



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

Manual de procedimientos Administrativo, Contable y Financiero para la
Agencia Gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

AUTORES: CLERQUE OVIEDO OSCAR MIGUEL
ENRIQUEZ ESPINOSA PATRICIA ALEXANDRA
DIRECTORA: Msc. Ana Isabel Arciniegas Calderón

IBARRA, FEBRERO 2019

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se lo realizó en la agencia gráfica Centauro, que se encuentra ubicada en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura; se dedica a la prestación de servicios de diseño y publicidad; ha logrado estar presente en el mercado por más de 8 años, con productos de la más alta calidad para sus clientes, lo cual es una ventaja competitiva con la que ha ganado su buena reputación y posicionamiento. Mediante la aplicación del diagnóstico se pudo constatar que la entidad no cuenta con las herramientas necesarias para el desarrollo de las actividades en las áreas administrativa, contable y financiera, no cuenta con un organigrama, las funciones son asignadas de manera verbal no existe un manual donde estén detalladas tales tareas que deben ajustarse a la base filosófica de la entidad, por tal razón se ve la necesidad de implementar un Manual de procedimientos administrativos, contables y financieros. Dentro marcos teóricos se encuentran fundamentados divididos en tres partes: términos generales, específicos y técnicos, necesarios para la realización de la propuesta, con información secundarias como son: libros, revistas, artículos científicos entre otros. En la propuesta se estructuraron los manuales administrativos, contables y financieros, filosofía empresarial, código de ética entre otras herramientas, con lo que se busca solucionar las falencias detectadas. Con la implementación de la propuesta planteada se valoró la factibilidad en la empresa por parte del gerente, mediante la aplicación de un cuestionario, de esta manera la empresa contará con las directrices necesarias para un buen desarrollo de sus actividades en las distintas áreas a aplicarlos. Esto se constituirá en guía para los empleados de la empresa; ya que propone los lineamientos de cada función para brindar un servicio de buena calidad, que contribuirán a una adecuada toma de decisiones con visión al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

ABSTRACT

The present work was carried out in the graphic agency Centauro, which is located in the city of Ibarra, province of Imbabura; is dedicated to the provision of design and advertising services; has been present in the market for more than 8 years, with products of the highest quality for its customers, which is a competitive advantage with which it has gained its good reputation and positioning. Through the application of the diagnosis it was found that the entity does not have the necessary tools for the development of activities in the administrative, accounting and financial areas, does not have an organizational chart, the functions are assigned verbally there is no manual where such tasks are detailed and must be adjusted to the philosophical base of the entity, for this reason there is a need to implement a Manual of administrative, accounting and financial procedures. Within theoretical frameworks are founded divided into three parts: general terms, specific and technical, necessary for the realization of the proposal, with secondary information such as: books, journals, scientific articles among others. In the proposal, the administrative, accounting and financial manuals, business philosophy, code of ethics among other tools were structured, with the aim of solving the detected shortcomings. With the implementation of the presented, the feasibility was evaluated in the company by the manager, through the application of a questionnaire, in this way the company will have the necessary guidelines for a good development of their activities in the different areas to apply them. This will become a guide for the employees of the company; since it proposes the guidelines of each function to provide a good quality service, which will contribute to an adequate decision making with vision to the fulfillment of the organizational objectives.

AUTORÍA

Nosotros, Oscar Miguel Clerque Oviedo con C.I: 100379201-5 y Patricia Alexandra Enriquez Espinosa con C.I: 100310819-6, declaro bajo juramento que el trabajo de grado aquí descrito y titulado: “Manual de procedimientos Administrativo, Contable y Financiero para la Agencia Gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura” , son de exclusiva responsabilidad de sus autores, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



.....
Oscar Miguel Clerque Oviedo

CI. 100379201-5



.....
Patricia Alexandra Enriquez Espinosa

CI. 100310819-6

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por los egresados Oscar Miguel Clerque Oviedo y Patricia Alexandra Enriquez Espinosa, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A, cuyo tema es: Manual de procedimientos Administrativo, Contable y Financiero para la Agencia Gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 01 días del mes de Julio del 2019.



.....
Msc. Ana Isabel Arciniegas Calderón

C.I. 100145806-4



CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros, Oscar Miguel Clerque Oviedo con cédula de ciudadanía Nro. 100379201-5 y Patricia Alexandra Enriquez Espinosa con cédula de ciudadanía Nro. 100310819-6, manifestamos la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autores del trabajo de grado denominado: “Manual de procedimientos Administrativo, Contable y Financiero para la Agencia Gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia suscribo este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Oscar Miguel Clerque Oviedo

CI. 100379201-5

Patricia Alexandra Enriquez Espinosa

CI. 100310819-6

En la ciudad de Ibarra, a los 01 días del mes de Julio del 2019.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hacemos la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100379201-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CLERQUE OVIEDO OSCAR MIGUEL		
DIRECCIÓN:	RÍO QUININDE 13-84 Y RIO PITA		
EMAIL:	oscar.clerque@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2609393	TELÉFONO MÓVIL:	0994152543
DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100310819-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	ENRIQUEZ ESPINOSA PATRICIA ALEXANDRA		
DIRECCIÓN:	BABAHOYO 15-52 Y PELIKANO		
EMAIL:	pattyenriquez20@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2511-224	TELÉFONO MÓVIL:	0994644375

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Manual de procedimientos Administrativo, Contable y Financiero para la Agencia Gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura
AUTORES:	CLERQUE OVIEDO OSCAR MIGUEL y ENRIQUEZ ESPINOSA PATRICIA ALEXANDRA
FECHA:	01 de Julio del 2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Ana Isabel Arciniegas Calderón

2. CONSTANCIAS

Nosotros los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 01 días del mes de Julio de 2019

LOS AUTORES:



Oscar Miguel Clerque Oviedo

C.I.: 100379201-5



Patricia Alexandra Enriquez Espinosa

C.I.:100310819-6

DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de culminar mis estudios universitarios que es una de mis metas y además guiar mi camino dándome la fortaleza y sabiduría necesaria para tomar las decisiones correctas. A mis padres que han sido el pilar fundamental en todas las metas que me he planteado, por el apoyo y comprensión que me brindaron en esta etapa de mi vida, por sus consejos y ejemplos para llegar a donde hoy me encuentro. A mis hermanos Gabriela y Geovanny por su apoyo incondicional motivándome siempre a seguir adelante y la confianza que depositaron en mí.

Oscar Miguel Clerque Oviedo

DEDICATORIA

A Dios, a quien debo mi vida; a mis padres, por darme la fortaleza, quienes con su apoyo incondicional me motivaron para la consecución de mis logros académicos. A mi madre quien estuvo a mi lado apoyándome cuando más le necesité, quien con sus sabios consejos supo guiarme, mostrándome así el camino correcto que debía seguir de la mejor manera superando varios obstáculos y dificultades que se han presentado en mi vida. A mi hermana, la que ha sabido entenderme y estar siempre a mi lado dándome ánimos para continuar luchando por alcanzar mis metas. Y a mi padre quien a lo largo de mi vida me apoyo y me guio para salir adelante ya que de una u otra manera a pesar de las circunstancias ha sabido estar a mi lado. A mi sobrina que a pesar de ser una niña que empieza a vivir me apoyado mucho y me ha enseñado el verdadero valor de la vida.

Patricia Alexandra Enriquez Espinosa

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fuerza y voluntad para conseguir la culminación de este trabajo de grado quien ha sido uno de mis sueños tan anhelados.

A mi alma mater la Universidad Técnica del Norte por abrirme las puertas al saber en dónde conseguiré una de mis metas.

A mi Directora de Tesis quien me supo guiar con su experiencia y conocimiento en la elaboración del trabajo realizado.

A los catedráticos quienes compartieron conmigo sus conocimientos para mi formación profesional.

A la Agencia Gráfica Centauro por acogerme y permitirme el desarrollo de este trabajo en su empresa.

Oscar Miguel Clerque Oviedo

AGRADECIMIENTO

A Dios que siempre me ha sabido guiar mis pasos, ayudándome a superar obstáculos, para poder alcanzar mis metas y concluir mi objetivo planteado de la mejor manera.

A la Universidad Técnica del Norte, que me ha brindado los conocimientos esenciales, a los docentes quienes me ofrecieron experiencias, no solo para aplicarlos en mi carrera, si como para también superarme cada día y ser una mejor persona de tal manera poniendo a prueba mis capacidades y conocimientos en el desarrollo de mi formación.

A mi directora de tesis, que ha sido para mí gran apoyo y pilar importante con su conocimiento y experiencia para la elaboración de este trabajo.

Patricia Alexandra Enriquez Espinosa

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
ABSTRACT.....	III
AUTORÍA.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	XI
ÍNDICE GENERAL	XIII
ÍNDICE DE TABLAS	XIX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXI
PRESENTACIÓN.....	XXII
OBJETIVOS	XXIII
OBJETIVO GENERAL	XXIII
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	XXIII
METODOLOGÍA	XXIV
CAPÍTULO I: ESTUDIO DIAGNÓSTICO	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 JUSTIFICACIÓN	2
1.3 OBJETIVOS	2
1.3.1 <i>Objetivo General</i>	2

1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	2
1.4 VARIABLES.....	3
1.5 INDICADORES	3
1.6 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	6
1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
1.7.1 <i>Técnicas de la Investigación</i>	8
1.8 POBLACIÓN O UNIVERSO	9
1.8.1 <i>Muestreo</i>	9
1.9 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	10
1.9.1 <i>Encuesta dirigida a los empleados de la agencia grafica Centauro</i>	10
1.9.2 <i>Encuesta dirigida a los clientes de la agencia grafica Centauro</i>	22
1.9.3 <i>Entrevista dirigida al propietario de la agencia grafica Centauro</i>	29
1.9.4 <i>Entrevista dirigida a la contadora de la agencia grafica Centauro</i>	32
1.9.5 <i>Ficha de Observación</i>	34
1.10 ANÁLISIS PEST(A)	36
1.11 FUERZAS DE PORTER.....	37
1.12 ANÁLISIS F.O.D.A	38
1.13 CRUCES ESTRATÉGICOS	39
1.14 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO	40
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	41
2.1 OBJETIVO	41
2.2 TÉRMINOS GENERALES.....	41
2.2.1 <i>Empresa</i>	42
2.2.2 <i>Tipos de Empresas</i>	42
2.2.3 <i>Administración</i>	44
2.2.4 <i>Manual</i>	45
2.2.5 <i>Objetivos del Manual</i>	45

2.2.6 Tipos de Manuales	46
2.2.7 Control Interno.....	47
2.2.8 Componentes de Control Interno	47
2.2.9 Organización.....	50
2.2.10 Filosofía Empresarial	51
2.3 TÉRMINOS ESPECÍFICOS.....	54
2.3.1 Organigrama.....	54
2.3.2 Tipos de Organigramas.....	55
2.3.3 Procedimientos.....	56
2.3.4 Clasificación de los Procesos.....	56
2.3.5 Diagrama de Flujo.....	57
2.3.6 Gestión Financiera.....	58
2.3.7 Contabilidad.....	58
2.3.8 Ecuación contable	60
2.3.9 Cuenta	61
2.3.10 Plan de cuentas	61
2.3.11 Código de Ética.....	62
2.4 TÉRMINOS TÉCNICOS	62
2.4.1 Proceso Administrativo	63
2.4.2 Planeación.....	63
2.4.3 Organización.....	64
2.4.4 Dirección.....	64
2.4.5 Control	65
2.4.6 Proceso Contable	65
2.4.7 Estados Financieros.....	66
2.4.8 Estado de Resultados	67
2.4.9 Estado de cambios en el Patrimonio.....	67
2.4.10 Estado de Flujos de efectivo.....	68

2.4.11 Notas a los estados financieros.....	69
2.4.12 Proceso Financiero.....	69
2.4.13 Indicadores financieros.....	70
CAPÍTULO III: PROPUESTA.....	75
3.1 PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	75
3.2 OBJETIVO.....	75
3.2.1 Objetivo General.....	75
INDICE DEL MANUAL ADMINISTRATIVO.....	77
3.3 MANUAL ADMINISTRATIVO.....	78
3.4 TIPO DE EMPRESA.....	78
3.5 SU UBICACIÓN.....	79
3.6 BASE FILOSÓFICA.....	79
3.6.1 Su misión.....	79
3.6.2 Su visión.....	79
3.6.3 Sus Valores.....	79
3.6.4 Sus objetivos.....	81
3.7 ORGANIGRAMA FUNCIONAL Y ESTRUCTURAL.....	81
3.7.1 Organigrama Estructural.....	82
3.7.2 Organigrama Funcional.....	83
3.8 MANUAL DE FUNCIONAL.....	84
3.9 MAPA DE PROCESOS.....	97
3.10 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....	98
3.10.1 Simbología del Flujograma.....	98
3.11 REGLAMENTO INTERNO DE LA EMPRESA.....	117
3.12 CÓDIGO DE ÉTICA DE LA EMPRESA.....	128
3.13 REGLAMENTO DE CAJA CHICA.....	132

INDICE DE MANUAL FINANCIERO CONTABLE.....	138
3.14 MANUAL FINANCIERO CONTABLE.....	139
3.14.1 <i>Plan de cuentas</i>	141
3.14.2 FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS.....	144
3.14.3 <i>Dinámica del plan de cuentas</i>	147
3.15 ESTADOS FINANCIEROS	170
3.15.1 <i>Estado de Situación Financiera</i>	171
3.15.2 <i>Estado de Resultados</i>	172
3.15.3 <i>Estado de Cambios en el Patrimonio</i>	173
3.15.4 <i>Estado de Flujo de Efectivo</i>	173
3.16 EJERCICIO PRÁCTICO DEL MES DE ENERO.....	175
3.16.1 <i>Libro diario</i>	177
3.16.2 <i>Mayorización</i>	180
3.16.3 <i>Balance de Comprobación</i>	189
3.16.4 <i>Estado de Situación Financiera</i>	190
3.16.5 <i>Estado de Resultados Integral</i>	191
3.16.6 <i>Estado de Cambios en el Patrimonio</i>	193
3.16.7 <i>Estado de Flujo de Efectivo</i>	194
3.17 ANÁLISIS FINANCIERO	196
3.17.1 <i>Indicadores Financieros</i>	196
CAPITULO IV: VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....	199
4.1 INTRODUCCIÓN	199
4.2 DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO	199
4.2.1 <i>Objetivo</i>	201
4.2.2 <i>Equipo de Trabajo</i>	201
4.3 MÉTODOS DE VERIFICACIÓN.....	201
4.3.1 <i>Factores a validar</i>	202

4.3.2 <i>Matriz de validación</i>	203
4.4 MÉTODO DE CALIFICACIÓN.....	204
4.5 RANGO DE INTERPRETACIÓN	205
4.6 RESULTADOS.....	206
4.6.1 <i>Matriz de validación</i>	206
4.6.2 <i>Calificación</i>	207
4.6.3 <i>Interpretación</i>	208
4.7 CONCLUSIONES	209
4.8 RECOMENDACIONES	210
BIBLIOGRAFÍA	211
ANEXOS	216
ANEXO 1: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS	217
ANEXO 2: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES	219
ANEXO 3: ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO	220
ANEXO 4: ENTREVISTA DIRIGIDA A LA CONTADORA.....	222
ANEXO 5: MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL PROPIETARIO	223

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Relación diagnóstica.....	6
Tabla 2: Tiempo de Trabajo en la empresa.....	10
Tabla 3: Nivel de instrucción académica.	11
Tabla 4: Manual o documento de los procesos administrativos, contables y financieros.....	12
Tabla 5: Control de desempeño en el área que se desempeña.	13
Tabla 6: Experiencia en el área que desempeña.....	14
Tabla 7: Medios de asignación de funciones.	15
Tabla 8: Capacitaciones para el área de desempeño.	16
Tabla 9: Como obtuvo capacitaciones.	17
Tabla 10: Ambiente laboral.	18
Tabla 11: Talleres de motivación.....	19
Tabla 12: Accesorio de trabajo.	20
Tabla 13: Dirección de la empresa.....	21
Tabla 14: Como conoció de la agencia.	22
Tabla 15: Frecuencia con que requiere el servicio.....	23
Tabla 16: Expectativas del servicio prestado.	24
Tabla 17: Atención que brinda.....	25
Tabla 18: Recomendación del servicio.	26
Tabla 19: Plazos para el pago de facturas.....	27
Tabla 20: Servicio de atención al cliente.	28
Tabla 21: Ficha de Observación: Proceso Administrativo.....	34
Tabla 22: Ficha de Observación: Proceso Contable.	35
Tabla 23: Análisis PEST(A)	36
Tabla 24: Fuerzas de Porter	37
Tabla 25: Construcción de Matriz F.O.D.A.....	38

Tabla 26: Cruces estratégicos.	39
Tabla 27: Simbología ANSI.....	98
Tabla 28: Indicadores de gestión	116
Tabla 29: Descripción del estudio.....	200
Tabla 30: Factores a validar.	202
Tabla 31: Matriz de validación.	203
Tabla 32: Escala de calificación.....	204
Tabla 33: Rango de interpretación para la validación.....	205
Tabla 34: Matriz de validación.	206
Tabla 35: Calificación.....	207

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Tiempo de Trabajo en la empresa.....	10
Gráfico 2: Nivel de instrucción académica	11
Gráfico 3: Manual o documento de los procesos administrativos, contables y financieros.....	12
Gráfico 4: Control de desempeño en el área que se desempeña	13
Gráfico 5: Experiencia en el área que desempeña	14
Gráfico 6: Medios de asignación de funciones	15
Gráfico 7: Capacitaciones para el área de desempeño	16
Gráfico 8: Como obtuvo capacitaciones	17
Gráfico 9: Ambiente laboral	18
Gráfico 10: Talleres de motivación.....	19
Gráfico 11: Accesorio de trabajo	20
Gráfico 12: Dirección de la empresa.....	21
Gráfico 13: Como conoció de la agencia	22
Gráfico 14: Frecuencia con que requiere el servicio.....	23
Gráfico 15: Expectativas del servicio prestado	24
Gráfico 16: Atención que brinda.....	25
Gráfico 17: Recomendación del servicio	26
Gráfico 18: Plazos para el pago de facturas	27
Gráfico 19: Servicio de atención al cliente	28
Gráfico 20: Términos Generales.	41
Gráfico 21: Términos Específicos.....	54
Gráfico 22: Términos Técnicos.....	62
Gráfico 23: Organigrama Estructural.....	82
Gráfico 24: Organigrama Funcional.	83
Gráfico 25: Mapa de procesos.	97

PRESENTACIÓN

El presente trabajo se realizó en la agencia gráfica Centauro; ubicada en las calles Miguel Oviedo y Juan de Salinas del cantón de Ibarra provincia de Imbabura, el cual constará de cuatro capítulos que se detallan a continuación:

El primer capítulo se encuentra el diagnóstico situacional que permitió identificar el estado actual de la agencia gráfica; con respecto al manejo de las áreas administrativas, financieras y contable, esto se realizó mediante la aplicación de técnicas de investigación primarias como son: la encuesta, entrevista y observación directa que permitió encontrar la mayor cantidad de información para con ello dar justificación a la propuesta de la creación e implementación de un manual administrativo, financiero y contable que ayude en la gestión empresarial de la entidad.

El segundo capítulo está constituido por el marco teórico que fundamenta los conceptos necesarios para la realización de la propuesta, mediante la información de fuentes secundarias como son: libros, revistas, artículos científicos entre otros, este capítulo está dividido en tres partes: términos generales, específicos y técnico.

En la propuesta se toma en cuenta los temas administrativos, contables y financieros que constituyen el tercer capítulo, en el cual se plasma la creación de los manuales, filosofía empresarial, código de ética entre otras falencias detectadas en la agencia gráfica y se espera que tenga acogida por parte de la misma.

En el último capítulo se validará la propuesta planteada, para lo cual intervendrá el nivel ejecutivo de la agencia gráfica, los cuales mostrarán el nivel de aceptación o no para implementar los aspectos tratados en los diferentes manuales.

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un Manual de procedimientos Administrativo, Contable y Financiero para la Agencia Gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura, por medio del uso de técnicas de investigación con la finalidad de optimizar los procesos y mejorar la eficiencia de la gestión empresarial.

Objetivos Específicos.

- Diagnosticar la situación Administrativa, Contable y Financiera por medio de la elaboración de una matriz diagnóstica y el uso de técnicas de investigación para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para establecer la problemática actual.
- Fundamentar teóricamente la propuesta a través de la investigación bibliográfica, para contribuir a entender la terminología utilizada en la ejecución del proyecto.
- Realizar una propuesta de un Manual Administrativo, Contable y Financiero para la Agencia Gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura, por medio del uso de las herramientas y técnicas de investigación adecuadas, basándose en encuestas y entrevistas que servirán para recopilar información veraz y oportuna.
- Validar el manual administrativo, contable y financiero para la agencia gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura, mediante su análisis, aprobación y socialización ante los directivos, para su posterior ejecución en la empresa.

Metodología

Es un modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o fin determinado.

En la presente investigación se utilizarán los siguientes métodos:

- HISTÓRICO LÓGICO para conocer la evolución histórica con un sentido cronológico de la situación administrativa, contable y financiero para la Agencia Grafica Centauro de la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, hasta la actualidad.
- HIPOTÉTICO DEDUCTIVO Para proponer un manual como una alternativa de solución a la situación administrativa, contable y financiera para la Agencia Grafica Centauro de la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura.
- EL ANÁLISIS Y LA SÍNTESIS. – para descomponer con sentido analítico todas las manifestaciones de los componentes administrativos, contable y financiero para la Agencia Grafica Centauro de la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, e integrar en un manifestación única, general y totalizadora su situación actual.
- LA MODELACIÓN. - para llegar a la representación imaginaria de lo administrativo, contable y financiero para la Agencia Grafica Centauro de la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura.
- MÉTODO SISTÉMICO. - para establecer la dinámica, el vínculo, la relación interna entre todos los componentes que forman parte del manual administrativo, contable y financiero para la Agencia Grafica Centauro de la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, hasta la actualidad.

CAPÍTULO I: ESTUDIO DIAGNÓSTICO

1.1 Antecedentes

La provincia de Imbabura cuenta con una extensión de 4.599 km² y una población de 398244 habitantes, se encuentra en la sierra norte del Ecuador, su capital es la ciudad de Ibarra en la cual habitan 181175 personas, lo que constituye un 46% de la población total según el último censo del 2010 con un crecimiento poblacional del 1,63% con respecto al año 2001.

La agencia gráfica Centauro comenzó sus actividades el 25 de junio del 2008 con los permisos correspondientes. Se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra en la parroquia San Francisco, en las calles Miguel de Oviedo y Juan de Salinas, su propietario Lic. Renato Andrés Clerque Reina; inició sus actividades el 2 de junio del 2008 con un monto aproximado de \$9.000 USD. Brindando servicios de diseño, publicidad, impresión digital, señaléticas, imprenta offset, entre otros, cerrando el año 2018 con ingresos de 25829,02 y un total de activos de 45937,37 dólares, dentro de sus clientes potenciales se encuentran: los GAD`S de Pimampiro, Cotacachi, Otavalo, GAD Provincial de Imbabura, la empresa Bayer ubicada en la ciudad de Guayaquil y la empresa EDIQUIM de la ciudad de Ambato.

Actualmente, esta agencia cuenta con 8 empleados: 6 hombres y 2 mujeres que están distribuidos en las áreas: de diseño, imprenta, terminados, edición de videos, área contable. Esta agencia está registrada en el SRI con el número de RUC. 1002378295001 como tipo de contribuyente "Persona natural obligada a llevar contabilidad".

La agencia gráfica no cuenta con un manual administrativo, contable y financiero; que le permita establecer los tiempos adecuados para cada proceso; no tiene un control del personal por la inexistencia de un organigrama, un manual de funciones, no tiene establecidos los perfiles profesionales para cada área y no realiza evaluación a la información financiera de la empresa para una adecuada toma de decisiones.

1.2 Justificación

La presente investigación permitirá optimizar la gestión administrativa, contable y financiera en la agencia gráfica Centauro de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, la misma que está orientada a implementar nuevas herramientas para establecer los lineamientos en el desarrollo de una estructura organizacional.

La elaboración de un manual constituye una alternativa para dicho problema será de gran ventaja para reducir los tiempos en cada proceso mediante un control del personal estableciendo el organigrama, el manual de funciones, los perfiles profesionales, el catálogo de cuentas y la evaluación de los índices financieros utilizados en la empresa para la toma de decisiones. Además, incluirá las normas legales, reglamentarias y administrativas.

Los beneficiarios directos el propietario, los empleados y clientes quienes son parte fundamental de la Agencia Gráfica buscando la eficiencia y eficacia en los procesos.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diagnosticar la situación administrativa, contable y financiera por medio de la elaboración de una matriz de relación diagnóstica y el uso de técnicas de investigación para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para establecer la problemática actual.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar la estructura organizacional de la agencia grafica Centauro.
- Identificar el proceso administrativo que posee la agencia grafica Centauro.
- Examinar el proceso contable vigente de la agencia grafica Centauro.
- Analizar la situación financiera de la agencia grafica Centauro.
- Determinar la forma de administrar el talento humano de la agencia grafica Centauro.

- Determinar el nivel de satisfacción del cliente.
- Analizar los factores externos que influyen directamente en las actividades de la empresa.

1.4 Variables

- Estructura Organizacional.
- Proceso Administrativo.
- Proceso Contable.
- Situación Financiera.
- Talento Humano.
- Satisfacción del cliente.
- Factores externos

1.5 Indicadores

a) Estructura Organizacional

- Distribución de áreas.
- Políticas.
- Procesos.
- Procedimientos.
- Organigrama.
- Manuales de procedimientos.

b) Proceso Administrativo

- Objetivos.
- Principios.
- Dirección.

- Planificación.
- Desempeño.
- Control.
- Filosofía empresarial.

c) Proceso Contable

- Políticas Contables.
- Plan de cuentas.
- Procedimientos Contables.
- Sistema Contable.
- Estados Financiero.
- Declaración de Impuesto.

d) Situación Financiera

- Presupuesto.
- Capital de Trabajo.
- Financiamiento.
- Liquidez.
- Solvencia.
- Inversión.
- Rentabilidad.

e) Talento Humano

- Nivel de Instrucción.
- Experiencia.
- Capacitación.
- Ambiente Laboral.

- Evaluación de desempeños.
- Funciones.
- Salud y seguridad ocupacional.
- Motivación.

f) Satisfacción al Cliente

- Nivel de satisfacción.
- Procesos de atención al Cliente.
- Formas de pago.
- Tiempos de demora en atención al cliente.

g) Factores externos

- Político Legal
- Económico
- Social
- Tecnológico
- Ambiental

1.6 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1: Matriz de Relación diagnostica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	REFERENCIA	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA/ TIPO DE FUENTES	INFORMANTES/ FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la estructura organizacional de la agencia grafica Centauro.	Estructura Organizacional.	<ul style="list-style-type: none"> Distribución de áreas. Políticas. Procesos. Procedimientos. Organigrama. Manuales de procedimientos. 	Ent. Prop. P03. Ent. Prop. P05. Ent. Prop. P07. Ent. Prop. P07. Ent. Prop. P05. Ent. Prop. P05.	Primario. Secundario.	Entrevista. Observación directa. Documental.	Propietario. Procesos administrativos que se desarrollan en la actualidad. Información bibliográfica.
Identificar el proceso administrativo que posee la agencia grafica Centauro.	Proceso Administrativo.	<ul style="list-style-type: none"> Objetivos. Principios. Dirección. Planificación. Desempeño. Control. Filosofía empresarial. 	Ent. Prop. P02. Ent. Prop. P04. Ent. Prop. P06. Ent. Prop. P01. Ent. Prop. P08. Fic.Obs. Adm. P05 Fic.Obs. Adm. P03	Primario.	Entrevista. Observación directa. Documental.	Propietario. Procesos administrativos que se desarrollan en la actualidad. Información bibliográfica.
Examinar el proceso contable vigente de la agencia grafica Centauro.	Proceso Contable.	<ul style="list-style-type: none"> Políticas Contables. Plan de cuentas. Procedimientos Contables. Sistema Contable. Estados Financiero. Declaración de Impuesto. 	Ent. Cont. P01. Fic.Obs. Cont. P01 Ent. Cont. P02. Ent. Cont. P03. Ent. Cont. P04. Ent. Cont. P05.	Primario.	Entrevista. Observación directa. Entrevista.	Contadora. Procesos contables que se desarrollan actualmente Contadora.
Analizar la situación financiera de la agencia grafica Centauro.	Situación Financiera.	<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto. Capital de Trabajo. Financiamiento. Liquidez. Solvencia. Inversión. Rentabilidad. 	Ent. Cont. P08. Ent. Cont. P06. Ent. Cont. P06. Ent. Cont. P06. Ent. Cont. P06. Ent. Cont. P06. Ent. Cont. P06.	Primario.	Entrevista.	Contadora.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES		FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA/ TIPO DE FUENTES	INFORMANTES/ FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la forma de administrar el talento humano de la agencia grafica Centauro.	Talento humano.	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de instrucción. • Experiencia. • Capacitación. • Ambiente laboral. • Evaluación de desempeños. • Funciones. • Salud y seguridad ocupacional. • Motivación. 	Enc. Emp.P02. Enc. Emp.P05. Enc. Emp.P07. Enc. Emp.P08. Enc. Emp.P04. Enc. Emp.P06. Enc. Emp.P10. Enc. Emp.P09.	Primario.	Encuesta.	Empleados.
Determinar el nivel de satisfacción al cliente.	Satisfacción al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de Satisfacción. • Procesos de atención al Cliente. • Formas de pago. • Tiempos de demora en atención al cliente. 	Enc. Clie.P03. Enc. Clie.P04. Enc. Clie.P06. Enc. Clie.P07.	Primario.	Encuesta.	Clientes.

