas de comercialización, así como también grava a los servicios prestados.

3.4.2 Hecho Generador

El IVA se causa en el momento en que se realiza el acto o se suscribe el contrato que tenga por objeto transferir el dominio de los bienes o la prestación de los servicios, hecho por el cual se debe emitir obligatoriamente la respectiva factura o nota de venta.

En el caso de introducción de mercaderías al territorio nacional, el impuesto se causa en el momento de su despacho por la aduana.

3.4.3 Transferencias e Importaciones con Tarifa Cero

De conformidad con el artículo 55 de la Ley de Régimen Tributario Interno tendrán tarifa cero las transferencias e importaciones de los siguientes bienes:

1.- Productos alimenticios de origen agrícola, avícola, pecuario, apícola, cunícola, bioacuáticos, forestales, carnes en estado natural; y de la pesca se mantengan en estado natural, es decir, aquellos que no hayan sido objeto de elaboración, proceso o tratamiento que implique modificación de

su naturaleza. La sola refrigeración, enfriamiento o congelamiento para conservarlos, el pilado el desmonte, la trituración, la extracción por medios mecánicos o químicos para la elaboración de aceites comestibles, el faenamiento, el cortado y el empaque no se consideran procesamiento.

2.- Leches en estado natural, pasteurizada, homogenizada o en polvo de producción nacional, leches maternizadas, proteicos infantiles.

3.- Pan, azúcar, panela, sal, manteca, margarina, avena, maicena, fideos, harinas de consumo humano, enlatados nacionales de atún, macarela, sardina y trucha, aceites comestibles, excepto el de oliva.

4.- Semillas certificadas, bulbos, plantas, esquejes y raíces vivas. Harina de pescado y los alimentos balanceados, preparados forrajeros con adición de melaza o azúcar, y otros preparados que se utilizan para la alimentación de animales. Fertilizantes, insecticidas, pesticidas, fungicidas, herbicidas, aceite agrícola utilizado contra la sigatoka negra, antiparasitarios y productos veterinarios así como la materia prima e insumos importados o adquiridos en el mercado interno, para producirlas.

5.- Tractores de llanta de hasta 200 hp incluyendo los tipo canguro y los que se utiliza en el cultivo del arroz, arados, rastras, surcadores y vertedores; cosechadoras, sembradoras, cortadoras de pasto, bombas de fumigación portables, aspersores y rociadores para equipos de riego.

6.- Medicamentos y drogas de uso humano, de acuerdo con las listas que publicará anualmente el ministerio de Salud Pública, así como la materia prima e insumos importados o adquiridos en el mercado interno para producirlas. En el caso de que por cualquier motivo no se realicen las publicaciones antes establecidas, regirán las listas anteriores.

Los envases y etiquetas importados o adquiridos en el mercado local que son utilizados exclusivamente en la fabricación de medicamentos de uso humano o veterinario.

7.- Papel bond, papel periódico, periódicos, revistas, libros y material complementario que se comercializa conjuntamente con los libros.

8.- Los que se exporten;

9.- Los que introduzcan al país:

- a) Los diplomáticos extranjeros y funcionarios de organismos internacionales, regionales y subregionales, en los casos que se encuentren liberados de derechos e impuestos.
- b) Los pasajeros que ingresen al país, hasta el valor de la franquicia reconocida por la Ley Orgánica de Aduanas y su Reglamento.
- c) En los casos de donaciones provenientes del extranjero que se efectúen a favor de las instituciones del Estado y las de cooperación institucional con instituciones del Estado.
- d) Los bienes que, con el carácter de admisión temporal o en tránsito, se introduzcan al país, mientras no sean objeto de nacionalización.
- e) Las importaciones de bienes de capital o de materiales que realicen las instituciones del Estado y/o los concesionarios al amparo de convenios internacionales, créditos de gobierno a gobierno o de organismos multilaterales tales como la Corporación Andina de Fomento, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Mundial.

3.4.4 Impuesto al Valor Agregado Sobre los Servicios

El IVA grava a todos los servicios, entendiéndose como tales a los prestados por el Estado, entes públicos, sociedades o personas naturales sin relación laboral a favor de un tercero, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual a cambio de una tasa, un precio pagadero en dinero, especies, otros servicios o cualquier otra contraprestación.

3.4.5 Servicios Con Tarifa Cero

Según el artículo 56 de la Ley de Régimen Tributario Interno, se encuentran gravados con tarifa cero los siguientes servicios:

- 1.- Los de transporte de pasajeros y carga fluvial, marítimo y terrestre, así como los de transporte aéreo internacional de carga hacia la provincia de Galápagos.
- 2.- Los de salud;
- 3.- Los de alquiler o arrendamiento de inmuebles destinado, exclusivamente, para vivienda, en las condiciones que se establece en el reglamento;
- 4.- Los servicios públicos de energía eléctrica, agua potable, alcantarillado y los de recolección de basura;
- 5.- Los de educación;
- 6.- Los de guarderías infantiles y de hogares de ancianos;
- 7.- Los religiosos;
- 8.- Los de impresión de libros;
- 9.- Los funerarios;
- 10.- Los administrativos prestados por el Estado y las entidades del sector público por lo que se deba pagar un precio o una tasa tales como los servicios que presta el Registro Civil, otorgamiento de licencias, registros, permisos y otros;
- 11.- Los espectáculos públicos;
- 12.- Los financieros y bursátiles prestados por las entidades legalmente autorizadas para prestar los mismos;
- 13.- La transferencia de títulos valores;
- 14.- Los que se exporten, inclusive los de turismo receptivo;
Los contratos o paquetes de turismo receptivo, pagados dentro o fuera del país, no causarán el Impuesto al Valor Agregado, puesto que en su valor total estará comprendido el impuesto que debe cancelar el operador a los prestadores de los correspondientes servicios;
- 15.- Los prestados por profesionales con títulos de instrucción superior hasta un monto de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América por cada caso entendido;

- 16.- El peaje que se cobra por la utilización de las carreteras;
- 17.- Los sistemas de lotería de la Junta de Beneficencia de Guayaquil y Fe y Alegría;
- 18.- Los de aerofumigación.
- 19.- Los prestados personalmente por los artesanos; y,
- 20.- Los de refrigeración, enfriamiento y congelamiento para conservar los bienes alimenticios mencionados en el numeral 1 del artículo 55 de la Ley de R.T.I, y en general todos los productos perecibles que se exporten, así como los de faenamiento, cortado, pilado, trituración y, la extracción por medios mecánicos o químicos para elaborar aceites comestibles.

3.4.6 Casos Especiales:

1. Los servicios prestados personalmente por los artesanos calificados están gravados con tarifa 0%; si comercializan bienes éstos estarán gravados con tarifa 12%, inclusive artesanos calificados.
2. El servicio de transporte de pasajeros y carga fluvial y terrestre; y marítimo, estarán sujetos a tarifa 0%. Además, el transporte de carga aérea exportable y a Galápagos está gravado con tarifa 0%; no así el transporte aéreo de pasajeros que se encuentra gravado con tarifa 12%.
3. En el caso de personas naturales o jurídicas que por la naturaleza de sus actividades realicen transacciones que estén gravadas con tarifa 0% y 12%, deberán presentar sus declaraciones en forma mensual, aun cuando el número de transacciones con tarifa 12 % sea mínima.
4. Los servicios que prestan los profesionales con título superior están gravados con tarifa 0%, sin embargo, si el valor de los honorarios por cada caso excede de 400 dólares está gravado con tarifa 12%, por tanto la declaración deberá ser efectuada en

forma mensual. Si el profesional presta servicios continuos a una sociedad y los honorarios anuales exceden de 400 dólares deberá facturar con el IVA 12% en cada mes.

3.4.7 Base Imponible

La base imponible del IVA, está constituido por el precio de venta de los bienes que se transfieren o de los servicios que se presten según consta en la respectiva factura, o nota de venta, se tomarán en cuenta las siguientes deducciones autorizadas para determinar finalmente la base imponible para el pago del IVA.

- 1 Los descuentos y bonificaciones normales concedidos a los compradores, según los usos y costumbres mercantiles y que consten en la correspondiente factura;
- 2 El valor de los bienes y envases devueltos por el comprador; y,
3. Los intereses y las primas de seguros en las ventas a plazos.

3.4.8 Facturación del Impuesto

Los sujetos pasivos del IVA, tienen la obligación de emitir y entregar al adquirente del bien o al beneficiario del servicio, facturas, notas de venta en las que hará constar por separado el valor de las mercaderías transferidas o el precio de los servicios prestados y la tarifa del impuesto.

Esta obligación regirá aún cuando la venta o prestación de servicios no se encuentren gravados o tengan tarifa cero.

3.4.8.1 Sujeto Activo

El sujeto del IVA, es el Estado, lo administra el Servicio de Rentas Internas. La recaudación obtenida por el IVA se acreditará en la Cuenta Única del Tesoro Nacional, para ser destinado al Presupuesto General del Estado.

3.4.8.2 Sujetos Pasivos. Son sujetos pasivos del IVA:

a. En calidad de agentes de percepción:

- Las personas naturales y las sociedades que habitualmente efectúen transferencias de bienes gravados con una tarifa.
- Quienes realicen importaciones gravadas con una tarifa, ya sea por cuenta propia o ajena.
- Las personas naturales y las sociedades que habitualmente presten servicios gravados con una tarifa.

b. En calidad de agentes de retención:

- Las entidades y organismos del sector público; las empresa públicas y las privadas consideradas como contribuyentes especiales por el SRI; por el IVA que deban pagar por sus adquisiciones a sus proveedores de bienes y servicios cuya transferencia o prestación se encuentra gravada, de conformidad con lo que establezca el Reglamento.
- Las empresas emisoras de tarjetas de crédito por los pagos que efectúen por concepto del IVA a sus establecimientos afiliados, en las mismas condiciones que se realizan las retenciones en la fuente a proveedores.

- Las empresas de seguros y reaseguros por los pagos que realicen por compras y servicios gravados con IVA, en las mismas condiciones señaladas en el numeral anterior.
- c. Los agentes de retención del IVA retendrán el Impuesto al Valor Agregado en una proporción del 30% del impuesto causado cuando se origine en la transferencia de bienes muebles de naturaleza corporal y del 70% del impuesto cuando se origine en la prestación de servicios gravados. En el caso de adquisición a personas naturales no obligadas a llevar contabilidad (para efectos tributarios) los agentes retendrán el Impuesto al Valor Agregado en el 100% del IVA facturado. Los citados agentes declararán y pagarán el impuesto retenido mensualmente y entregarán a los establecimientos afiliados el correspondiente comprobante de retención del IVA, el que servirá como crédito tributario en las declaraciones del mes que corresponda.

3.4.8.3 Personas Naturales no Obligadas a Llevar Contabilidad

Según el Art. 19 de la Ley de Régimen Tributario Interno Codificada:

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital menor a \$ 24.000,00 al 1ro de enero del año en curso u obtengan ingresos inferiores a \$ 40.000,00 al 31 de diciembre del año anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos no están obligados a llevar contabilidad, pero deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Las personas naturales comprendidas en esta norma, para realizar sus declaraciones deben utilizar el formulario SRI – 102A.

Tabla para el cálculo del Impuesto a la Renta de personas naturales, ejercicio 2009:

Tabla para el cálculo del Impuesto a la Renta			
MONEDA: Dólar			
Fracción		Impuesto Sobre	
Básica	Excedente	Fracción Básica	Fracción Excedente
-	7.400	-	0%
7.400	14.800	-	5%
14.800	29.600	370	10%
29.600	44.100	1.850	15%
44.100	58.800	4.025	20%
58.800	En adelante	6.965	25%

Toda persona natural o jurídica residente o no en el país, que obtenga rentas de fuente nacional, debe pagar el impuesto sobre dichas ganancias. El grado de contribución será proporcional al monto de los ingresos de tal manera que, “el que más gana, más Impuesto a la Renta causa”.

3.4.9 Libro Registro Obligatorio

Si el capital del negocio es inferior a los 24.000 USD ó si los ingresos del año anterior no superan los 40.000 USD, sin embargo, deberá llevar el registro de ingresos y egresos de la siguiente manera:

REGISTRO DE INGRESOS Y EGRESOS (LIBRO CONTABLE)						
FECHA	Nº.	COMPROBANTE	DE	CONCEPTO	VALOR	IVA
		VENTA				

Si el capital del negocio es superior a los 24.000 USD ó si los ingresos del año anterior superan los 40.000 USD, está obligado a llevar contabilidad. En cualquiera de estos dos casos no será necesario notificación por parte del SRI. La contabilidad deberá ser llevada por un contador inscrito en el RUC.

3.4.10 Declaración del Impuesto

Los productores o comerciantes de bienes y los prestatarios de servicios gravados con el IVA, presentarán la declaración en el formulario 104 emitido por el Servicio de Rentas Internas.

Los sujetos pasivos del IVA presentarán mensualmente una declaración por las operaciones gravadas con el impuesto, realizadas dentro de un mes calendario inmediato anterior.

Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, presentarán una declaración semestral.

3.4.11 Liquidación del Impuesto

Los sujetos pasivos del IVA obligados a presentar declaración efectuarán la correspondiente liquidación del impuesto sobre el valor total de las operaciones gravadas. Del impuesto liquidado se deducirá el valor del crédito tributario.

