

CAPITULO II

2. BASES TEORICAS Y CIENTIFÍCAS

2.1. LA EMPRESA

Chiliquinga Jaramillo Manuel Patricio, (2004), manifiesta: “Es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de la producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social”. Pág. 1

Del análisis del concepto presentado por Manuel Chilinguiga, se describe que la empresa de servicios e instalación de tableros metálicos, es una industria que transforma las materias primas o productos semi – elaborados en productos de consumo final, destinados a satisfacer las necesidades de los clientes, utilizando para ello los factores de la producción: materia prima, mano de obra, capital y tecnología.

2.1.1. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

La estructura de la empresa industrial, se refiere a la manera como están divididas y coordinadas las tareas, éstas se establece mediante organigramas, los cuales representan un fotografía de la organización, describiendo posiciones, patrones de responsabilidad y autoridad, comunicación y flujo de trabajo.

2.1.2. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

En esta época competitiva los riesgos de crecer o desaparecer son cada vez mayores, para reducir estos peligros la empresa deben tener claro sus objetivos, que son:

2.1.2.1. Atraer clientes con productos de buena calidad y a precios razonables.

2.1.2.2. Obtener niveles de calidad en la entrega de productos.

2.1.2.3. Satisfacer las necesidades del cliente con productos de acuerdo al requerimiento. Conservar y aumentar el nivel de ventas, con alternativas de pago para el cliente.

2.1.2.4. Mantener la seriedad en la distribución de productos. Disminuir las pérdidas en productos predecibles.

2.1.2.5. Cumplir con las obligaciones laborales y pagos de ley.

2.1.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Toda inversión consta de dos partes: aporte propio es la erogación de fondos disponibles por aparte de la empresa o el dueño del proyecto y tiene una rentabilidad equivalente al rendimiento promedio de las tasas pasivas del mercado financiero; el aporte financiado son fondos conseguidos a través de un crédito en el sistema financiero del país con una tasa activa cobrada por el uso del dinero, generalmente la empresa se constituye con el 40% de capital propio y el 60% de capital financiado.

2.2. BASES ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA

Dentro de la empresa, la administración consiste en coordinar los trabajos del grupo, para alcanzar las metas planificadas con la ayuda de las personas y las cosas, utilizando ciertas herramientas como la planeación, la organización, la dirección y el control.

2.2.1 PLANEACIÓN

La planeación una función importante en administración, ya que trata de decidir: qué hacer, cómo hacer, donde hacer, quién lo va a hacer, cuándo hacer; por lo tanto la planeación es una actividad que da previamente las respuestas a las interrogantes relacionada con producción, mercados, finanzas y personal.

La planeación incluye elegir y fijar la misión y objetivos de la organización; para posteriormente determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzar las metas fijadas por la empresa.

2.2.2 ORGANIZACIÓN

Para organizar la empresa, el propietario debe coordinar los recursos materiales y humanos de su negocio en busca de un objetivo común, lo cual implica la asignación organizada de funciones a cada empleado y las relaciones laborales entre ellos.

Cuando todos los trabajadores conocen lo que aporta su trabajo en la empresa, y se enlazan todos los trabajos para que cada empleado sepa lo que los demás hacen, saben lo importante que es el trabajo y lo hacen bien en coordinación para alcanzar la meta.

2.2.3 LA DIRECCIÓN

La persona que dirige una empresa debe saber hacerlo, de tal manera que los demás hagan lo que él dice, pero no sintiéndolo como una imposición o por obligación, sino más bien motivado a hacerlo; para esto el empresario debe escuchar las sugerencias que sus empleados, dirigirles para que realicen sus tareas eficientemente, estar siempre en contacto, tanto laboral como humanamente, algo muy importante que deberá considerar es que con su experiencia, disciplina y ejemplo, podrá lograr que las personas a su cargo, lo respeten.

Para que un trabajador se sienta motivado, el empleador deberá ofrecerle las condiciones adecuada, como por ejemplo un sitio apropiado para realizar sus labores, un ambiente armonioso en las relaciones patrono empleador, tomar en consideración sus sugerencias reconocer sus buenos trabajos, dar seguridad, entre otros; a fin de que este se sienta a gusto en la realización de su trabajo cumpliendo con su deberes y obligaciones en forma eficiente.

2.2.4 CONTROL

El propósito y la naturaleza del control es fundamentalmente garantizar que los planes tengan éxito, detectando desviaciones reales o potenciales para corregir e impedir su repetición utilizando normas y procedimientos establecidos.