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

1.7 Metodología de la Investigación

La metodología de la investigación comprende procedimientos y técnicas aplicadas de manera ordenada para el desarrollo del trabajo la mayor parte de información fue encontrada a través de encuestas, entrevista al personal y observación directa a los procesos.

1.7.1 Técnicas de la Investigación

Las técnicas son un conjunto de instrumentos y procedimientos que se utilizan para obtener los conocimientos necesarios de un tema determinado.

a) Encuesta

Es considerada como una técnica utilizada para obtener datos por medio de la interrogación, basándose en un cuestionario previamente desarrollado con el fin de obtener la información necesaria de una problemática de investigación. Se aplicó a 7 empleados con la finalidad de recolectar la mayor información de procesos y actividades que se realiza en la empresa, se aplicó 6 encuestas a los principales clientes para conocer la opinión de la satisfacción y calidad del servicio.

b) Entrevista

Es una técnica que ayuda a recolectar información de forma oral sobre temas de interés en las que participan dos partes: el entrevistador es la persona que realiza las preguntas y el entrevistado es quien responde. Se aplicó al propietario y a la contadora de la agencia grafica Centauro.

c) Observación Directa

La observación directa sucede cuando el investigador se asocia directamente con el hecho o fenómeno de investigación para su posterior análisis. Se realizó la observación directa a los procesos administrativos y contables de la empresa.

d) Análisis F.O.D.A

Es una herramienta que ayudará a conocer la situación actual de un objeto a estudiar que se dividen en factores internos que son las fortalezas y las oportunidades y factores externo que son las debilidades y amenazas.

1.8 Población o Universo

La empresa está constituida por 8 empleados distribuidos de la siguiente manera: Gerente propietario, contador externo, secretaria, 5 operativos.

1.8.1 Muestreo

Por ser un universo sumamente reducido no se aplicará la técnica de muestreo, se realizará la investigación al total del universo.

1.9 Tabulación y análisis de la información.

1.9.1 Encuesta dirigida a los empleados de la agencia grafica Centauro.

1. ¿Cuál es el tiempo que lleva trabajando en la empresa?

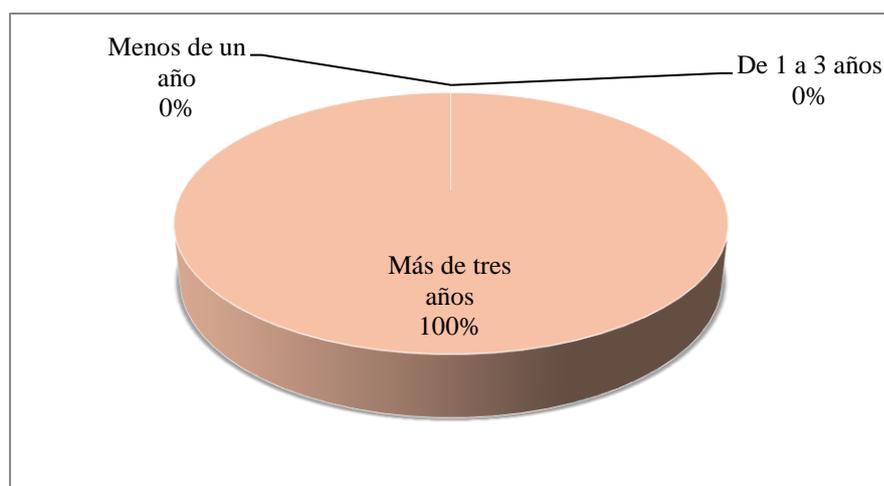
Tabla 2: Tiempo de Trabajo en la empresa.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Menos de un año	0	0%
De 1 a 3 años	0	0%
Más de tres años	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 1: Tiempo de Trabajo en la empresa



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

Con base en los resultados obtenidos se ha podido determinar que la totalidad de los trabajadores llevan laborando más de tres años; en contraste con la publicación de la revista líderes del 18 de mayo del 2017 del artículo titulado la rotación del personal ejecutivo es un alto costo señala que, debido a la situación económica de los últimos dos años, las compañías están ajustando sus estructuras y buscando ser más eficientes con menos personal. Con lo mencionado anteriormente se establece que en la agencia gráfica la rotación del personal no es frecuente.

2. ¿Qué nivel de instrucción académica tiene?

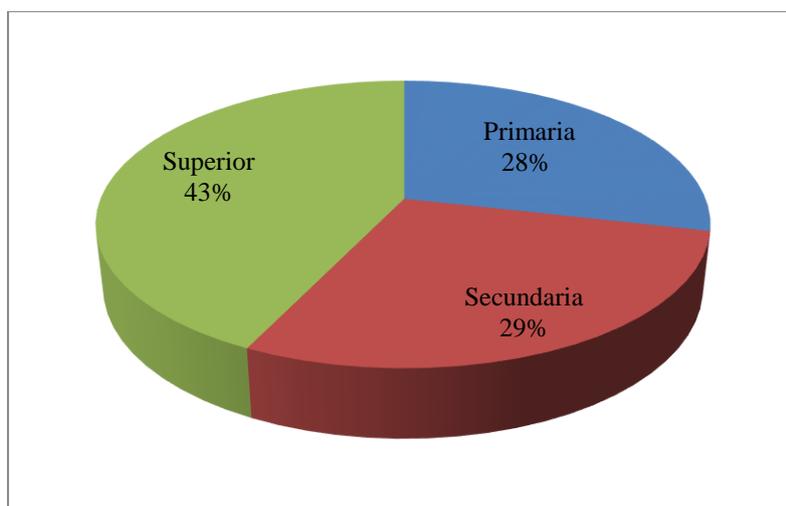
Tabla 3: Nivel de instrucción académica.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Primaria	2	29%
Secundaria	2	29%
Superior	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 2: Nivel de instrucción académica



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

Con base en los resultados obtenidos se observa que constituye un mayor porcentaje las personas que cuentan con un nivel académico superior, en contraste con la información encontrada en el blog de Noelia López del 4 de julio del 2016 del artículo titulado la importancia de la formación para tu desarrollo personal y profesional indica que mediante el estudio 'Randstand Workmonitor 2015' que revela que los profesionales con título de tercer y cuarto nivel tiene un alto grado de satisfacción laboral. Con lo anteriormente expuesto, se concluye que los estudios académicos superior es con los que cuentan los empleados de la agencia están acorde a los puestos que desempeñan, permitiendo tener un mejor desempeño en las funciones administrativas y de diseño gráfico.

3. ¿Existe un manual o un documento que exprese la forma correcta de realizar los procesos administrativos, contables y financieros en la empresa?

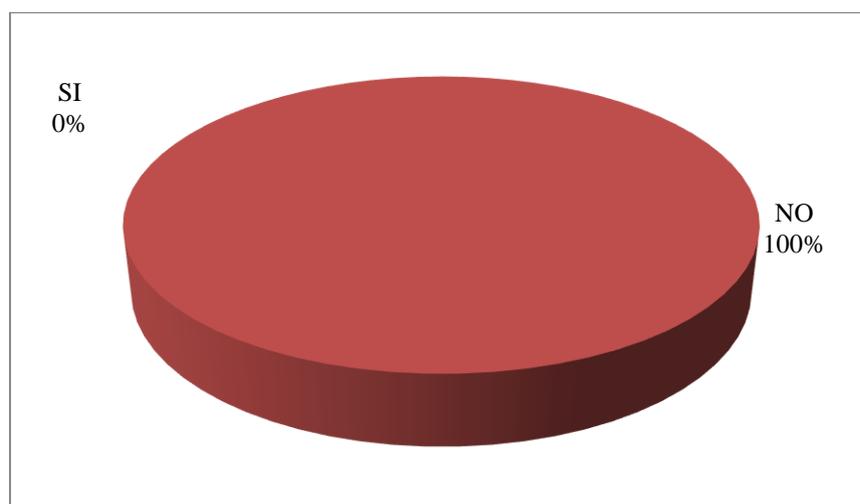
Tabla 4: Manual o documento de los procesos administrativos, contables y financieros.

Opciones	Resultado	Porcentaje
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 3: Manual o documento de los procesos administrativos, contables y financieros



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

La totalidad de la población encuestada manifestó que la empresa no cuenta con un manual que exprese en forma detallada los procedimientos administrativos, contables y financieros, en contraste con la publicación de Adriana Rodríguez del 10 de abril del 2016 de la página El Pulso Laboral titulado la importancia de un manual de operaciones menciona que es muy importante que los empleados tengan y conozcan a la perfección las actividades a desarrollar, pues esta información es la base de la cultura organizacional. Por lo mencionado anteriormente se concluye que es de vital importancia que la entidad cuente con este tipo de documentos, lo que denota que la propuesta tendrá una buena acogida por parte de la agencia.

4. ¿Cada cuánto tiempo la empresa realiza controles de desempeño de acuerdo al área que se desempeña?

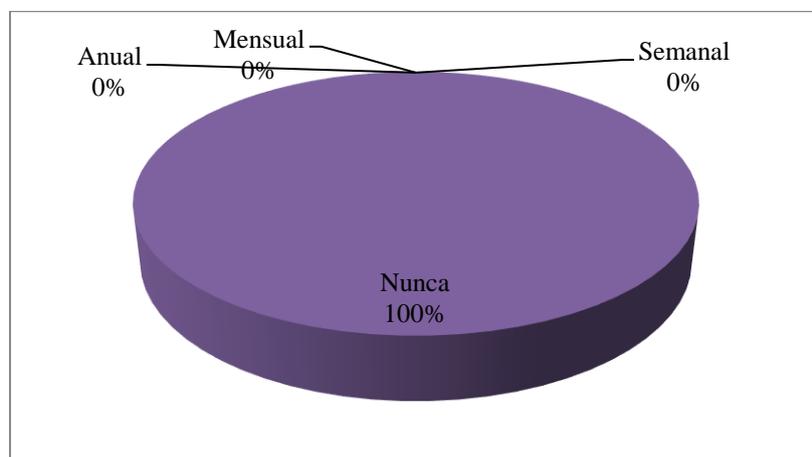
Tabla 5: Control de desempeño en el área que se desempeña.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Mensual	0	0%
Semanal	0	0%
Anual	0	0%
Nunca	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 4: Control de desempeño en el área que se desempeña



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

El total de los empleados encuestados manifestaron que no se les ha realizado ningún tipo de control en el área que laboran, en contraste con la publicación de Pablo Alejandro Alzate de la página empleo del 25 de junio del 2016 menciona que evaluar el desempeño de un trabajador es un componente fundamental para las empresas, porque ayuda a implementar estrategias a lograr eficacia. En conclusión, por lo mencionado anteriormente la agencia gráfica no cuenta con un sistema que le permita evaluar al personal y corregir deficiencias para mejorar el desempeño, en el ámbito administrativo y financiero, lo que redundaría en mayores ingresos y mejora en la situación económica de la empresa.

5. ¿Cuenta con la experiencia para el área en que se desempeña?

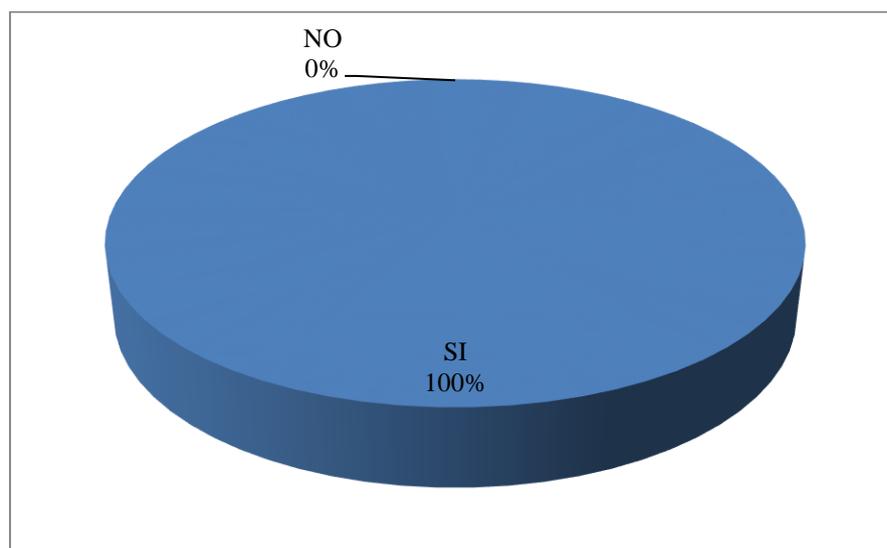
Tabla 6: Experiencia en el área que desempeña.

Opciones	Resultado	Porcentaje
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 5: Experiencia en el área que desempeña



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

El total de los trabajadores tienen la experiencia de acuerdo al área en la que se desempeña, considerando que todos llevan trabajando más de 3 años, en contraste mediante un estudio realizado por GMAC (Graduate Management Admission Council), la preparación previa es relevante a la hora de buscar trabajo. Se concluye que es importante la práctica necesaria para desarrollar las tareas asignadas en el menor tiempo posible y de manera adecuada.

6. ¿Cuál es el medio por el cual se le asigna las funciones?

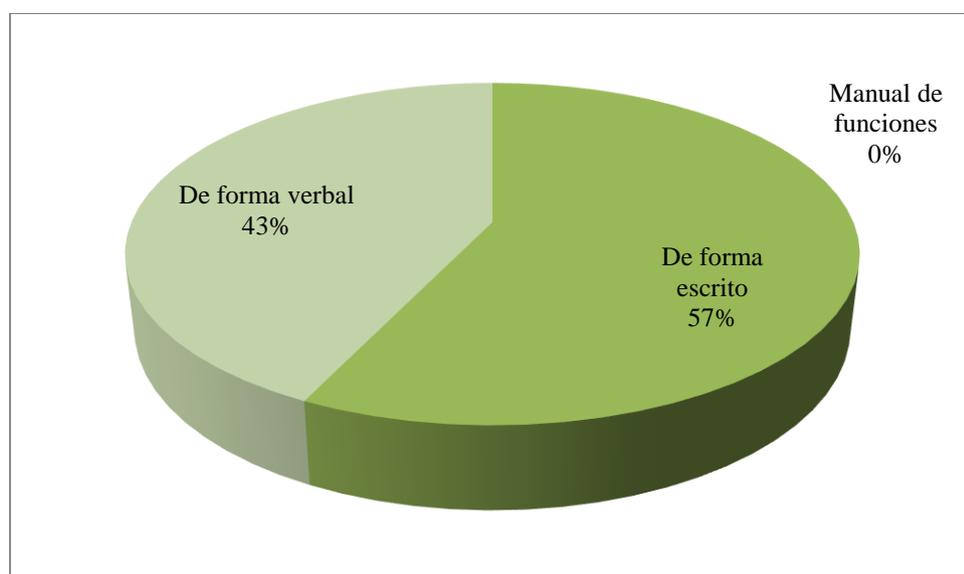
Tabla 7: Medios de asignación de funciones.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Manual de funciones	0	0%
De forma escrito	4	57%
De forma verbal	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 6: Medios de asignación de funciones



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

Con base en los resultados obtenidos se ha podido determinar que al 43% de los empleados que laboran en el área operativa se les asignan las funciones de forma verbal y el 57% correspondiente al área de diseño y administrativos se le asigna de forma escrita para un mejor desarrollo de sus labores, es necesario que la empresa cuente con un documento donde se detalle las tareas a desarrollar para cada trabajador.

7. ¿La empresa le ha brindado capacitaciones para las actividades de su área de desempeño?

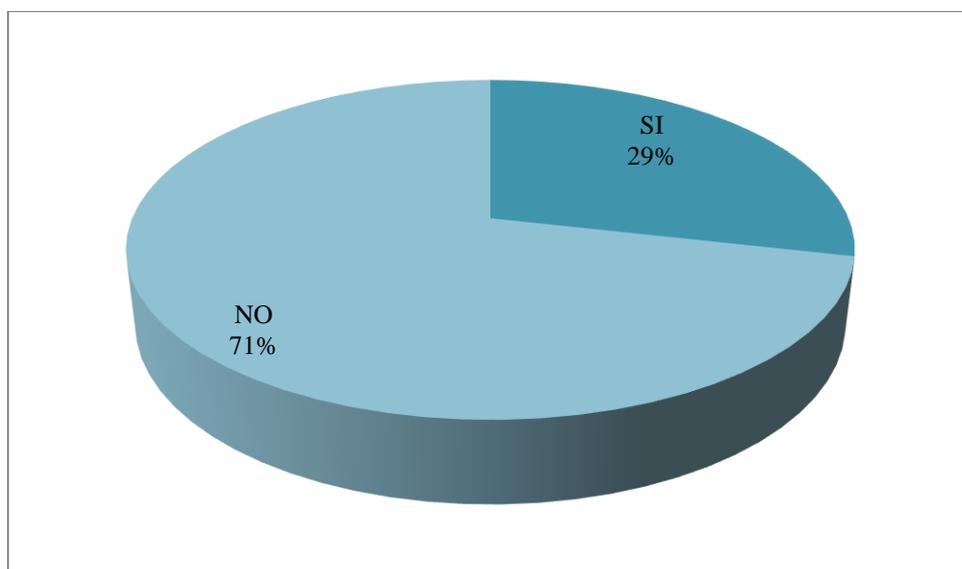
Tabla 8: Capacitaciones para el área de desempeño.

Opciones	Resultado	Porcentaje
SI	2	29%
NO	5	71%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 7: Capacitaciones para el área de desempeño



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

La mayor parte de los empleados no ha recibido ninguna capacitación, únicamente dos trabajadores del área de diseño han recibido la formación en el manejo de tecnologías para el desarrollo de sus actividades; contrastando esta información con la encontrada en la página salud mental integral escrita por Vania Valenzuela del 2 de abril del 2017 menciona que la capacitación es una herramienta que mejorara el desempeño en aspectos técnicos y habilidades como la comunicación, el liderazgo y el trabajo en equipo. Razón por la cual es necesario que la entidad cuente con un plan de capacitación periódica en el uso de las TICS.

Si la respuesta es positiva ¿Cómo la Obtuvo?

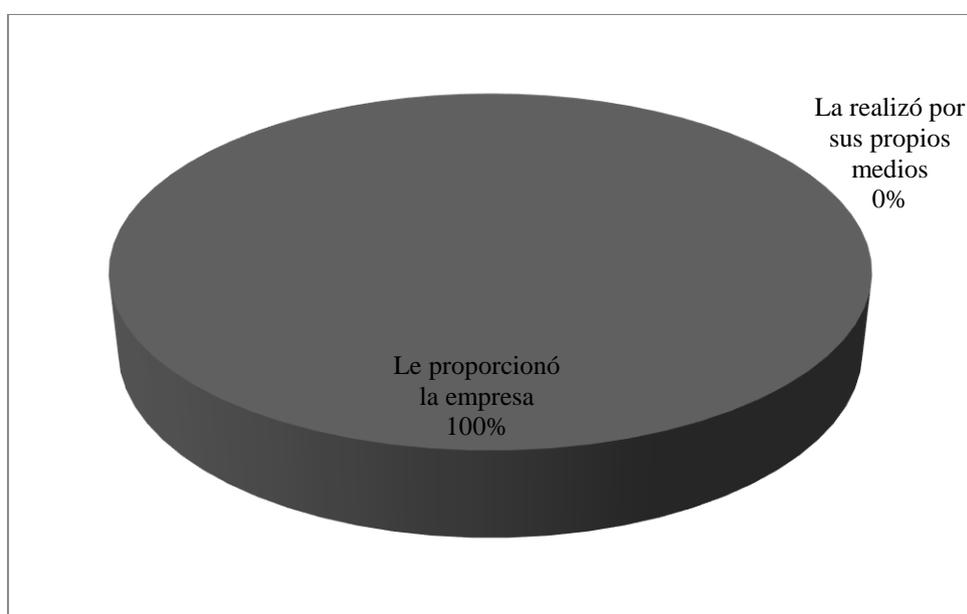
Tabla 9: Como obtuvo capacitaciones.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Le proporcionó la empresa	2	100%
La realizó por sus propios medios	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 8: Como obtuvo capacitaciones



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

El total de empleados a quienes se les ha proporcionado capacitaciones han sido por parte de la empresa, con el fin de que realicen sus actividades de mejor manera, especialmente en el uso de ilustrador, photoshop y programas propios para el área de diseño gráfico.

8. ¿Cómo calificaría el ambiente laboral de la empresa?

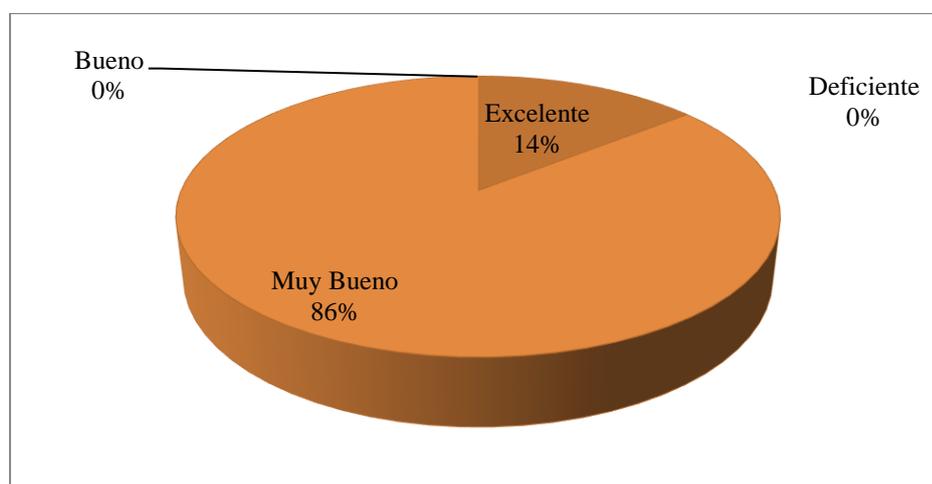
Tabla 10: Ambiente laboral.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Excelente	1	14%
Muy Bueno	6	86%
Bueno	0	0%
Deficiente	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 9: Ambiente laboral



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

La mayoría de trabajadores afirman que el ambiente laboral es muy bueno mientras que un porcentaje menor considera que es excelente, contrastando esta información con la publicación de por Javier Caparrós del 16 de enero del 2017 en la página empresa es saludable titulado la importancia de mantener un buen ambiente laboral que menciona que numerosos estudios confirman que una de las principales motivaciones de los trabajadores, además de unas buenas condiciones laborales, es el ambiente de trabajo. Este es un aspecto positivo logrado por la empresa por cuanto existe igualdad, liderazgo, relaciones laborales entre los empleados, buenas condiciones físicas, entre otros aspectos de buenas con que dispone la empresa para establecer una situación laboral adecuado.

9. ¿Se han realizado talleres de motivación en búsqueda de mejorar y mantener las buenas relaciones interpersonales dentro de la empresa?

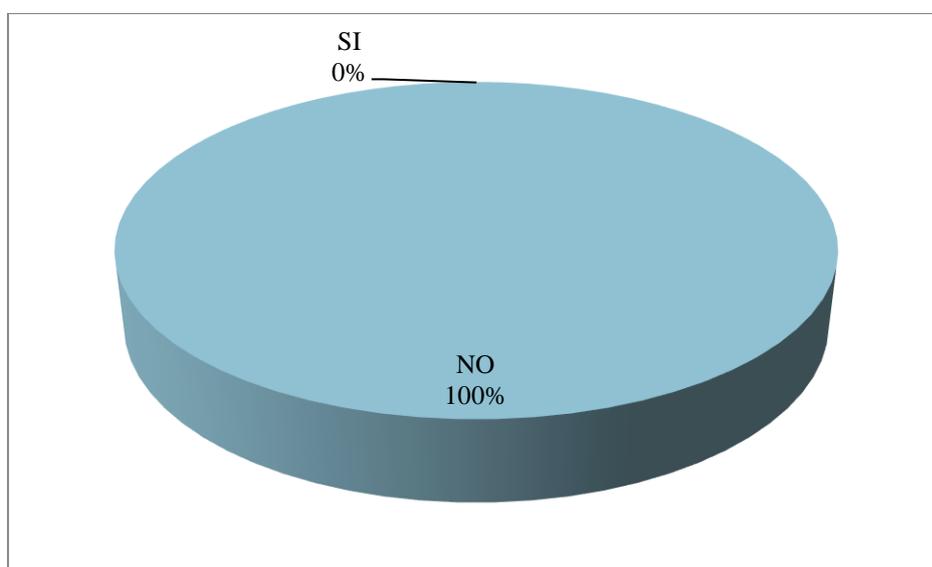
Tabla 11: Talleres de motivación.

Opciones	Resultado	Porcentaje
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 10: Talleres de motivación



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

El total de los empleados manifestaron que no se realizan talleres motivaciones. Según el blog EQUI publicado por María Ramírez Mordan el 11 de marzo 2014 titulado importancia de la motivación laboral en el que se menciona que la motivación laboral supone un cambio cualitativo a la hora de llevar a cabo un trabajo, pero también como forma de mantener un ambiente agradable y pro activo en búsqueda de mejorar y mantener las buenas relaciones interpersonales dentro de la empresa. Por lo que es indispensable contar con talleres de motivación dentro de la entidad.

10. ¿Cuenta con uniformes y accesorios de trabajo, que garanticen la seguridad en el desempeño de sus funciones?

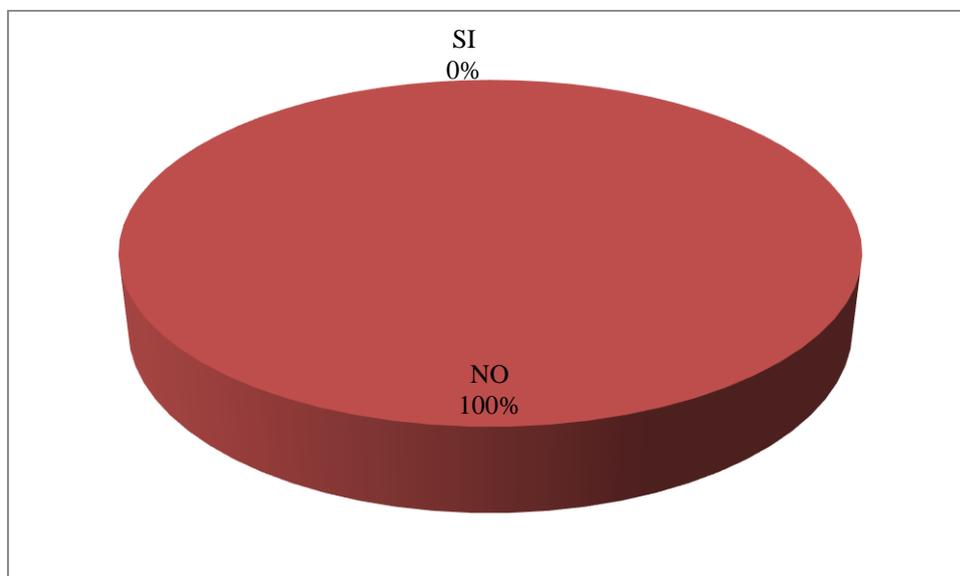
Tabla 12: Accesorio de trabajo.

Opciones	Resultado	Porcentaje
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 11: Accesorio de trabajo



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

El total de los empleados manifestaron que no cuentan con un equipo de trabajo que les permita realizar sus actividades de forma segura; en contraste con la información publicada el 4 de septiembre del 2014 en la página centro comercial industrial y de fomento de Atlántida titulado la importancia de la seguridad en el trabajo menciona que el trabajo sin las medidas de seguridad apropiadas puede acarrear serios problemas para la salud, incrementando costos del personal para la institución. Por lo tanto, es necesario establecer las directrices para el cumplimiento de la Seguridad y Salud Ocupacional.

11. ¿Cómo califica la dirección de la empresa?