3.4.12 Crédito Tributario

Es el derecho que les asiste a los comerciantes (también a los industriales y prestadores de servicios) para recuperar el IVA que pagaron al comprar las mercaderías, a través de compensación de este valor cuando efectúan las ventas de dichas mercaderías.

3.5 Pago del Impuesto

La diferencia resultante, luego de las deducciones indicadas constituye el valor que debe ser pagado en los mismos plazos previstos para la presentación de la declaración.

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

Por Ejemplo:

Impuesto recaudado en ventas	\$ 40,00	
Menos: Impuesto pagado en compras		62,00
Crédito Tributario		<u>22,00</u>

Cuando el valor pagado es inferior al recaudado. El crédito tributario sirve para compensar en el pago del impuesto del próximo mes.

Por Ejemplo:	Impuesto recaudado en ventas	\$ 60,00
	Menos: Impuesto pagado en compras	<u>25,00</u>
	Subtotal	35,00
	Menos: Crédito Fiscal	<u>22,00</u>
	Valor por pagar al SRI	13,00

Cuando por cualquier circunstancia evidente se presume que el crédito tributario no podrá ser compensado por el contribuyente con el IVA causado dentro de los seis meses inmediatos siguientes, el contribuyente podrá solicitar al Director General del SRI la compensación de este crédito con otros tributos a cargo del mismo contribuyente.

Instituciones Financieras en donde se pueden presentar las declaraciones de Impuestos

Todos los contribuyentes, con excepción de los Contribuyentes Especiales, pueden presentar sus declaraciones en las oficinas de las siguientes instituciones financieras:

- > Banco Amazona
- > Banco Bolivariano
- > Banco de Guayaquil
- > Banco de Machala
- > Banco del Austro
- > Banco del Litoral
- > Banco de Loja
- > Banco del Pacífico
- > Banco del Pichincha
- > Banco General Rumiñahui
- > Banco Internacional
- > Banco Nacional de Fomento
- > Banco Territorial
- > Produbanco
- > Servipagos
- > Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega
- > Y todas las Instituciones del Sistema Financiero Nacional que se incorporen al Convenio Especial de Recaudación con el SRI.

3.5.1 Plazos para presentar las declaraciones.

Los sujetos pasivos, presentarán la declaración y pagarán el IVA, de acuerdo al noveno dígito del número del RUC, en las fechas que se indica a continuación.

9no. Dígito	Fecha de Vencim. (hasta el día)	Impuesto a la Renta		Retención Impuesto a la Renta	Impuesto al Valor Agregado		
		Sociedades	Personas Naturales		Mensual	Semestral	
						1er. Sem.	2do. Sem.
Formulario		101	102	103	104		
1	10	Abril	Marzo	Mes siguiente	Mes siguiente	Julio	Enero
2	12	Abril	Marzo	Mes siguiente	Mes siguiente	Julio	Enero
3	14	Abril	Marzo	Mes siguiente	Mes siguiente	Julio	Enero
4	16	Abril	Marzo	Mes siguiente	Mes siguiente	Julio	Enero
5	18	Abril	Marzo	Mes siguiente	Mes siguiente	Julio	Enero
6	20	Abril	Marzo	Mes siguiente	Mes siguiente	Julio	Enero
7	22	Abril	Marzo	Mes siguiente	Mes siguiente	Julio	Enero
8	24	Abril	Marzo	Mes siguiente	Mes siguiente	Julio	Enero
9	26	Abril	Marzo	Mes siguiente	Mes siguiente	Julio	Enero
0	28	Abril	Marzo	Mes siguiente	Mes siguiente	Julio	Enero

Los días señalados son las fechas máximas para la declaración y pago, teniendo en cuenta que se lo puede hacer desde el primer día de cada mes.

Cuando la fecha de vencimiento coincida con días de descanso obligatorio o feriados, aquella se trasladará al siguiente día hábil.

3.5.2 Intereses y Multas por declaraciones tardías:

Los contribuyentes que presenten sus declaraciones fuera de los plazos previstos en la Ley o en el Reglamento, deben calcular e incluir en sus declaraciones los intereses y multas correspondientes.

El interés por mora se calcula sobre el impuesto a pagar. Estas tasas se aplican para un mes entero o fracción de mes y su tarifa es de acuerdo a la siguiente tabla:

Mora Tributaria						
Período	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Enero-Marzo	1.331%	1.384%	1.171%	1.026%	0.736%	0.824%
Abril-Junio	1.363%	1.414%	1.089%	0.994%	0.825%	
Julio-Septiembre	1.348%	1.277%	1.115%	0.931%	0.814%	
Octubre-Diciembre	1.336%	1.239%	1.035%	0.885%	0.712%	

Las multas deben calcularse utilizando la siguiente tabla:

Declaraciones Tardías			
Infracción	Impuesto a la Renta Anual	Impuesto al Valor Agregado	
		Mensual	Semestral
Si causa impuesto	3% del impuesto causado por mes o fracción de mes, con tope máximo del 100% del impuesto causado.	3% del impuesto a pagar por mes o fracción de mes con tope máximo del 100% del impuesto causado.	–
Si no causó.	<i>Si se hubieran generado ingresos</i>	<i>Si se hubieran producido ventas</i>	<i>Si se hubieran producido ventas</i>
	0.1% de los ingresos brutos, por mes o fracción de mes, sin que el monto exceda el 5% de dichos ingresos.	0.1% del total de las ventas registradas durante el período, que corresponde a la declaración	0.1% del total de las ventas registradas durante el período, que corresponde a la declaración.
	<i>Si no se hubieran generado ingresos</i>	<i>Si no se hubieran producido ventas</i>	<i>Si no se hubieran producido ventas</i>
	10 dólares por declaración en el caso de personas jurídicas que no hayan percibido ingresos.	2 dólares Por declaración	5 dólares por declaración “inclusive si se le ha realizado la retención del 100% del Impuesto al Valor Agregado”

EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS:

El propósito principal es determinar si los contenidos tratados en esta unidad fueron asimilados por los estudiantes.

En el CD de la Guía Didáctica encontrarán las respectivas actividades de evaluación. Hacer clic en el icono “GESTION ADMINISTRATIVA COMPRA – VENTA” y seleccionar la opción de Guía Didáctica Interactiva.

UNIDAD Nº 4

EL PROCESO DE LAS COMPRAS.

4.1 El proceso de las compras

4.2 Requisición de Compra

4.3 Orden de Compra

4.4 Informe de recepción o ingreso a bodega

4.5 Documentos generados

4.5.1 Factura

4.5.2 Tiquetes o Vales

4.5.3. Nota de Venta



PRESENTACIÓN.

En esta unidad veremos en qué consiste el proceso de compras. . Con la finalidad de analizar las normas legales de los documentos que intervienen en este proceso, describiendo su papel en las operaciones de compra – venta y finalmente estableciendo sus diferencias y utilidades.



OBJETIVO DE LA UNIDAD

Elaborar los documentos generados por las operaciones de compra-venta y analizar el control de mercancías.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:

Para trabajar en clase.

- Presentación del tema.
- Lluvia de ideas.
- Lecturas comentadas.
- Técnica de comparación
- Exposición del tema con ejercicios prácticos.

MOTIVACIÓN



**Una inversión
en
conocimientos
siempre genera
la mayor
rentabilidad.**

DESARROLLO DE LA UNIDAD:

4.1. El Proceso de las Compras: el Pedido

La compra de materiales debe contar con procedimientos que garanticen un buen control interno, generalmente las empresas utilizan para sus compras los siguientes pasos y formatos:

4.2 Requisición de Compra:

Según MEIGS, Roberth & Walter (1994) dicen:

Una requisición de compra constituye una solicitud que hace el departamento de venta o el departamento de almacén (bodega) al departamento de compras para ordenar mercancías. De esta forma, el departamento de compras no está autorizado para ordenar mercancías hasta tanto no haya recibido primero una requisición de compra. Una copia de la requisición de compra se envía al departamento de contabilidad. Pág. (187)

REQUISICIÓN DE COMPRA				
Empresa Comercial "ABC"			No.....	
Departamento o persona que realiza la solicitud.....				
Fecha del Pedido..... Fecha requerida de entrega.....				
CANTIDAD	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	TOTAL
Costo Total				
AUTORIZADO POR (Nombre y Firma)				

4.2.1 El Pedido

Según KLEIN, Miguel Jorge (1982):

Un pedido de compra, llamado también orden de compra, representa la demanda efectuada a un proveedor para suministrar al comprador los materiales especificados.

Una vez que el departamento de compras haya resuelto la elección del proveedor para la adquisición de uno o más materiales, emitirá el pedido de compra.

La emisión del pedido de compra debe ser efectuada para formalizar la operación de compra. (Pág. 65)

4.3 Orden de Compra

La orden de compra es un formato con numeración consecutiva preimpresa, donde se detallan los materiales solicitados al proveedor, se dan instrucciones de despacho y se acostumbra especificar los precios de venta pactados en la negociación, los cuales fueron previamente acordados por cualquier medio de comunicación.

La orden de compra se prepara en original y varias copias, por ejemplo, original para el proveedor, una copia para el almacenista de materiales (con el fin de que prepare la futura recepción de los materiales y tenga un documento para confrontar lo que ha de recibir) y otra copia que queda en la oficina de compras de la empresa, que generalmente es la encargada de producir la orden de compras.

ORDEN DE COMPRA									
Empresa Comercial "ABC"					No. 00128				
Dirección:									
Teléfono:									
Fecha del Pedido:									
Nombre del Proveedor:					Código del proveedor		Clase de Contribuyente		de
Dirección:							No. RUC		
N	DESCRIPCIÓN	% IMP.	IMPUESTO	TID. PEDIDA	U.	CANTIDAD DISPONIBLE	PRECIO UNITAR.	PRECIO TOTAL	
DOCUMENTOS DE DESPACHO							SUBTOTAL		
Original de la factura comercial, Guía de remisión									
DESCUENTO %									
Nota de entrega							BASE		
GRAVABLE									
IMPUESTO							TOTAL		
OBSERVACIONES PARA EL PROVEEDOR									
SOLICITADO POR (Nombre y Firma)					AUTORIZADO POR (Nombre y Firma)				
PROVEEDOR									

4.3.1 Fecha de Efectuar el Pedido.

Para cada uno de los materiales se debe determinar el stock mínimo. Cuando las existencias tocan o descienden de ese punto, se efectuará el pedido correspondiente.

Si se tiene establecido un punto de pedido para cada material, almacenes será el sector que esta en condiciones de determinar el momento de preparar la solicitud de compra a través del saldo de existencia de la ficha de materiales en caso de contar con inventario permanente. Si no se lleva el inventario permanente, el punto de pedido lo determina el almacén por la simple observación del stock ubicado en los cajones o estanterías done se hayan los materiales.

4.3.2 Cantidad a Solicitar

La cantidad de materiales a solicitar es un dato contenido en la ficha de materiales. Esta información se establece cuando se fija el punto de pedido

4.3.3 Recepción de las Mercancías



El procedimiento para la recepción de las mercancías depende de diversos factores, entre los que merecen destacarse el tipo y el tamaño de empresa.

Como medida del control interno, el recepcionista no puede, en principio, aceptar la entrega de mercancías o suministros si carece del ejemplar del pedido emitido por el departamento de compras. La importancia de esta medida radica en evitar reclamaciones o devoluciones por materiales que en forma espontánea han entregado los proveedores.

Es necesario que el sector que recibe los bienes cuente con los elementos vitales para realizar las tareas de descarga, traslado, conteo, medición, pesado, y control de las mercancías.

En cualquier caso, al recibirse los materiales, se confecciona inmediatamente el informe de recepción. Este documento constituye la evidencia de la recepción de los materiales.

Una vez que las mercaderías llegan, se procede a su verificación e inspección.

Si luego de practicada la inspección, los materiales se rechazan, el informe debe exponer en forma clara las razones que motivaron tal rechazo, con el objeto de que el departamento de compras o el sector encargado de las reclamaciones pueda negociar frente al proveedor de la mejor manera posible.

Cualquier pedido de ajuste de precio por problemas de los materiales recibidos, debe efectuarse con la autorización del departamento de compras.

4.3.4 Calidad.

Toda empresa intenta que la calidad en las compras de mercancías sea la más adecuada a los requerimientos de su posterior uso.

¿Pero cuáles son los factores a considerar para obtener esa calidad pretendida?

En primer lugar, se debe contar con especificaciones concisas de compra.

En segundo termino, se debe controlar las mercaderías recibidas con las especificaciones mencionadas. Y finalmente, se debe recurrir en lo posible a los proveedores que merezcan la mayor confianza en base a la experiencia por pedidos colocados con anterioridad.

4.4 Informe de Recepción o Ingreso a Bodega

Es un formato que prepara el almacenista dando cuenta de los materiales recibidos, especificando la fecha, las cantidades, el estado en que se encuentran los materiales, etc. Suele estar numerado consecutivamente y se prepara en original y varias copias, por ejemplo, original para contabilidad, una copia para la oficina de compras y otra copia que conserva el almacenista de materiales.