2.3. TABLEROS O CAJAS PARA MEDIDORES

Los tableros son elementos de seguridad que consiste en una caja metálica apropiada para proteger de manera especial a varios equipos de

medición, contruidos de acuerdos a las normas que tienen establecidas las empresas distribuidoras de energía y a la necesidad del cliente.

2.3.1 TABLEROS PARA SUMINISTROS INDIVIDUALES

En locales comerciales, industriales o viviendas unifamiliares, con entrada exclusiva y directa desde el exterior y sin comunicación interna con otras casas o locales, se instalarán en forma individual, las cajas metálicas antihurto; mismas que se encuentran sellados herméticamente, con sus lados curvos para que el agua escurra libremente, además deben ser cubiertas con pintura en polvo electrostática y secadas al horno, capaces de soportar condiciones severas de clima.

2.3.2 TABLEROS PARA SUMINISTROS CENTRALIZADOS

En los edificios donde existan varias viviendas, locales o industrias con entrada común desde el exterior, o con comunicación interna entre sí, los equipos de medida se instalarán de forma centralizada, en un lugar destinado exclusivamente a este fin, para lo cual se utilizará los tableros metálicos.

2.3.3 CONSTRUCCIÓN DE TABLEROS

Para construir los tableros se debe tomar en cuenta el material y acabado de la estructura metálica, pintura electrostática al horno y el cableado interno del tablero, por cuanto que estos equipos deben cumplir las normas y especificaciones técnicas indicadas para cada modelo de medidor, con materiales de la más alta calidad de resistencia y durabilidad, capaces de soportar condiciones severas de clima.

2.3.4 UBICACIÓN Y SEGURIDADES PARA INSTALACIÓN DE TABLEROS

Queda prohibida la ubicación de los tableros en lugares que puedan presentar dificultades para su eficaz vigilancia y contralor.

Cuando los tableros resulten instalados dentro de lugares cerrados no se admitirá que compartan el mismo local con medidores o cañerías de otros servicios como puede ser: agua, gas, combustibles.

Cuando la instalación de los tableros se realice sobre zócalos, éstos se ejecutarán en hormigón liviano o fibra sintética de las dimensiones apropiadas. Irá provista de las aberturas necesarias para el paso de los cables de llegada, salida y derivación. La base deberá disponer de pernos de anclaje precisos para fijar los tableros por su parte inferior.

Debe contar con iluminación, ventilación y dimensiones apropiadas. En locales comerciales, industriales o viviendas unifamiliares, con entrada exclusiva y directa desde el exterior y sin comunicación interna con otras casas o locales, se instalarán en forma individual.

En los edificios donde existan varias viviendas, locales o industrias con entrada común desde el exterior, o con comunicación interna entre sí, los equipos de medida se instalarán de forma centralizada, en un lugar destinado exclusivamente a este fin.

Para un suministro determinado se podrá conceder más de una entrada sólo en casos especiales, tales como: alimentación de equipos de rayos X, hornos, bombas de incendio, equipos de soldadura, etc. Estos casos deberán ser autorizados expresamente por la Empresa suministradora de energía.

En edificios de apartamentos los espacios para medidores se proyectarán previendo la instalación de unidades trifásicas, equipo de medida multihorario.

Las partes interiores del tablero de medida serán accesibles, para su manipulación y mantenimiento, solamente por la cara frontal del mismo. No se admitirá que la parte superior de los tableros esté a más de dos metros del suelo, ni que la parte inferior de los mismos esté a menos de 0,25 metros del suelo. Los registros de lectura deberán quedar situados a una altura comprendida entre 0,70 m y 1,80 m respecto al suelo.

2.4 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD

2.4.1 CONTABILIDAD FINANCIERA

Zapata Sánchez Pedro, (2002), manifiesta: “Es un sistema de información destinado a proporcionar información a terceras personas relacionadas con la empresa, como accionistas, inversionistas, a fin de facilitar sus decisiones”. pág. 16

Goxens M.A., (2002), manifiesta:”Contabilidad es un técnica que no permite recoger toda la información financiera originada en la marcha del negocio, con el fin de producir informes que nos sirva como guía para la toma de decisiones oportunas”. Pág. 27

Partiendo de los conceptos presentados por los autores Zapata y Goxens, la contabilidad financiera se convierte en una herramienta indispensable para la toma de decisiones en la empresa, permitiendo conocer la estabilidad, solvencia y capacidad económica de la misma.