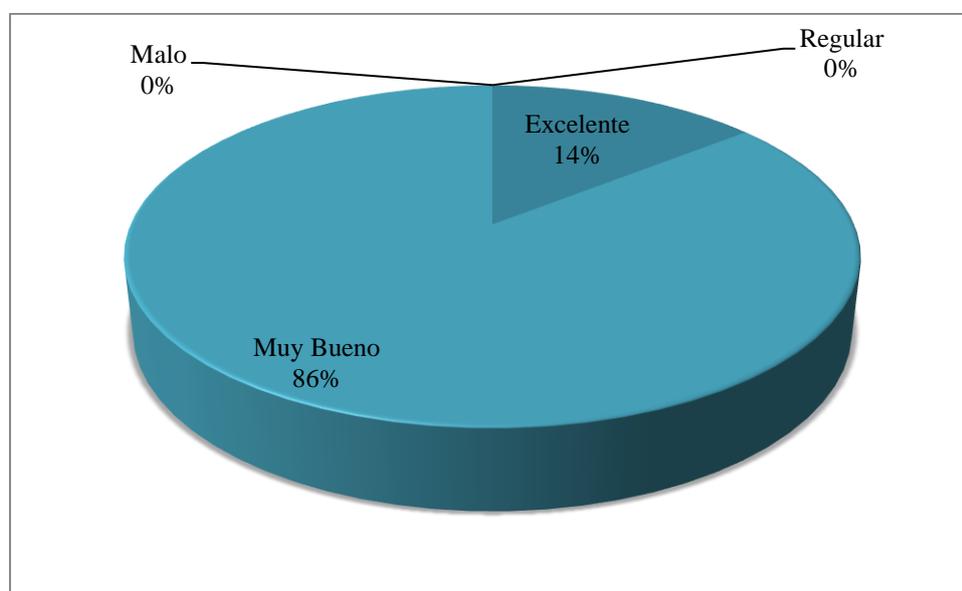
Tabla 13: Dirección de la empresa.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Excelente	1	14%
Muy Bueno	6	86%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 12: Dirección de la empresa



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

Casi la totalidad de los trabajadores consideran que la dirección de la empresa es muy buena y una minoría consideran que es excelente; en contraste con la publicación de Christian Marciaga el 5 de marzo del 2015 en la página Emprendices titulado la importancia de la dirección en las organizaciones que menciona que la dirección es un aspecto muy importante para el desarrollo de las organizaciones, hecho que ocasiona que la gerencia emita sus instrucciones, ordenanzas y asegura que los colaboradores las acaten.

1.9.2 Encuesta dirigida a los clientes de la agencia grafica Centauro

1. ¿Cómo conoció la agencia grafica Centauro?

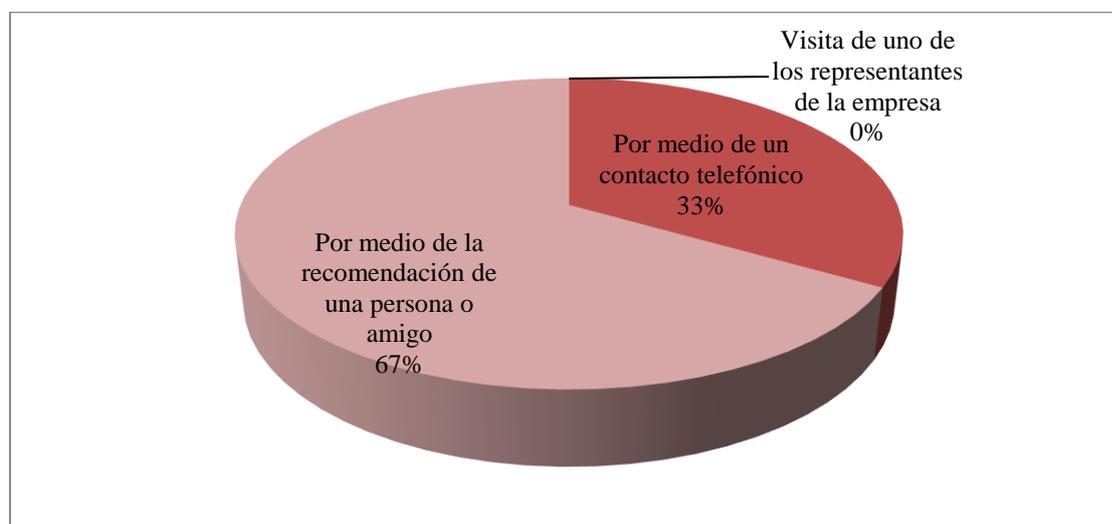
Tabla 14: Como conoció de la agencia.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Visita de uno de los representantes de la empresa	0	0%
Por medio de un contacto telefónico	2	33%
Por medio de la recomendación de una persona o amigo	4	67%
TOTAL	6	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 13: Como conoció de la agencia



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

Se pudo determinar que la mayoría de clientes recomienda en forma verbal los servicios de la empresa porque cumple sus expectativas y en un porcentaje menor por medio de contacto telefónico, en contraste a lo mencionado en el blog servicios para las empresas del 5 de agosto del 2015 manifiesta que 90% de los consumidores a la hora de solicitar un servicio lo hacen a través de empresas que les han recomendado conocidos suyos; por lo cual la entidad puede definir estrategias de ventas para captar un mayor número de consumidores.

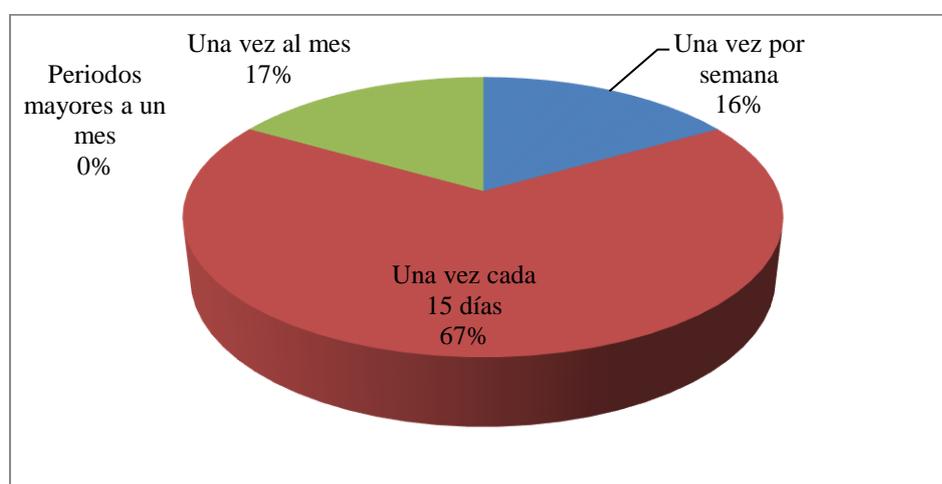
2. ¿Con que frecuencia requiere el servicio de la empresa?

Tabla 15: Frecuencia con que requiere el servicio.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Una vez por semana	1	17%
Una vez cada 15 días	4	67%
Una vez al mes	1	17%
Periodos mayores a un mes	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.
Elaborado por: Autores.

Gráfico 14: Frecuencia con que requiere el servicio



Fuente: Diagnóstico Situacional.
Elaborado por: Autores.

Análisis

La mayoría de los clientes afirman que adquieren los servicios cada 15 días, mientras que una minoría adquiere una vez a la semana; contrastando con la publicación de Rick Suttle el 1 de febrero del 2018 en la página cuida tu dinero menciona que las empresas utilizan la publicidad para lograr diversas metas y objetivos, esto se logra generalmente mediante la variación de los mensajes y contenidos en los anuncios. Para la agencia gráfica este dato le permitirá satisfacer las necesidades del cliente. Tomando como estrategia realizar llamadas telefónicas para asesorar sobre los servicios ofrecidos por la empresa.

3. ¿El servicio prestado por la empresa cumple con sus expectativas?

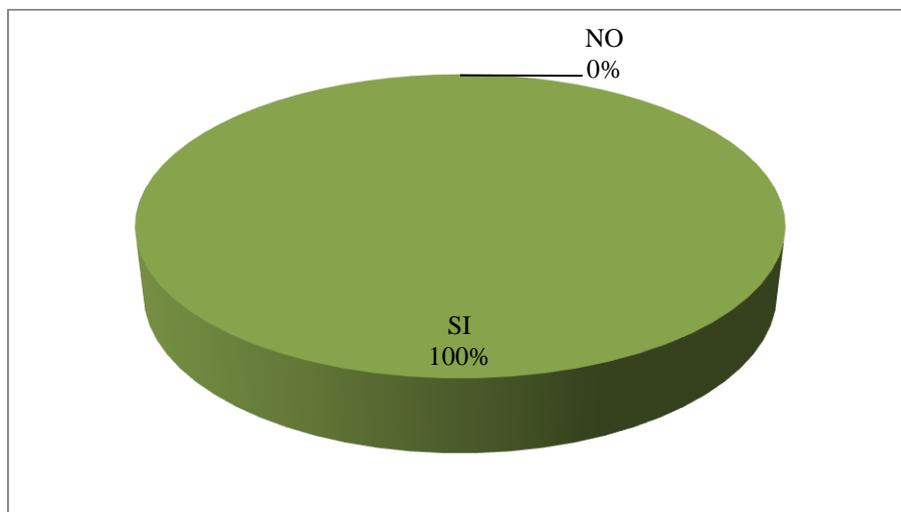
Tabla 16: Expectativas del servicio prestado.

Opciones	Resultado	Porcentaje
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 15: Expectativas del servicio prestado



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

Se determina que la totalidad de los clientes consideran que la empresa cumple con las expectativas del servicio prestado, contrastando con la ISO 9000 de normas de sistemas de gestión de la calidad (junto con ISO 9004), permite que las organizaciones cumplan con las expectativas y necesidades de sus clientes, entre otros beneficios, este es un factor importante que determina la aceptación de la empresa en el mercado. De esa manera se podrán implementar estrategias que ayuden a conservar los clientes potenciales.

4. ¿Cómo calificaría la atención que brinda la empresa?

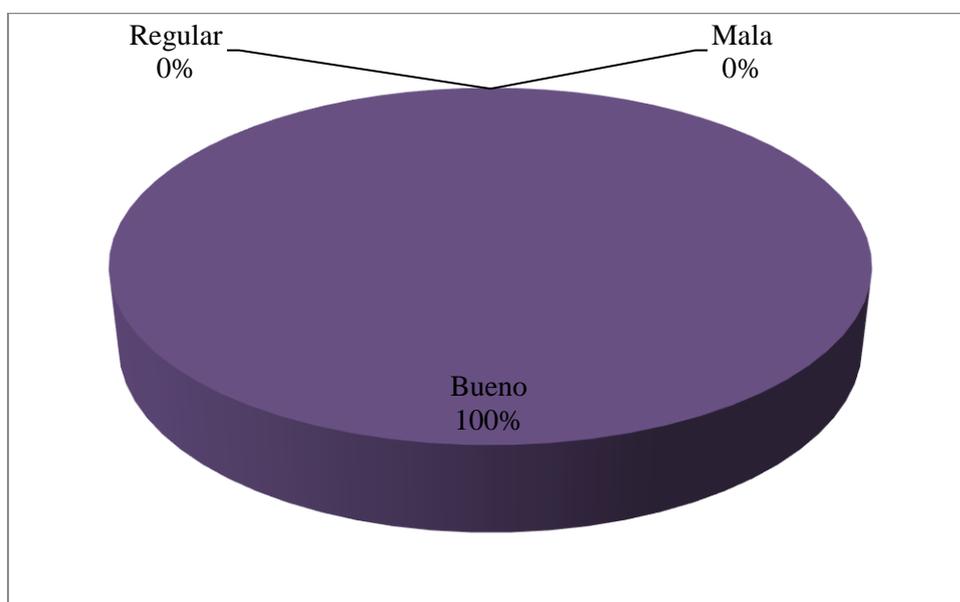
Tabla 17: Atención que brinda.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Bueno	6	100%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 16: Atención que brinda



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

El total de los clientes consideran que la atención es buena; en contraste con la página herramientas empresariales menciona que la satisfacción del cliente se ha convertido en uno de los objetivos fundamentales de las organizaciones. Por lo tanto, es un indicador que permite establecer que en la empresa existe el personal comprometido para realizar sus actividades y de esa manera tener la lealtad de los clientes.

5. ¿Ha recomendado el servicio a otras personas?

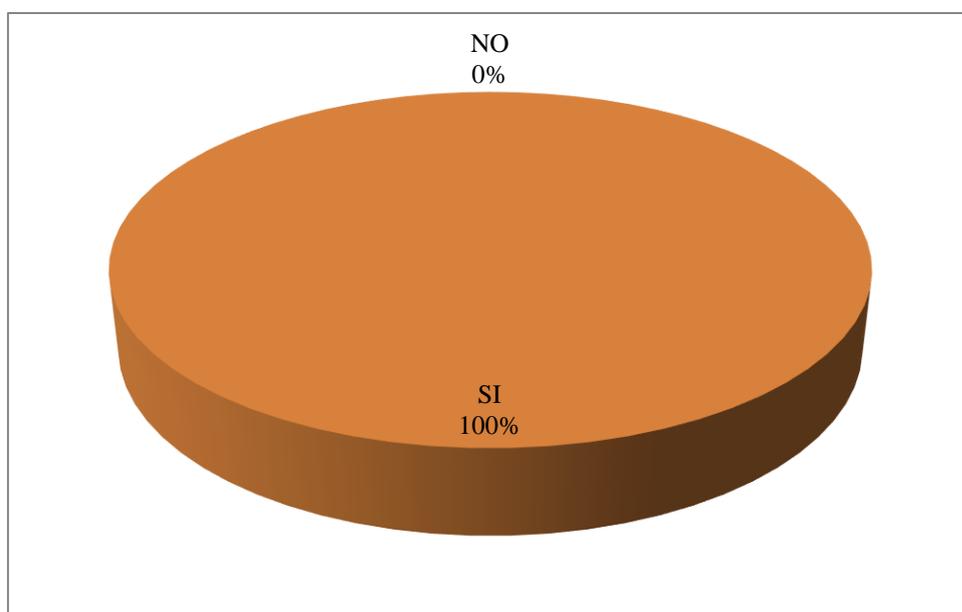
Tabla 18: Recomendación del servicio.

Opciones	Resultado	Porcentaje
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 17: Recomendación del servicio



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

La población encuestada ha recomendado el servicio de la empresa a terceras personas, en contraste con la página EAE Business School del 26 de junio del 2017 menciona que un cliente que ha tenido una experiencia extraordinaria quedará agradecido y sus sensaciones pueden traducirse bien en recomendaciones de boca en boca a conocidos, familiares y amigos, lo cual es una fortaleza que permite el crecimiento del mercado de una forma muy efectiva para llegar a más personas permitiendo conseguir beneficios y brindar un servicio de calidad.

6. ¿Qué plazos para el pago de facturas le gustaría?

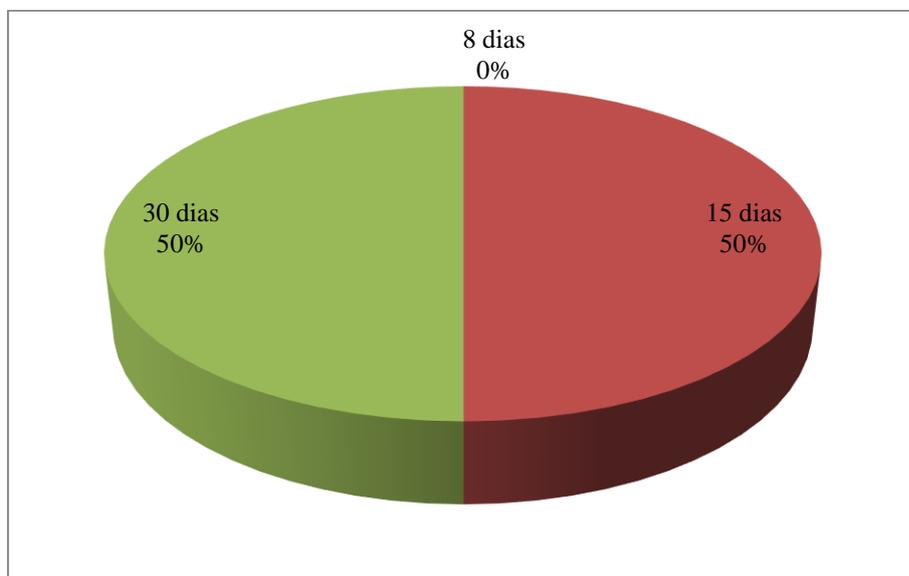
Tabla 19: Plazos para el pago de facturas.

Opciones	Resultado	Porcentaje
8 días	0	0%
15 días	3	50%
30 días	3	50%
TOTAL	6	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 18: Plazos para el pago de facturas



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

La mitad de los clientes manifestaron que les gustaría pagar las facturas en un plazo de 15 días, mientras que la otra mitad le gustaría que el plazo de pago sea de 30 días, este dato es importante para establecer las estrategias de ventas de la empresa.

7. ¿Debe mejorar el servicio de atención al cliente en los servicios ofrecidos por la empresa?

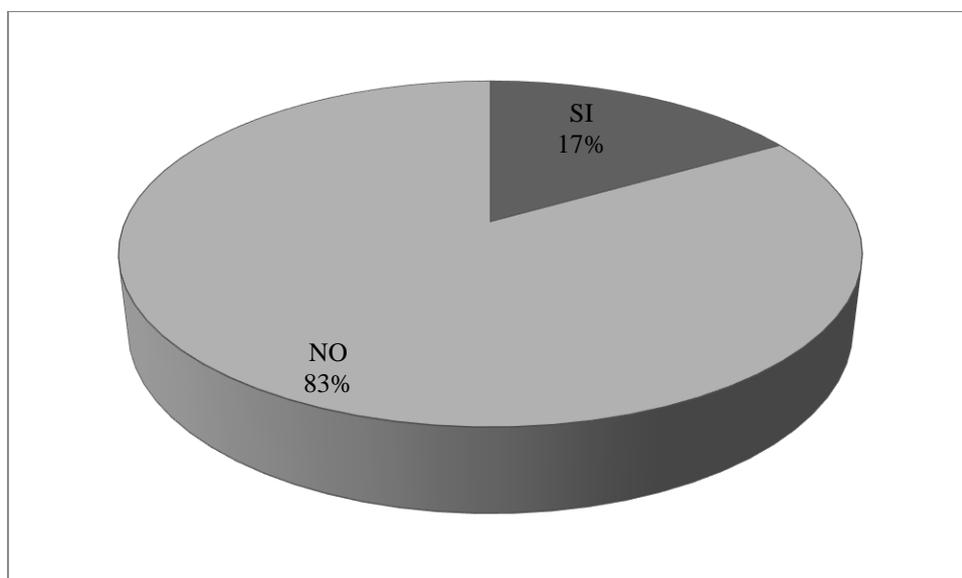
Tabla 20: Servicio de atención al cliente.

Opciones	Resultado	Porcentaje
SI	1	17%
NO	5	83%
TOTAL	6	100%

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Gráfico 19: Servicio de atención al cliente



Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Análisis

La mayoría de los clientes consideran que la empresa brinda un buen servicio de atención al cliente; un porcentaje minoritario considera que se debe mejorar para que la empresa tenga mayores beneficios, en contraste con la página centro de investigación de mercados, menciona que la calidad del servicio al cliente es una ventaja comparativa importante porque puede hacer la diferencia en cualquier empresa o negocio.

1.9.3 Entrevista dirigida al propietario de la agencia grafica Centauro

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA



ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO

Indicaciones: Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio de la manera más sincera posible.

1. ¿Existe planificación apropiada dentro de la empresa?

La planificación es diaria; esta se la realiza con anterioridad, los trabajos que se tienen que imprimir tiene que pasar todo el proceso de diseño como es la aprobación, el armado de las planchas y finalmente la impresión que puede ser laser u offset.

2. ¿La empresa está cumpliendo con los objetivos planteados?

Si se ha cumplido con los objetivos ya que la agencia gráfica inició sus actividades en el 2008, en el transcurso de los años se ha conseguido abarcar un mayor segmento de mercado y lograr la satisfacción del cliente mediante diseños personalizados.

3. ¿Cómo se encuentra distribuidas las áreas de la empresa?

La agencia gráfica está dividida en tres áreas: área estratégica, área administrativa y área operativa.

4. ¿Cómo se promueve los principios en la empresa?

Se logra mediante el trabajo y la constancia ya que es una empresa en la que se trabaja con transparencia, que cumplen con las leyes que las rige.

5. ¿La empresa tiene organigrama, políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos para toda la organización?

La empresa no cuenta con un organigrama, políticas y manuales de ningún tipo en los que se describa los cargos y responsabilidades que tiene cada empleado, considerando que es una pequeña empresa.

6. ¿Cómo realiza las actividades de dirección de la empresa?

La dirección se realiza de manera empírica en el proceso administrativo, lo que permite cumplir con las actividades medianamente; teniendo en cuenta las capacidades, experiencia o formación académica.

7. ¿Existe procesos delimitados para cada área?

Si existe una delimitación de tareas para el área operativa, esta se realiza de forma verbal en donde se establece las actividades a realizar en un tiempo determinado para la entrega de trabajos oportunamente.

8. ¿Se realiza controles de desempeño en la empresa? Si la respuesta es no ¿Por qué?, y si la respuesta es sí ¿Cuáles?

Si se realiza los controles de desempeño con el rendimiento de acuerdo a la actividad que se está ejecutando y esto se da en especial en el proceso de producción.

9. ¿Se comunica claramente los objetivos, metas, estrategias y funciones para cada cargo dentro de la empresa?

Al ingresar a la agencia es comunicado los objetivos, metas, estrategias y sus funciones, existe un documento que se les entrega los primeros días de trabajo.

10. ¿A qué tipo de organismo de control se somete la empresa?

La empresa cumple sus obligaciones con los organismos de control que son el SRI, IESS y el SERCOP.

11. ¿Qué nivel de instrucción tiene el personal?

El personal que labora en la empresa tiene el nivel académico primario, secundario y superior.

12. ¿Se realiza capacitaciones en la empresa? Si la pregunta es si ¿Cada cuánto?

La empresa no realiza capacitaciones, en el caso de que exista el ingreso de un nuevo empleado o se implemente un nuevo proceso se les da las instrucciones necesarias.

13. ¿Cuenta con un capital de trabajo adecuado?

Si cuenta con un capital de trabajo adecuado, el cual le permite cubrir las necesidades de la empresa razón por la cual se ha mantenido 10 años en el mercado.

14. ¿Con qué tipo de financiamiento cuenta?

No existe ningún tipo de financiamiento ya que la empresa solventa sus gastos mediante los ingresos captados.

1.9.4 Entrevista dirigida a la contadora de la agencia grafica Centauro.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA
ENTREVISTA DIRIGIDA A LA CONTADORA

Indicaciones: Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio de la manera más sincera posible.

1. ¿Existe una delimitación clara de las políticas contables dentro de la empresa?

No, la empresa no tiene definidas las políticas contables de manera escrita, estas son empíricas acordes a las necesidades y otras según lo que establecen los entes de control como es el Servicio de Rentas Internas.

2. ¿Qué tipo de procedimientos contables aplica la empresa?

Como se mencionó anteriormente son empíricos acordes a las necesidades de la empresa, se tienen el proceso para la compra de bienes y servicios y la venta de servicios a los clientes.

3. ¿Cuenta con un sistema contable acorde a las actividades que realiza la empresa?

La empresa no dispone de un software. Pero para el registro el sistema contable se lo realiza mediante la utilización de herramientas como el Excel a través de la cual se procede a registrar los asientos contables, mayorizar, obtener los reportes financieros, como son el estado de resultados y balance general mismos que se presentan anualmente o cuando lo requiera el dueño de la empresa.

2. ¿En qué fechas presenta los estados financieros?

Los estados financieros se presentan cada año o cuando el dueño de la empresa lo pida para efecto de toma de decisiones, o porque amerita de los informes para realizar algún trámite

especial, sin embargo, cada mes se le reporta informes al dueño de manera general y verbal sobre la situación de la entidad.

5. ¿Se realiza las declaraciones de impuestos a tiempo?

Si se cumple con la declaración de impuestos en las fechas asignadas por la administración tributaria esto es hasta el 26 de cada mes, fecha en que se presenta la declaración del impuesto al valor agregado y por retenciones en la fuente, se presenta el anexo transaccional y cada año existe la obligación del impuesto a la renta, así como la declaración del pago del anticipo a la renta que se lo realiza en los meses de julio y septiembre.

6. ¿Se realiza algún tipo de análisis financiero a las cifras de los Estados Financieros?

No se realiza un análisis financiero a los informes económicos, la toma de decisiones está a cargo del dueño a través de un estudio de las ventas, compras y reportes mensuales sobre los movimientos de la empresa.

7. ¿La empresa cuenta con solvencia económica para cubrir sus obligaciones en el corto plazo?

En cuanto a la liquidez de la empresa existen los recursos para cubrir las obligaciones emergentes, más aún existen meses más rentables que otros lo que hace que en esos períodos la solvencia económica sea mayor. La responsabilidad del dueño es la de cumplir siempre con las obligaciones que ha contraído.

8. ¿Se estructura un presupuesto anual?

No, la empresa no realiza un presupuesto anual, al desarrollar actividades de diseño gráfico, no tiene ingresos o gastos estables para establecer una base que le permita desarrollar presupuestos cada año.

1.9.5 Ficha de Observación

Tabla 21: Ficha de Observación: Proceso Administrativo.

FICHA DE OBSERVACION:		N° 1
Empresa: Localidad: Área: Fechas de visitas:		Agencia grafica Centauro Ibarra- Imbabura Proceso Administrativo 6 y 7 noviembre del 2018
Preguntas	Verificación	Observación
1. ¿La empresa cuenta con una adecuada organización estructural?	No tiene un organigrama estructural.	El propietario Lic. Renato Clerque indicó que al momento de contratación del personal se da a conocer de forma verbal la organización de la empresa.
2. ¿Se encuentran distribuidas las funciones por medio de un manual al personal?	No tiene cuenta con manual de funciones.	El propietario Lic. Renato Clerque indicó que las instrucciones al personal se realizan de forma verbal.
3. ¿Existe un documento que exprese la filosofía empresarial?	Si existe un documento digital.	El propietario Lic. Renato Clerque presentó un documento donde se encuentra los objetivos, valores y principios sin embargo no cuenta con una misión y visión.
4. ¿Se realiza la planificación de las actividades a realizarse?	Si se realiza una planificación diaria.	El propietario Lic. Renato Clerque lleva un registro de las actividades planificadas en una agenda.
5. ¿Se realiza controles de desempeño?	No se realiza controles de desempeño al personal.	Se constató que no existe controles de desempeño mediante algún sistema por parte de la empresa.
6. ¿Existe documento que establezca las actividades que debe realizar la dirección?	No existe dicho documento.	No se pudo constatar la existencia de un documento que indique las actividades a seguir por parte de la dirección esta se las realiza de una forma empírica.

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

Tabla 22: Ficha de Observación: Proceso Contable.

FICHA DE OBSERVACION:		N° 2
Empresa: Localidad: Área: Fecha de visita:		Agencia grafica Centauro Ibarra- Imbabura Proceso Contable 12 de noviembre del 2018
Preguntas	Verificación	Observación
1. ¿La empresa posee un plan de cuentas?	No existe un documento físico o digital.	No se pudo constatar la existencia de un documento donde se detalle un plan de cuentas.
2. ¿Tiene la empresa los registros contables debidamente elaborados?	Si cuenta con todos los registros contables.	Ingeniera Alba Cevallos indicó los registros contables de la empresa.
3. ¿Existe una delimitación clara de las políticas contables dentro de la empresa?	No, la empresa no tiene definidas las políticas contables de manera escrita.	Se constató que las políticas contables son empíricas acordes a las necesidades.
4. ¿Cuenta con un sistema contable acorde a las actividades que realiza la empresa?	No cuenta un sistema contable acorde a la empresa.	Se determinó que la empresa no dispone de un software. Pero para el registro el sistema contable se lo realiza mediante la utilización de herramientas como el Excel.