En el informe de recepción o ingreso a bodega, se cita el número de la orden de compra y también el número de la remisión con la cual el proveedor envió la mercancía. De esta remisión generalmente se recibe y queda en la empresa el original, el cual se adjunta al original del informe de recepción que se envía a contabilidad.

Empresa Comercial "ABC"

INFORME DE RECEPCIÓN DE MATERIALES
O INGRESO A BODEGA

Fecha: ----- No. 0728
 Guía de Remisión No. ----- Orden de Compra No. -----
 Recibimos de: -----
 (Nombre del Proveedor)

Los siguientes Materiales:

CÓD	DESCRIPCIÓN	UNID. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	NOTAS

OBSERVACIONES (NOTAS)

Aceptado por Solicitante (Nombre y Firma)	Recibido por Almacenista (Nombre y Firma)	Contabilizado

4.5 Documentos generados

4.5.1 Documento

Los documentos constituyen la evidencia escrita que da origen a los registros contables y respaldan todas las transacciones que realiza la empresa.

La documentación mercantil proporciona evidencia de las transacciones realizadas y constituye la base de los asientos contables. Al final del día el contador recibe los documentos de soporte y realiza los siguientes análisis:

- a) Que las facturas reúnan todas las condiciones legales fijadas por la Ley de Régimen Tributario Interno y el SRI.
- b) Que exista una correcta descripción de los bienes y servicios que se adquieren;
- c) Que el valor pagado sea igual al facturado.

Una vez realizado este análisis, el contador procede al registro contable.

4.5.2 Albarán o Nota de Entrega

Es un documento que los proveedores envían a los clientes antes de la factura. Acompaña la entrega de las mercancías. Identifica la naturaleza y cantidad de las mercancías entregadas pero no su precio.

- Da fe de lo recibido.
- Permite la actualización de los stocks y de los pedidos pendientes.
- Permite realizar la previsión de pagos.

4.5.3 Factura.

Para ZAPATA, Pedro & ZAPATA, Mercedes. (2003):

Es un documento de carácter comercial (generalmente no negociable), emitido con el objeto de detallar la transferencia de bienes y/o servicios prestados a sociedades o personas naturales que tengan derecho a crédito tributario. También deberá emitirse por ventas al exterior.

(Pág. 181)

AUTOMÓVILES NACIONALES S.A.
AUTOMAN

RUC 1790182345001
Factura
Nº 002-001-

0000251

MATRIZ: Av. 6 de Diciembre N24-50 y Gral. Foch Quito
SUCURSAL: Luís Plaza Danin 818 y M. Alcívar Guayaquil

Nº Autorización
1047844855

Sr. (es): _____
RUC o CI: _____
Dirección: _____

Fecha de Emisión: _____
Guía de Emisión: _____

Cantidad	Descripción	P/U	Valor de Venta

Válido para su emisión hasta 05/2006 Subtotal 12%
Subtotal 0%
Descuento
Subtotal
Subtotal IVA 12%
VALOR TOTAL

Carlos Ángel Bolívar Mora/ Imprenta Bolívar
emisor
RUC: 1710501420001/ N° Autorización 2540

Original: Adquiriente/ Copia:

4.5.3.1 Importancia La Factura es un documento de utilización diaria y permanente en los negocios, es de carácter obligatorio por las

transacciones que superen los \$ 4,00. Se debe emitir en original y 2 copias; en la factura se recopila información utilizada en los registros contables.

Por medio de la factura se puede controlar el movimiento de las mercaderías, el valor unitario y total y el pago de los impuestos fiscales.

4.5.3.2 Requisitos. La factura debe contener:

- Nombres y apellidos o razón social del emisor.
- Número del Registro Único de Contribuyentes del emisor (RUC)
- Denominación del comprobante del emisor (FACTURA)
- Número de serie y número correlativo o secuencial.
- Número de Autorización (otorgado por el SRI).
- Dirección de la matriz y del establecimiento emisor (cuando corresponda).
- RUC del comprador.
- Dirección comprador (opcional).
- Fecha de emisión del documento.
- Nº de Guía de remisión (cuando corresponda)
- Descripción del bien transferido o del servicio prestado, con indicación de cantidad y unidad de medida en su caso.
- Precios unitarios netos de los bienes transferidos o de los servicios prestados.
- Importe del comprobante de venta que deberá ser totalizado y cerrado individualmente.
- Importe total de los bienes muebles o de los servicios prestados, discriminando aquellos gravados con el Impuesto al Valor Agregado IVA con tarifa 0% de los gravados con tarifa 12%.
- Importe que constituye la base imponible sobre la que se aplicará el Impuesto al Valor Agregado IVA tarifa 12%.

- Importe determinado del impuesto al valor agregado IVA.
- Valor total
- Validez del comprobante de venta.
- Pie de imprenta del establecimiento gráfico.
- Destino de los ejemplares: original para el adquiriente o usuario y copia para el emisor.

Los medios por los que emiten una factura son:

4.5.3.3 Magnético.- A través de sistema automático de datos. En este caso la computadora, su impresora y el formato deben estar aprobados por el SRI.

4.5.3.4 Topográfico.- A través de impresiones en máquina topográficas realizadas por establecimientos gráficos que tienen autorización otorgada por el SRI, La autorización es renovable cada cierto tiempo (generalmente un año).

El SRI, mantiene un listado actualizado de los establecimientos gráficos actualizados.

4.5.3.5 Las Facturas Deberán Emitirse:

El original.-Que debe ser entregado al cliente.

La copia primera.- Que quedará en el archivo de la empresa.

La segunda copia.- Para el SRI, pero remitida y archivada temporalmente en la propia empresa.

4.5.4 Tiquetes o Vales emitidos por las máquinas registradoras.

JUAN VITERI M	
HELADERÍA SIERRA NEVADA	
RUC 1701424801001	
Av. América 2160-Quito	
CASIO/TK400/15335-F	
Nº AUTORIZACIÓN S.R.I. 1025895896	
TIQUETE Nº 0145	
03/05/2006 11:35	
3X	1.70
Copa Doble	5.70
2x	1.30
Capuchino	2.60
Total	7.70
Efectivo	10.00
Cambio	2.30
Original: Adquiriente / Copia: Emisor	

Según www.sri.gov.ec .

Los Tiquetes o vales se emiten en operaciones con consumidores o usuarios finales que no requieren sustentar crédito tributario ni costos y gastos.

Deberán ser emitidos por máquinas registradoras, autorizadas por el SRI. Los contribuyentes que utilicen máquinas registradoras autorizadas por el SRI deberán declarar el número de serie y la ubicación física de la máquina a través del formulario N° 331.

Los usuarios de máquinas registradoras deberán mantener formatos impresos de notas o boletas de venta como respaldo en situaciones de falta de fluido eléctrico o fallas de la máquina.

Los tiquetes, vales o cintas emitidas deberán contener la siguiente información:

- Identificación del emisor, indicando el número del RUC, apellidos y nombres, denominación o razón social, según consta en el RUC y el nombre comercial, si lo hubiese.
- Dirección del establecimiento en el cual se emite el tiquete, vale o cinta.
- Marca, modelo y número de serie de la máquina registradora.
- Número secuencial y número autogenerado por la máquina registradora.
- Fecha y hora de emisión
- Descripción del bien vendido o del servicio prestado.

- Importe de la venta o del servicio prestado incluyendo impuestos.
- Destino de los ejemplares: original para el adquiriente o usuarios y copia (optativa), para el emisor.

4.5.5 Nota de Venta.

AUTOMÓVILES NACIONALES S.A.	RUC 1790182345001		
AUTOMAN	NOTA DE VENTA		
	Nº 002-001-0000251		
MATRIZ: Av. 6 de Diciembre N24-50 y Gral. Foch Quito			
Nº			
Autorización			
SUCURSAL: Luís Plaza Danin 818 y M. Alcívar Guayaquil			
1047844855			
Sr. (es): _____			
Fecha de Emisión: _____			
RUC o CI: _____			
Cantidad	Descripción	P/U	Valor de Venta
Válido para su emisión hasta 05/2006			VALOR
TOTAL			
Carlos Ángel Bolívar Mora/ Imprenta Bolívar		Original: Adquiriente/ Copia:	
emisor			
RUC: 1710501420001/ Nº Autorización 2540			

Según DE ALMEIDA; Mercedes (2002):

La Nota de Venta es un documento comercial, es donde se detalla las ventas realizadas por montos inferiores a \$ 4,00. Se entrega notas de venta a los consumidores finales como: ferreterías, bazares, panaderías, farmacias, etc. Es opcional la entrega del documento (Pág. 219)

Se emitirá Nota de Venta únicamente en operaciones con consumidores o usuarios finales.

Las notas de venta contendrán la siguiente información no impresa sobre la transacción:

- Nombres y apellidos o razón social del emisor.
- Número del Registro Único de Contribuyentes del emisor (RUC)
- Denominación del comprobante (Nota de Venta)
- Número de serie y número correlativo o secuencial.
- Número de Autorización (otorgado por el SRI).
- Dirección de la matriz y del establecimiento emisor (cuando corresponda).
- Fecha de emisión del documento.
- Descripción del bien transferido o del servicio prestado, con indicación de cantidad y unidad de medida en su caso.
- Precios unitarios netos de los bienes transferidos o de los servicios prestados, con indicación de cantidad y unidad de medida en su caso (incluyendo impuestos).
- Importe del comprobante de venta que deberá ser totalizado y cerrado individualmente.
- Importe total de los bienes muebles o de los servicios prestados (incluyendo impuestos).

Cuando el importe de la venta, es transferencias o servicios prestados, supere la suma de los 200 USD o cuando la venta se realiza a contribuyentes que requieren sustentar costos y gastos para efectos de la determinación del Impuesto a la Renta sería necesario consignar el número de RUC o cédula de identidad, los apellidos nombres o dirección del adquirente o usuario.

4.5.5.1 Cuando se Emite una Factura y no una Nota de Venta.

Cuando la compra-venta se la realiza con un comerciante o industrial, quien puede utilizar el valor de IVA como crédito tributario, es decir, el valor del citado impuesto puede compensarse con el IVA cobrado en las ventas que él realice. También debe emitirse Factura en caso de exportaciones.

4.5.5.2 Libro Registro de Facturas Recibidas.



Según www.monografias.com/trabajos:

Este es un registro cuando se opera con muchos proveedores, se desea una clasificación detallada de las cuentas y se quiere que todas las compras cualquiera fuera el tipo de bien, pasen por un solo libro.

Cuenta con columnas de referencia para asentar los pases al mayor auxiliar de proveedores.

Las facturas de los proveedores se registran a medida que se reciben, para asegurarse el control sobre todas las cuentas a pagar.

Finalmente, el pase a las cunetas del mayor principal se realiza a través del importe total arrojado por cada columna.

Es un libro donde han de ir anotándose todas las facturas recibidas, registrará día a día todas las operaciones relativas a la actividad de la empresa ordenadas cronológicamente y con el debido soporte documental (facturas, nóminas, recibos, extractos bancarios).

Es necesario llevar el Libro de facturas recibidas y sus soportes de documentación durante 6 años.

EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS:

El propósito principal es determinar si los contenidos tratados en esta unidad fueron asimilados por los estudiantes.

En el CD de la Guía Didáctica encontrarán las respectivas actividades de evaluación. Hacer clic en el icono “GESTION ADMINISTRATIVA COMPRA – VENTA” y seleccionar la opción de Guía Didáctica Interactiva.

UNIDAD Nº 5

LAS EXISTENCIAS.

5.1 El Costo de Producción

5.2 Valoración de existencias

5.2.1 Método FIFO

5.2.2 Método LIFO

5.2.3 Método Promedio



PRESENTACIÓN.

En la presente unidad trataremos sobre el costo de producción que nos permitirá determinar lo que cuesta elaborar un producto y como complemento a este tema, demostraremos la importancia que tiene el inventario en la empresa, el mismo que amerita una especial atención; por lo que se analizarán los principales métodos de valoración de existencia.



OBJETIVO DE LA UNIDAD

Analizar los sistemas utilizados para la valoración de existencias y gestión de los stocks y realizar los cálculos necesarios para conocer sus costes de compra introduciendo al alumno en los problemas de almacén.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:

Para trabajar en clase.

- Presentación del tema.
- Lluvia de ideas.
- Lecturas comentadas.
- Técnica de comparación
- Exposición del tema con ejercicios prácticos.

MOTIVACIÓN



*El secreto de los que triunfan
es volver a comenzar siempre
de nuevo*

DESARROLLO DE LA UNIDAD:

5.1 Costo de Producción.

En una empresa industrial el costo de producción tiene que ver con la compra de materiales, contratación de la mano de obra, y la asignación específica de los costos indirectos de fabricación. Mediante la suma de los tres elementos del costo se determina lo que cuesta elaborar un producto.

$$\text{Costo de Producción} = \text{Materia Prima} + \text{Mano de Obra} + \text{CIF}$$

En una empresa comercial el costo de venta de ventas se obtiene aplicando la siguiente fórmula:

Mercaderías (Inventario Inicial)		xxxx
(+) Compras Netas		xxxx
(=) Compras Brutas	xxxxx	
(-) Devolución en Compras	(xxxx)	
(+) Transporte en Compras	xxxx	
(=) Disponibles para la Venta	—————	xxxx
(-) Mercaderías (Inventario Final)		(xxxx)
(=) Costo de Ventas		xxxx
		—————

5.1.1 Precio de Adquisición

Es el valor consignado en la factura más todos los gastos adicionales que se produzcan hasta que los bienes se hallen en almacén, tales como transporte, impuestos, etc.