2.4.2 CONTABILIDAD DE COSTOS

Codera Martín José María, (1980), manifiesta: “Es la parte de la contabilidad objetiva que estudia la formación de los costos y su registro contable en la fabricación de un producto o la prestación de un servicio para determinar un precio de costo final y total”. pág. 53

Considerando el concepto de Codera, contabilidad de costos representa una especialidad de la contabilidad general en una empresa industrial, que proporciona los elementos necesarios para el cálculo, control y el análisis de los costos de producción de un bien o servicio, también se puede decir que es un sistema diseñado para calcular lo que cuesta producir.

2.4.2.1 ELEMENTOS DEL COSTO

La empresa industrial puede implementar mecanismos de control de costos de acuerdo a las características de sus productos. Los elementos del costo que intervienen en la producción de las industrias metálicas son: materia prima, mano de obra y gastos generales de fabricación.

a) MATERIALES DIRECTOS

Polimeni Ralph, (2003), manifiesta: “Son todos los principales recursos que se usan en la producción, estos se transforman en bienes terminados con la adición de la mano de obra y costos generales de fabricación”. pág. 12

Considerando este concepto, los materiales directos constituyen el elemento básico sometido a un proceso de transformación, con el propósito de obtener un producto terminado. En la industria metálica comprende todos los costos de adquisición, que incluye el material directo fácil de identificar y cuantificar.

b) MANO DE OBRA DIRECTA

Polimeni Ralph, (2003), manifiesta: “Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. Los costos de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa y mano de obra indirecta”. Pág. 12

De acuerdo al concepto presentado por Polimeni, para la transformación de los materiales directos en productos terminados se necesita el trabajo humano por el cual la empresa paga remuneraciones llamadas salarios. Los trabajadores de producción son de diversas clases, unos intervienen en forma directa en la fabricación de de productos, bien sea manualmente o accionado las maquinas para transformar la materia prima en productos terminados, la remuneración de estos trabajadores es lo que constituye el costo de mano de obra directa y es el segundo elemento que integra el costo de producción.

c) COSTOS GENERALES DE FABRICACION

Aguirre Juan, (1998), manifiesta: “costos generales de fabricación, comprenden todos aquellos costos que son necesarios para la transformación de las materias primas en productos acabados”. Pág. 124

Partiendo del concepto de Aguirre, costos generales de fabricación son todos los gastos que interviene indirectamente en la fabricación de un producto, tales como: materiales indirectos que forman parte integral del producto pero no sustancial y a la vez no son fáciles de cuantificar e identificar, por ejemplo: lubricantes, disolventes, lijas, entre otros y mano de obra indirecta, constituye la fuerza de trabajo que no está relacionada directamente con el producto pero es necesaria para la elaboración del mismo. Ejemplo: persona de mantenimiento especializado, jefatura y supervisión.

2.4.2.2 CLASIFICACION DEL COSTO

a) COSTOS FIJOS

Soto Rogelio, (2002), manifiesta: “Son costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como, costos de mantener la empresa abierta, de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos deben ser solventados por la empresa”. Pág. 142

Según mi criterio, los costos fijos son necesarios para el desarrollo de la industria, éstos no se identifican en forma directa con los productos, y permanecen invariables sin importar el volumen de producción, así tenemos: alquileres, depreciaciones, seguros, impuestos fijos, servicios públicos entre otros, como se demuestra en el siguiente gráfico.

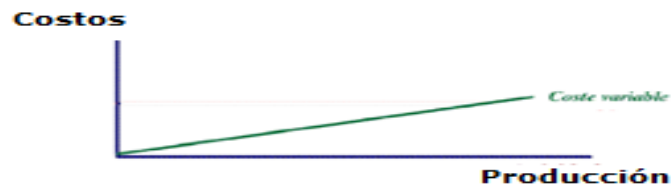


b) COSTO VARIABLE

Soto Rogelio, (2002), manifiesta: “Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o de actividad de la empresa”. Pág. 143

Considerando este concepto, los costos variables se identifican directamente con el producto industrial, tiene un comportamiento directamente proporcional al volumen de producción; es decir, a mayor producción mayor costo o

viceversa, forman parte de este la materia prima directa, materiales e insumos directos, embalajes y etiquetas, comisiones sobre ventas, como se demuestra en el siguiente gráfico.