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

1.10 Análisis PEST(A)

Tabla 23: Análisis PEST(A)

Análisis PEST(A)	
Análisis del Macro entorno	
Entorno Político Legal	<p>El entorno Político Legal engloba las diferentes leyes, reglamentos y dictámenes los que se rige la entidad entre los que se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En la Ley de Régimen Tributario Interno en el artículo 55 numeral 7, se determina que tendrá tarifa cero las transferencias e importaciones de los siguientes bienes: papel bond, libros y material complementario que se comercializa conjuntamente con libros. (Asamblea Nacional, 2009) • Artículo 55 impuesto al valor agregado sobre servicios, numeral 8 servicios gravados con tarifa cero a las impresiones de libros. • En el Reglamento de comprobantes de venta y Retención en el Capítulo V se determina que el Servicio de Rentas Internas otorgará la autorización a establecimientos gráficos para que impriman comprobantes de venta y retención autorizados siempre que cumplan con los requisitos establecidos. • Existe un manual de buenas prácticas ambientales donde se señala la Gestión de los desechos sólidos institucionales, el uso eficiente del papel entre otros. <p>Además de lo expuesto todas las empresas están en la obligación de establecer sus reglamentos internos que viabilicen la gestión de las tareas en las diferentes áreas de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno. – El gobierno del Ecuador está formado por cinco poderes que son: el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, el Poder Judicial, el Poder Electoral y el Poder de participación ciudadana. • Clima Político. – En la actualidad se cuenta con un clima político estable, existiendo sectores oponentes a las iniciativas del actual régimen. • Políticas gubernamentales. – La gestión gubernamental se ha estructurado en: • Iniciativas. – Donde una de las más importantes es el de impulsar la matriz productiva, motivando a la creación de nuevos emprendimientos y a los ya existentes a buscar un desarrollo constante. <p>La situación de grandes eventos realizados por sector público como son presentaciones de las obras realizadas, rendición de cuentas, campañas políticas, seminarios, ceremonias de conmemoración en las cuales se requiere servicios de diseño y publicidad que es una oportunidad para las empresas de diseño gráfico.</p>
Entorno Económico	<p>A pesar del crecimiento de la economía ecuatoriana en un 0,9% entre junio y septiembre del 2018 se observa en los datos del Banco Centra del Ecuador comparando con el año 2017 que creció en un 1,4% que la situación económica del país fue mejor en el año pasado, esto debido a la variación negativa de 3,2% asociada a una disminución en el nivel de producción de crudo. (El Comercio, 2019) publicado el 2 de enero de 2019 en su artículo titulado El PIB de Ecuador creció 1,4% en el tercer trimestre del 2018</p> <p>Otros factores que afectan directamente a la economía de los habitantes del país es la eliminación del subsidio a los combustibles y el constante ingreso desmedido de ciudadanos de otros países en condiciones de refugiados.</p>
Entorno Social	<p>En la actualidad el Ecuador tiene una población estimada de 16.528.730 habitantes y según proyecciones realiza por el INEC que la población aumentará a unas 17.510.643 personas existiendo un crecimiento de 249.751 habitantes cada año publicado el 1 de enero de 2018.en su artículo titulado Número de habitantes en Ecuador.</p> <p>En el aspecto empresarial el Ecuador registro según el INEC 843745 empresas en el 2016 lo que representa mercado potencial para las agencias gráficas, puesto que toda empresa necesita de algún medio de publicidad para dar a conocerse. (Ecuadorec, 2018) publicado el 31 de octubre de 2017.</p>
Entorno Tecnológico	<p>En cuanto a Infra estructura física el Ecuador de acuerdo a la información de (El comercio, 2015) publicado el 24 de febrero de 2015 en su artículo Ecuador, entre los países con mejor infraestructura, “Ecuador está por encima del promedio en el ‘ranking’ de los países que poseen una adecuada infraestructura destinada al desarrollo. Así lo determina un estudio presentado por la Federación Interamericana de la Industria de la Construcción (FIC)”. Entre los 18 países que integran la Federación Interamericana de la Industria de la Construcción, Ecuador se ubicó en el octavo puesto, con USD 8 029 millones, según datos del 2013.</p> <p>El país cuenta con un plan de desarrollo tecnológico y que potencia la ampliación de la matriz tecnológica y apoya la diversificación de la economía. El documento se llama Plan Estratégico de Investigación, Desarrollo e Innovación para las TIC en el Ecuador.</p> <p>El acceso a internet y a la telefonía móvil ha aumentado significativamente facilitando el envío de archivos digitales, las importaciones que realiza el Ecuador como son computadores en el caso de la agencia gráfica es la herramienta esencial para el desarrollo de actividades diarias según la publicación de: (Ecuadorec, 2017) Publicado el 21 de diciembre de 2017 en su artículo titulado Productos que importa el Ecuador.</p>
Entorno Ambiental	<p>Se han implementado tácticas ambientales para el desarrollo sustentable que aporten a la conservación del medio ambiente donde se recalca La Política y Estrategia de Biodiversidad y Estrategia para el Desarrollo Forestal Sustentable del Ecuador.</p>

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

1.11 Fuerzas de Porter

Tabla 24: Fuerzas de Porter

Cinco Fuerzas de Porter	
Análisis del Micro entorno	
Poder de negociación de los proveedores	Los proveedores de la empresa son todas aquellas organizaciones que brindan insumos de impresión tales como tintas, papeles, maquinarias. Como la empresa necesita equipamiento especializado por el volumen y calidad de sus servicios, sus proveedores son también especializados, lo que les confiere poder de negociación
Poder de negociación de los clientes	El portafolio de los clientes de la empresa está compuesto por organizaciones, entidades tanto del sector público y del sector privado emprendedor y marcas diversas; se deben considerar el cambio frecuente de gustos y preferencias al momento de la realización de los artes. Al existir gran cantidad de competidores, el poder de negociación con los clientes disminuye, limitando las posibilidades de la empresa de establecer las reglas del juego.
Rivalidad entre los competidores	El mercado de los servicios gráficos tiene una gran competitividad, marcada por una competencia grande en diferentes niveles, con un gran poder de negociación de proveedores y menor con respecto a los clientes. Por este motivo es necesario tomar acciones estratégicas para asegurar la cuota de mercado necesaria para generar utilidades.
Amenazas de nuevos competidores	Son sus competidores potenciales todas aquellas personas que decidan entrar en este negocio, y aquellos pequeños emprendimientos que vayan alcanzando mayor crecimiento en el mercado de la imprenta y el diseño gráfico. La amenaza de entrada de nuevos competidores es una de las fuerzas más reconocidas y que se emplea para descubrir las organizaciones con características económicas y productos/servicios similares en el mercado.
Amenazas de servicios sustitutivos	Existen varias formas de amenazas para las organizaciones, ya que sustituyen parcial o totalmente los servicios que brinda la empresa. Sobre todo, en lo relacionado con la publicidad, pues en la última década las empresas están trasladando parte de sus presupuestos a los medios digitales, que no requieren de la impresión de volantes, trípticos, y otros formatos en papel, lo que hace que se formen alianzas estratégicas con empresas que brinden este tipo de servicios.

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

1.12 Análisis F.O.D.A

Tabla 25: Construcción de Matriz F.O.D.A.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Buena ubicación geográfica en una zona comercial. F2. Fidelidad de los clientes. F3. Buena dirección administrativa. F4. Experiencia en el mercado. F5. Productos de calidad acordes a las expectativas de los clientes. F6. Buen ambiente Laboral. F7. Buena acogida del servicio.	O1. Cambios tecnológicos constantes en la maquinaria. O2. Participación en grandes eventos publicitarios en la ciudad. O3. Alianzas estratégicas con otras empresas. O4. Alta demanda de productos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Falta de control de desempeño laboral. D2. Falta de capacitaciones al personal. D3. No posee manuales de ningún tipo. D4. Falta de accesorios para realizar las actividades de forma segura.	A1. Situación económica del País. A2. Gran cantidad de Oferentes. A3. Competencia desleal. A4. Cambio constante en los gustos y preferencias de los clientes.

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

1.13 Cruces estratégicos

Tabla 26: Cruces estratégicos.

<p>1. Estrategias FO (Fortalezas y Oportunidades).</p> <p>F1, O4.- Aprovechar la buena ubicación geográfica en una zona comercial que permita al cliente llegar con mayor facilidad con ello atender a la alta demanda de productos.</p> <p>F5, O2, O3.- Aprovechar los productos de calidad acordes a las expectativas de los clientes para participar en grades eventos publicitarios en la ciudad y con ello conseguir alianzas estratégicas con otras empresas.</p>
<p>2. Estrategias FA (Fortalezas y Amenazas).</p> <p>F2, F3, A3.- La fidelidad de los clientes y la buena dirección administrativa ayudará a captar un mayor segmento de mercado que le permita hacer frente a la competencia desleal de otras empresas.</p> <p>F4, A4.- Con base en la experiencia en el mercado que se ha ganado con los años la empresa puede adaptarse a los cambios constantes en los gustos y preferencias de los clientes.</p> <p>F5, A2.- Aprovechar los productos de calidad acordes a las expectativas de los clientes para con ellos afrontar a la gran cantidad de oferentes existentes en la ciudad.</p>
<p>3. Estrategias DO (Debilidades y Oportunidades).</p> <p>D1, D3, D4, O4.- Controlar el desempeño laboral, brindar los accesorios para realizar las actividades de forma segura y elaborar un manual de funciones aportarán al personal mayor eficiencia y eficacia para desarrollar sus funciones que permitan cubrir la alta demanda de los productos.</p> <p>D2, O1.- Brindar capacitaciones al personal constantemente aportarán conocimientos actuales que les permita adaptarse a los cambios tecnológicos de la maquinaria y hacer uso adecuado de estos para obtener productos de mejor calidad y en menor tiempo.</p>
<p>4. Estrategias DA (Debilidades y Amenazas).</p> <p>D1, D2, D3, A2.- Mejorar los controles de desempeño, realizar capacitaciones en áreas específicas y entregar los manuales adecuados aportarán a la empresa mayor competitividad para combatir la gran cantidad de oferentes.</p> <p>D2, A4 Realizar capacitaciones al personal para que los trabajos realizados sean de alta calidad y les permita por medio de esto adaptarse a los cambios constantes en gustos y preferencias de los clientes.</p>

Fuente: Diagnóstico Situacional.

Elaborado por: Autores.

1.14 Identificación del problema Diagnóstico

Luego de finalizar el trabajo de campo en el que se aplicaron diferentes técnicas e instrumentos de la investigación, así como también el análisis de la matriz FODA, se pudo encontrar que el problema que afecta a la agencia gráfica Centauro es el hecho de que no cuenta con un organigrama, políticas, manuales de procedimientos administrativos, contables y financieros en los que se describan los cargos para toda la organización, lo que provoca que los procesos no se realice de una manera eficiente y eficaz; no contar con una evaluación de desempeño ni capacitaciones al personal ha ocasionado retrasos en el cumplimiento de las actividades asignadas a los trabajadores de la empresa. Se pudo constatar que no se entregan los accesorios necesarios para realizar las actividades de forma segura, no se realiza análisis financieros para conocer la liquidez, solvencia, estabilidad y utilidad de la empresa, entre otros. Se puede decir que es necesaria la elaboración de un Manual de procedimientos Administrativo, Contable y Financiero para la Agencia Gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura, la misma que ayudará al mejoramiento del desempeño y la gestión del personal de la entidad.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

El marco teórico se fundamenta en la recolección de información de fuentes secundarias como son libros, revistas tanto electrónicas como físicas en la que se encuentra la terminología a utilizar en el presente trabajo de investigación.

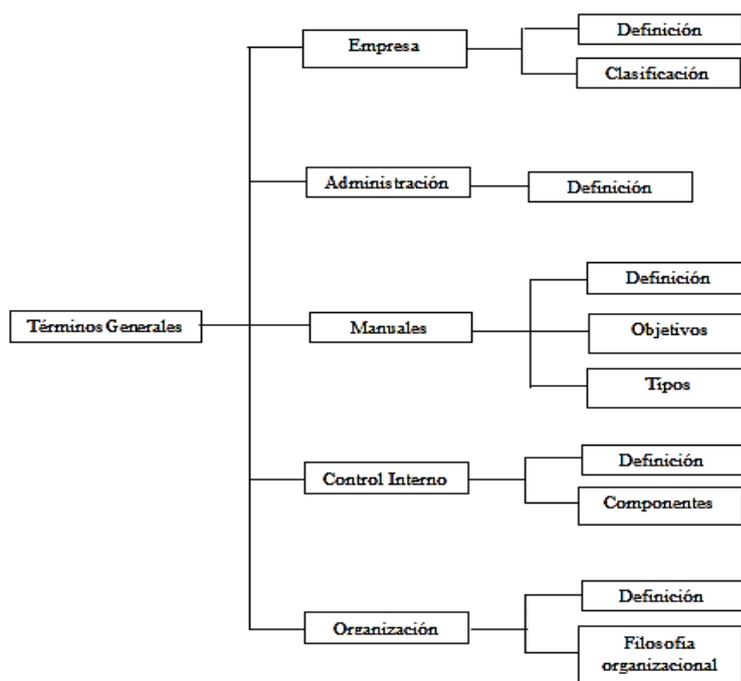
2.1 Objetivo

Fundamentar teóricamente la propuesta a través de la investigación bibliográfica, para contribuir a entender la terminología utilizada en la ejecución del proyecto.

El marco teórico estará dividido en tres partes como son términos generales, específicos y técnicos que aportarán para un mejor entendimiento de los temas que se detalla a continuación.

2.2 Términos Generales

Gráfico 20: Términos Generales.



Fuente: Marco Teórico.
Elaborado por: Autores.

2.2.1 Empresa

Según el autor (Zapata, Contabilidad General, 2017) indica que la empresa es un *“Ente económico con responsabilidad social, creado por uno o varios propietarios para realizar actividades de comercialización o producción de bienes o para prestar servicios, y requiere la ayuda de recursos humanos, financieros y tecnológicos”* (pág. 24).

De acuerdo al autor (Bravo Valdivieso, Contabilidad General, 2015) *“Entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”* (pág. 3).

Los conceptos establecidos por Zapata y Bravo concuerdan en que la empresa es un organismo creado por un propietario o un grupo de accionistas con el fin de satisfacer las necesidades de un segmento de mercado con o sin fines de lucro. El trabajo se centra en el estudio de una empresa con fines de lucro.

2.2.2 Tipos de Empresas

Según (Campo Arranz, Domínguez, & Raya, 2014, pág. 12) afirma que se clasifica en “a) *Según el sector: - Empresas del sector primario: Empresas que centran su actividad productiva en la transformación de recursos naturales en productos de consumo; ya sean productos de consumo final o materias primas para otros procesos productivos. -Empresas del sector secundario: Realizan algún proceso de transformación de la materia prima que entrega la industria primaria. -Empresas del sector terciario: Son todas aquellas actividades económicas que abarcan las actividades relacionadas con las actividades no productivas de bienes”*.

Según lo expuesto por el autor Campo la clasificación se da de acuerdo con económica que realiza, la agencia gráfica pertenece al sector terciario; ya que presta sus servicios de publicidad a los consumidores finales. Esto ayudará a tener en claro al sector que ofrece sus productos y servicios al momento de presentar la propuesta.

Según (Campo Arranz, Domínguez, & Raya, 2014, págs. 12-13) la empresa se clasifica de la siguiente manera “*b) Según dimensión: -Grandes empresas: Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, en gran número de trabajadores y un volumen alto de ingresos al año. El número de trabajadores de este tipo de empresas excede de 250 personas. -Medianas empresas: su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos es muy reducido. El número de trabajadores de este tipo de empresas es superior a 10 personas. -Microempresas: Su capital, el número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantía muy pequeñas. El número de trabajadores no excede de 10 personas*”.

La agencia gráfica de acuerdo a esta clasificación constituye una microempresa por su tamaño, ya que cuenta con 8 empleados que desempeñan sus labores en las diferentes áreas, el propietario es un miembro más de la organización y los ingresos son acorde a los servicios prestados.

Según (Campo Arranz, Domínguez, & Raya, 2014, pág. 13) la empresa se clasifica de la siguiente manera: “*c) Según el origen de capital -Empresas privadas: El capital, es propiedad de inversores privados y particulares. -Empresas Públicas: El capital proviene del estado o gobierno. -Empresas mixtas: La propiedad del capital es compartida entre el estado y el sector privado para la producción de bienes servicios. -Empresas locales: Por su capacidad de producción, distribución y venta, solo pueden realizar su actividad en sectores a nivel local. -Empresas regionales: Capacidad y posibilidades de crecimiento en su ámbito de actuación se extiende por toda la comunidad a la que pertenece. -Empresas nacionales: Tienen la capacidad de infraestructura, producción, venta y distribución en todo en un país. -Empresas multinacionales: Traspasan las fronteras de desarrollando sus operaciones en diversos países*”.

La agencia gráfica es una empresa privada que está formada por el aporte del propietario y persigue fines de lucro, con los cuales se ha mantenido en el mercado por más de 8 años. Es importante conocer este aspecto para la implementación de un código de ética acorde a este tipo de entidad.

Según (Campo Arranz, Domínguez, & Raya, 2014, pág. 14) la empresa se clasifica de la siguiente manera: *“d) Según la forma jurídica: -Empresas individuales: Empresas cuya propiedad recae en una persona. -Empresas societarias o sociedades: Empresas de propiedad de dos o más personas que ponen en común dinero o bienes, para realizar una actividad económica y obtener un lucro que sea repartible”*.

La agencia gráfica de acuerdo a la forma jurídica es una empresa individual que está constituida por un solo propietario quien se encarga de todas las obligaciones financieras, tributarias y administrativas de la entidad. Esto ayudará para plantear lineamientos que ejerce la dirección.

2.2.3 Administración

Según el Autor (Sánchez D. M., 2014) menciona que administración es: *“El proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas laboren o trabajen en grupos, y alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Con administración, las personas realizan funciones de planeación, organización, integración de personal, dirección y control”* (pág. 45).

De acuerdo con (Münch, 2014) la administración: *“Es un proceso a través del cual se coordinan y optimizan los recursos de un grupo social con el fin de lograr una máxima eficacia, calidad, productividad y competitividad en la consecución de sus objetivos”* (pág. 3).

Sánchez y Múch concuerdan en que la administración es una serie de pasos que permite realizar actividades con el fin de alcanzar las metas y objetivos establecidos por la empresa. Esto permitirá verificar el grado de cumplimiento de las funciones con los recursos adecuados.

2.2.4 Manual

Según (Isaza Serrano, 2018, pág. 206) los manuales: *“Son documentos donde compilamos las fichas técnicas de instrucciones de trabajo, que estandarizan cada una de las actividades de un proceso; en un sistema se deben implantar, de procesos, de procedimientos, de funciones, de evaluación de control interno/ calidad, de indicadores”*.

De acuerdo a (Münch, 2014) los manuales son: *“Documentos que contiene en forma sistemática información acerca de la organización”* (pág. 69).

Los manuales son documentos que sirven de guía para realizar funciones asignadas o para tener conocimiento de una entidad determinada. Es importante para la propuesta ya que por medio de éste se establecerán funciones, procesos y responsabilidades entre otros.

2.2.5 Objetivos del Manual

De acuerdo (Benjamín & Fincowsky, 2014, pág. 194) menciona que: *“Presentar una visión de conjunto de la organización (individual, grupal o sectorial). -Precisar las funciones asignadas a cada unidad administrativa, para definir responsabilidades, evitar duplicaciones y detectar omisiones. -Mostrar claramente el grado de autoridad y responsabilidad de los distintos niveles jerárquicos que la componen. -Ahorrar tiempo y esfuerzo en la realización de funciones pues evitan la repetición de instrucciones y criterios de actuación. -Promover el aprovechamiento racional de los recursos humanos, materiales financieros y tecnológicos disponible”*.

Los objetivos del manual contribuyen a tener claramente las responsabilidades, funciones y normas de la empresa. Con su aporte se logrará dar a conocer la importancia de tener un manual dentro de la entidad.

2.2.6 Tipos de Manuales

a) Manual administrativo

Según los autores (Benjamín & Fincowsky, 2014, pág. 194) manifiestan que un manual administrativo son: *“Documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación para registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática tanto la información de una organización (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, elementos de calidad, etc.), como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñe mejor sus tareas”*.

Los manuales administrativos son documentos adaptados a las necesidades de la empresa, permiten comunicarse entre el gerente y empleados mediante los lineamientos e instrucciones que facilitan obtener un mejor desempeño. El trabajo se enfoca en la implementación de manual administrativo que ayuda a mejorar la gestión dentro de la agencia gráfica.

b) Manual contable

Según los autores (Flórez , Rincón, & Zamorano, 2014) manual contable es: *“Documento que agrupa todos los procesos y políticas contables que el Gobierno Corporativo deberá controlar, como un mecanismo ordenador interno de la organización, para dirigir el sistema de información contable”* (pág. 58).

Es una herramienta utilizada por parte del gerente y el contador donde se detalla las políticas contables de la empresa para un adecuado uso de las mismas. Mediante la propuesta

se implementará un manual contable que ayude a facilitar los procesos y que permita una adecuada toma de decisiones.

2.2.7 Control Interno

De acuerdo con el autor (Isaza Serrano, 2018, pág. 42) afirma que: *“Control Interno el sistema integrado por el esquema de organización y el conjunto de los planes, métodos, principios, normas, procedimientos y mecanismos de verificación y evaluación adoptados por una entidad, con el fin de procurar que todas las actividades, operaciones y actuaciones, así como la administración de la información y los recursos, se realicen de acuerdo con las normas constitucionales y legales vigentes dentro de las políticas trazadas por la dirección y en atención a las metas u objetivos previstos”*.

El autor (Estupiñán Gaitan, 2015) manifiesta que: *“Control interno es un proceso, ejecutado por la junta directiva, o consejo de administración de una entidad, por su grupo directivo (gerencial) y el resto del personal, diseñado específicamente para proporcionarle seguridad razonable”* (pág. 27).

Isaza y Estupiñán concuerdan que el control interno es un proceso que vincula a cada uno de los miembros que conforman la empresa con el fin de administrar adecuadamente los recursos para conseguir los objetivos empresariales, se los debe realizar frecuentemente. En la agencia gráfica se implementará un sistema de control interno que permita evaluar el desempeño, el uso de los recursos, la información de acuerdo a la normativa de la organización.

2.2.8 Componentes de Control Interno

a) Ambiente de Control

Según el autor (Estupiñán Gaitan, 2015, pág. 29) considera que: *“El ambiente de consiste en el establecimiento de un entorno que estimule e influencie la actividad del personal con*

respecto al control de sus actividades. En esencia el principal elemento sobre el que se sustentan o actúan los otros cuatro componentes e indispensable, a su vez, para la realización de los propios objetivos de control”.

Según el autor (Mejía Soto, Montes Salazar, & Montilla Galvis, 2014) considera que: *“El ambiente control establece el tono de la organización, influencia en la gente, la conciencia o el conocimiento del sentido del control. Es el fundamento para todos los otros componentes del control interno, suministra disciplina y estructura.”* (pág. 76).

El ambiente de control debe permitir conocer la filosofía de la empresa, así como también la manera cómo actúan los miembros de la entidad con respecto a los riesgos en las actividades que desarrollan. Dentro del control interno a implementarse en la agencia gráfica es necesario tener en cuenta una clara información del estado actual de la empresa y sus empleados.

b) Evaluación del Riesgo

De acuerdo el autor (Estupiñán Gaitan, 2015, pág. 31) la evaluación del riesgo: *“Es la identificación y análisis de los riesgos relevantes para el logro de los objetivos y la base para determinar la forma en que tales riesgos deben ser mejorados. Así mismo, se refiere a los mecanismos necesarios para identificar y manejar riesgos específicos asociados con los cambios, tanto los que influyen en el entorno de la organización como el interior de la misma”.*

Según el autor (Mejía Soto, Montes Salazar, & Montilla Galvis, 2014) evaluación de riesgos: *“Identifica y analiza riesgos relevantes para la ejecución de los objetivos, forma una base para determinar cómo se les deben manejar”* (pág. 78) .

Estupiñán, Mejía, Montes y Montilla concuerdan que este elemento del control interno permite identificar y asignar valores a los riesgos por medio de una matriz. Su importancia en la propuesta es que aportará a asignar valores cuantitativos y cualitativos a las irregularidades encontrados en el ambiente de control.

c) Actividades de Control

De acuerdo el autor (Estupiñán Gaitan, 2015) actividades de control: *“Son aquellas que realizan la gerencia y además personal de la organización para cumplir diariamente con las actividades asignadas. Estas actividades están expresadas en las políticas, sistemas y procedimientos”* (pág. 34).

Según el (Mejía Soto, Montes Salazar, & Montilla Galvis, 2014, pág. 80) autor manifiesta que la actividad de control: *“Son las políticas y procedimientos que ayudan a garantizar que se lleve a cabo la administración de forma eficiente. Contribuyen a garantizar que se tomen las acciones necesarias para direccionar el riesgo y la ejecución de los objetivos de la organización. Las actividades de control se dan a lo largo y ancho de la empresa, a todos los niveles y en todas las funciones”*.

Estupiñán, Mejía, Montes y Montilla mencionan que las actividades de control deben ser realizadas por todas las personas que laboran en la empresa basándose en las políticas, sistemas y procedimientos. El trabajo permitirá ajustar las actividades para cada área con el fin de mitigar los riesgos encontrados.

d) Información y comunicación

De acuerdo el autor (Estupiñán Gaitan, 2015, pág. 40) *“La información pertinente debe ser identificada, capturada y comunicada en forma y estructuras de tiempo que faciliten a la gente cumplir con sus responsabilidades. Los sistemas de información producen información operacional y suplementaria que hacen posible controlar y mejorar los negocios”*.

Según el autor (Mejía Soto, Montes Salazar, & Montilla Galvis, 2014, pág. 80) considera que la información y comunicación: *“Pertinente debe identificarse, capturarse y comunicarse en forma y estructura de tiempo que faciliten al personal cumplir sus responsabilidades. Los sistemas de información producen información operacional, financiera y suplementaria que permiten manejar y controlar los negocios. Ellos distribuyen no solo datos generados en lo*

interno, sino también acerca de los sucesos externos, actividades y condiciones necesarias en la información para tomar decisiones”.

La información y comunicación es el medio por el cual la administración da a conocer a todas las personas vinculadas e interesadas con la entidad la manera como se identifica, evalúa y se da tratamiento de los riesgos. Es importante dentro de la propuesta ya que permite que la información fluya y se tenga una clara imagen del estado de la empresa.

e) Monitoreo

De acuerdo con el autor (Estupiñán Gaitan, 2015) manifiesta que: *“Los controles internos deben ser “monitoreados” constantemente para asegurarse de que el proceso se encuentra operando como se planeó y comprobar que son efectivos ante los cambios de las situaciones que les dieron origen”* (pág. 41).

Según el autor (Mejía Soto, Montes Salazar, & Montilla Galvis, 2014) la supervisión y monitoreo: *“Un sistema de control interno necesita supervisión: implementar un proceso de evaluación de la calidad del desempeño del sistema, simultáneo a su actuación. Las actividades de supervisión se deben desarrollar adecuadamente”* (págs. 81-82).

El monitoreo hace referencia al seguimiento del tratamiento dado de los riesgos encontrados, buscando que la empresa implemente su eficiencia y eficacia. Es importante establecer en el trabajo un sistema de monitoreo que ayude al cumplimiento de los procesos y a reducir los riesgos.

2.2.9 Organización

De acuerdo el autor (Múnc, 2014) menciona que la organización: *“Consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, funciones y responsabilidades, así como el establecimiento de métodos y la aplicación de técnicas tendientes a la simplificación de trabajo”* (pág. 24).

Según el autor (Benjamín & Fincowsky, 2014, pág. 12) la organización: *“Se refiere al proceso que parte de la organización y división del trabajo para agrupar y asignar funciones a unidades específicas e interrelacionadas por líneas de mando, comunicación y jerarquía con el fin de contribuir al logro de objetivos de un grupo de personas”*.

Müch, Benjamín y Fincowsky menciona que es un sistema de actividades coordinadas. Organización se entiende como un conjunto de acciones realizadas por un grupo de personas. El trabajo se centra en implementar un sistema de organización que se adapte a las necesidades de la agencia gráfica.

2.2.10 Filosofía Empresarial

a) Misión

De acuerdo a (Mejía Soto, Montes Salazar, & Montilla Galvis, 2014, pág. 120) afirma que la misión: *“Expone el porqué de la existencia de la organización y el qué debe hacer; es la declaración duradera de la razón de ser la organización, de sus objetivos primordiales, es la descripción de los valores por medio de los cuales la organización se desarrolla y refleja la expresión de su filosofía.”*

Según el autor (Huerta Mata & Rodríguez Castellanos, 2014, pág. 3) menciona que: *“La misión es una meta basada en los supuestos de los directivos en cuanto a los propósitos, las competencias y el lugar de la organización en el mundo. Formular la misión de una organización equivale anunciar su principal razón de ser; implica identificar la función que cumple la sociedad y, además, carácter y filosofía básicos”*.

La misión es la razón de ser de la empresa en que se detalla el propósito para la que fue creada. La propuesta es diseñar una misión que sea acorde a los fines de la entidad.

b) Visión

Según el (Mejía Soto, Montes Salazar, & Montilla Galvis, 2014, pág. 122) considera que la visión: *“Es la descripción de cómo se vería la organización si se llevara a cabo con éxito sus estrategias de desarrollo y alcanzara su mayor potencial. La visión debe reflejar la razón de ser la entidad, las estrategias básicas, los criterios de desempeño, las normas más importantes para la toma de decisiones y los estándares éticos y técnicos que se esperan de todos sus integrantes”*.

Según el autor (Briceño, 2016) señala que la visión es: *“La imagen que la organización proyecta y que fundamentalmente debe ser enteramente creíble y congruente con el comportamiento y los recursos que tiene y proyecta la organización”* (pág. 24).

Los autores Mejía, Montes y Montilla y Briceño concuerdan en que la visión es el camino que se traza la empresa para conseguir los objetivos y metas en un tiempo determinado. Por esa razón es importante en la propuesta implementar la visión a cumplir por parte de la agencia gráfica.

c) Objetivos

De acuerdo con el autor (Huerta Mata & Rodríguez Castellanos, 2014) considera que los objetivos: *“Son los fines que trata de alcanzar la organización por medio de su existencia y sus operaciones. Los objetivos especifican los fines o resultados que se derivan y concuerdan con la misión que la organización se ha fijado”* (pág. 3).

Según el Autor (Münch, 2014, pág. 41) señala que: *“Una vez que se han establecido la filosofía, visión y misión se determina los objetivos que indicarán los resultados o fines que la empresa desea lograr en un tiempo determinado. Los objetivos deben reunir las siguientes características: establecerse a un tiempo específico, determinarse cuantitativamente, su redacción debe iniciar con un verbo en infinitivo”*.