Salidas y Existencias Finales.

5.1.2 Existencias

Las existencias es el conjunto de todos los bienes y materiales que una empresa tiene almacenado, con independencia de la fase de producción en la que se encuentran y que mantiene con el objeto de ser vendidos, bien directamente o bien después de su transformación por un proceso productivo.

5.1.3 Clasificación.

Las existencias o 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](#) comprenden, además de 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.

La [contabilidad](#) para los inventarios forma 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 [costo](#) de

mercancías vendidas, son usualmente el gasto mayor en el [estado de resultados](#).

Las [empresas](#) dedicadas a la compra y venta de mercancías, por ser esta su principal [función](#) y la que dará origen a todas las restantes [operaciones](#), necesitaran de una constante [información](#) resumida y analizada sobre sus inventarios, lo cual obliga a la apertura de una serie de [cuentas](#) principales y auxiliares relacionadas con esos controles.

5.1.4 Materias Primas.

Según KLEIN, Miguel Jorge (1982) dice:

Se entiende por materia prima a todo material básico sin procesar, o con mínimo grado de elaboración, adquirido en importantes volúmenes. Vale decir, las materias primas están representadas por los elementos que entran, en general, en el artículo manufacturado.

Las materias primas se adquieren por volúmenes de importancia que abarcan las necesidades futuras de un periodo relativamente amplio. Dichas materias primas se adquieren previamente para afectarlas a la producción planeada con anticipación. (Pág. 41)

5.1.5 Otros Aprovisionamiento.

Las mercaderías, que son los bienes destinados para la venta constituyen el inventario principal de una empresa comercial.

Además, se reconoce otros inventarios menores como el de suministros y materiales que son bienes destinados al consumo administrativo o de ventas.

La administración de estos inventarios es un acto administrativo de importancia para la empresa. Es necesario tomar medidas de control para evitar la fuga indebida de estos bienes.

5.2. Valoración de Existencias

5.2.1 Inventarios.

La base de toda [empresa](#) comercial es la compra y [venta](#) de [bienes](#) o [servicios](#); de aquí la importancia del manejo del [inventario](#) por parte de la misma. Este manejo contable permitirá a [la empresa](#) mantener el [control](#) oportunamente, así como también conocer al final del periodo contable un [estado](#) confiable de la situación económica de [la empresa](#).

Ahora bien, el [inventario](#) constituye las partidas del activo corriente que están listas para la [venta](#), es decir, toda aquella mercancía que posee [una empresa](#) en el [almacén](#) valorada al [costo](#) de adquisición, para la venta o actividades productivas.

Según GUAJARDO, Gerardo (1991) dice:

Cuando se compran mercancías con el fin de volverlas a vender, la compra se registra al costo, menos el importe de cualquier descuento por pronto pago recibido. El costo de la mercancía incluye los gastos de fletes pagados por el comprador, los seguros amparando las mercancías en tránsito o el periodo de almacenamiento y, además, los impuestos.

Aun cuando la compra inicial de mercancías se registre a su precio de costo, existen varios métodos mediante los cuales el contador puede valorar las mercancías no vendidas, al terminar el periodo contable.

La selección del método es importante, debido a que el inventario final afecta el costo de las mercancías vendidas y la utilidad neta que aparecen en el estado de resultado, así como el inventario final que se presenta como un activo en el balance general. (Pág. 305).

5.2.2 Entradas.

El ciclo de una entidad comercializadora comienza con el efectivo, que se usa para comprar inventarios. Las compras, en el sentido contable, son sólo aquellos artículos del inventario de mercancías que compra la empresa para volver a venderlos a los clientes en el curso normal de los negocios.

Según GUAJARDO, Gerardo (1991) dice:

Siempre que una empresa se dedica a la compra y venta de mercancías, por lo general sucede que al final del periodo contable queda una parte sin venderse. Estas mercancías no vendidas se conocen como “inventario final de mercancías”. El inventario final de un periodo fiscal o contable se convertirá en el inventario inicial del siguiente. (Pág. 151)

5.3 Método de valoración FIFO

Método FIFO (en inglés) o PEPS: Siglas que significan lo primero en entrar, lo primero en salir. De acuerdo con la filosofía del método, el precio de valoración de los despachos se determina en este orden:

- Inventario inicial
- Inventario de las compras que, en su orden han sido registradas.

Sería ideal que el movimiento físico coincidiera con el de los valores; sin embargo, resulta difícil mantener esta relación, por lo tanto, lo importante es que se respete el movimiento de los precios en el sentido indicado.

5.4 Método de valoración LIFO

Método LIFO (en inglés) o UEPS: Siglas que indican lo último en entrar, lo primero en salir. Por lo anterior, los precios de los inventarios adquiridos recientemente serán los primeros con lo que se valoran las mercaderías vendidas.

5.5 Método de Valoración Promedio Ponderado

Forma de valoración utilizada por la relativa facilidad de cálculo y por considerar que se ajustan adecuadamente a la tendencia alcista del mercado y al principio de conservatismo.

El costo promedio se obtiene de la relación entre el valor de las existencias más las nuevas adquisiciones, dividida entre el número total de unidades.

Los métodos de valoración se evidencian a través de tarjetas de control de existencias (kárdex), permitiendo mantener un control individualizado y actualizado.

La selección del método de valoración es de exclusiva responsabilidad del contador: para ello, tomará en cuenta la naturaleza de las mercaderías, las políticas contables y de comercialización vigentes en la empresa, el grado de información interna requerida y la situación económica del país. (Pág. 102-103).

5.6 Fichas de Control de Almacén.

El manejo de estas tarjetas, permite un control permanente y actualizado de las mercaderías al precio de costo.

EMPRESA COMERCIAL "ABC"										
Tarjeta de Control										
Artículo:					Código:					
Cantidad Máxima:					Unidad:					
Cantidad Mínima:					Método de Valoración:					
Fecha	Descripción	Ingresos			Egresos			Saldos		
		Cant.	P.U	P.T	Cant.	P.U	P.T	Cant.	P.U	P.T

Según VÁSCONEZ, José (2000) dice:

Una vez contabilizadas las compras y las ventas de mercaderías, en un mayor auxiliar, se utilizan las tarjetas de control de mercaderías, para conocer en forma permanente la existencia de en cada una de ellas; y, poder realizar las transacciones diarias de la empresa. (Pág. 242)

Para el registro de mercaderías por el sistema de cuenta múltiple; se procede de la siguiente manera: una vez contabilizadas las compras en los registros de entrada original, se procede al registro en la tarjeta de

control de mercaderías, en función de cantidad, precio unitario y valor total; la suma de la columna compras de todas las tarjetas es igual al total de las compras realizadas en el período contable.

Las ventas de mercaderías se registran primero en uno de los registros de entrada original y, posteriormente, se registran en las tarjetas de control de mercaderías; la suma de la columna ventas de todas las tarjetas de control de mercaderías es igual al costo de ventas al final del período contable.

Las existencias son el resultado de sumar las existencias anteriores, mas las compras y menos las ventas al precio de costo.

El costo de ventas, es el resultado de sumar las ventas al precio de costo de mercaderías, es necesario sumar el transporte en compras y restar la suma de los descuentos y devoluciones en compras, debido a que en las tarjetas se registran las compras brutas más no las compras netas.

(Pág. 244)

En el caso de las devoluciones en compras; se registra en la columna de ingresos, pero entre paréntesis para resta al nuevo saldo, en cambio en el caso de las devoluciones en ventas; se registra en la columna de Egresos, pero entre paréntesis para sumar con el nuevo saldo.

EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS:

El propósito principal es determinar si los contenidos tratados en esta unidad fueron asimilados por los estudiantes.

En el CD de la Guía Didáctica encontraran las respectivas actividades de evaluación. Hacer clic en el icono “GESTION ADMINISTRATIVA COMPRA – VENTA “y seleccionar la opción de Guía Didáctica Interactiva.

UNIDAD Nº 6

EL PROCESO DE PAGO

6.1 Proceso de pago

6.1.1 No documentado

6.1.1.1 El recibo

6.1.2 Documentado

6.1.2.1 Letra De Cambio

6.1.2.2 El Cheque

6.1.2.3 Cheque Especiales

6.1.2.4 El Pagaré



PRESENTACIÓN.

La presente unidad tiene por objeto analizar los efectos que produce para la empresa el hecho de pagar al contado a de hacerlo con aplazamiento, además guiará al estudiante para poder llenar con la información correcta los documentos que interviene en el proceso de pago y su normativa legal



OBJETIVO DE LA UNIDAD

Analizar el proceso de pagos y la normativa legal básica que los regula y elaborar los documentos más habituales utilizados en el proceso.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:

Para trabajar en clase.

- Presentación del tema.
- Lluvia de ideas.
- Lecturas comentadas.
- Técnica de comparación
- Exposición del tema con ejercicios prácticos.

MOTIVACIÓN

La alegría de la vida, es trabajar en lo que uno le agrada, y sentir gusto por hacer lo que tenemos que hacer



DESARROLLO DE LA UNIDAD:

6.1. Proceso de Pago:

Momento de Pago (Contado a Plazo).



Es un conjunto de operaciones necesarias para cancelar una obligación contraída. Esto implica una disminución de disponibilidades y por consiguiente también se producirá una disminución de deudas.

Un pago se origina mediante la existencia de una obligación hacia un tercero. Esta obligación puede estar representada tanto en una cuenta a pagar como en un documento, y produce el egreso de activos, ya sea dinero o de un cheque.

El pago abarca todas las operaciones que surgen desde que se necesita abonar la obligación, hasta que los valores que cancelen la deuda son entregados al acreedor y se obtiene el comprobante de pago efectuado.

6.1.1 No Documentado:

Según DE ALMEIDA, Mercedes (1945) dice:

Son todos aquellos documentos que necesariamente imponen la marcha de una empresa, es de uso constante y corriente: aquellos que están ligados a la vista misma del comercio y sin cuya existencia, el desorden y la falta de control más absoluto imperarían en cualquier empresa. Están contenidos en formularios redactados de tal forma que la indicaciones que se encuentran ya impresas, son guías suficientes para comprender su uso y completar con pocos datos su contenido. (Pág. 9). Entre estos tenemos el Recibo.

6.1.1.1 Recibo.

No..... Por \$	No Por \$.
Recibí de.....	Recibí de.....
La suma de.....	La suma de.....
.....	Por concepto de.....
Por concepto de.....
..... a,.....De..... de 20.....
..... de 20

Según BRAVO, Mercedes (2001):

Se da el nombre de recibo a la constancia escrita por medio de la cual la persona declara haber recibido de otra persona: dinero (efectivo o cheque), documentos, bienes muebles o inmuebles, etc.

Para ZAPATA, Pedro & ZAPATA Mercedes (2003).

Es un documento no negociable que evidencia la recepción de dinero por algunos conceptos que se explican en una parte de su texto.

El uso de este formato está restringido a operaciones entre personas naturales, pero algunas empresas lo utilizan a manera de comprobante provisional de ingreso, o sea, hasta que se emita el Comprobante de Ingreso a Caja.

6.1.1.1.1 Importancia.

Es de gran importancia para los registros contables en los que deben constar las indicaciones que posee el recibo. Sirve de respaldo para la persona que ha entregado bienes o valores.

Todo recibo debe ser archivado en forma secuencial para facilitar su búsqueda.

El recibo tiene un doble carácter: legal y contable. Es legal por cuanto quien lo posee tiene la prueba de haber cumplido con una obligación: y, es contable, por cuanto sirve como comprobante de egreso. Generalmente se utiliza en original y una copia.

6.1.1.1.2 Requisitos.

El recibo debe contener:

- Lugar y fecha.- Es importante anotar el nombre de la ciudad donde se emite el recibo y la fecha que conste el día, mes y año.

-Nombre.-De la persona a favor de la cual se emite el recibo, precedido del tratamiento correspondiente.

-Cantidad en letras.- Por la cual se extiende el recibo, expresado en letras y en cifras.

-La cantidad.- Por la cual se extiende el recibo, pero en números.

-Indicación del motivo.- Por el cual se extiende el recibo expresado en la forma más resumida y exacta.

-En concepto de.- Alquiler de un local comercial.

-Firma y número de cédula de identidad o del RUC de la persona responsable que reciba los bienes o valores (en el caso de que la firma sea legible es recomendable hacer constar el nombre junto a la firma).

6.1. 2 Documentado:

Según DE ALMEIDA, Mercedes (1945) dice:

Son aquellos documentos que vienen a completar la actividad comercial, generalmente se emplean para cancelar una deuda, para garantizar una obligación; para financiar una obra; etc.

Su redacción ésta sujeta a ciertas formalidades legales que requieren estudio e interpretación cuidadosa de los principios teóricos que los requieren. (Pág. 8-9). Entre estos tenemos la Letra de Cambio.