2.4.2.3 COSTO DE VENTAS Y COSTO TOTAL

El costo de venta constituye la suma de todos los elementos del costo necesarios para la producción de un bien; para determinar el costo de venta en las empresas industriales la fórmula aplicada es:

$$\begin{array}{l} \text{Materiales} \\ + \text{Mano de Obra} \\ + \text{Gastos Generales} \\ = \text{Costo de Ventas} \end{array}$$

Una vez determinado el costo de venta, debemos sumar los gastos de administración, ventas y financieros para obtener el costo total, el cual va a servir para fijar los márgenes de utilidad de la industria.

2.4.3 TRATAMIENTO CONTABLE

Es preciso el dominio de los fundamentos de la contabilidad para poder optar por el tratamiento contable y aplicar a la industria.

2.4.3.1 ACTIVOS

Los activos son los bienes y derechos de propiedad de la empresa, cuyos valores iniciales y aumentos registramos en el lado izquierdo de los elementos de una cuenta contable, es decir al debe; y las salidas o disminuciones se registran en el lado opuesto, al haber, lo cual va restando el valor obtenido, entre los principales están activo corriente, disponible, circulante, fijo, diferido, entre otros.

2.4.3.2 PASIVOS

Los pasivos son todas las obligaciones o deudas de la empresa con terceras personas, cuyos valores iniciales se registran en el lado derecho de los elementos de una cuenta contable y los registros de valores en el lado opuesto van restando al valor obtenido, y se clasifican en:

- a) Pasivos a corto plazo: cuyo pago debe hacerse en el transcurso hasta de un año.
- b) Pasivos a largo plazo: el pago debe hacerse en varios períodos contables.
- c) Pasivos Diferidos: son los cobros anticipados que se devengan y producen rentas.

2.4.3.3 PATRIMONIO

El patrimonio representa el importe de los recursos aportados por el empresario, su tratamiento es similar a las cuentas contables de pasivo e ingresos.

Constituyen parte de este grupo las reservas de diferentes tipos realizadas con la finalidad de capitalizar en algún momento la empresa, así como también los resultados del ejercicio económico, es decir la utilidad o la pérdida.

2.4.3.4 INGRESO

Los ingresos es lo que toda actividad económica persigue para incrementar el patrimonio y desarrollo de la empresa, cuyo objetivo de la inversión es obtener utilidades.

2.4.3.5 EGRESOS

También se les denomina gastos, constituye los desembolsos necesarios para cumplir con los objetivos de la empresa, entre las principales cuentas tenemos sueldos, mantenimiento, servicios básicos, entre otras, este rubro se expresa en el estado de resultados de la empresa que descontado de los ingresos da como resultado la utilidad o pérdida de la empresa.

2.4.4 PROCESO CONTABLE

2.4.4.1 JORNALIZACION

La jurnalización constituye la primera fase del proceso contable, en la cual se registran cronológicamente las actividades contables de la empresa, mediante asientos registrados en el libro diario, los asientos contables que se registran son: asiento de apertura, propios del ejercicio, de ajuste y de cierre al finalizar.

2.4.4.2 MAYORIZACION

La mayorización es el registro fundamental que se mantiene a nivel de cada cuenta, según sea el caso, con el propósito de conocer su movimiento y saldo en forma particular, se conoce dos tipos de libro mayor, el principal y el auxiliar.

2.4.4.3 ESTADOS FINANCIEROS

Luego de efectuar el proceso de cierre se ejecuta los estados financieros, mismo que permiten conocer la situación financiera a una fecha determinada.

Los principios de contabilidad generalmente aceptados, determinan como estados financieros básicos los citados a continuación, los cuales deben ir acompañados con la descripción de las políticas contables y las correspondientes notas aclaratorias, lo que constituye una razonable presentación de la situación financiera de una empresa.

a) ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA O BALANCE GENERAL

Vásconez José, (2001), manifiesta: “Es aquel que representa la situación financiera de la empresa en un momento determinado”. Pág. 169

Considerando este concepto de Vásconez, se puede determinar que en el balance se debe incluir y presentar en forma adecuada todos los activos, pasivos y patrimonio clasificados para tener una visión clara sobre partidas de corto, largo plazo, valores efectivos, por efectivizarse, propiedades, deudas con terceros, su composición patrimonial, entre otros. Se puede de esta manera efectuar un análisis de cuentas, determinar grados de liquidez, financiamiento

propio, externo, endeudamiento, capital de trabajo, entre otros instrumentos para la toma de decisiones.