Los objetivos son el resultado que la empresa desea obtener después de realizar adecuadamente las actividades en un determinado tiempo, los cuales ayudarán a la consecución de las metas trazadas. El trabajo se centra en la elaboración de los objetivos para la agencia gráfica.

d) Políticas

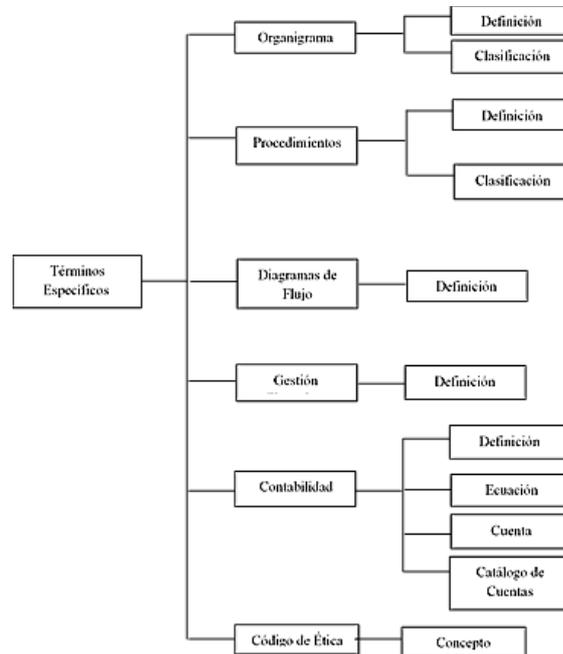
Según el autor (Münch, 2014) menciona que: *“Las políticas son lineamientos que auxilian el logro de objetivos y facilitan la toma de decisiones. La diferencia que existe entre una política y una regla es las reglas son mandatos precisos que deben acatarse; mientras las políticas son flexibles”* (pág. 42).

De acuerdo el autor (Mejía Soto, Montes Salazar, & Montilla Galvis, 2014, pág. 129) define a las políticas como: *“Normas de comportamiento o códigos de conducta que deben seguir las organizaciones en todos sus procedimientos. Expresan en forma clara y precisa el estilo de gestión. Las políticas se constituyen en guías y caminos que conducen a las actividades, señalando los linderos que no se deben traspasar, son grandes directrices formuladas por la alta gerencia, para orientar y facilitar el cumplimiento de la misión y el desarrollo de la visión”*.

Las políticas ayudan a la consecución de los objetivos; por medio de ellos los directivos de la empresa pueden realizar una adecuada toma de decisiones. Mediante la propuesta se implementarán políticas que se alinean a la nueva filosofía planteada.

2.3 Términos Específicos

Gráfico 21: Términos Específicos.



Fuente: Marco Teórico.
Elaborado por: Autores.

2.3.1 Organigrama

De acuerdo a los autores (Huerta Mata & Rodríguez Castellanos, 2014) un organigrama es: *“Diagrama que muestra la estructura orgánica de la organización formal de la empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que desarrollan”* (pág. 39).

De acuerdo con el autor (Benjamín & Fincowsky, 2014, pág. 100) señala que el organigrama: *“Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría”*.

Organigrama es un esquema que muestra la forma cómo se estructura la empresa mediante los niveles jerárquicos, las relaciones y funciones que cada persona tiene a cargo. Es

importante ya que por medio de esto se construirá un organigrama que permita conocer cada nivel de la entidad a través de la propuesta.

2.3.2 Tipos de Organigramas

a) Organigrama vertical

Según el autor (Isaza Serrano, 2018, pág. 235) menciona que el organigrama vertical: *“Se utiliza para empresas pequeñas y empresas de servicios, tiene muchos niveles jerárquicos, mucha burocratización, no traba en equipo, las decisiones se toman en el nivel superior, estas son demoradas y además tergiversadas por todos los niveles que deben subir y bajar la información”*.

De acuerdo con el autor (Benjamín & Fincowsky, 2014, pág. 103) indica que los organigramas verticales: *“Presentan las unidades ramificadas a arriba hacia abajo a partir del titular, en la parte superior, y desagregan los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada. Son los de uso más generalizado en la administración, por lo cual se recomienda su empleo en los manuales de organización”*.

Los autores Isaza Serrano y Benjamín & Fincowsky coinciden que organigrama vertical es aquella representación de los niveles jerárquicos en donde el representante de la entidad es el que toma las decisiones y comunica a las diferentes áreas, por esa razón este es el tipo de organigrama que se utilizará para la agencia gráfica.

b) Organigrama Horizontal

De acuerdo al autor (Isaza Serrano, 2018, pág. 237) menciona que el organigrama horizontal: *“Se utiliza para empresas grandes, se trabaja en equipo y por consiguiente se toman las decisiones en equipo, está compuesta por matrices donde se manejan todos los procesos prioritarios y de apoyo del área en torno al producto y/o servicio que se ofrece en esa matriz, solo tiene dos niveles por eso se le llama achatada, también se llama horizontal”*.

Según el autor (Benjamín & Fincowsky, 2014) señala que el organigrama horizontal: *“Despliegan las unidades de izquierda a derecha y colocan al titular en el extremo izquierdo. Los niveles jerárquicos se ordenan en forma de columnas, en tanto que las relaciones entre las unidades se estructuran por líneas dispuestas horizontalmente”* (pág. 103).

El organigrama horizontal tiene su fundamento en la toma de decisiones colectivas, es decir que se tiene en cuenta los criterios de todos y cada uno de los miembros de la entidad. Por esa razón no será considerado dentro de la propuesta puesto que la agencia gráfica es una microempresa y las decisiones las toma el propietario.

2.3.3 Procedimientos

El autor (Carlos Alberto Montes Salazar, 2014) menciona que los procedimientos *“Son un conjunto de pasos, ampliamente vinculados y cronológicamente dispuestos, realizados y dirigidos a precisar la forma de hacer algo, incluyendo el que, como y a quien corresponde el desarrollo de una tarea”* (pág. 134).

Los procedimientos es una secuencia de actividades encaminadas a cumplir tareas específicas por parte del personal encargado, en un tiempo determinado. Es importante en la propuesta ya que ayudará en la elaboración del manual de procedimientos.

2.3.4 Clasificación de los Procesos

a) Proceso Administrativo

Según (Jorge Eliécer Prieto, 2018) menciona que los procesos administrativos: *“Son el conjunto de funciones básicas que deben ser realizadas por un administrador o un gerente proactivo para el manejo y control de una empresa”* (pág. 67).

Es un conjunto de pasos alineados a los principios de administración (administrar, planear, dirigir y controlar) buscando alcanzar un objetivo común mediante la optimización de

los recursos existentes. En el trabajo es importante tener en claro este concepto para elaborar lineamientos administrativos para la agencia gráfica.

b) Proceso Operativo

Según (Álvarez, 2017, pág. 19) menciona que: *“Existen muchas denominaciones alternativas para este tipo de procesos, como procesos de negocio, productivos, nucleares, específicos, principales, misionales. A través de ellos se generan los productos y servicios que se entregan a los clientes. Estos procesos son propios de cada negocio y de cada organización, y en conjunto conforman la denominada cadena de valor.*

El proceso operativo es aquel en el que se plasma en papel o medio electrónico y busca conseguir la eficiencia y eficacia del nivel operativo que es una parte importante de la entidad y en quienes recae la responsabilidad. La propuesta pondrá énfasis en determinar todos y cada uno de los pasos para el desarrollo operativo con los que cuenta la agencia gráfica buscando mejorar el desempeño laboral.

2.3.5 Diagrama de Flujo

Según los autores (Bataller, 2016, pág. 35) mencionan que los diagramas de flujo: *“Se utilizan para estructurar proyectos y establecer interrelaciones entre sus partes. También se denominan flujogramas y son mapas de actividades que permiten identificar tareas individuales, secuencias, ordenaciones y responsabilidades. Son una herramienta de primer orden para la mejora de procesos y para la gestión de proyectos”.*

De acuerdo con el autor (Benjamín & Fincowsky, 2014) señala que el diagrama de flujo: *“Se conocen como fluxograma, representan la manera gráfica la sucesión en que se realizan las operaciones de un procedimiento, el recorrido de formas o materiales o ambas cosas. En ellos se muestran las áreas o unidades administrativas y los puestos que interviene en cada*

operación descrita. Además, pueden mencionar el equipo o los recursos que se utilizan en cada caso”.

Los autores Bataller, Benjamín y Fincowsky coinciden que el diagrama de flujo son esquemas de las operaciones y actividades realizadas en un proceso determinado, con frecuencia son utilizados en las áreas operativas que es el lugar donde se realizan los productos o en el caso de la prestación de un servicio. Mediante la propuesta se elaborará un flujograma para cada proceso buscando optimizar los tiempos.

2.3.6 Gestión Financiera

Según el autor (Padilla, 2016) menciona que: *“La gestión financiera es aquella disciplina que se ocupa de determinar el valor y tomar decisiones. La función primordial de las finanzas es asignar recursos, lo que incluye adquirirlos, invertirlos y administrarlos (pág. 4).*

La gestión financiera se encarga de brindar una evaluación del estado en que se encuentra la entidad y ayuda para una correcta toma de decisiones. Es importante tener en cuenta para la propuesta porque mediante la gestión financiera se puede mejorar la utilización de recursos financieros dentro de la agencia gráfica.

2.3.7 Contabilidad

Según el autor (Zapata, Contabilidad General, 2017, pág. 21) define que la contabilidad es: *“La ciencia, la técnica y el arte de reconocer, valorar, presentar y analizar las operaciones económicas y financieras que realiza una empresa durante un periodo determinado, con el fin de conocer los resultados obtenidos y estructurar los estados financieros que servirán de base para la toma de decisiones gerenciales”.*

De acuerdo con el autor (Fierro Martínez & Fierro Celis, 2015, pág. 10) define a la contabilidad que: *“Es un proceso que elabora información de las empresas de comercio, producción y*

servicios. Comprende tres principios básicos: - se causan en el estado de resultados, se acumulan en el estado de situación financiera (Los estados financieros se elaboran utilizando la base contable de acumulación o devengo) y todas las transacciones en efectivo, cuando se recibe o se pagan o cancela con el efectivo una cuenta u obligación, se acumulan en el estado de flujo de efectivo”.

Los autores Zapata y Fierro Martínez & Fierro Celis coinciden en que contabilidad es la técnica que utilizan las entidades para analizar y registrar todas las operaciones realizadas en un tiempo determinado mediante la elaboración de los diferentes estados financieros. El trabajo se centra en elaborar un manual contable con base en los procedimientos que lleva la agencia gráfica.

a) Activo

Según el autor (Asensio del Arco & Vázquez Blomer, Empresa e iniciativa emprendedora, 2015, pág. 121) menciona que el activo: *“Representa el empleo del capital y se ordena de menos a mayor liquidez (grado de factibilidad con la que podemos convertir en dinero un activo, por ejemplo vendiéndole). El activo más líquido es el propio dinero que tenemos en bancos o cajas”.*

Activo son todos los derechos, valores y bienes que posee la empresa. El trabajo se centrará en realizar una clasificación adecuada de los activos que tiene la agencia gráfica.

b) Pasivo

De acuerdo el autor (Asensio del Arco & Vázquez Blomer, 2015) el pasivo: *“Representa los recursos que han permitido adquirir o financiar los bienes y derechos del activo. Se ordena de menor a mayor exigibilidad en la devolución”* (pág. 122).

Pasivo son aquellas obligaciones contraídas por la empresa. En la propuesta se clasificarán los pasivos con los que cuenta la agencia gráfica.

c) Patrimonio

Según el autor (Fierro Martínez & Fierro Celis, 2015) *indica que patrimonio: “Es la parte residual de los activos de la entidad, deducidos todos sus pasivos”* (pág. 126).

Patrimonio es el resultado de la diferencia entre activos y pasivos dando como resultado el capital que posee la empresa en un periodo fiscal. Es importante para la propuesta puesto que nos permite conocer las pertenencias que tiene la agencia gráfica.

2.3.8 Ecuación contable

Según el autor (Francisco, 2014) considera que la ecuación contable: *“La ecuación básica contable es: Activo = Pasivo, o de una forma más precisa Activo = Pasivo + Neto ya que el Neto forma parte del Pasivo por ser una deuda que tiene la empresa con los propietarios”* (pág. 37).

Según (Lexus, 2016, pág. 55) menciona que la ecuación contable: *“Se conoce así a la comparación que se hace entre recursos y deudas de una empresa para el cumplimiento de sus objetivos. Es deseable que exista un equilibrio entre bienes o recursos del propietario y los derechos que terceros ejercen y que forman el pasivo de la empresa. Por eso la ecuación contable se expresa así: Activo= Pasivo + Capital”*.

Los autores Francisco y Lexus coinciden que la ecuación contable es un instrumento financiero que permite comprobar que se cumpla el principio de partida doble y verificar los cambios en los activos, pasivos y patrimonio de la entidad. Es importante para la propuesta ya que permitirá conocer si se cumple el equilibrio planteado al utilizar esta herramienta en la agencia gráfica.

2.3.9 Cuenta

Según el autor (Zapata, Contabilidad General, 2017) menciona que: “Cuenta es el nombre *que se le asigna a un grupo de bienes, valores, derechos u obligaciones que tienen características similares entre sí, o cumplen una misma función*” (pág. 45).

Según el autor (Prieto Llorente, 2014) señala que: “*La cuenta es la denominación que se da cada uno de los renglones que integran los estados financieros de la empresa*” (pág. 58).

Los autores Zapata y Prieto Llorente concuerdan que la cuenta es el calificativo que se asigna a los bienes, obligaciones, aporte de los socios, ingresos, egresos, entre otros que forman parte de los estados financieros. El trabajo se centrará en asignar nombres adecuados a los bienes y obligaciones de la empresa para un correcto registro contable de los mismo.

2.3.10 Plan de cuentas

Según el autor (Zapata, 2015) expresa que el plan de cuentas se refiere al: “Listado ordenado, clasificado, y codificado de las cuentas y subcuentas que utilizará una empresa para el registro de sus operaciones recurrentes, eventuales y periódicas” (pág. 11).

De acuerdo al autor (Reyes, 2014) el plan de cuentas es “*Es un listado donde, ordenada y sistemáticamente, se detalla el nombre de las cuentas que se utilizan en la contabilidad de una entidad, el numero asignado a cada una y los conceptos que se incluyen. La cantidad de cuentas que deberá tener el catálogo está relacionada con el tamaño y tipo de la empresa, y la complejidad de sus operaciones*” (pág. 120).

Los autores Zapata y Reyes coinciden que el plan de cuentas es un documento de la empresa en donde se detalla el listado de todos los bienes, derechos, valores, obligaciones, ingresos, egresos, gastos, capital, para un apropiado registro de las operaciones de los estados financieros. Después de asignar los nombres, el trabajo es codificarlas y adaptarlas para el uso del departamento de contabilidad de la agencia gráfica.

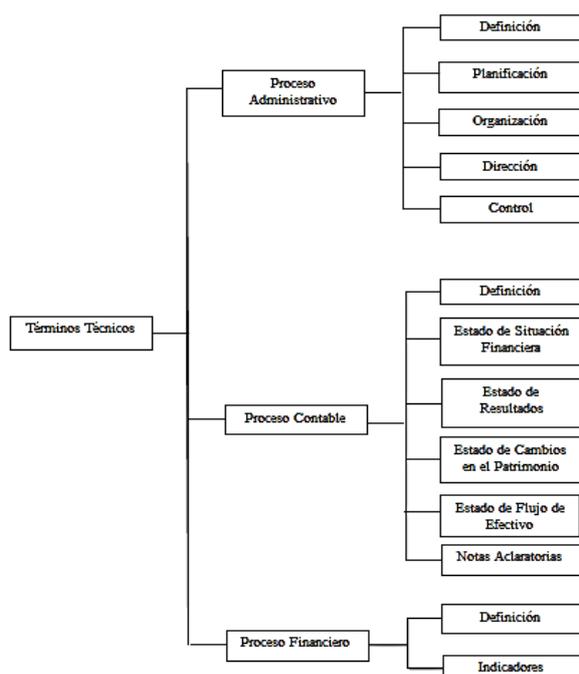
2.3.11 Código de Ética

Según el autor (Stephen Robbins, 2017) menciona que: *“El código de ética es una declaración formal de los valores fundamentales de una organización de las reglas éticas que espera que sigan sus empleados”* (pág. 143).

El código de ética está encaminado a normar la forma cómo se comportan los miembros de la organización, este código es elaborado al interior de la entidad y su cumplimiento es obligatorio. El trabajo es de implementar este documento que ayudará a fortalecer los valores de la agencia gráfica.

2.4 Términos Técnicos

Gráfico 22: Términos Técnicos.



Fuente: Marco Teórico.
Elaborado por: Autores.

2.4.1 Proceso Administrativo

De acuerdo el autor (Münch, 2014) considera que: *“El proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de cuales se efectúa la administración”* (pág. 24).

El proceso administrativo es la combinación de planificar, direccionar, controlar y optimizar los recursos administrativos para lograr que la organización se desarrolle de forma más efectiva. En la implementación de la propuesta del manual administrativo será de gran ayuda contar con un adecuado proceso por parte del área administrativa de la agencia gráfica.

2.4.2 Planeación

Según el autor (Benjamín & Fincowsky, 2014, pág. 12) menciona que: *“La planeación es el proceso sistemático y estructurado para utilizar la inteligencia de la organización en la búsqueda de respuestas a preguntas vitales para su diseño, estructura, dirección y control, que considera la dinámica del cambio social tanto en el entorno actual como en un escenario futuro”*.

Según (Delgado, 2014, pág. 80) establece que: *“Las actividades de planificación indican qué se desea lograr en la empresa y con qué medios se planea alcanzarlo. Conoce con claridad los propósitos de la empresa, orienta las actividades del empresario en las cuatro áreas funcionales, reduce el desperdicio de recursos en actividades ineficaces, permite tomar decisiones sobre formas alternas de realizar algunas actividades y elimina los efectos del azar derivados de la improvisación.”*

La planeación es la elaboración de una estrategia que permite definir la situación actual de la empresa e implementar una serie de paso a seguir para cumplir con los objetivos y metas, está planeación se le realiza tomando en cuenta todos los recursos existentes. La propuesta tendrá fundamento en la elaboración de la planeación considerando las herramientas con las que cuenta la agencia gráfica.

2.4.3 Organización

Según el autor (Benjamín & Fincowsky, 2014, pág. 12) indica que: *“La organización se refiere al proceso que parte de la especialización y división del trabajo para agrupar y asignar funciones a unidades específicas e interrelacionadas por líneas de mando, comunicación y jerarquía con el fin de contribuir al logro de objetivos de comunicación a un grupo de personas”*.

Según el autor (Münch, 2014) que la organización: *“Consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, funciones y responsabilidades, así como el establecimiento de métodos, y la aplicación de técnicas tendientes a la simplificación del trabajo”* (pág. 24).

La organización es el proceso dentro de la empresa mediante el cual la alta dirección se encarga de dividir el trabajo, asignar responsabilidades para mediante ellos alcanzar el logro de objetivos y metas. El trabajo será dar a conocer la aplicación adecuada de la organización dentro del proceso administrativo de la agencia gráfica.

2.4.4 Dirección

De acuerdo (Benjamín & Fincowsky, 2014) menciona que: *“La dirección es el proceso de guiar y proveer de soporte necesario a las personas para que contribuyan con eficacia al logro de las metas de la organización”* (pág. 12).

Según el autor (Münch, 2014) *Consiste en la ejecución de todas las fases del proceso administrativo mediante la conducción y orientación de los recursos, y el ejercicio del liderazgo”* (pág. 24).

La dirección se fundamenta en brindar una guía a las personas que laboran dentro de una empresa de las actividades a realizarse fortaleciendo el liderazgo para obtener las metas

establecidas. Es importante tener conocimiento de dirección para implementar la propuesta dirigida al propietario que es el encargado de liderar la agencia gráfica.

2.4.5 Control

Según el Autor (Delgado, 2014, pág. 101) menciona que: *“Se puede definir como el proceso de vigilar que las actividades se están cumpliendo como fueron planificadas, corrigiendo cualquier desviación significativa, Todos los gerentes deben participar en la función de control, aun cuando sus unidades estén desempeñándose como se proyectó, ya que no pueden saber en realidad si sus unidades funcionan como es debido hasta haber evaluado qué actividades se han realizado y haber comparado el desempeño con la norma deseada.”*.

De acuerdo (Benjamín & Fincowsky, 2014) señala que: *“El control es el proceso que utiliza una persona, un grupo o una organización para regular sus acciones y hacerlas congruentes con las expectativas definidas en los planes, metas y estándares de desempeño”* (pág. 13).

El control es el proceso donde se mide el grado de desempeño por parte de los miembros de la organización, así como también el logro de los objetivos y metas que la empresa se plantea en un plazo de tiempo determinado. La propuesta se centra en la implementación de sistemas de control para garantizar el buen desempeño en cada área de trabajo.

2.4.6 Proceso Contable

De acuerdo con el autor (Bogdanski, Santana, Portillo, & Vite, 2014) menciona que: *“El proceso contable es el conjunto de fases a través de las cuales la contaduría pública obtiene y comprueba la información plasmada en los estados financieros”* (pág. 69).

De acuerdo a los autores (Martínez & Celis, 2015) el proceso contable es: *“El proceso de registro de todas las transacciones realizadas en los periodos contables mensuales, que inician*

el primero de enero y terminan el 31 de diciembre, con la elaboración y presentación de los estados financieros” (pág. 114).

Los autores Bravo Valdivieso y Martínez & Celis concuerdan en que el proceso contable es la consolidación de todas las operaciones que son preparadas en un determinado tiempo y registradas en los libros de contabilidad oportunamente. Para la elaboración del manual, en el aspecto contable, se tomarán en cuenta todos los tipos de transacciones que pueda registrar la agencia gráfica.

2.4.7 Estados Financieros

Según el autor (Prieto Llorente, 2014, pág. 16) manifiesta que: *“Los estados financieros son cuatro informes estructurados que toda empresa debe presentar a los distintos usuarios, de tal manera que estos puedan evaluar: el comportamiento económico financiero de la entidad; su estabilidad; su efectividad y eficiencia en el cumplimiento de sus objetivos; así como su capacidad para mantener y optimizar sus recursos, para obtener financiamientos adecuados, para redistribuir sus fuentes de financiamiento, y para determinar su viabilidad como negocio en marcha”.*

De acuerdo con el autor (Zapata, Contabilidad General, 2017, pág. 87) señala que: *“Los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”.*

Los autores Prieto Llorente y Zapata concuerdan en que los estados financieros son esquemas en donde se presenta la situación financiera de la empresa de un determinado periodo y contribuyen a la gestión empresarial. Es importante tener en cuenta estos conceptos ya que permitirán entender de mejor manera la aplicación de una manual financiero.

2.4.8 Estado de Resultados

Según el autor (Lira Briceño, 2017, pág. 23) considera que: *“El Estado de Resultados (ER), anteriormente conocido como Estado de Ganancias Y Pérdidas, es el principal instrumento que se utiliza para medir la rentabilidad de una empresa al largo de un periodo. Si el ESF es como una fotografía, el ER es como un video, pues muestra lo que hizo la empresa entre periodos”*.

Según el autor (Warren, Reeve, & Duchac, 2016, pág. 15) menciona que: *“El estado de resultados informa sobre los ingresos y gastos en un periodo con base en el concepto de conciliación. Este concepto se aplica al conciliar los gastos en los que se incurrió durante el periodo con los ingresos que generaron dichos gastos. Cuando es mayor el importe de ingresos que de gastos, se llama utilidad neta, ganancia neta o ganancias. Si los gastos son mayores que los ingresos, el excedente es una pérdida neta”*.

Tanto Lira Briceño como Warren, Reeve, y Duchac concuerdan en que el estado de resultados es un instrumento financiero que permite conocer cuan rentable es la empresa en un lapso de tiempo determinado. El trabajo se centra en la obtencion de información financiera que permitirá determinar si se dió un adecuado uso a los recursos por parte del nivel ejecutivo.

2.4.9 Estado de cambios en el Patrimonio

De acuerdo con el autor (Godoy, 2018, pág. 208) menciona que: *“El estado de cambio en el patrimonio debe presentar una conciliación para cada componente del patrimonio al inicio y al final del período; detallando por separado los cambios resultantes de las utilidades, de cada partida del otro resultado integral y de las transacciones con los propietarios, mostrando por separado las contribuciones y distribuciones a estos”*.

De acuerdo con el autor (Hormigo, 2015, pág. 254) menciona que: *“El estado de cambios en el patrimonio neto constituye una de las cuentas anuales identificadas por el marco conceptual*

de la contabilidad. Esta cuenta recoge información sobre todas las operaciones que afectan a los fondos propios, ya provengan del resultado económico del ejercicio, de operaciones imputadas al patrimonio neto directamente, o de operaciones realizadas con los propietarios del capital”.

El estado de cambios en el patrimonio permite conocer sobre las variaciones que tiene las cuentas de patrimonio durante un periodo, tratando siempre de dar la debida explicación de dichas fluctuaciones. Es importante para la propuesta el conocer cómo ha ido evolucionando el patrimonio de la agencia gráfica a lo largo de los años de su existencia.

2.4.10 Estado de Flujos de efectivo

De acuerdo el autor (Escribano Navas, 2014, pág. 163) menciona que: *“El estado de (lujos de efectivo informa sobre el origen y la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros medios líquidos equivalentes, clasificando los movimientos por actividades (explotación, inversión y financiación), e indicando la variación neta de dicha magnitud (efectivo), en el ejercicio”.*

De acuerdo con el autor (Izar Landeta, 2017, pág. 18) menciona que el Flujo de Efectivo: *“Es un estado útil para analizar si se cuenta con la disponibilidad de ingresos suficientes para efectuar los pagos que se tienen comprometidos en un periodo dado, el cual puede ser hasta de una semana. En caso de que el flujo de efectivo determine que no se cuenta con ingresos suficientes en el periodo analizado, para afrontar los pagos que haya que hacer, puede utilizarse algún medio de financiamiento para solventar el problema”.*

El estado de flujo de efectivo es una herramienta contable que permite conocer si la empresa cuenta o no con efectivo o equivalentes que se puedan hacer líquidos a corto plazo, con esto la organización podrá hacer frente a obligaciones contraídas y en caso de no contar con este recurso la empresa podrá acceder a un financiamiento. Es importante la elaboración

de este estado puesto que ayudará a estar al tanto de la manera como la agencia gráfica responde a las obligaciones a corto plazo.

2.4.11 Notas a los estados financieros

De acuerdo con el autor (Fierro Martínez & Fierro Celis, 2015) *“Se conoce en las NIIF como revelaciones a los estados financieros y son el quinto estado del conjunto de estados financieros”* (pág. 447).

De acuerdo el autor (Aranday, 2017, pág. 13) manifiesta que las notas a los estados financieros: *“Son parte integral de los mismo, su objetivo es complementar los estados financieros básicos con información relevante; en la mayoría de casos es imposible presentar en el cuerpo del balance toda la información necesaria, por lo que se acostumbra hacerlo mediante notas cuya razón es ampliar el origen y significado de los datos y las cifras que se presentan en dichos estados, pues aluden a políticas y procedimientos contables, reglas particulares, cambios de un periodo a otro, en las mencionadas políticas y procedimientos, proporcionan información acerca de ciertos eventos económicos que han afectado o podrían afectar a la empresa”*.

Las notas aclaratorias son explicaciones detalladas de las operaciones realizadas y presentadas en los diferentes estados financieros buscando cumplir lo establecido en las NIIF. Este tema es importante para poder interpretar de manera fácil el cumplimiento de la normativa en los registros realizados en los juegos de estados de la agencia gráfica en un lapso de tiempo establecido.

2.4.12 Proceso Financiero

Según el autor (Carlos, 2014, pág. 146) menciona que: *“El análisis financiero tiene por objetivo realizar un estudio de los diversos aspectos financieros de un negocio, que proporcioné suficientes elementos de juicio para apoyar la interpretación que se le dé a las decisiones, manejo y rentabilidad financiera del mismo. Para facilitar el logro de este objetivo,*

la información debe ser objetiva, clara, suficiente, confiable y oportuna. Este tipo de análisis generalmente se lleva a cabo tanto a nivel cualitativo como cuantitativo”.

De acuerdo (Baena Toro, 2014, pág. 11) *“El análisis financiero es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es el de obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía, permitiéndole con ello una adecuada toma de decisión”.*

Carlos Prieto y Baena Toro concuerdan que el análisis financiero es el proceso mediante el cual se obtiene una clara imagen de la situación financiera en la que se encuentra la entidad a través del cálculo de los diferentes índices que apotarán para una adecuada toma de decisiones. Es importante conocer sobre la aplicación de los análisis financieros en la agencia gráfica a fin de mejorar la gestión.