6.1.2.1 Letra de Cambio.

Para ZAPATA, Pedro & ZAPATA, Mercedes (2003).

Documento negociable que evidencia una deuda o acreencia, según sea que haya aceptado o emitido, respectivamente. El valor nominal de este documento podría ser diferente si se demora el pago o se anticipa su cancelación. (Pág. 163)

6.1.2.1.1 Importancia.

La Letra de Cambio es de gran importancia en los negocios cuya actividad económica consiste en comercializar mercaderías, y el la mayoría de los casos las mercaderías se las vende a crédito, este documento garantiza el pago de cierta cantidad de dinero por parte del cliente que compró mercadería a crédito.

6.1.2.1.2 Personas que intervienen:

-Girador: Es una persona natural o jurídica que ordena pagar la cantidad de tiempo que se indica en el documento, es el acreedor o aceptado.

-Girado: Es una persona a quien va dirigido la letra de y es el que debe pagar. Es el deudor o aceptante.

-Tenedor: La persona que posee y cobra la letra, puede ser el mismo girador.

-Garante: O aval, es la persona que se constituye solidariamente en responsable de la deuda y pagará si el girador no lo hace.

Una Letra de Cambio deberá contener la siguiente información:

6.1.2.1.3 En el Anverso.

No. _____	No. <input type="text"/> VENGE _____ Por US\$ <input type="text"/>
Por US\$ _____	LUGAR Y FECHA: _____
Fecha: _____	A _____ VISTA SE SERVIRÁ ____ UD ____ PAGAR POR ESTA
A: _____	LETRA DE CAMBIO, A LA ORDEN DE _____
orden de: _____	LA CANTIDAD DE <input type="text"/>
domicilio: _____	CON EL INTERÉS DEL _____ POR CIENTO ANUAL, DESDE _____
cargo de: _____	SIN PROTESTO. EXÍMESE DE PRESENTACIÓN PARA ACEPTACIÓN Y PAGO; ASÍ COMO DE AVISOS POR FALTA
_____	DE ESTOS HECHOS.
domicilio: _____	A _____ ATENTAMENTE
vencimiento: _____	_____
_____	_____

- Número del documento.- Dígito secuencial ascendente que propone cada empresa giradora.
- Lugar, día, mes y año.- En que se gira la letra.
- Fecha de vencimiento.- Día, mes y año, en la que la letra debe ser cancelada.
- La denominación.- Letra de Cambio inserta en el documento.
- El nombre completo o razón social de la persona a cuya orden debe ejecutarse el pago.
- Plazo de la letra.- Días, meses y años.
- La cantidad adeudada.- Expresada en dólares (números y letras).
- El interés legal.-Expresado en porcentaje (%).
- La firma de la persona que la emite.- Es decir del girador o acreedor.
- El nombre completo o razón social del deudor.- Dirección domiciliaria, número de cédula de identidad y teléfono.

6.1.2.1.4 Al Reverso.

ACEPTADA.- Valor recibido. El pago no podrá hacerse por partes ni aún por herederos.- sujeta a los Jueces de esta ciudad, y al juicio ejecutivo o verbal sumario, a elección del demandante.

Lugar y fecha:

.....

"POR AVAL" constitu solidariamente responsable con Sin protesto.- El pago no podrá hacerse por partes ni aún por herederos. Estipul las demás condiciones constantes de la letra y de aceptación.

Lugar y fecha:

.....

PÁGUESE a la orden de

Valor recibida.- Sin protesto. El pago no podrá hacerse por partes, ni aún por herederos. Estipul las demás condiciones constantes de la letra y de aceptación.

Lugar y fecha:

.....

PÁGUESE a la orden de

PÁGUESE a la orden de

Valor sin protesto.

Lugar y fecha:

-Firma y rubrica del deudor.- Acepta la deuda, el lugar y la fecha convenida para hacerlo.


-Firma y rúbrica del garante.- O aval, acepta la garantía de pagar en el caso que el deudor no lo haga.

-Endoso.- Firma y rúbrica del girador, quien cede el derecho a otra persona (cuando se presenta esta opción).

6.1.2.1.4 Una Letra de Cambio presenta las siguientes propiedades:

- Contiene una orden incondicional de pago.
- Es pagadera en un plazo establecido.
- Es transmisible por endoso.
- Se garantiza el pago por un aval.
- Puede ser nominativa o la orden.
- Es negociable en el mercado de valores (cosas de valor)

6.1.2.2 El Cheque

	BANCO PICHINCHA C.A. 33.009	CTA. Nº 10-63757-8
	AGENCIA CENTRO 060	CHEQUE Nº 000010
PÁGUESE A LA		
ORDEN DE:	<input type="text"/>	
LA SUMAS DE: _____		
<u>DÓLARES</u>		
CIUDAD	FECHA	
EMPRESA COMERCIAL ABC		
No invadir la zona inferior a esta línea con rasgos caligráficos ni sellos.		
<input type="checkbox"/> 000010 • 33009060 10637578		

Según SARMIENTO, Rubén (2000) dice:

Cheque es un documento de orden de pago en efectivo por una cierta cantidad y a favor de un beneficiario que pagará un banco siempre y cuando esté bien girado y tenga fondos. (Pág. 50)

6.1.2.2.1 Requisito. Según el Art. 1. De la Ley de Cheques, el cheque contendrá lo siguiente:

1. La denominación de cheque, inserta en el texto mismo del documento y expresada en el idioma empleado para su redacción.

2. El mandato puro y simple de pagar una suma determinada de dinero;
3. El nombre de quien debe pagar o girado:
4. La indicación del lugar de paga;
5. La indicación de la fecha y del lugar de la emisión del cheque; y
6. La firma de quien expide el cheque o girador.
- 7.


6.1.2.2 Forma de Emisión

La Ley de Cheques en el Art. 3 dice:

El cheque ha de girarse contra una institución bancaria autorizada para recibir depósitos monetarios, que tenga fondos a disposición del girador, de conformidad con un acuerdo, expreso o tácito, según el cual el girador tenga derecho a disponer por cheques de aquellos fondos. No obstante la inobservancia de estas prescripciones, el instrumento es válido como cheque, para efectos de las acciones que correspondan a un portador de buena fe.

6.1.2.3 Cheques Especiales

6.1.2.3.1 Cheque Cruzado

	CTA. N° 10-63757-8 BANCOPICHINCHA C.A. 33.009 AGENCIA CENTRO 060	CHEQUE N° 000010
PÁGUESE A LA ORDEN <input style="width: 100px; height: 15px;" type="text"/>	DE:	
LA SUMAS DE: _____		
DÓLARES		
CIUDAD FECHA EMPRESA COMERCIAL ABC		
No invadir la zona inferior a esta línea con rasgos caligráficos ni sellos.		
<input type="checkbox"/> 000010 • 33009060 10637578		

El Cheque cruzado lleva dos líneas cruzadas paralelas trazadas en sentido transversal en la parte superior izquierda. Estos cheques no se pueden cobrar directamente por ventanilla y solo es posible hacerlo efectivo mediante un depósito en el Banco.

Según el Art. 32. De la Ley de Cheques

El girador o el portador o tenedor de un cheque puede cruzarlo con los efectos indicados en el artículo siguiente.

El cruzamiento se efectúa por medio de dos líneas paralelas sobre el anverso. Puede ser general o especial. Es general si no contiene entre las dos líneas designación de banco alguno. Es especial si entre las líneas se escribe el nombre de un banco.

El cruzamiento general puede transformarse en cruzamiento especial; pero el cruzamiento especial no puede transformarse en cruzamiento general.

Se considera como no hecha la tachadura del cruzamiento o del banco designado.

6.1.2.3.2 Cheque Certificado

El Cheque Certificado tiene la certificación del banco con la firma y el sello del financiero responsable, con la indicación de que dicho cheque será pagado a su presentación por cuanto dispone de fondos. Para que el banco pueda certificar un cheque deberá bloquear el valor del mismo de los fondos de las cuentas corrientes respectivas.

Art. 36(Ley de Cheques).- El cheque que contenga la palabra "certificado", escrita, fechada y firmada por el girado obliga a éste a pagar el cheque a su presentación y libera al girador de la responsabilidad del pago del mismo.

Art. 37(Ley de Cheques).- La certificación solo tendrá valor cuando se la extiende en cheque a la orden; en caso contrario, se considerará como no escrita. El cheque certificado no es negociable como valor a la orden.

El beneficiario podrá hacerlo efectivo directamente o por intermedio de un banco.

CHEQUE CERTIFICADO CTA. Nº 10-63757-8		
	BANCO PICHINCHA C.A. 33.009	
AGENCIA CENTRO	060	CHEQUE Nº 000010
PÁGUESE A LA ORDEN		DE:
<input type="text"/>		
LA SUMAS DE: _____		DÓLARES
CIUDAD	FECHA	
EMPRESA COMERCIAL ABC		
<u>No invadir la zona inferior a esta línea con rasgos caligráficos ni sellos.</u>		
<input type="checkbox"/> 000010 • 33009060 10637578		

6.1.2.3.3 Plazos de Presentación al Pago

Art. 24(Ley de Cheques).- El cheque es pagadero a la vista. Cualquier mención contraria se reputa no escrita.

A la presentación del cheque el girado está obligado a pagarlo o a protestarlo. En caso contrario, responderá por los daños y perjuicios que ocasione al portador o tenedor, independientemente de las demás sanciones a que hubiere lugar.

Prohíbese a los bancos poner en lugar del protesto cualquier leyenda, con o sin fecha, que establezca que el cheque fue presentado para el pago y no pagado. El banco que infringiere esta prohibición será sancionado por la Superintendencia de Bancos con una multa por el valor del correspondiente cheque, la que tendrá el destino señalado en el artículo 244 de la Ley General de Bancos, sin perjuicio de las sanciones previstas en el inciso anterior.

Se exceptúan de esta disposición los cheques rechazados por defectos de forma y los presentados después del plazo máximo señalado en el artículo 58 de la Ley.

El cheque presentado para el pago antes del día indicado como fecha de emisión, debe ser pagado o protestado.

Art. 25(Ley de Cheques).- Los cheques girados y pagaderos en el Ecuador deberán presentarse para el pago dentro del plazo de veinte días, contados desde la fecha de su emisión.

Los cheques girados en el exterior y pagaderos en el Ecuador deberán presentarse para el pago dentro del plazo de noventa días, contados desde la fecha de su emisión.

Los cheques girados en el Ecuador y pagaderos en el exterior se sujetarán para la presentación al pago, a los términos o plazos que determine la ley del estado donde tenga su domicilio el banco girado.

EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS:

El propósito principal es determinar si los contenidos tratados en esta unidad fueron asimilados por los estudiantes.

En el CD de la Guía Didáctica encontrarán las respectivas actividades de evaluación. Hacer clic en el icono “GESTION ADMINISTRATIVA COMPRA – VENTA “y seleccionar la opción de Guía Didáctica Interactiva.

UNIDAD Nº 7

LA INFORMÁTICA APLICADA A LAS OPERACIONES DE COMPRA-VENTA

7.1 Aplicaciones informáticas de gestión comercial

7.1.1 Ventajas del uso de la informática en la gestión comercial.

7.2 Programa de Contabilidad Mónica

7.2.1 Partes del Programa Mónica

7.2.2 Instalación de la Aplicación



PRESENTACIÓN.

Los temas que se estudiarán en esta unidad permitirán iniciar en el estudiante las bases necesarias para utilizar el Programa de Contabilidad MONICA.

El estudiante conocerá el proceso para su instalación y podrá analizar sus presentaciones, ventanas, y procedimientos, rutinas de mantenimiento y control de archivos



OBJETIVO DE LA UNIDAD

Instalar y manejar programas informáticos de gestión de operaciones de compra venta y gestión de stock.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:

Para trabajar en clase.

- Presentación del tema.
- Lluvia de ideas.
- Lecturas comentadas.
- Técnica de comparación
- Exposición del tema con ejercicios prácticos.

MOTIVACIÓN



Se puede enseñar al estudiante una lección para un día, pero si logramos despertar su curiosidad... seguirá aprendiendo durante toda la vida.

DESARROLLO DE LA UNIDAD:

7.1. Aplicaciones Informáticas de Gestión Comercial



Cuando las transacciones crecen, es necesario buscar un sistema contable que acelere el registro y produzca una mayor información oportuna a los dirigentes del negocio.

Los sistemas de contabilidad adaptados a cada tipo de empresa, van desde sistemas manuales que utilizan diarios especiales para facilitar los procesos de diario y mayorización, hasta sofisticados sistemas por computadora que procesan la información en forma ordenada y sistemática, ofreciendo resultados automáticos y al instante. El sistema de contabilidad que utilice una empresa debe estar especialmente ajustado a su tamaño y a las necesidades de información que pueda tener el negocio

En el mundo de los negocios se pueden comprar paquetes informáticos de diversos fabricantes para la gestión comercial. Casi todos estos se caracterizan por tratarse de paquetes integrados, es decir, están constituidos por varios programas enlazados para realizar diversas gestiones (contabilidad, gestión de compras, facturación, nominas, etc.)