b) ESTADO DE RESULTADOS

Aguirre Juan, (1998), manifiesta: “Es un estado de progreso o cambios durante un período determinado, probablemente más importantes que su balance porque muestra como ha llevado a cabo su objetivo primordial”. Pág. 89

Considerando la manifestado por Aguirre, el estado de resultados es aquel en el que se resume y se presenta la información económica de un período determinado, se describe los ingresos y gastos en forma establecida en los principios contables vigentes.

c) ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

Ayala Otto, (2000), manifiesta: “Es un informe financiero de uso interno que engloba todos los costos incurrido”. Pág. 151

Tal como describe Ayala, es un estado de producción y ventas en el que se resume y se presenta la información económica de un período determinado, se describe los ingresos y gastos en forma establecidas en los principios contables vigentes.

d) ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

La Norma Ecuatoriana de Contabilidad Nro. 3, (1999), indica: “La información sobre los flujos de efectivo de una empresa es útil para proporcionar a los usuarios de estados financieros una base para evaluar la habilidad de la empresa para generar efectivo y sus equivalentes y las necesidades de la

empresa en las que fueron utilizados dichos flujos de efectivo”. Pág. 1

Partiendo de este concepto, el estado de flujo de efectivo proporciona a los administradores de una empresa información suficiente sobre el movimiento del efectivo, para dirigir sus operaciones, pagar sus obligaciones, y proporcionar rendimientos a sus inversiones.

2.5 METODOS DE EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION

2.5.1 VALOR PRESENTE NETO (VAN)

Jácome Walter, (2005), manifiesta: “Representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”. Pág. 82

Partiendo de este concepto, se puede definir al valor presente neto de un proyecto, es el valor de flujos de caja netos incluyendo todos los ingresos y los egresos presente y futuros. La regla es aceptar toda inversión cuyo valor actual neto (VPN) sea mayor que cero.

2.5.2 TASA INTERNA DE RETORNO, O TASA DE RENDIMIENTO (TIR)

Barragán José, (2002), manifiesta: “La tasa interna de retorno, es la tasa de descuento que causa que el valor presente neto de los flujos de caja del proyecto sea igual a cero. Se define como tasa interna porque es la rentabilidad generada por el dinero que permanece invertido en el proyecto”. Pág. 83

Considerando el concepto de Barragán, La tasa interna de retorno es un método para la evaluación financiera de proyectos que iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión inicial, la tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos

(valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares. También se define como la tasa (TIR), para la cual el valor presente neto es cero, o sea aquella tasa (TIR), a la cual el valor presente de los flujos de caja esperados (ingresos menos egresos) se iguala con la inversión inicial.

2.5.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es como una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

2.6 FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

2.6.1 CONCEPTO DE MERCADOTECNIA

En la página <http://www.foromarketing.com>, (2010), define: "Mercadotecnia, como un conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores".

De acuerdo al concepto planteado, marketing o mercadotecnia se concentra sobre todo en analizar los gustos de los consumidores, pretende establecer sus necesidades y sus deseos e influir su comportamiento para que deseen adquirir los bienes ya existentes, de forma que se desarrollan distintas técnicas encaminadas a persuadir a los consumidores para que adquieran un determinado producto. La actividad del marketing incluye la planificación,

organización, dirección y control de la toma de decisiones sobre las líneas de productos, los precios, la promoción y los servicios postventa, además es responsable de la distribución física de los productos.

2.6.2 MERCADO

La página www.monografias.com/trabajos/mercado, (2010), define: “mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes”.

Analizando la definición anterior, se determina el mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda, a medida que la producción aumenta las comunicaciones y los intermediarios empiezan a desempeñar un papel importante en los mercados; entre las distintas clases de mercados podemos distinguir los mercados al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o distribuidores.

2.6.3 PRODUCTO

Fischer Laura y Espejo Jorge, (2004), manifiesta: “Es todo aquello, favorable o desfavorable, que una persona recibe en un intercambio”. Pág. 19

Complementando este concepto, se diría que producto es un bien o un servicio que los productores presentan al mercado para responder a las necesidades y gustos de los consumidores.

2.6.4 DISTRIBUCIÓN

La distribución, es llegar a los consumidores finales con productos y servicios directamente, por catálogos, o por medio de la tecnología como la televisión, radio, internet.