2.4.13 Indicadores financieros

Según el autor (Baena Toro, 2014, pág. 133) menciona que un indicador financiero: *“Es la expresión cuantitativa (sado en moneda legal) del desarrollo, actividad o comportamiento de toda la organización o de una de sus áreas, cuya proporción, al ser comparada con un nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomaran acciones correctivas o preventivas, según el caso”.*

El autor (Cordoba Padilla, 2014, pág. 223) señala que: *“Las razones financieras, también llamadas ratios financieras o indicadores financieros, son coeficientes o razones que proporcionan unidades contables y financieras de medida y comparación, a través de las cuales la relación (por división) entre sí de dos datos financieros directos, permite analizar el estado actual o pasado de una organización, en función a niveles óptimos definidos para ella”.*

Los indicadores financieros permiten realizar un análisis de los juegos de estados; para su cálculo existen fórmulas preestablecidas para lo cual es importante saber interpretar los

resultados obtenidos, al igual que si existen deficiencias, saber cómo solucionarlas. El trabajo se centra en la implementación de indicadores financieros que se ajusten a la necesidad que tiene la agencia gráfica

a) Índice de Solvencia

Según (Burguete, 2017, pág. 96) menciona que: *” La principal razón que persigue la solvencia dentro del análisis financiero es evaluar y realizar un diagnóstico de la capacidad de pago de la empresa para atender sus deudas y obligaciones financieras a lo largo de un horizonte temporal más amplio, permite visualizar de una manera más objetiva la composición y la calidad del activo y del pasivo, y su peso relativo en la estructura financiera de la empresa.”*.

El índice de solvencia hace referencia a la relación existente entre el activo corriente y el pasivo corriente para conocer la disponibilidad que tiene la entidad para cumplir con las obligaciones a corto plazo. Esta información permitirá conocer cómo la agencia gráfica cumple con las obligaciones contraídas.

b) Índice de liquidez

Según (Baena Toro, 2014, pág. 138) menciona que: *“A través de los indicadores de liquidez se determina la capacidad que tiene la empresa para responder por las obligaciones contraídas a corto plazo; esto quiere decir, que se puede establecer la facilidad o dificultad de la empresa, compañía u organización, para cubrir sus pasivos de corto plazo, con la conversión en efectivo de sus activos, de igual forma los corrientes a corto plazo”*.

Según (Uribe, 2015) indica que: *“Se entiende por liquidez la capacidad que tiene un proyecto para pagar sus deudas de corto plazo. En la comparación de los activos corrientes con los pasivos corrientes, se conocen las expectativas de liquidez de un proyecto en el futuro”* (pág. 292).

Baena Toro y Uribe concuerdan que el índice de liquidez es una herramienta que permite conocer la facilidad con la que cuenta la entidad para convertir activos en efectivo para cubrir las obligaciones a corto plazo. El cálculo de este índice es indispensable para conocer los activos líquidos con los que cuenta la agencia gráfica para resolver las obligaciones contraídas con terceros.

c) Razón corriente o circulante

De acuerdo (Baena Toro, 2014, pág. 138) menciona que: *“Se denomina relación corriente o circulante, y trata de verificar las disponibilidades de la empresa en el corto plazo (inferior a un año), para atender sus compromisos (obligaciones) también a corto plazo. Las empresas, por lo general, financian parte de su operación de corto plazo con pasivos de largo plazo (se confirma cuando el resultado de dicha razón es positivo); en otras palabras, cuando el activo corriente supera el pasivo corriente. Razón corriente o Circulante = Activo Corriente/ Pasivo Corriente”*.

Según el autor (Uribe, 2015, pág. 147) indica que razón circulante: *“Este indicador suele darse en número de veces. Significa que, por cada peso que el proyecto debe pagar de sus obligaciones de corto plazo, tiene en activos realizables a corto plazo los pesos, equivalentes a la cantidad de veces que haya dado la razón corriente”* (pág. 101).

La razón corriente permite a las entidades conocer la capacidad de pago de compromisos a un corto plazo que pueden ser hasta de un año, como la cancelación de obligaciones tributarias, si el activo corriente es mayor que el pasivo corriente indica que la empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir dichas obligaciones.

d) Prueba ácida

De acuerdo el autor (Cordoba Padilla, 2014) señala que la prueba ácida: *“Es la razón circulante, excepto por que excluye el inventario, el cual generalmente es el menos líquido de*

los activos circulantes, calculada así: *Prueba ácida* = $(\text{Activo circulante} - \text{Inventario}) / \text{Pasivo Circulante}$ ” (pág. 101).

Según el autor (Uribe, 2015, pág. 147) menciona que prueba ácida: “*Consiste en comparar los activos más líquidos con los pasivos de corto plazo. La forma más conocida es restarles a los activos corrientes, los inventarios o las cuentas por cobrar de acuerdo con el que sea más demorado convertir a efectivo y luego dividirlos entre los pasivos de corto plazo*”.

Padilla y Uribe concuerdan en que la prueba ácida es uno de los índices más rígidos que ayudan a la alta dirección a estar al tanto de los activos circulantes líquidos que tiene la empresa para efectuar sus correspondientes pagos a corto plazo. El trabajo se centra en el cálculo de este índice que ayudará al propietario a darse cuenta de si los activos corrientes líquidos de la agencia gráfica alcanzan para cumplir sus obligaciones contraídas en el corto plazo.

e) Capital de trabajo neto

Según (Baena Toro, 2014, pág. 144) menciona que el capital de trabajo neto: “*Es la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente; constituye los recursos reales con los cuales cuenta la empresa o negocio para cancelar su pasivo a corto plazo. Este tipo de razón o indicador sirve para medir la capacidad de una empresa en cuanto al pago oportuno de sus deudas en un período no mayor al del ejercicio fiscal (un año). La razón o indicador de capital de trabajo, no es propiamente un indicador, sino una forma de apreciar de manera cuantitativa (en moneda legal) los resultados obtenidos por la razón o indicador corriente*”.

De acuerdo (Lira Briceño, 2017) señale que capital de trabajo: “*al Capital de Trabajo (CT) como el efectivo que una empresa debe mantener para seguir produciendo, mientras cobra lo vendido*” (pág. 111).

El capital de trabajo es el resultado de quitar los pasivos corrientes a los activos corrientes, esto permite tener una clara imagen de los recursos con los que la entidad cuenta

para realizar todas las operaciones en los distintos procesos para cumplir con las actividades. Es importante su cálculo ya que con eso la agencia gráfica tendrá un pleno conocimiento de los medios con los que cuenta para la realización de los diferentes procesos de producción

f) Margen de utilidad bruta

Según el autor (Baena Toro, 2014, pág. 209) menciona que: *“El margen bruto de utilidad refleja la capacidad de la empresa en la generación de utilidades antes de los gastos de administración y ventas, otros ingresos y egresos e impuestos. Al compararlo con estándares financieros de su actividad, puede reflejar compras o costos laborales excesivos. El modo de cálculo es Margen de Utilidad Bruta= (Utilidad Bruta/Ventas Netas) x 100”*.

De acuerdo con el autor (Cordoba Padilla, 2014) señala que el margen de utilidad bruta: *“Indica porcentaje queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias”* (pág. 106).

Baena Toro y Padilla concuerdan en que el margen de utilidad bruta tiene una relación directa entre los ingresos y costos de ventas, indicando el beneficio que la empresa obtiene antes de considerar sus gastos. Se utilizará el cálculo de este índice para que la agencia gráfica tenga conocimiento de la fortaleza financiera generada en un lapso de tiempo establecido.

CAPÍTULO III: PROPUESTA

3.1 Propuesta Estratégica

La propuesta se centra en la creación e implementación de un manual administrativo, contable y financiero para la agencia gráfica Centauro, con lo que se busca que el propietario tenga la información adecuada que le permita organizar las actividades, asignar responsabilidades, optimizar los tiempos en las actividades realizadas y facilite la toma de decisiones. Los manuales contendrán una descripción clara de las funciones y procedimientos para cada una de las áreas aplicadas que ayuden a la mejora continua y garantice el desarrollo de la empresa.

3.2 Objetivo

3.2.1 Objetivo General

Realizar una propuesta de un Manual Administrativo, Contable y Financiero para la Agencia Gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura, por medio del uso de las herramientas y técnicas de investigación adecuadas, basándose en encuestas y entrevistas que servirán para recopilar información veraz y oportuna.

Manual

Administrativo

INDICE DEL MANUAL ADMINISTRATIVO

3.3 MANUAL ADMINISTRATIVO	78
3.4 TIPO DE EMPRESA	78
3.5 SU UBICACIÓN.....	79
3.6 BASE FILOSÓFICA	79
3.6.1 <i>Su misión</i>	79
3.6.2 <i>Su visión</i>	79
3.6.3 <i>Sus Valores</i>	79
3.6.4 <i>Sus objetivos</i>	81
3.7 ORGANIGRAMA FUNCIONAL Y ESTRUCTURAL	81
3.7.1 <i>Organigrama Estructural</i>	82
3.7.2 <i>Organigrama Funcional</i>	83
3.8 MANUAL DE FUNCIONAL	84
3.9 MAPA DE PROCESOS.....	97
3.10 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....	98
3.10.1 <i>Simbología del Flujograma</i>	98
3.11 REGLAMENTO INTERNO DE LA EMPRESA	117
3.12 CÓDIGO DE ÉTICA DE LA EMPRESA	128
3.13 REGLAMENTO DE CAJA CHICA	132

3.3 Manual Administrativo

El manual administrativo contendrá la filosofía empresarial, código de ética, estructura organizacional y funcional, la asignación de responsabilidades y determinación de perfiles. Este aspecto es importante ya que la empresa podrá jerarquizar cada área, de esa manera tener claro quién es el jefe inmediato para comunicar, además cada empleado conocerá sus funciones y obligaciones.

La finalidad del manual es obtener beneficios para la empresa mediante la búsqueda de una mayor eficiencia, eficacia y efectividad a través de la optimización de recursos; pues al contar con una descripción clara de cada puesto; los colaboradores de la entidad sabrán qué actividades son las principales a desarrollarse, buscando incrementar el sentido de responsabilidad y pertenencia que marcarán el camino para alcanzar los objetivos y metas que tiene la entidad.

3.4 Tipo de Empresa

La agencia gráfica Centauro es una empresa dedicada a la prestación de servicios, pertenece al sector terciario. El propietario es Lic. Renato Clerque Reina que comenzó sus actividades el 25 de junio del 2008 habiendo previamente obteniendo todos los permisos correspondientes por parte de los organismos de control; cuenta con el registro del SRI con el número de RUC 1002378295001 como tipo de contribuyente persona natural obligada a llevar contabilidad.

Los organismos de control a los que está sujeta la agencia gráfica son el SRI e IESS cumpliendo con pagos y declaraciones en los tiempos establecidos, la entidad se encuentra dividida en 5 áreas que son: de diseño, imprenta, terminados, edición de videos y departamento contable; esta entidad es liderada por su propietario que es el encargado de tomar las decisiones.

3.5 Su ubicación

La agencia gráfica Centauro se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra en la parroquia San Francisco, en las calles Miguel de Oviedo 3-29 y Juan de Salinas, cuenta con una sola sede, físicamente está situada en un punto estratégico, de fácil acceso, al encontrarse en el centro de la ciudad; esto permite captar un mayor segmento de mercado.

3.6 Base Filosófica

3.6.1 Su misión

La agencia gráfica es una empresa dedicada a brindar servicios integrales en diseño y publicidad, buscando satisfacer las necesidades de los clientes por medio del compromiso en la entrega de trabajos de alta calidad con materiales adecuados en el tiempo estimado.

3.6.2 Su visión

La agencia gráfica Centauro en el 2025 será una empresa líder en el mercado de artes gráficas publicitarias, cumpliendo siempre con los estándares de calidad que el cliente exige mediante la mejora continua tanto en el recurso tecnológico como en el recurso humano y estos que sea reflejado en sus productos y servicios.

3.6.3 Sus Valores

- **Competencia profesional:** Son las habilidades y destrezas que tiene una persona para desenvolverse en un área específica de la empresa. Poner a disposición un equipo experimentado a todas las áreas de producción gráfica, para asegurar la mejor solución técnica.
- **Actitud de servicio:** Es un estado mental que guía a la buena disposición de atención al cliente de una forma cordial buscando crear un vínculo entre la empresa y el consumidor. Ser proactivos en la planificación y el seguimiento del proceso de producción, para cumplir o exceder sus parámetros de calidad.

- **Comunicación franca y abierta:** Es la interacción verbal entre dos o más personas que buscan dar solución a problemas o alcanzar las metas en común. Investigar la profundidad las necesidades de los clientes para aportar un asesoramiento honesto y veraz, apoyado en el compromiso de transparencia que asumen todos los integrantes del equipo.
- **Calidad:** Hace referencia a la satisfacción que siente una persona al recibir o entregar un producto o servicio. La meta de la agencia gráfica es cumplir con todos los parámetros para complacer a los clientes por medio de la entrega del productos y servicios de la más alta calidad.
- **Honestidad:** Este valor impulsa a las personas actuar con sinceridad y coherencia respetando a los demás. Se ve reflejado en los trabajos que son elaborados acorde a los requisitos de los clientes con los materiales especificados.
- **Mejora continua:** Es la optimización de recursos buscando aumentar la calidad de productos o servicios prestados. Estar en constante innovación tanto en uso del recurso tecnológico como en la capacitación del talento humano.
- **Respeto:** Es el valor que permite aceptar las opiniones, creencias e ideas que tiene cada individuo. En la agencia gráfica se promueve este valor tratando a los empleados y clientes de manera educada.
- **Creatividad:** Es la generación de nuevas ideas y conceptos que surgen de la imaginación. Es primordial para la agencia gráfica plasmar las necesidades que demanda el cliente por medio de diseños nuevos e ingeniosos.
- **Responsabilidad:** Es una virtud que es impuesta por la propia consciencia o una base jurídica que obliga hacerse cargo de las consecuencias de los actos y a tomar decisiones con cuidado. Cumplir con todas las obligaciones que se adquiere, así como prestar el mayor cuidado y atención en lo que se hace.

3.6.4 Sus objetivos

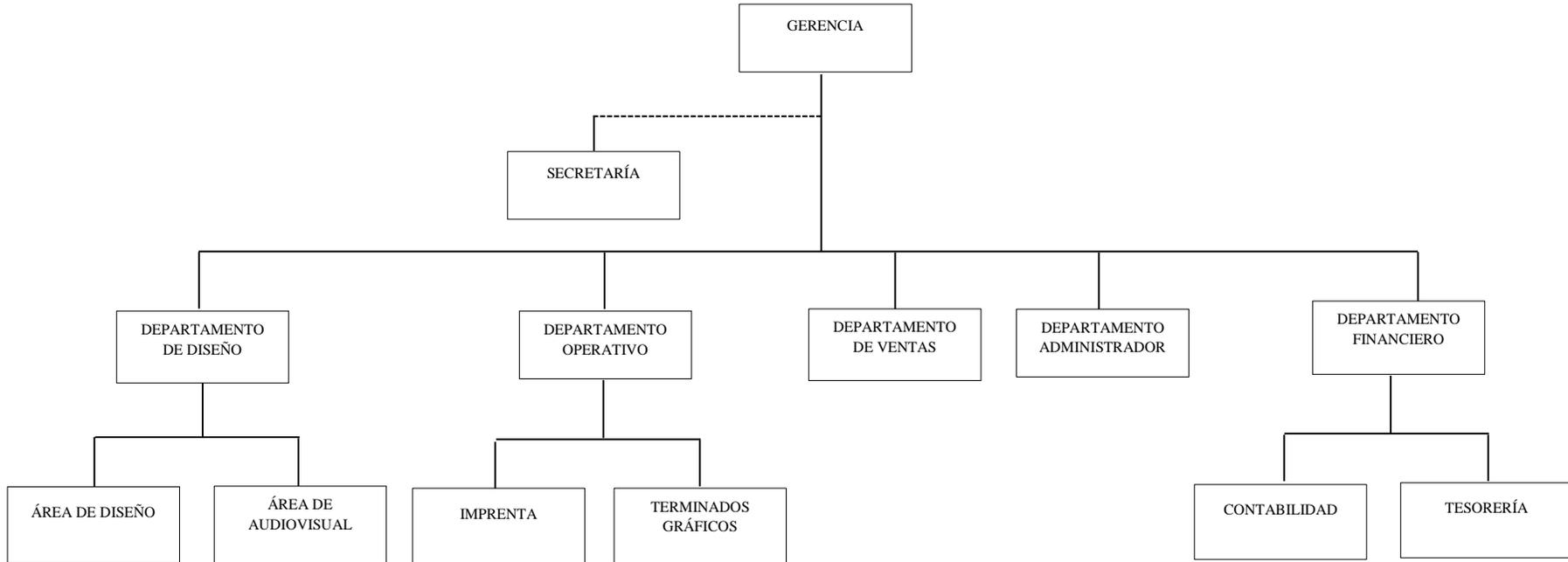
- Ampliar la cartera de clientes.
- Diversificar nuevos productos.
- Establecer sistemas de control de desempeño del personal.
- Realizar capacitaciones para los empleados.
- Implantar nuevas estrategias para aumentar las ventas.
- Mejorar las relaciones laborales con los proveedores y empleados.
- Optimizar los tiempos de procesos de producción en cada área de trabajo.
- Conocer las diferentes alternativas tecnológicas que puedan favorecer a el desarrollo de actividades de los procesos de producción

3.7 Organigrama funcional y estructural

Es una herramienta que permite establecer el orden jerárquico; así como también las áreas con las que cuenta la empresa, en él se especifica los canales de comunicación; es de vital importancia contar con este instrumento ya ayuda a que la información llegue a todos los niveles y así se puede lograr que los procesos se los realicen de manera eficiente y eficaz evitando retrasos en las actividades asignadas a cada miembro. En la agencia gráfica se implementarán dos tipos de organigramas que aportarán a conseguir un mayor desarrollo ya que los empleados tendrán el conocimiento de quién es el jefe inmediato, a quién deberán rendir cuentas y a quién supervisarán.

3.7.1 Organigrama Estructural

Gráfico 23: Organigrama Estructural.

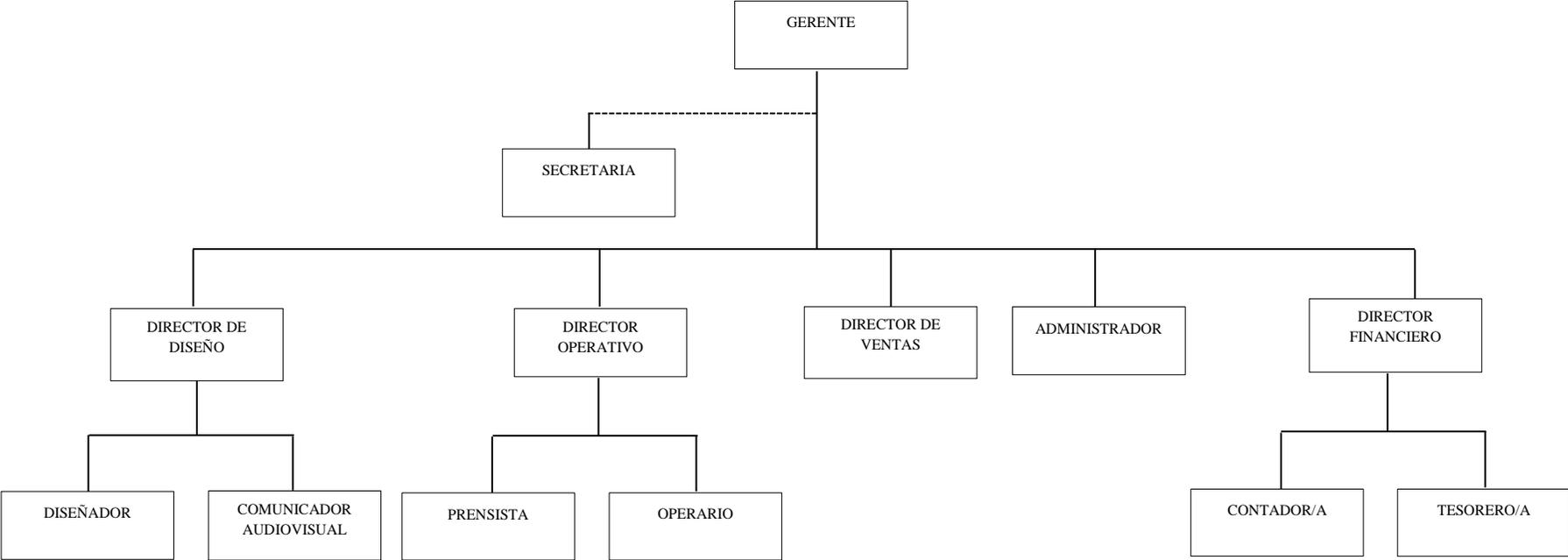


Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

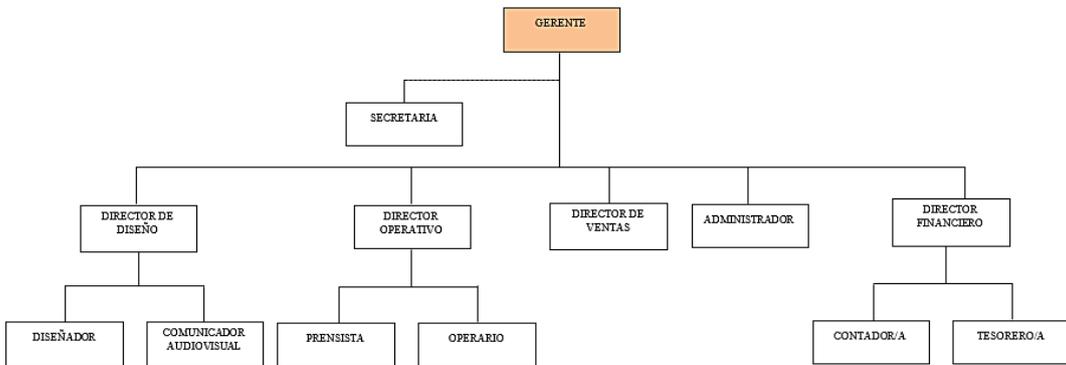
3.7.2 Organigrama Funcional

Gráfico 24: Organigrama Funcional.



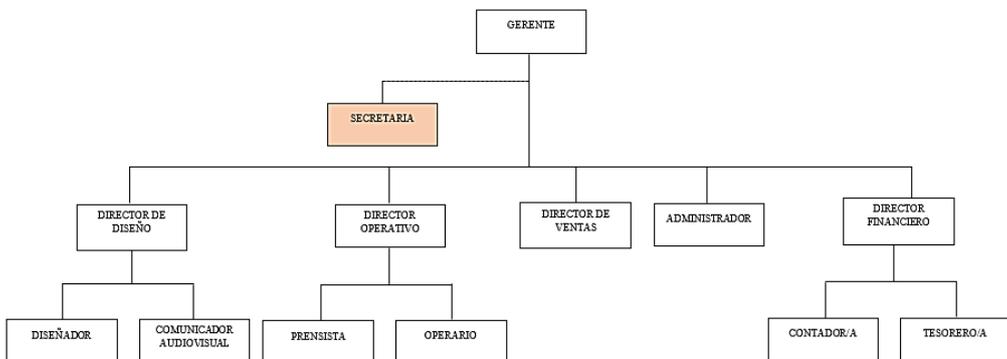
Fuente: Propuesta.
Elaborado por: Autores.

3.8 Manual de Funcional

		MANUAL DE FUNCIONES	Gerente
			1
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO			
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:		Gerente.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:		Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:		Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:		Administrativa.	
NIVEL DE PUESTO			
REPORTA A:		N/A	
SUPERVISA A:		Directores: administrativo, financiero, diseño, operativo y ventas.	
ORGANIGRAMA			
			
MISIÓN DEL PUESTO			
Recibe, redacta y archiva los documentos y correspondencia de la empresa en forma confidencial, lleva la agenda de actividades diarias del gerente; es la encargada de ordenar el archivo institucional.			
ACTIVIDADES ESENCIALES			
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la entidad. • Elaborar reglamentos y políticas internas para la empresa. • Cumplir y hacer cumplir leyes, normas y reglamentos internos. • Comunicar adecuadamente las disposiciones a los empleados. • Seleccionar, entrevistar y contratar al personal. • Fijar las remuneraciones de cada miembro de la empresa, observando las disposiciones legales vigentes. • Tomar de decisiones administrativas y financieras. • Cumplir con las obligaciones contractuales tanto en del área de producción y ventas como del área administrativa y financiera. • Planificar las capacitaciones y control de desempeño del personal. • Autorizar la implementación de nuevos procesos de producción. • Inspeccionar el adecuado uso de los recursos materiales y tecnológicos proporcionados al personal. • Brindar una buena atención al cliente interno y externo. • Buscar financiamiento con entidades del sector financiero. 			

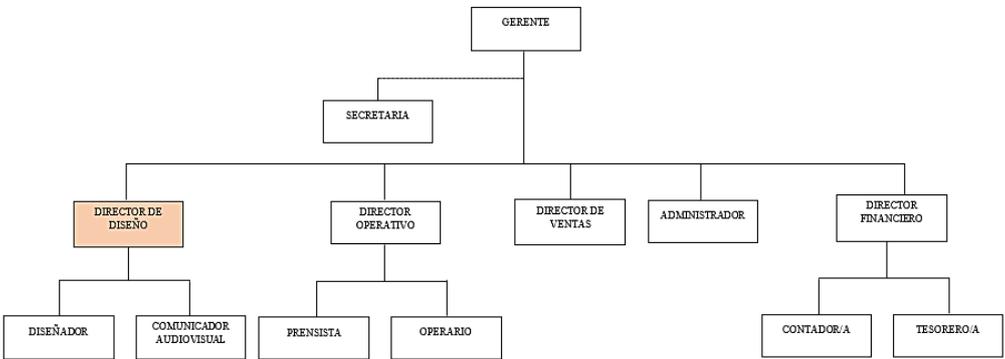
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Secretaria
		2
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Secretaria.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Administrativa.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Gerente.	
SUPERVISA A:	N/A.	
ORGANIGRAMA		
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- SECRETARIA[SECRETARIA] GERENTE --- DD[DIRECTOR DE DISEÑO] GERENTE --- DO[DIRECTOR OPERATIVO] GERENTE --- DV[DIRECTOR DE VENTAS] GERENTE --- ADMIN[ADMINISTRADOR] GERENTE --- DF[DIRECTOR FINANCIERO] DD --- DISEÑADOR[DISEÑADOR] DD --- CA[COMUNICADOR AUDIOVISUAL] DO --- PRENSISTA[PRENSISTA] DO --- OPERARIO[OPERARIO] DF --- CONTADOR[CONTADOR/A] DF --- TESORERO[TESORERO/A] </pre>		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Recibe, redacta y archiva los documentos y correspondencia de la empresa en forma confidencial, lleva la agenda de actividades diarias del gerente; es la encargada de ordenar el archivo institucional.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Receptar los documentos de la empresa. • Atender al cliente y recibir las llamadas telefónicas. • Redactar y archivar documentos. • Llevar la agenda actualizada, información de clientes y proveedores, direcciones y actas de reuniones. • Estar capacitada en el uso de las TIC's en su área de desempeño. • Tener conocimientos de protocolo institucional y empresarial. • Desempeñar otras funciones que se le asigne acordes al puesto o al área de desempeño, sin que violen las disposiciones de la ley. 		

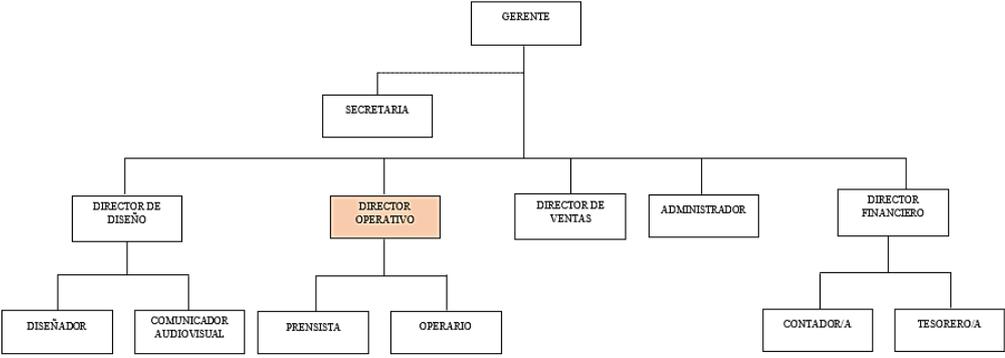
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Director de Diseño 3
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Director de Diseño.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Diseño.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Gerente.	
SUPERVISA A:	Diseñador, Comunicador de audiovisuales.	
ORGANIGRAMA		
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- SECRETARIA[SECRETARIA] GERENTE --- DD[DIRECTOR DE DISEÑO] GERENTE --- DO[DIRECTOR OPERATIVO] GERENTE --- DV[DIRECTOR DE VENTAS] GERENTE --- ADMIN[ADMINISTRADOR] GERENTE --- DF[DIRECTOR FINANCIERO] DD --- DISEÑADOR[DISEÑADOR] DD --- CA[COMUNICADOR AUDIOVISUAL] DO --- PRENSISTA[PRENSISTA] DO --- OPERARIO[OPERARIO] DF --- CONTADOR[CONTADOR/A] DF --- TESORERO[TESORERO/A] </pre>		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Es la persona que se encarga de coordinar las actividades que se realizan en el departamento de diseño gráfico, brinda las instrucciones necesarias para la elaboración de los artes y revisar el trabajo realizado antes de enviar a impresión; creando así ventaja competitiva que favorezca a la entidad.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer políticas de diseño de la empresa. • Controlar el desempeño del área de diseño. • Motivar a sus colaboradores. • Supervisar los artes elaborados por los empleados. • Realizar las correcciones a los diseños. • Inspeccionar la calidad de los materiales. • Cumplir y hacer cumplir las normas de seguridad integral. • Entregar informes periódicos al gerente. • Aprobar los diseños para impresión. 		