Puede encontrar dos tipos de aplicaciones informáticas:

- De carácter general: Son aplicaciones que se crean con una visión generalista, intentado se validas para el mayor número de empresas.
-
- Hechas a medida: aplicación informática creada expresamente para una empresa

7.2 Ventajas del Uso de la Informática en la Gestión Comercial

Estos paquetes de gestión informatizada ofrecen una serie de ventajas frente a los procedimientos de registro y control tradicionales, basados esencialmente en la realización por el procedimiento manual.

- Manejo de gran cantidad de información
- Gran rapidez de trabajo
- Reducción de errores y facilidad en su resolución
- Integración de la información
- Reducción de costos

7.2 Programa de Contabilidad Mónica



MONICA, para Windows, como asistente en los negocios, permite resolver muchos de las tareas asociadas con un negocio pequeño ó mediano. MONICA ha sido diseñada para servir de una manera fácil y rápida, pero a la vez dar la información lo más detalladamente posible.

7.2.1 Funciones

MONICA es un conjunto de programas que le permitirán realizar:

En cuanto a la elaboración de registros contables los programas ofrecen una interfaz rápida y fácil, reduciendo las tareas contables a la simple entrada de datos. Las complejas características de los reportes permiten mirar y analizar la información facilitando una completa auditoria a medida que esta se procesa.

Este módulo es la fuente de todos los Estados Financieros generados por Contabilidad programa; este módulo mantiene en su sistema los saldos

para todas las cuentas. La información detallada desde otros módulos se pasa a Contabilidad general y se asegura para sus registros.

El módulo de contabilidad general puede usarse independientemente o integrarse totalmente con cualquiera de los otros módulos. La entrada de movimientos permite a los usuarios suministrar la distribución de los créditos y de los débitos. Ventanas de búsqueda sensible de campos en que se trabaja, hacen que estos se conviertan en una simple tarea de selección.

Los movimientos pueden agruparse usando sus propios códigos de Diarios. Al imprimir los Diarios de Contabilidad General esta característica permite seleccionar un grupo de movimientos o el archivo completo de movimientos de Contabilidad General.

Este módulo permite definir los movimientos recurrentes, los programas como el Mónica por ejemplo, genera automáticamente las entradas que son iguales cada mes, como las de depreciación y permite editarlas si es necesario.

Una vez que se hayan introducido los movimientos, se pueden generar Diarios hacia la pantalla, hacia la impresora o hacia un archivo de disco. Estos Diarios ofrecen una completa auditoria así como un método para verificar los movimientos antes de trasladarlos.

Mónica permite postear (hacer traslados al mayor) para los períodos contables que se seleccionen esta característica le da la capacidad de mantener activos.

En el cierre de cada período contable, Mónica da la opción de borrar o retener detalles de los movimientos de Contabilidad General para el

período dado. El Usuario decide si quiere mantener toda la información en el archivo de movimiento o si imprime los Diarios y borra el archivo al cierre del período. El procesamiento de los movimientos no se verá afectado por la retención de datos.

Se puede realizar Estados Financieros detallados, generar facturas, órdenes de compras, entrar depósitos, hacer pagos y muchas cosas más sin tener nunca que realizar una entrada de movimientos de débito y crédito.

El módulo de Cuentas por Cobrar ayuda al usuario a mantener un registro de la actividad de sus clientes. Mónica permite grabar cargos y créditos para sus clientes. Además de estas entradas, Mónica puede generar automáticamente cargos financieros para clientes con saldos vencidos. Para revisión también se encuentran disponibles la opción Diarios para todas esas entradas.

La entrada de movimientos de Cuentas por Cobrar permite entrar cargos y créditos para clientes que se hayan definido en el archivo de clientes de Mónica. Si es necesario, durante la entrada de movimiento también se puede añadir nuevos clientes de una forma muy rápida.

Si también se está usando el módulo de facturación, Cuentas por Cobrar es usado principalmente para hacer ajustes en las cuentas de los clientes. Si no se quiere rastrear el inventario ni enviar facturas impresas a sus clientes, las facturas para ellos pueden establecerse usando este módulo.

El módulo de Cuentas por Pagar trabaja de la misma forma que el módulo de Cuentas por Cobrar. Su uso primario es hacer ajustes en los saldos de los proveedores. Este módulo se utiliza para entregar cargos y

créditos para los proveedores existentes o para uno que se añada posteriormente.

Los Diarios listan todas las actividades de Cuentas por Pagar en pantalla en la impresora o en el archivo de disco. El reporte de egresos evita tener que adivinar que las cuentas se pagan; ya que lista todas las facturas abiertas, tanto por fecha de vencimiento como por fecha de descuento.

Al usar los módulos de Cuentas por Cobrar y Cuentas por Pagar en conjunto con Contabilidad General, el usuario obtiene una información completa de auditoría, así como un historial para sus clientes y proveedores compilados automáticamente.

Módulo de cuentas corrientes se puede entrar un depósito grande y distribuir su valor en un número ilimitada de cuentas. Esto hace más fácil su proceso de reconciliación ya que el valor del depósito cuadrará con los movimientos de su Estado Bancario.

El módulo de proveedores permite mantener un registro de toda la mercancía que compra. Con Mónica el usuario puede generar órdenes de compra, recibir y devolver mercancía e imprimir Diarios apropiados para revisar esta actividad.

Cuando se le da entrada a la mercancía recibida, Contabilidad programada actualiza automáticamente los ítems de inventario disponibles. Este proceso en línea permite facturar inmediatamente los ítems si es necesario.

Cualquier pago por adelantado que se entre en la orden de compra, por ejemplo un depósito que deba acompañar un pedido, será aplicado en la factura abierta que se haya creado al recibir la mercancía.

El módulo de inventarios se debe estar usando en archivo de productos. La característica de Ensamble de Mónica permite ensamblar automáticamente bienes terminados a partir de los materiales disponibles listado en su archivo de productos. Una vez que se haya establecido un código de productos para el bien ensamblado, el usuario entra una lista de materiales requeridos para hacer ese ítem. Esta lista incluye los códigos de los productos y las cantidades para todos los materiales que se necesitan.

El módulo de control de inventarios también permite ajuste de inventario físico. Esto permite ajustar fácilmente sus unidades disponibles después de hacer un conteo del inventario físico.

7.2.2 Partes que Contiene Mónica



-Facturas.- Para la elaboración de facturas, mediante la descripción del cliente y la transacción.

-Cuentas por Cobrar.- Proporciona información alfabética y cronológica de la información de clientes que adeudan a la empresa.

-Estimados.- Este módulo ofrece información sobre los clientes y proveedores.

-Cuentas por Pagar.- Este módulo es un registro de las cuentas que la empresa tiene con los proveedores, proporciona información por proveedor y por fecha.

-Inventarios.- Registro de las entradas y salidas de mercadería con sus respectivas características y proporciona saldos actualizados.

-Parámetros.- Proporciona la posibilidad de registrar la información e incluir en Mónica las características y necesidades contables, como moneda, fecha, período contable, etc.

-Contabilidad.- Es el módulo mediante el cual la empresa puede registrar libro diario, mayor, estados financieros, etc.

-Cuentas Corrientes.- En este módulo la empresa tiene registrado la información del movimiento bancario, y obtener oportunamente los datos de cheques, bancos, saldos, depósitos, transferencias, etc.

-Clientes Proveedores.- Este módulo permite mantener un registro completo de proveedores por localidad, línea comercial y otras características.

-Ayudas.- Mónica mantiene un sistema de ayudas para cada uno de los módulos.

7.2.3 Instalación de la Aplicación

Para instalar Mónica se debe seguir las instrucciones que a continuación se indican:

1. Prender su computador.
2. Inserte disco ó CD en la lectora de discos del computador.
3. Después de algunos segundos se muestra en pantalla las instrucciones para instalar el programa, continuar al punto
4. En caso de que no se muestre en pantalla instrucciones, seguir los siguientes pasos:

* Hacer un click en el botón de Inicio (Si tiene Windows en inglés se muestra Start) ubicado en la parte inferior izquierda de la pantalla.

* En el menú que se presenta hacer un click en Ejecutar (En inglés es Run), luego en la ventana que se muestra ingresar: D:\SETUP (Si está usando lectora de CD, ó la letra que tenga asignado por el computador)

Luego presionar el botón de Aceptar (en inglés OK), después de algunos segundos se muestra en pantalla los mensajes para la instalación de MONICA, simplemente siga las instrucciones que se le presentan.

5. En las pantallas de instalación, muestra el subdirectorío en el cual desea grabar el programa, si desea, se puede especificar un directorío diferente al pre-establecido: C:\MONICA8. Si se desea cancelar la instalación, se lo puede hacer presionando el botón de cancelar (el computador no se verá afectado de ninguna manera).

6. Una vez instalada MÓNICA se muestra un mensaje de correcta instalación. El programa se instala en el directorio pre-establecido C:\MONICA8 (en algunos casos el directorio pre-establecido pudiera ubicarse en otro disco duro, por ejemplo D: \MONICA8, debido a que el programa no encuentra suficiente espacio en el disco duro, necesita al menos 30 MB de espacio libre para instalar el programa).

7. Para ingresar a MONICA, existen 2 maneras:

1. Hacer un click en Inicio (En inglés Start) luego en el menú que se muestra hacer click en Programas (En inglés Programs) y de allí seleccionar MONICA software para negocios haciendo un doble click.

2. En la pantalla principal de Windows se muestra un icono con el título de Monica 8, hacer doble click sobre este icono.

3. Se puede ahora usar el programa, sin embargo se debe obtener la registración del programa, el cual es un proceso que se debe realizar para continuar usando el programa en forma indefinida y sin limitaciones.

4. Al ejecutarse por primera vez el programa Mónica, se muestra una pantalla de definiciones básicas en la cual se debe definir el país al cual va a utilizar el programa, el símbolo de la moneda del país, así como la aplicación del impuesto al realizar una factura.

Sin embargo estos parámetros pueden ser modificados en cualquier momento.

EJERCICIO PRÁCTICO

Organice equipos de trabajo con sus compañeros y resuelvan el siguiente ejercicio de contabilidad con la ayuda de la aplicación del Programa Mónica, cuyo instalador se encuentra en el CD de la Guía Didáctica (Unidad N° 7).

NORMAS:

- Los equipos de trabajo deben estar integrados por tres estudiantes.
- Cada equipo deberá elegir un líder que organice y dirija el trabajo en equipo.
- El trabajo deberá ser presentado en un CD e impreso.
- Finalmente se realizará un sorteo entre los equipos para realizar una exposición del trabajo.
- El desarrollo del ejercicio inicia el martes 18 de mayo del 2010 y deberá ser presentado el martes 25 de mayo del 2010.
- El trabajo presentado en el CD equivale al 50% (10 puntos) de la calificación.
- Preparación de la práctica, documentación del proceso 2 puntos
- Desarrollo de la práctica, realización de cálculos, valores y porcentajes, trabajos en informes escritos 6 puntos
- Calidad en la entrega de los trabajos, exactitud en los cálculos 2 puntos

DATOS:

En la ciudad de Quito el 01 de Enero del 2010, el Sr. Fernando Ruano Gerente de la Microempresa EL PUERTO S.A., cuya actividad comercial es la venta de electrodomésticos, requiere que usted como profesional contable elabore los informes financieros con los siguientes datos:

ALMACEN EL PUERTO S.A
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
AL 01 DE ENERO DEL 2010

ACTIVOS:

DISPONIBLE		32.200,00
Caja	1.500,00	
Caja Chica	150,00	
Bancos	30.550,00	
EXIGIBLE		13.250,00
Documentos Por Cobrar	13.250,00	
REALIZABLE		12.697,89
Inventario De Mercaderías	12.697,89	
Refrigeradora Indurama GSM23YBPF2W	7.965.16	
Ollas Oster	212.51	
TV LG Flat 21'''	275.00	
Equipo de sonido Sony 1500 Wats	1.578.22	
Cocinas Mabe 4 quemadores	1.227.00	
Microondas EMS281D2PW	755.00	
DVD PHILIPS	685.00	
PROPIEDAD Y EQUIPO		16.700,00
Vehículo	15.000,00	
Muebles Y Enseres	1.000,00	
Equipo de Computación	700,00	
DIFERIDOS		10.000,00
Seguro Contra Robos	10.000,00	
TOTAL ACTIVOS		84.847,89
PASIVOS		
CORRIENTES		7.000,00
Documentos Por Pagar Proveedores	7.000,00	
NO CORRIENTES		30.000,00
Préstamos Hipotecarios	30.000,00	
TOTAL PASIVOS		37.000,00
PATRIMONIO		47.847,89
Capital Social		
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO		<u>84.847,89</u>

Sr. Fernando Ruano
GERENTE

Sr. Luis Portilla
CONTADOR

- **6-Enero-2010**

El Sr. Rodrigo Estévez compra una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies color blanco, a crédito por el valor de \$1.514,18+IVA pagaderos a 15 cuotas mensuales de \$86.78, paga como cuota inicial en efectivo \$212.48. Se emite la factura N° 008090.

- **15-Enero-2010**

La Sra. Verónica Trujillo compra 1 Cocina Indurama de contado. Por un precio de 409.00 + IVA Se emite la factura N° 008091.

- **22-Enero-2010**

Se adquiere a una LA FABRIL S.A 5 cocinas marca Mabe de 4 quemadores y horno panorámico a \$469.94 cada una según factura N°12598. Se paga con Cheque N° 125 del Banco Pichincha

- **30-Enero-2010**

Se paga \$250.00 por arriendo del local de ventas, a la Sra. Nelly Pérez. Se cancela con cheque N° 127

- **30-Marzo-2007**

Se paga sueldo a la empleada encargada de las ventas por \$220,00 (no tiene afiliación al IESS). Se paga con cheque N° 126

El Señor Gerente solicita al Señor Contador, realizar al 31 de Enero del 2010 elaborar:

Diario General

Mayor General

Kardex

Hoja de Trabajo

Estados Financieros

Se utilizará el Código de Cuentas preparado por el Señor Contador.

PLAN DE CUENTAS

1	ACTIVO
1.1	ACTIVO CORRIENTE
1.1.1.	<u>Disponible</u>
1.1.1.1	Caja
1.1.1.2	Caja Chica
1.1.1.2.1	Caja Chica Administración
1.1.1.2.2	Caja Chica Ventas
1.1.1.3	Bancos
1.1.2.1.5	Banco Pichincha
1.1.2	<u>Créditos o Exigible</u>
1.1.2.1	Documentos a Cobrar Clientes
1.1.2.1.1.	Julio Morales 040131570-0
1.1.2.1.2	María Herrera 100566893-1
1.1.2.1.3	Jorge Mena 040162185-9
1.1.2.1.4	Lava-Seco 10040131570-001
1.1.2.1.5	Rodrigo Estévez 100256789-3
1.1.2.1.6	Pedro Gálvez 040126895-6
1.1.2.2.	Previsión para cuentas incobrables a Cobrar Clientes
1.1.2.3	Cuentas a cobrar empleados
1.1.2.3.1	Préstamos al personal
1.1.2.3.2	Anticipos al personal
1.1.3	<u>Bienes de cambio o realizable</u>
1.1.3.1	Inventario de mercaderías
1.1.3.1.1	Refrigeradora Whirpool 11 pies
1.1.3.1.2	Cocina Indurama 5 quemadores
1.1.3.1.3	Cocina Indurama Florencia croma 2
1.1.3.1.4	DVD PHILIPS
1.1.3.1.5	Televisor Sony 21"
1.1.3.1.6	Cine en Casa Philips
1.1.3.1.7	Refrigeradora Durex 13 pies
1.1.3.1.8	Waflera Oster
1.1.3.1.9	Aspiradora LG turbo
1.1.3.1.10	Lavadora Indurama
1.1.3.1.11	Microondas Daewoo
1.1.3.1.12	Minicomponente Sony 3 Cd's
1.1.4	<u>Bienes de Uso</u>
1.1.4.1	Muebles y Enseres

1.1.4.2	Depreciación acumulada Muebles y Enseres
1.1.4.3	Vehículos
1.1.4.4	Depreciación acumulada Vehículos
1.1.4.5	Equipos de Computación
1.1.4.6	Depreciación acumulada Equipos de Computación
1.1.5	Diferidos
1.1.5.1	Seguro contra Robos
1.1.6	<u>IVA en compras</u>
1.1.7	<u>Retención Fuente 1%</u>
2.	PASIVO
2.1	<u>PASIVO CORRIENTE</u>
2.1.1	Documentos a pagar proveedores
2.1.2	Obligaciones con el personal
2.1.2.1	Sueldos y salarios a pagar
2.1.2.2	Aguinaldo por pagar
2.1.3	Retenciones a pagar
2.1.3.1	Impuestos
2.1.3.2	IVA Ventas
2.1.3.3	IVA Ventas 30%
2.1.3.4	IVA Ventas 70%
2.2.	<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>
2.2.1	Obligaciones Bancarias
2.2.1.1.	Prestamos Banco Pichincha
2.2.1.2	Préstamos Hipotecarios
2.2.2	Previsión para indemnizaciones
2.2.3	Operaciones pendientes
2.2.4	Otros
3.	PATRIMONIO O CAPITAL CONTABLE
3.1.	Capital Social
3.2.	Reserva Legal
3.3.	Utilidades retenidas
3.4.	(-) Pérdidas Acumuladas
3.5.	Cuentas de orden
3.6.	Depositantes de valores en garantía

4.	INGRESOS
4.1.	INGRESOS ORDINARIOS
4.1.1.	Ventas
4.1.2.	Recargo sobre ventas
4.1.3.	(-) Devolución ventas
4.1.4.	(-) Descuento por pronto pago en ventas
4.1.4.	(-) Bonificación en ventas
4.2.	INGRESOS NO ORDINARIOS
4.2.1.	Comisiones percibidas
4.2.2.	Ganancia en venta de bienes de uso
5.	GASTOS DE OPERACIÓN
5.1.	Gastos de Administración
5.1.1.	Sueldos Y Salarios
5.1.2.	Cargas Sociales
5.1.3.	Depreciación bienes de uso
5.1.4.	Gastos Generales
5.2.	Gastos de Ventas
5.2.1.	Sueldos Y Salarios
5.2.2.	Gasto arriendo
5.2.3.	Depreciación bienes de uso
5.2.4.	Gastos Generales
5.2.5.	Comisión a vendedores
5.2.6.	Material de escritorio
5.2.7.	Fallas en inventario
5.2.8.	Deprecación vehículo
5.2.9.	Pasajes y viáticos
5.2.10.	Mantenimiento Equipo de Computación
5.2.11.	Vigilancia
5.3.	Gastos Financieros
5.3.1.	Intereses y cargos financieros
5.4.	Costo de Ventas
5.5.	Otros Gastos
5.5.1.	Perdida en venta de bienes de uso
5.5.2.	Perdida por siniestros

ALMACEN EL PUERTO S.A.
DIARIO GENERAL

FECHA 2010	CODIGO	DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
Enero 1		1			
	1.1.1.1	Caja		1.500.00	
	1.1.1.2	Caja chica		150.00	
	1.1.3	Bancos		30.550.00	
	1.1.2.1	Documentos por cobrar		13.250.00	
	1.1.3.1	Inventario de mercaderías		12.697.89	
	1.1.3.1.1	Refrigeradora Indurama GSM23YBPF2W	7.965.16		
	1.1.3.1.2	Ollas Oster	212.51		
	1.1.3.1.3	TV LG Flat 21"	275.00		
	1.1.3.1.4	Equipo de sonido Sony 1500 Wats	1.578.22		
	1.1.3.1.5	Cocinas Mabe 4 quemadores	1.227.00		
	1.1.3.1.6	Microondas EMS281D2PW	755.00		
	1.1.3.1.7	DVD PHILIPS	685.00		
	1.1.4.3	Vehículos		15.000.00	
	1.1.4.1	Muebles y encerados		1.000.00	
	1.1.4.5	Equipo de computación		700.00	
	1.1.5.1	Seguro contra robos		10.000.00	
	2.1.1	Documentos por pagar proveedores			7.000.00
	2.2.1.2	Préstamos Hipotecarios			30.000.00
	3.1	Patrimonio			47.847.89
		V/R el Balance inicial del Almacén "El Puerto" S.A			
Enero 6		2			
	1.1.1.1	Caja		394.18	
	1.1.2.2	Documentos por cobrar Clientes		1.301.70	
	1.1.2.2.2	Rodrigo Estévez 100256789-3	1.301.70		
	1.1.7	Impuesto Retenido (1% Imp. Renta)		15,14	
	1.1.9	IVA 30%		54.51	
	4.1.1	Ventas			1.583.83
	2.1.3.2	IVA en ventas			181.70
		V/R la venta de una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies			

		color blanco, a crédito. Fact. 008090			
		2,1			
	5.4	Costo Ventas		1.137.88	
	1.1.3.1	Inventario de Mercaderías			1.137.88
	1.1.3.1.1	Refrigeradora Indurama	1.137.88		
		V/R costo de venta de una refrigeradora Indurama			
		3			
Enero 15	1.1.1.1	Caja		458.08	
	1.1.2.2.2	Impuesto Retenido (1% Imp. Renta)		4.09	
	1.1.7	IVA 30%		14.72	
	1.1.9	Ventas			427.81
	4.1.1	IVA en ventas			49.08
		V/R la venta de una olla arrocera de contado Fact. 008091			
		3,1			
	5.4	Costo Ventas		380.00	
	1.1.3.1	Inventario de Mercaderías			380.00
	1.1.3.1.2	Cocina Indurama	380.00		
		V/R costo de venta de una cocina indurama			
Enero 22		4			
	1.1.3.1	Inventario de mercaderías		2349.70	
	1.1.3.1.2	Cocinas Mabe	469.94		
	1.1.6	IVA en compras		281.96	
	1.3	Bancos			2608.16
	2.2.6	Retención en al fuente 1%			23.5
		V/R la compra de cocinas, equipos de sonido, televisores. Se paga con cheque N° 125			
Enero 30		5			
	5.2.1	Gasto Sueldo		100.00	
	1.1.3	Bancos			100.00
		V/R el pago de sueldo según cheque N°126			
Enero 30		6			
	5.2.2	Gasto Arriendo		150.00	
	1.1.3	Bancos			150.00
		V/R el pago de arriendo según cheque N°127			

Enero 30		1 A			
	5.1.4.1	Gasto Depreciación Muebles y enseres		8.33	
	1.1.4.2	Depreciación acum. M y E			8,33
		V/R el los asientos de ajustes			
Enero 30		2 A			
	5.1.4.3	Gasto Depreciación Vehículo		62.5	
	1.1.4.4	Depreciación acum. Vehículo			62,50
		V/R el los asientos de ajustes			
Enero 30		3 A			
	5.1.4.5	Gasto Dep. Equipo de computación		19.25	
	1.1.4.1	Dep. acum. Equipo / computación			19,25
		V/R el los asientos de ajustes			
Enero 30		4 A			
	5.1.5	Gasto seguro		83.33	
	1.1.5.1	Seguro			83,33
		V/R el los asientos de ajustes			
TOTAL				91.663,26	91.663,26

MAYOR GENERAL

CODIGO: 1.1.1.1

CUENTA: CAJA

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
01/01/2010	Balance inicial del Almacén de electrodomésticos "El Puerto" S.A.	1500.00		1.500.00
06/01/2010	Venta de una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies color blanco, a crédito.	394.18		1.894.18
15/01/2010	Venta de una Cocina Indurama contado.	458.08		2.352.26

CODIGO: 1.1.2,1

CUENTA: DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
01/01/2010	Balance inicial del Almacén de electrodomésticos "El Puerto" S.A.	13.250.00		13.250.00

06/01/2010	Venta de una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies color blanco, a crédito. Fact. 008090	1.301.70		14551.70
------------	--	----------	--	----------

CODIGO: 2,1,3,1
CUENTA: IMPUESTO RETENIDO 1%

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
06/01/2010	Venta de una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies color blanco, a crédito.	15.14		15.14
15/01/2010	Venta de una Cocina Indurama de contado.	4.09		19.23

CODIGO: 2,1,3,3
CUENTA: 30% IVA

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
06/01/2010	Venta de una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies color blanco, a crédito.Fact.008090	54.51		54.51
15/01/2010	Venta de una Cocina Indurama de contado.	14.72		69.23

CODIGO: 4,1,1
CUENTA: VENTAS

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
06/01/2010	Venta de una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies color blanco, a crédito. Fact.008090		1.583.83	1.583.83
15/01/2010	Venta de una Cocina Indurama de contado.		427.81	2011.64

CODIGO: 4,4
 CUENTA: COSTO DE VENTAS

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
06/01/2010	Venta de una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies color blanco, a crédito. Fact. 008090	1137.68		1137.68
15/01/2010	Venta de una Cocina Indurama de contado.	380.00		1517.68

CODIGO: 1,1,2,1
 CUENTA: DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
01/01/2010	Balance inicial del Almacén de electrodomésticos "El Puerto" S.A.	13.250.00		13.250.00
06/01/2010	Venta de una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies color blanco, a crédito. Fact. 008090	1301.70		14.551.7

CODIGO: 1,1,3,1
 CUENTA: INVENTARIO MERCADERÍAS

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
01/01/2010	Balance inicial del Almacén de electrodomésticos "El Puerto" S.A.	12697.89		12697.89
06/01/2010	Venta de una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies color blanco, a crédito. Fact. 008090		1137.88	11.560.01
15/01/2010	Venta de una Cocina Indurama de contado.		380.00	11.180.01

25/01/2010	Compra de cocinas, equipos de sonido, televisores. Se paga con cheque N° 125	2349.7		13.529.71
------------	--	--------	--	-----------

CODIGO: 1.1.1.3

CUENTA: BANCOS

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
01/01/2010	Balance inicial del Almacén de electrodomésticos "El Puerto" S.A.	30.550.00		30.550.00
22/01/2010	V/R la compra de cocinas. Se paga con cheque N° 125		2608.16	27.941.84
30/01/2010	Pago de sueldo según cheque N°126		100.00	27.841.84
30/01/2010	Pago de arriendo según cheque N°127		150.00	27.691.84

CODIGO: 2,1,3,2

CUENTA: IVA VENTAS

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
06/01/2010	Venta de una refrigeradora marca Indurama GSM23YBPF2W de 23 pies color blanco, a crédito. Fact. 008090		181.70	181.70
15/01/2010	Venta de una Cocina Indurama de contado.		49.08	230.78

CODIGO: 1.1.6

CUENTA: IVA COMPRAS

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
22/01/2010	Compra de cocinas. Se paga con cheque N° 125	281.96		281.96

CODIGO: 1.1.7

CUENTA: RETENCIÓN FUENTE 1%

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
22/01/2010	Compra de cocinas. Se paga con cheque N° 125	23.50		23.50

CODIGO: 5.2.1
CUENTA: GASTO SUELDO

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
31/01/2010	Pago a sueldo a empleada	100.00		100.00

CODIGO: 5.2.2
CUENTA: GASTO ARRIENDO

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
31/01/2010	Pago de arriendo	150.00		150.00

CODIGO: 5.2.3
CUENTA: GASTO DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
21/01/2010	Asiento de ajuste	8.33		8.33

CODIGO: 5.2.4
CUENTA: GASTO DEPRECIACIÓN VEHICULO

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
21/01/2010	Asiento de ajuste	62.50		62.50

CODIGO: 5.1.3
CUENTA: GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
21/01/2010	Asiento de ajuste	19.25		19.25

CODIGO: 5.2.11
CUENTA: GASTO SEGURO

Fecha	Detalle	Debe	Haber	Saldo
21/01/2010	Asiento de ajuste	83.33		83.33

ALMACEN DE ELECTRODOMÉSTICOS “EL PUERTO” S.A.