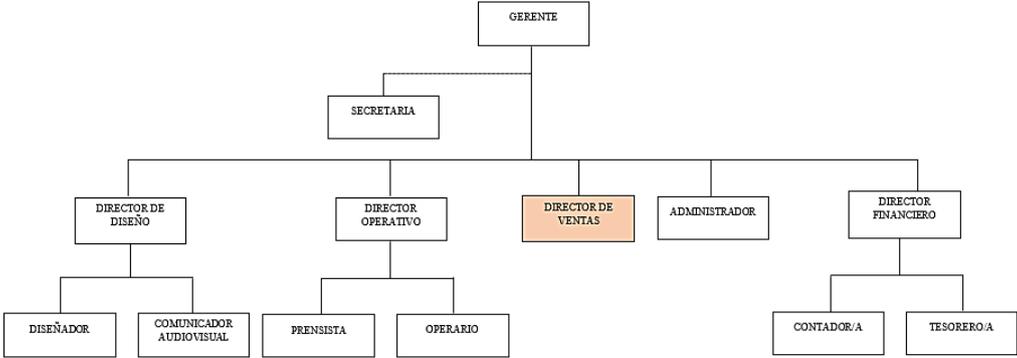
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Director Operativo 4
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Director Operativo.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Operativa.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Gerente.	
SUPERVISA A:	Prensista y Operario.	
ORGANIGRAMA		
		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Es la persona que se encarga de planificar, organizar, dirigir y supervisar las operaciones diarias realizadas por el nivel operativo, verifica el rendimiento de los empleados a su cargo y entrega reportes al gerente de la empresa.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Generar políticas que permita optimizar el uso de los recursos a su cargo. • Asignar las actividades de los empleados. • Establecer estrategias para mejorar los tiempos en los procesos. • Solicitar los insumos necesarios para la ejecución de los trabajos. • Gestionar el uso de nuevas tecnologías. • Hacer reportes de actividades diarias. • Planificar los trabajos a realizarse. 		

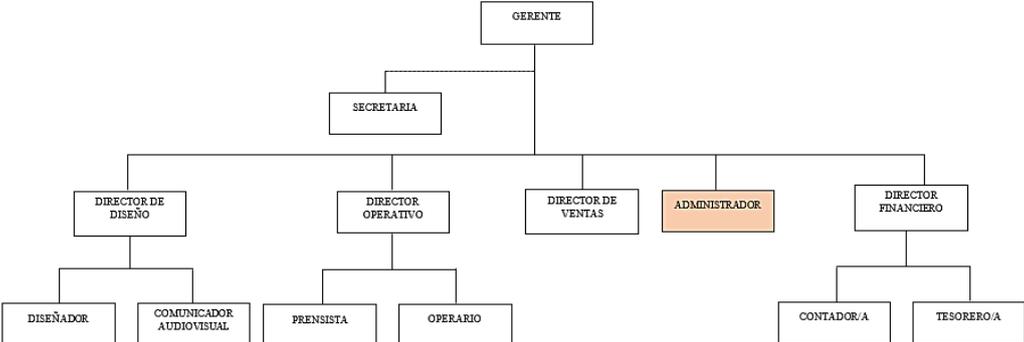
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Director de Ventas 5
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Director de Ventas.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Ventas.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Gerente.	
SUPERVISA A:	N/A.	
ORGANIGRAMA		
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- SECRETARIA[SECRETARIA] GERENTE --- DD[DIRECTOR DE DISEÑO] GERENTE --- DO[DIRECTOR OPERATIVO] GERENTE --- DVENTAS[DIRECTOR DE VENTAS] GERENTE --- ADMIN[ADMINISTRADOR] GERENTE --- DFIN[DIRECTOR FINANCIERO] DD --- DISEÑADOR[DISEÑADOR] DD --- COMAUDIO[COMUNICADOR AUDIOVISUAL] DO --- PRENSISTA[PRENSISTA] DO --- OPERARIO[OPERARIO] DFIN --- CONTADOR[CONTADOR/A] DFIN --- TESORERO[TESORERO/A] </pre>		
MISION DEL PUESTO		
Es la persona que se encarga de planificar, coordinar y dirigir todas las actividades relacionadas a las ventas y distribución para que los productos lleguen al consumidor final.		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar planes y presupuestos acorde a las necesidades de venta y distribución de la empresa. • Plantear políticas, metas y objetivos • Elaborar un pronóstico de las ventas mensuales por medio de las proyecciones de los años anteriores. • Establecer los precios, descuentos y el tiempo de entrega. • Crear los procedimientos que tengan relación de ventas y comercialización. • Gestionar el presupuesto de ventas de la entidad • Representar a la organización con los clientes. • Solucionar problemas referentes a su área. • Buscar canales comerciales. 		

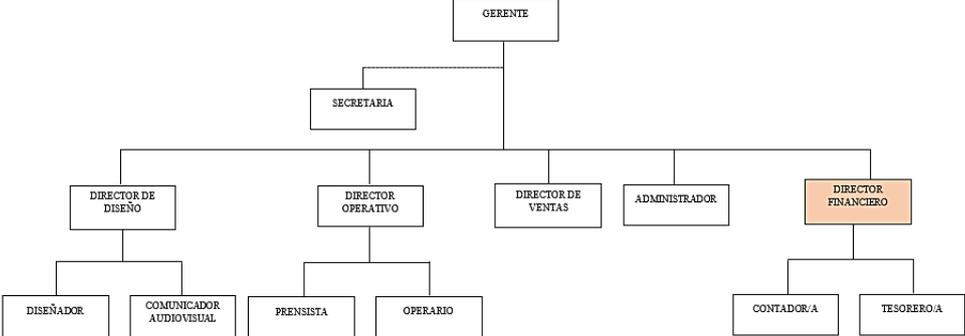
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Administrador 6
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Administrador.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Administrativa.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Gerente.	
SUPERVISA A:	N/A.	
ORGANIGRAMA		
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- SECRETARIA[SECRETARIA] GERENTE --- DD[DIRECTOR DE DISEÑO] GERENTE --- DO[DIRECTOR OPERATIVO] GERENTE --- DV[DIRECTOR DE VENTAS] GERENTE --- ADMIN[ADMINISTRADOR] GERENTE --- DF[DIRECTOR FINANCIERO] DD --- DISEÑADOR[DISEÑADOR] DD --- COM[COMUNICADOR AUDIOVISUAL] DO --- PRENSISTA[PRENSISTA] DO --- OPERARIO[OPERARIO] DF --- CONTADOR[CONTADOR/A] DF --- TESORERO[TESORERO/A] </pre>		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Es el encargado de desarrollar todo el proceso administrativo aplicando sus objetivos que son direccionados a las metas institucionales, así como de la toma de decisiones de la optimización de recursos con los que cuenta la entidad; busca siempre la constate innovación, aumentar la competitividad y generar progreso económico para la empresa.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar planes de negocios alineados a los fines de la empresa. • Organizar y asignar recursos de acuerdo a la planificación realizada con anterioridad. • Representa a la entidad en caso de ausencia del gerente. • Participar en la elaboración del presupuesto anual de la empresa mediante la asignación de recursos financieros para cada área. • Rendir cuentas a la gerencia y organismos de control. • Establece metas institucionales a cumplir. • Buscar canales adecuados de comunicación con cada miembro de la entidad. • Preparar la nómina del personal. • Evaluar el desempeño de los miembros de la empresa. • Controlar la asistencia. • Planificar capacitaciones para el personal. • Velar por el cumplimiento de los derechos y deberes de los empleados. • Efectuar la inducción de los nuevos empleados a cada puesto. 		

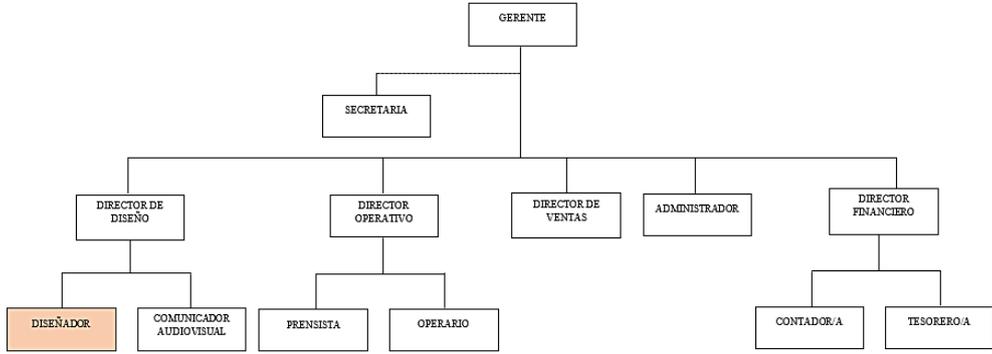
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Director Financiero 7
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Director Financiero.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Financiero.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Gerente.	
SUPERVISA A:	Contador/a, Tesorero/a.	
ORGANIGRAMA		
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- SECRETARIA[SECRETARIA] GERENTE --- DD[DIRECTOR DE DISEÑO] GERENTE --- DO[DIRECTOR OPERATIVO] GERENTE --- DV[DIRECTOR DE VENTAS] GERENTE --- ADMIN[ADMINISTRADOR] GERENTE --- DF[DIRECTOR FINANCIERO] DD --- DISEÑADOR[DISEÑADOR] DD --- COM[COMUNICADOR AUDIOVISUAL] DO --- PREVISISTA[PREVISISTA] DO --- OPERARIO[OPERARIO] DF --- CONTADOR[CONTADOR/A] DF --- TESORERO[TESORERO/A] </pre>		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Es el encargado de supervisar y aprobar todos los reportes que provienen del contador, asigna los recursos financieros de acuerdo con las necesidades de cada área de la empresa, presenta toda la información a la gerencia, con ello contribuye a la toma de decisiones administrativas y financieras.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Disponer las tareas a realizar por parte del personal a su cargo en el área contables y financieras. • Supervisar los pagos a proveedores y los cobros a los clientes. • Administrar, analizar y aprobar los estados financieros de la entidad. • Asignar recursos financieros para cada área, en función de las actividades a realizar. • Preparar el presupuesto anual o la partida presupuestaria. • Realizar controles al presupuesto. • Revisar y aprobar las compras de insumos para la empresa. • Establecer políticas financieras. • Supervisar el fiel cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa. • Entregar los reportes financieros a la gerencia. 		

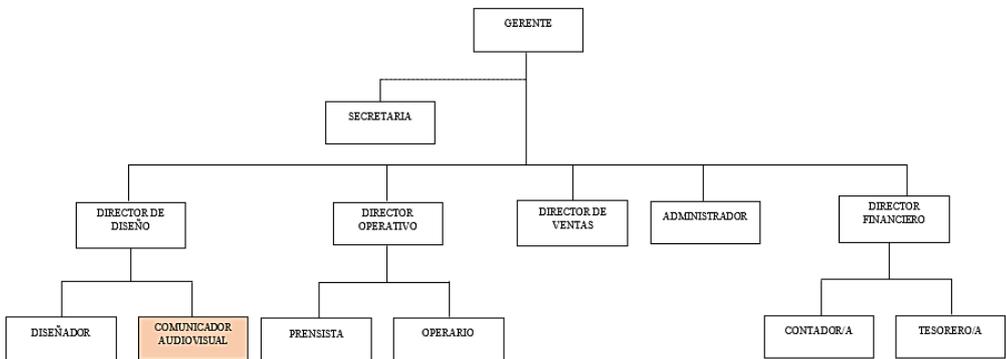
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Diseñador
		8
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Diseñador.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Diseño.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Director de diseño.	
SUPERVISA A:	N/A.	
ORGANIGRAMA		
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- SECRETARIA[SECRETARIA] GERENTE --- DD[DIRECTOR DE DISEÑO] GERENTE --- DO[DIRECTOR OPERATIVO] GERENTE --- DV[DIRECTOR DE VENTAS] GERENTE --- ADMIN[ADMINISTRADOR] GERENTE --- DF[DIRECTOR FINANCIERO] DD --- DISEÑADOR[DISEÑADOR] DD --- CA[COMUNICADOR AUDIOVISUAL] DO --- PRENSISTA[PRENSISTA] DO --- OPERARIO[OPERARIO] DF --- CONTADOR[CONTADOR/A] DF --- TESORERO[TESORERO/A] </pre>		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Es la persona encargada de realizar diseños nuevos y creativos que se ajusten a las gustos, necesidades y preferencias que tiene cada cliente buscando plasmar en los diferentes materiales artes innovadores.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar y diseñar ilustraciones relacionados a publicidad. • Revisar y corregir los diseños. • Crear artes gráficas. • Asesorar sobre imagen corporativa. • Revisar y resguardar los documentos referentes a los diseños. • Atender y coordinar con los autores de los textos. • Presentar informes de las actividades realizadas al director de Diseño. • Cumplir cualquier tarea asignada referente a su área. • Revisar periódicamente los correos electrónicos. • Ejecutar los cambios en diseños sugeridos por el cliente. • Realizar las demás actividades relacionadas a producción de artes gráficas en la empresa. 		

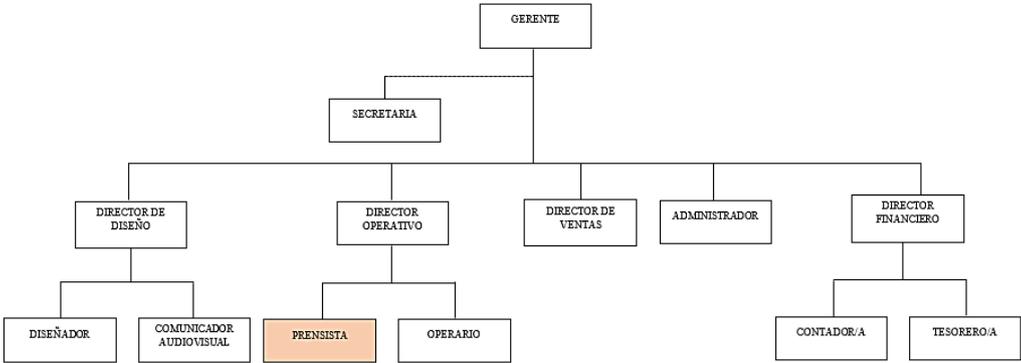
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Comunicador de audiovisual
		9
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Comunicador de audiovisual.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Diseño.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Director de diseño.	
SUPERVISA A:	N/A.	
ORGANIGRAMA		
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- SECRETARIA[SECRETARIA] GERENTE --- DD[DIRECTOR DE DISEÑO] GERENTE --- DO[DIRECTOR OPERATIVO] GERENTE --- DV[DIRECTOR DE VENTAS] GERENTE --- ADMIN[ADMINISTRADOR] GERENTE --- DF[DIRECTOR FINANCIERO] DD --- DISEÑADOR[DISEÑADOR] DD --- COM[AUDIOVISUAL] DO --- PRENSISTA[PRENSISTA] DO --- OPERARIO[OPERARIO] DF --- CONTADOR[CONTADOR/A] DF --- TESORERO[TESORERO/A] </pre>		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Es el encargado de dar el uso adecuado a los recursos para crear productos de comunicación audiovisuales por medio de grabaciones previamente planificados mediante un guion, para posteriormente proceder a la edición del video.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una planificación para el proyecto a realizarse. • Solicitar presupuestos para la realización de publicidad audiovisual. • Gestionar los insumos de acuerdo al trabajo que se realizará. • Coordinar con el cliente fecha, lugar y hora a realizar el rodaje. • Elaborar y entregar un guion previo que esté acorde a las necesidades del cliente. • Efectuar la edición del video. • Realizar los cambios y modificaciones que sugiere el cliente. 		

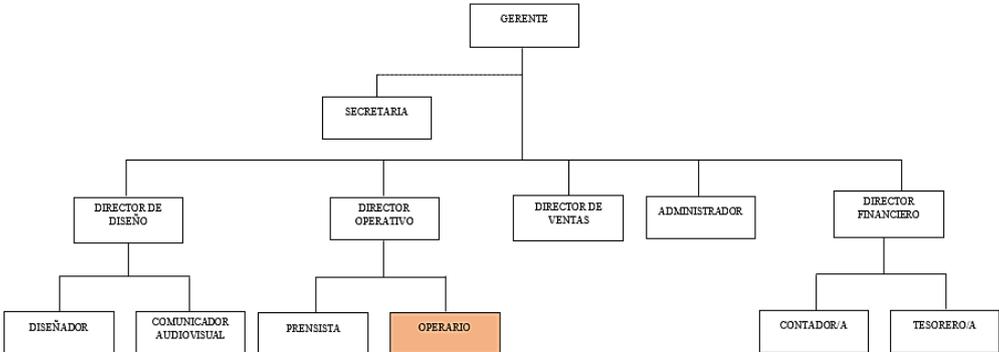
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Prensista
		10
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Prensista.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Operativa.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Director Operativo.	
SUPERVISA A:	N/A.	
ORGANIGRAMA		
		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Es la persona encargada de plasmar en todo tipo de papel los artes elaborados por el diseñador gráfico, así como también dar mantenimiento al equipo utilizado en la imprenta.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir y verificar las órdenes de trabajo. • Gestionar el presupuesto para la elaboración del trabajo. • Preparar el material para la impresión. • Recibir el archivo digital del arte para la elaboración de las placas offset. • Preparar y ajustar el equipo de prensa. • Elaborar los trabajos de impresión según las ordenes de trabajo. • Realizar labores de limpieza y mantenimiento al equipo de trabajo. • Ejecutar un control de calidad a los trabajos impresos. • Entregar los trabajos impresos al área de terminados gráficos. 		

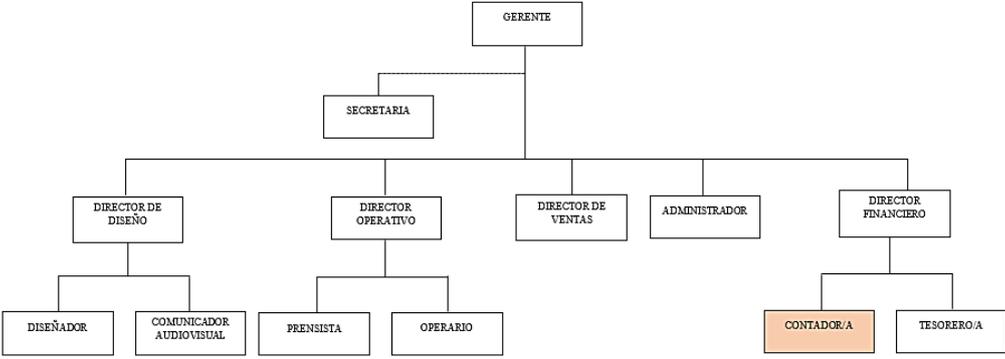
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Operario
		11
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Operario.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Operativa.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Director Operativo.	
SUPERVISA A:	N/A.	
ORGANIGRAMA		
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- SECRETARIA[SECRETARIA] GERENTE --- DD[DIRECTOR DE DISEÑO] GERENTE --- DO[DIRECTOR OPERATIVO] GERENTE --- DV[DIRECTOR DE VENTAS] GERENTE --- ADMIN[ADMINISTRADOR] GERENTE --- DF[DIRECTOR FINANCIERO] DD --- DISEÑADOR[DISEÑADOR] DD --- CA[COMUNICADOR AUDIOVISUAL] DO --- PRENSISTA[PRENSISTA] DO --- OPERARIO[OPERARIO] DF --- CONTADOR[CONTADOR/A] DF --- TESORERO[TESORERO/A] </pre>		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Es el encargado de manejar la maquinaria y herramienta para la elaboración de los productos que ofrece la entidad, también realiza la fase final de producción que consiste en terminados gráficos.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir los trabajos impresos. • Realizar los cortes necesarios al papel de acuerdo con los requerimientos detallados en la orden de trabajo. • Clasificar las hojas impresas. • Grapar y doblar en caso de catálogos, folletos, dípticos y trípticos. • Cortar bases sólidas en el caso de cintras que son utilizadas para señalética o materiales similares. • Armar baners. • Instalar microperforado y todo tipo de adhesivos. • Empacar los trabajos realizados. • Entregar al área de ventas para su distribución. 		

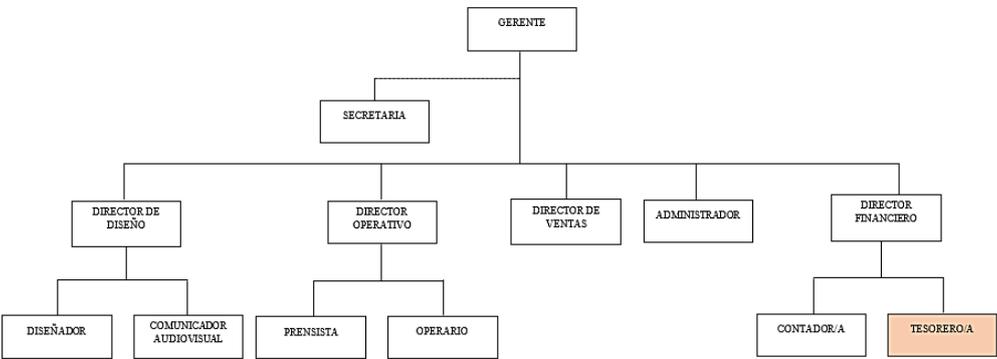
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	MANUAL DE FUNCIONES	Contador/a 12
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Contador/a.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Administrativa.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Director Financiero.	
SUPERVISA A:	N/A.	
ORGANIGRAMA		
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- SECRETARIA[SECRETARIA] GERENTE --- DD[DIRECTOR DE DISEÑO] GERENTE --- DO[DIRECTOR OPERATIVO] GERENTE --- DV[DIRECTOR DE VENTAS] GERENTE --- ADMIN[ADMINISTRADOR] GERENTE --- DF[DIRECTOR FINANCIERO] DD --- DISEÑADOR[DISEÑADOR] DD --- CA[COMUNICADOR AUDIOVISUAL] DO --- PRENSISTA[PRENSISTA] DO --- OPERARIO[OPERARIO] DF --- CONTADORA[CONTADOR/A] DF --- TESORERO[TESORERO/A] </pre>		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Es el encargado de elaborar y presentar la información financiera, contable y tributaria tanto al gerente para la toma de decisiones, como a los organismos de control en las fechas y plazos establecidos.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Preparar el presupuesto de la empresa. • Plantear procesos para la gestión financiera mediante un adecuado registro. • Entregar oportunamente los informes a la gerencia. • Elaborar las conciliaciones bancarias. • Hacer los pagos de las obligaciones de la entidad. • Administrar los recursos financieros. • Cumplir con las obligaciones fiscales. • Asesorar al gerente con respecto a la toma de decisiones administrativas y financieras. • Manejar los sistemas contables. • Asignar presupuesto para cada área de la organización. • Producir la información financiera ajustada a la realidad de la empresa dentro de los plazos establecidos. 		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

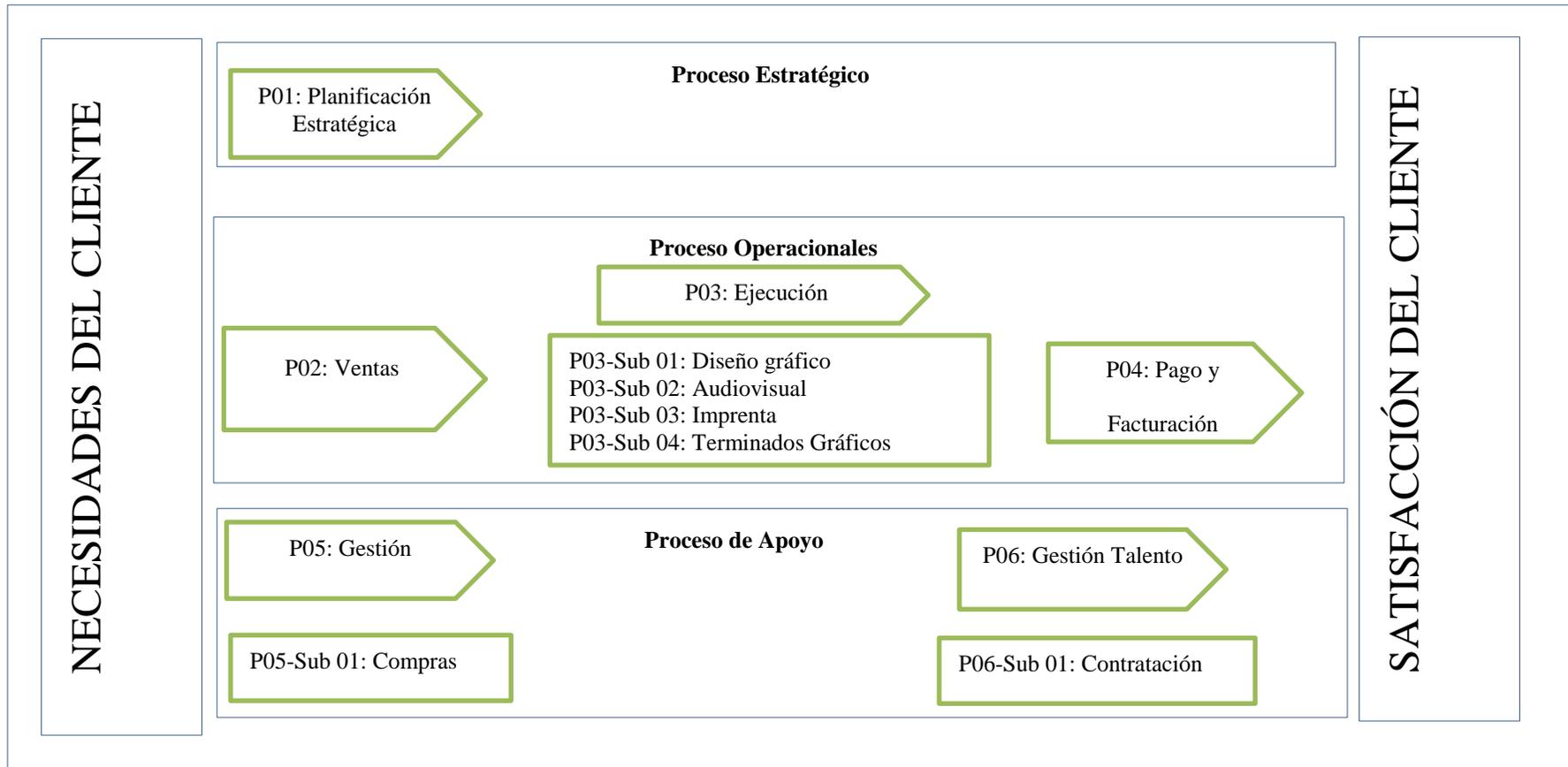
	MANUAL DE FUNCIONES	Tesorero/a 13
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Tesorero/a.	
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	Ibarra- Oficina Matriz.	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Oficina.	
ÁREA DE GESTIÓN:	Administrativa.	
NIVEL DE PUESTO		
REPORTA A:	Director Financiero.	
SUPERVISA A:	N/A.	
ORGANIGRAMA		
		
MISIÓN DEL PUESTO		
<p>Es el encargado de la recaudación de derechos y pago de las obligaciones de la empresa por sus actividades operacionales; también coordina los desembolsos en caso de algún gasto emergente que tenga la entidad.</p>		
ACTIVIDADES ESENCIALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir, coordinar y gestionar el recaudo de las rentas y recursos. • Administrar, controlar y gestionar los recursos de cada área. • Realizar informes periódicos de los movimientos. • Llevar un registro de las cuentas por cobrar. • Notificar a los deudores morosos. • Tener un archivo ordenado con todos los documentos que sirve de soporte a tesorería. • Elaborar los cheques de pagos a los empleados. • Conceder adelantos de sueldos a quienes la gerencia haya autorizado. 		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

3.9 Mapa de procesos

Gráfico 25: Mapa de procesos.



Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

3.10 Manual de Procedimientos

Para la elaboración de los manuales de procedimientos se realizará mediante la metodología ANSI que sirve para representar los flujos de procedimientos empleados en diagramas administrativos.

3.10.1 Simbología del Flujoograma

Tabla 27: Simbología ANSI.

Gráfico	Nombre	Descripción
	Inicio o Fin	Inicio o fin del flujo.
	Operación	Cada actividad relativa a un proceso.
	Subproceso	Ejecución de actividades dentro del proceso o método.
	Operación Manual	Realización de una operación en forma manual, específicamente.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Documentos y copias	Representa un documento y sus respectivas copias manejadas dentro de un procedimiento.
	Conectores	Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte del mismo.
	Decisión	Punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más opciones.
	Archivo	Representa un archivo común y corriente de oficina.
	Datos	Elemento que alimentan y se generan en el procedimiento.
	Líneas de Flujo	Conecta los símbolos señalado el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Entrada	Elemento utilizado para la entrada de información digital.
	Salida	Elemento utilizado para la salida de información digital.