TARJETAS KARDEX – METODO PROMEDIO

REFRIGERADORA INDURAMA										
FECHA	Detalle	ENTRADAS			SALIDAS			SALDO		
		#	P/U	P/T	#	P/U	P/T	#	P/U	P/T
01/01/2010	Saldo inicial							7	1137.88	7965.16
06/01/2010	Venta				1	1137.88	1137.88	6	1137.88	6827.28

COCINAS MABE										
FECHA	Detalle	ENTRADAS			SALIDAS			SALDO		
		#	P/U	P/T	#	P/U	P/T	#	P/U	P/T
01/01/2010	Saldo inicial							3	409.00	1227.00
06/01/2010	Compra	5	469.94	2349.7				8	447.09	3576.7

COCINAS INDURAMA										
FECHA	Detalle	ENTRADAS			SALIDAS			SALDO		
		#	P/U	P/T	#	P/U	P/T	#	P/U	P/T
01/01/2010	Saldo inicial							5	380.00	1900.00
06/01/2010	Venta				1	380.00	380.00	4	380.00	1520.00

ALMACEN DE ELECTROCOMÉSTICOS "EI PUERTO"
HOJA DE TRABAJO
1 DE ENERO AL 31 DE ENERO DEL 2010

Cuentas	BALANCE DE COMPROBACIÓN			BALANCE AJUSTADO		ESTADO DE RESULTADOS		ESTADO DE SITUACIÓN FINAL	
	SUMAS	SALDOS		DEUDOR	ACREEDOR	INGRESOS	GASTOS	ACTIVOS	PASIVOS
	DEBE	DEBE	HABER						
CAJA		2.352,26		2.352,26				2.352,26	
Caja chica		150,00		150,00				150,00	
BANCOS		27.691,84		27.691,84				27.691,84	
Documentos por cobrar		14.551,70		14.551,70				14.551,70	
INVENTARIO De Mercad.		13.529,71		13.529,71				13.529,71	
Muebles y encerres		1.000,00		1.000,00				1.000,00	
EQUIPO INFORMATICO		700,00		700,00				700,00	
Vehículo		15.000,00		15.000,00				15.000,00	
IMPUESTO RENTA ANTIC 1%		19,23		19,23				19,23	
IVA en compras		281,96		281,96				281,96	
IVA 30%		69,43		69,43				69,43	
Seguro contra robos		10.000,00		9.916,67				9.916,67	
Retención en la fuente 1%			23,50	-	23,50			-	23,50
Documentos por pagar			7.000,00	-	7.000,00			-	7.000,00

IVA en ventas		230,78	-	230,78		-	230,78
Préstamos hip.		30.000,00	-	30.000,00		-	30.000,00
Patrimonio		47.847,89	-	47.847,89		-	47.847,89
COSTO DE VENTAS	1.517,68		1.517,68	-	1517,68		-
Gasto sueldo	100,00		100,00	-	100,00		-
Gasto arriendo	150,00		150,00	-	150,00		-
Ventas		2.011,64	-	2.011,64	2.011,64		-
SUMAN	87.113,81	87.113,81					-
GASTO SEGURO			83,33			83,33	-
GASTO DEPR. M Y E			8,33			8,33	
GASTO DEPR. VEHÍCULO			62,5			19,25	
GASTO. Equ. Comp.			19,25			62,5	
DEPR. ACUM. M Y E				8,33			8,33
DEPR. ACUM. VEHÍCULO				62,5			62,5
DEPR. ACUM. Equ. Comp.				19,25			19,25
SUMAN			87.203,89	87.203,89	2011,64	1941,09	
UTILIDAD DEL EJERCICIO						70,55	-
					\$ 2.011,64	2011,64	85.262,80
							\$ 85.262,80

ALMACEN DE ELECTRODOMÉSTICOS “EL PUERTO” S.A.
ESTADO DE RESULTADOS

AL 31 DE ENERO DEL 2010

INGRESOS

Ventas \$ 2.011.64

TOTAL INGRESOS \$ 2.011.64

GASTOS

Costo de ventas 1.517.68

Gasto sueldo 100.00

Gasto arriendo 150.00

Gasto seguro 83.33

Gasto Dep. Muebles y En. 8.33

Gasto Dep. Vehículo. 62.50

Gasto Dep. Equipo de Com. 19.25

TOTAL GASTOS < \$1.941.09 >

UTILIDAD DEL EJERCICIO \$ 70.55

**SR. FERNANDO RUANO
GERENTE**

**SR. LUIS PORTILLA
CONTADOR**

**ALMACEN DE ELECTRODOMÉSTICOS "EL PUERTO" S.A.
BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA**

AL 31 DE ENERO DEL 2010

ACTIVO:

Caja	\$ 2.352.26	
Caja Chica	150.00	
Bancos	27.691.84	
Documentos por cobrar	14.551.70	
Inventario de Mercaderías	13.529.71	
Muebles y Enseres	1.000.00	
Equipo Informático	700.00	
Vehículo	15.000.00	
Impuesto Renta Ant. 1%		19.23
IVA en compras	281.96	
IVA 30%	69.23	
Seguro contra robos	<u>9.916.67</u>	
TOTAL ACTIVO	\$ 85.262.80	

SR. FERNANDO RUANO
GERENTE

PASIVO:

Retención en la fuente 1%	\$ 23.50	
Documentos por pagar		\$ 7.000.00
IVA ventas	\$ 230.78	
Préstamos hipotecarios por pagar		\$30.000.00
Depreciación Acum. Muebles y En.		\$ 8.33
Depreciación Acum. Equipo Inf.	\$ 19.25	
Depreciación Acum. Vehículo.	<u>\$ 62.50</u>	
TOTAL PASIVO	\$37.344.36	
Patrimonio		<u>\$47.847.89</u>
Capital Social	\$85.192.25	
Utilidad En El Ejercicio		70.55
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$85.262.80	

SR. LUIS PORTILLA
CONTADOR

BIBLIOGRAFÍA

1. Acuerdo Ministerial 34-25
2. BRAVO VALDIVIESO, Mercedes..... (2001) "Contabilidad General", 4ta. Edición, Quito-Ecuador.
3. CEVALLOS MEJÍA Jenny A. & CHUQUIN SUAREZ Alexandra A. (2009)" Tesis previa a la obtención de la Licenciatura en Contabilidad y Computación: La evaluación por competencias en la asignatura de productos y servicios financieros y de seguros básicos para los estudiantes del Tercer Año de bachillerato de la especialidad de Contabilidad y Administración del Colegio Universitario "UTN"."
4. CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICA... (2002) "Ley de Cheques, Legislación Conexa" Quito-Ecuador.
5. CULTURA S.A..... (2001) "Diccionario de Contabilidad y Finanzas", España.
6. DE ALMEIDA, Mercedes(2002) "Los Documentos Comerciales Instrumentos de la Contabilidad", 1era.Edición, Quito-Ecuador.
7. DE SICARD, Sofía, MEJORES RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA. Bogotá Colombia, Editorial Norma, Última edición.
8. EDICIONES JURÍDICAS..... "Código de Civil". Quito-Ecuador.

9. EDICIONES LEGALES..... (2001) “Código de Comercio”. Colección Praxis, Ecuador. CORPORACIÓN DE ESTUDIOS PUBLICADOS Codificación y leyes conexas
10. EDICIONES LEGALES.....(2005) “Código de Trabajo”. Colección Praxis, Ecuador.
11. EDICOL “Diccionario Enciclopédico.....(2002), Colombia.
12. FERNÁNDEZ, Antonio & SÁENZ Ángel..... (2004) “Contabilidad de Costos y Contabilidad de Gestión” 2da. Edición McGraw-Hill/Interamericana de España.
13. GARY, Armstrong & KOTLER, Philip..... (2004) “Mercadotecnia”, 6ta. Edición, México.
14. GUERRERO. D, Jorge. A, (2005) “Tesis Maestría en Educación: plan estratégico para la facultad de educación, ciencia y tecnología (FECYT), de la Universidad Técnica Del Norte, en el Ámbito Administrativo”.
15. LEPELEY, María Teresa. (2001) “Gestión y Calidad en Educación McGraw Hill/ INTERAMERICANA DE CHILE Ltda.
16. LOACHAMIN, Mercedes, DOCUMENTACION MERCANTIL, editorial Almeida, Quito – Ecuador
17. MALDONADO, Hernán.....“Manual de Contabilidad por Especialidades”. Tomo I Colecciones
18. MARIN, Francisco..... (2002) “Derecho Mercantil Práctico”, 3ra. Edición. Quito-Ecuador.

19. MEIGS, Roberto & MEIGS, Walter.....(2004) "Contabilidad La Base Para Decisiones Gerenciales", 8va. Edición, McGraw-Hill, México.
20. OROZCO, José..... (2007) "Contabilidad General". 4ta. Edición.
21. Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno..... (2009) Corporación de estudios y publicaciones
22. ROMERO, Javier..... (2002) "Principios de Contabilidad", 2da. Edición McGraw-Hill, México.
23. SÁNCHEZ CARRIÓN, Gilberto ..(2005) "La Tablita" Quito-Ecuador
24. SARMIENTO, Rubén..... (2000) "Contabilidad General" 5ta. Edición, Quito-Ecuador.
25. VÁSCONEZ, José..... (2001) "Contabilidad General" 1ra. Edición, Quito-Ecuador.
26. VIZUETA, Gonzalo....."Contabilidad General"
Técnicopia Publicitaria
27. [www.//es.wikipedia.org/tics](http://es.wikipedia.org/tics)
28. www.monografías.com/trabajo16/objetivos-educación/tic
29. www.sri.gov.ec
30. ZAPATA, Pedro & Mercedes... (2003) "Introducción a la Contabilidad y Documentación Mercantil", 1era. Edición, Quito- Ecuador.
31. ZAPATA, Pedro..... (2002) " Contabilidad General", 4ta. Edición, Quito- Ecuador.
32. ZIKMUND, William, D'AMICO, Michael... (1998) "Mercadotecnia Marketing, Universitario" 3ra. Reimpresión McGraw-Hill, México.

6.7. Impactos.

El impacto define el efecto positivo o negativo que produce la elaboración y aplicación de este proyecto.

Las ventajas o resultados que permite obtener la utilización y aplicación de la Guía Didáctica son las siguientes:

- Aprendizaje participativo y cooperativo.
- Promover un juicio crítico para la ejecución de actividades solicitadas para construir nuevos aprendizajes.
- Diálogos, presentación, observaciones e intercambio de experiencias entre compañeros, exposición y argumentación de temas de estudio.
- Interpretación, análisis, aplicación, construcción de conceptos y solución de problemas.
- Utilización adecuada del talento humano y materiales para alcanzar una educación integral de calidad.
- La respuesta inmediata permite juzgar cuándo y cómo ampliar, revisar, o aclarar algún tema de estudio.

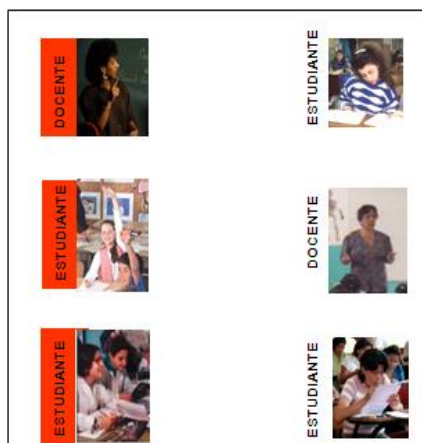


ILUSTRACIÓN 6.1

- Formación proactiva de los educandos que permita considerar como necesario el espíritu de investigación personal como medio para conocer mejor la realidad social e individual.