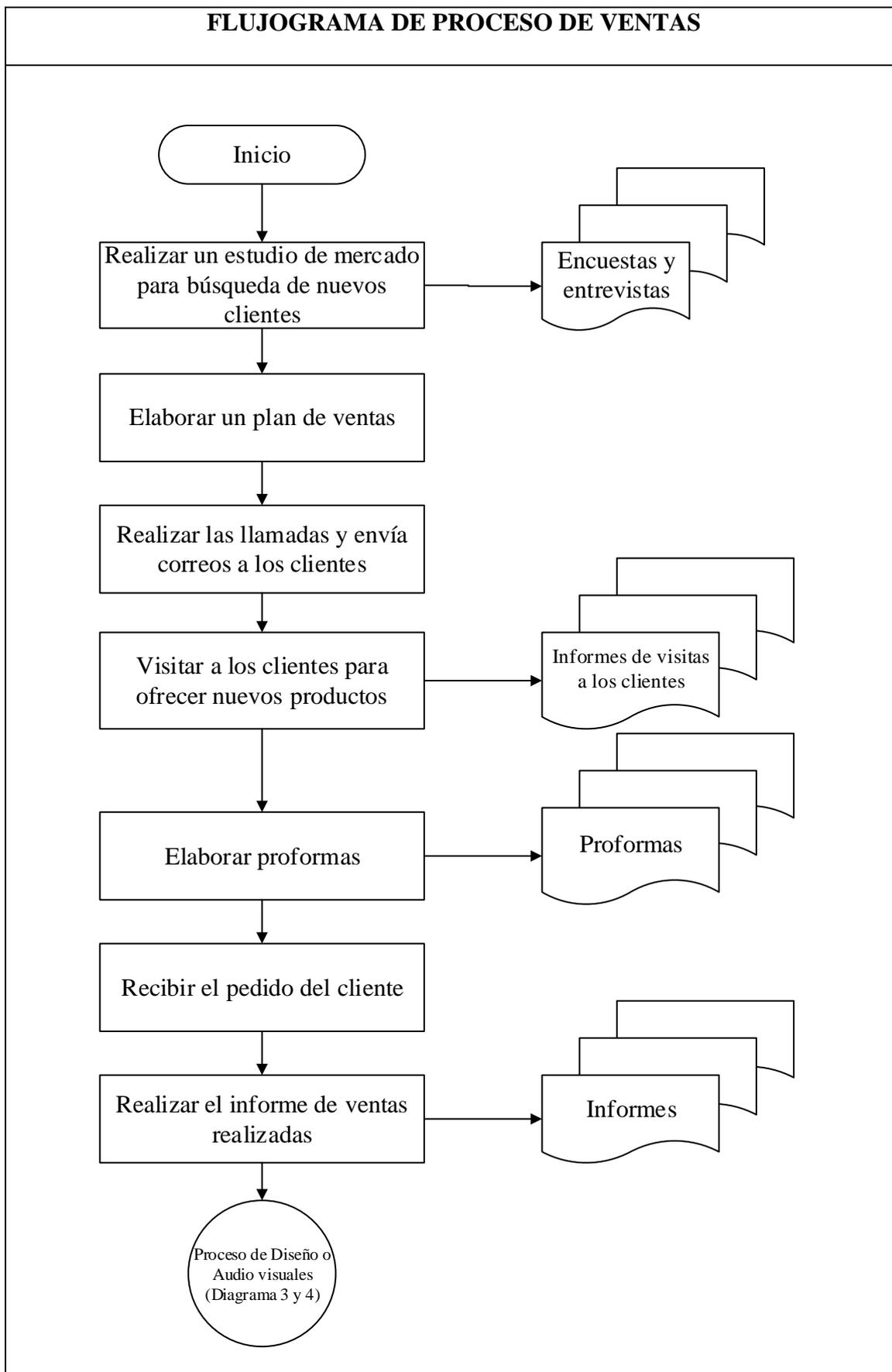
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	PROCEDIMIENTO DE VENTAS	Proceso de Ventas
		P02: Ventas
<p>1. <u>PROPÓSITO</u> Captar la mayor cantidad de mercado mediante la oferta de servicios y productos que la agencia grafica realiza, buscando obtener ventas de los mismos.</p> <p>2. <u>ALCANCE</u> Este procedimiento se aplica a nivel interno al área de ventas y a nivel externo a todo tipo de cliente de la Agencia Gráfica “Centauro”.</p> <p>3. <u>RESPONSABILIDAD</u> El vendedor es el responsable de realizar este procedimiento.</p> <p>4. <u>METODOLOGÍA</u> El procedimiento de ventas cuenta con los siguientes pasos:</p> <p>4.1. SELECCIÓN DEL SEGMENTO DE MERCADO Se realiza un estudio para conocer la aceptación de los productos y servicios que ofrece la empresa.</p> <p>4.2. ELABORA PLAN DE VENTAS Se elabora la planificación referente a las actividades de venta y comercialización, así como también el número de visitas tanto a los clientes con los que cuenta la empresa como a los posibles clientes potenciales.</p> <p>4.3. REALIZA LLAMADAS Y ENVÍA CORREOS PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS En caso de los clientes que se encuentran fuera de la ciudad se realizarán llamadas telefónicas o enviar correos informando los productos con los que se cuenta.</p> <p>4.4. VISITA A LOS CLIENTES PARA OFRECER NUEVOS PRODUCTOS Visita clientes para ofertar los nuevos productos con los que cuenta la empresa, así como también asesorar sobre promociones y descuentos.</p> <p>4.5. DOCUMENTA LAS PRE VENTAS Realiza las proformas que solicite el cliente para que conozcan los precios de los productos ofertados.</p> <p>4.6. RECIBE EL PEDIDO DEL CLIENTE Se recibe el pedido.</p> <p>4.7. ELABORA INFORME DE TRABAJO Redacta el informe de las actividades realizadas para entregarlo al director de área.</p>		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.



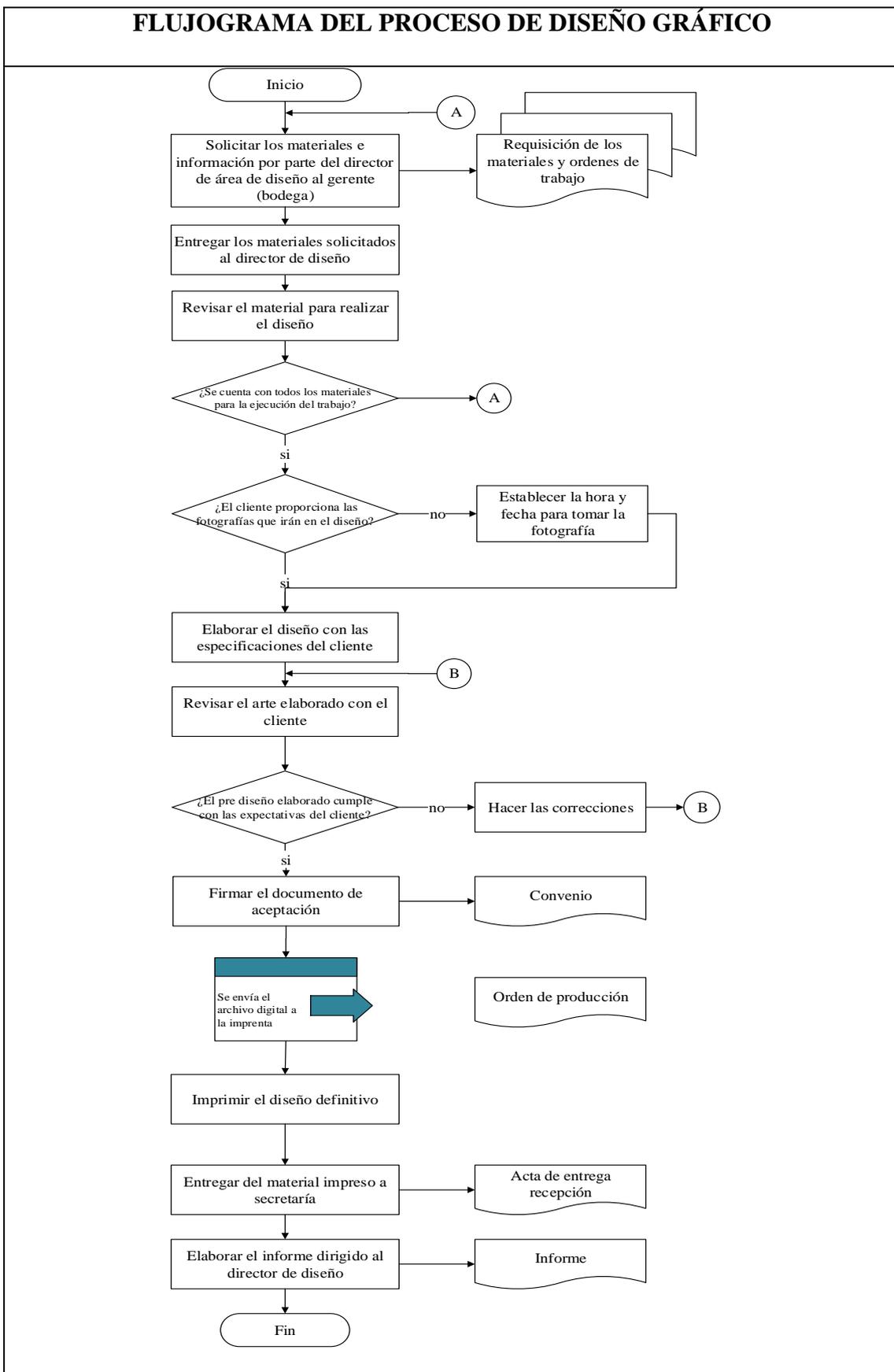
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	PROCEDIMIENTO DE LA ELABORACIÓN Y APROBACIÓN DE DISEÑO GRÁFICO	Proceso de Diseño
		P03 P03-Sub01
<p>1. PROPÓSITO Elaboración de diseño de las artes gráficas mediante la información entregada por el cliente, materiales entregados en los diferentes formatos impresos o medios digitales para publicitar los productos o servicios.</p> <p>2. ALCANCE Este procedimiento se aplica a nivel interno al área de diseño gráfico y a nivel externo a todo tipo de cliente de la Agencia Gráfica “Centauro”.</p> <p>3. RESPONSABILIDAD El Diseñador Gráfico es el único responsable de realizar este procedimiento.</p> <p>4. METODOLOGÍA El procedimiento de diseño gráfico tiene los siguientes pasos:</p> <p>4.1. SOLICITA LOS MATERIALES E INFORMACIÓN Enviar la solicitud emitida por el director del área de diseño gráfico para gestionar los materiales e información necesaria para la elaboración del arte.</p> <p>4.2. ENTREGA DE MATERIALES Recibir los materiales e información para la ejecución del trabajo.</p> <p>4.3. REvisa el material solicitado Proceder a examinar que los materiales sean los solicitados para la elaboración de los artes requeridos.</p> <p>4.4. TOMAR FOTOGRAFÍAS En caso de necesitar fotografías, programar una hora y fecha con el cliente.</p> <p>4.5. ELABORA EL DISEÑO SOLICITADO</p> <p>4.5.1. RECIBIR Y ELABORAR EL DISEÑO Se reciben los materiales requeridos para proceder a elaborar los diseños con las especificaciones que el cliente detalla en la solicitud de servicio.</p> <p>4.5.2. COORDINAR CITA CON EL CLIENTE PARA REVISIÓN DEL ARTE Y PRESENTACIÓN DEL BOCETO Se realiza una llamada telefónica para agendar una cita, donde se revisarán junto con el cliente el arte elaborado.</p> <p>4.5.3. REVISAR EL ARTE ELABORADO CON EL CLIENTE Revisar los diseños con el cliente, donde se emiten los comentarios y sugerencias a cambios a realizar en el arte previo a la aprobación del mismo.</p> <p>4.5.4. HACER LAS CORRECCIONES Hacer las correcciones sugeridas y enviar vía email al cliente para la aprobación final. Llamar al cliente para solicitar que realice la última revisión previa a la impresión.</p> <p>4.6. APROBACIÓN DEL DISEÑO</p> <p>4.6.1. FIRMA EL DOCUMENTO DE ACEPTACIÓN Una vez realizadas las correcciones el cliente firmará el documento de aceptación del arte realizado.</p> <p>4.6.2. ENVÍA EL ARCHIVO DIGITAL A LA IMPRENTA Se procede a gravar el arte en un dispositivo de almacenamiento para enviar a la imprenta que se encargará del proceso de impresión.</p> <p>4.7. ENTREGA DEL MATERIAL IMPRESO El material impreso es recibido por la secretaria que es la encargada de entregar el producto al cliente.</p> <p>4.8. ELABORA INFORME DE TRABAJO Redacta el informe de las actividades realizadas para entregarlo al director de área.</p>		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

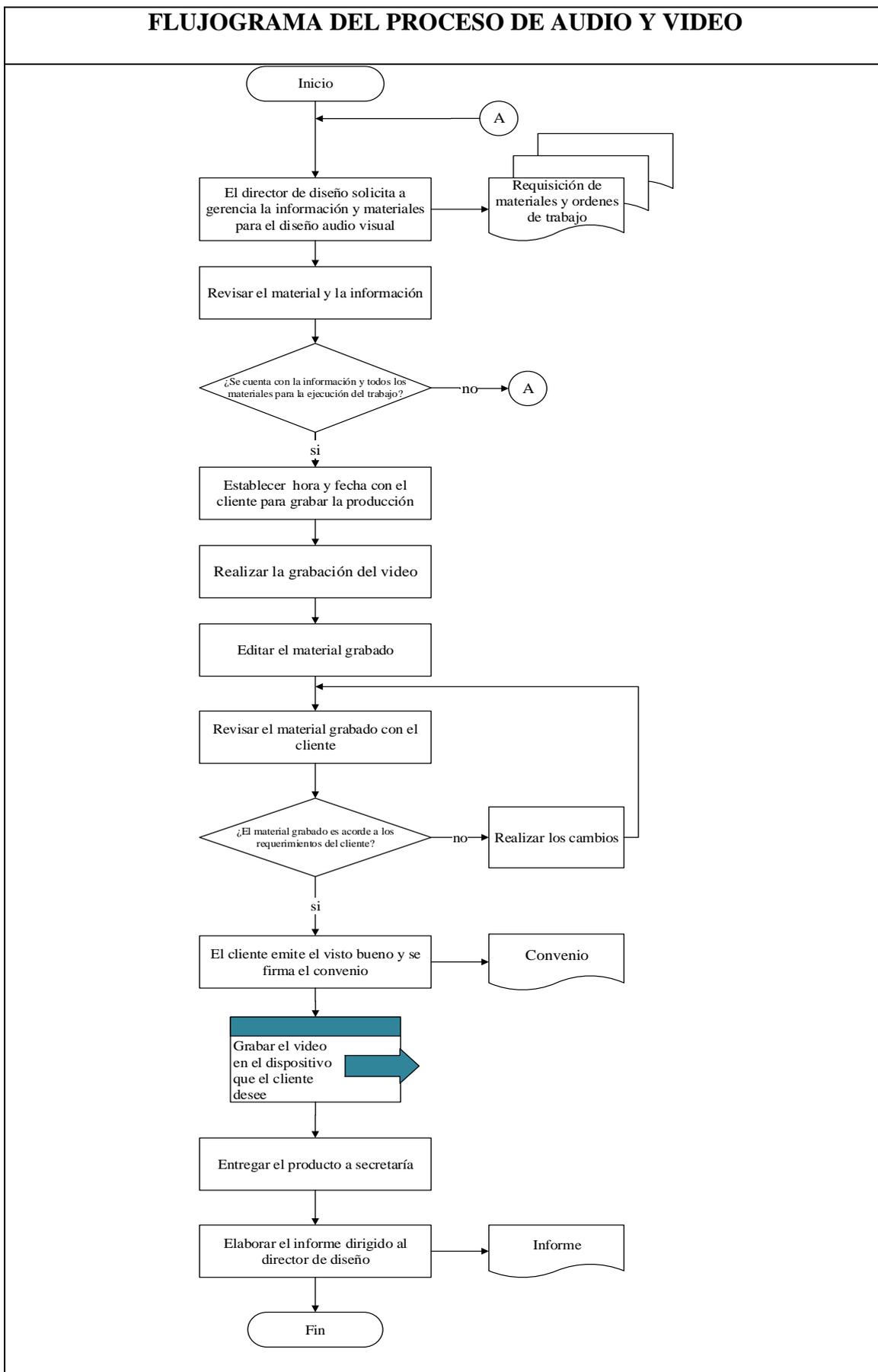


Fuente: Propuesta.
 Elaborado por: Autores.

	PROCEDIMIENTO DE ELABORACIÓN Y APROBACIÓN DE AUDIO Y VIDEO	Proceso Audiovisual
		P03 P03-Sub02
<p>1. <u>PROPÓSITO</u> Elaboración de material audiovisual en base a los requerimientos del cliente, de manera que sirva como una herramienta para dar a conocer los productos o servicios.</p> <p>2. <u>ALCANCE</u> Este procedimiento se aplica a nivel interno al área de audiovisuales y a nivel externo a todo tipo de cliente de la Agencia Gráfica “Centauro”.</p> <p>3. <u>RESPONSABILIDAD</u> El comunicador de audiovisual es el responsable de realizar este procedimiento.</p> <p>4. <u>METODOLOGÍA</u> El procedimiento de audiovisuales tiene los siguientes pasos:</p> <p>4.1.ENVÍA SOLICITUD DE MATERIALES E INFORMACIÓN Envía la solicitud emitida por el director del área de diseño gráfico para gestionar los materiales en su caso transfer, audio, video y fotografías e información necesaria para la elaboración del proyecto de audiovisuales.</p> <p>4.2.REVISA EL MATERIAL Y LA INFORMACIÓN Revisa si los materiales son los solicitados para la elaboración y verificar que existen los medios adecuados para la realización del video.</p> <p>4.3.ESTABLECE HORA Y FECHA CON EL CLIENTE Hacer llamadas telefónicas para coordinar fecha y hora para grabar el material audiovisual.</p> <p>4.4.GRABA EL VIDEO Asistir con los materiales necesarios para la grabación del video, teniendo en cuenta las especificaciones del cliente.</p> <p>4.5.EDITA EL MATERIAL GRABADO Realizar la edición del material grabado, pasando de la cámara de filmación al computador para unir todas las partes del video.</p> <p>4.6.REVISA EL MATERIAL ELABORADO CON EL CLIENTE Revisar el material con el cliente y realizar los cambios sugeridos por el mismo en el caso de existir.</p> <p>4.6.1. HACE LAS CORRECCIONES Realizar las debidas correcciones al video y enviar al cliente vía email para la aprobación.</p> <p>4.7.APROBACIÓN DEL VIDEO</p> <p>4.7.1. FIRMA EL DOCUMENTO DE ACEPTACIÓN Una vez realizadas las correcciones el cliente firmará el documento de aceptación del video realizado.</p> <p>4.7.2. GUARDAR EL VIDEO EN UN DISPOSITIVO Se procede a guardar el video en el dispositivo de almacenamiento de preferencia del cliente.</p> <p>4.8.ENTREGA DEL MATERIAL GRABADO El material grabado es receptado por la secretaria que es la encargada de entregar el producto al cliente.</p> <p>4.9.ELABORA INFORME DE TRABAJO Redacta el informe de las actividades realizadas para entregarlo al director de área.</p>		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.



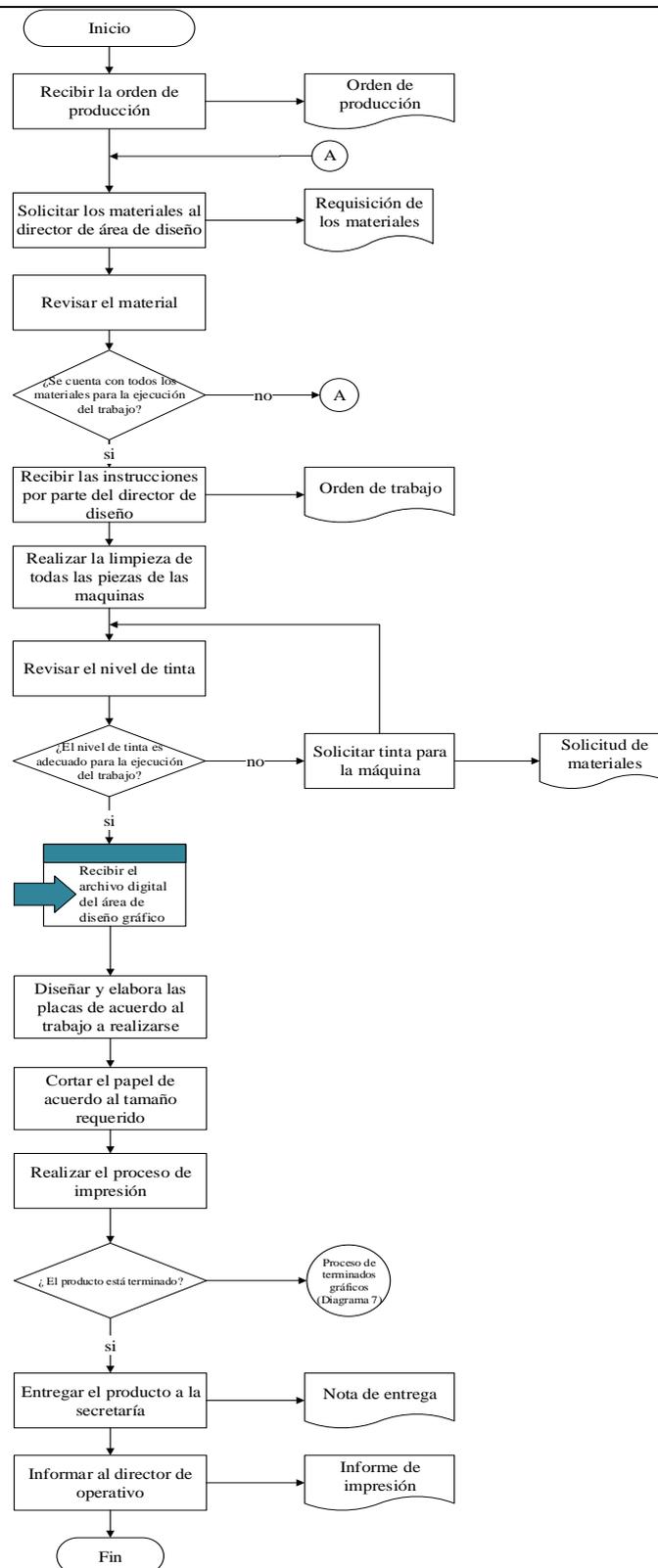
Fuente: Propuesta.
 Elaborado por: Autores.

	PROCEDIMIENTO DE RECEPCIÓN E IMPRENTA DEL MATERIAL GRÁFICO	Proceso de Imprenta
		P03 P03-Sub03
<p>1. PROPÓSITO Recepción e impresión del arte aprobado en materiales como papel o lona dependiendo del requerimiento hecho por el cliente, para cumplir con los más altos estándares de calidad.</p> <p>2. ALCANCE Este procedimiento se aplica a nivel interno al área de la imprenta.</p> <p>3. RESPONSABILIDAD El prensista es el responsable de realizar este procedimiento.</p> <p>4. METODOLOGÍA El procedimiento de imprenta tiene los siguientes pasos:</p> <p>4.1. RECIBE ORDEN DE PRODUCCIÓN El prensista recibe la orden de producción por parte del director operativo para realizar los trabajos de impresión.</p> <p>4.2. SOLICITA LOS MATERIALES Envía solicitud al director operativo para gestionar los materiales necesarios como son el papel, las tintas, las placas offset entre otros.</p> <p>4.3. REvisa EL MATERIAL SOLICITADO Revisa adecuadamente que se encuentren todos los materiales requeridos para realizar el trabajo de impresión solicitados al director operativo.</p> <p>4.4. RECEPTA LAS INSTRUCCIONES POR PARTE DEL DIRECTOR OPERATIVO Recibe las instrucciones adecuadas de manera verbal y escrita sobre la elaboración del material impreso por parte del director operativo con las especificaciones dadas por el cliente.</p> <p>4.5. PRE-PRENSA</p> <p>4.5.1. LIMPIA LAS MÁQUINAS Y MATERIALES DE IMPRESIÓN Realiza las labores necesarias de limpieza de todas las piezas de las maquinas a utilizarse en el proceso de impresión.</p> <p>4.5.2. REvisa EL NIVEL DE TINTA Observa si se cuenta con las tintas para la impresión, en caso de que estén agotadas solicitar al jefe inmediato.</p> <p>4.5.3. RECIBE EL ARCHIVO DIGITAL DEL ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO Recibe el archivo digital y pasarlo a la computadora para adaptarlo a la placa offset.</p> <p>4.5.4. ELABORA LAS PLACAS OFFSET Diseña y elabora las placas con las especificaciones necesarias para la maquina a utilizarse.</p> <p>4.5.5. CORTA EL PAPEL Corta el papel al tamaño requerido para la impresión del trabajo a realizarse.</p> <p>4.6. IMPRIME EL MATERIAL SOLICITADO POR EL DIRECTOR Después de revisar que se cuenta con todos los materiales necesarios y que las máquinas están listas se procede a la impresión.</p> <p>4.7. ENTREGA DEL MATERIAL IMPRESO El material impreso es receptado por la secretaria que es la encargada de entregar el producto al cliente.</p> <p>4.8. ELABORA INFORME DE TRABAJO Redacta el informe de las actividades realizadas para entregarlo al director de área.</p>		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

FLUJOGRAMA DE PROCESO DE RECEPCIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIALES GRÁFICOS



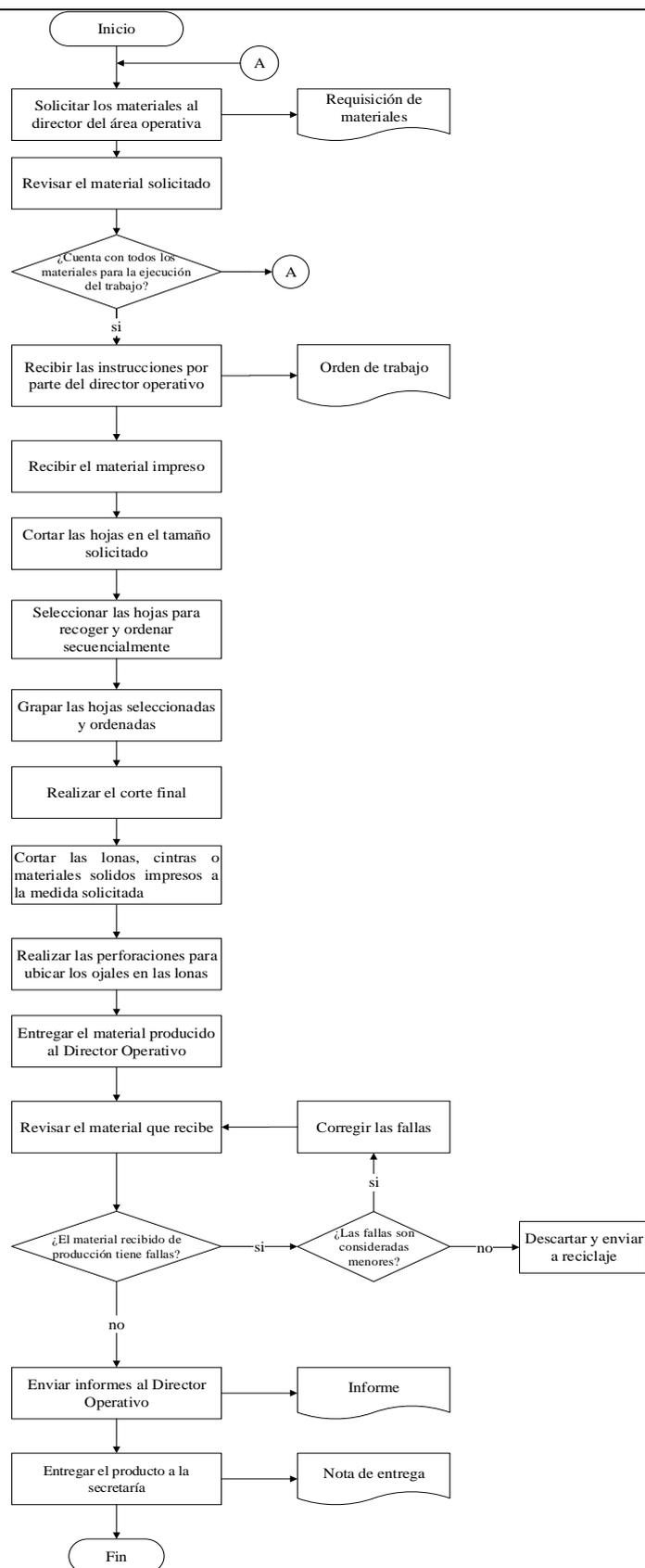
Fuente: Propuesta.
Elaborado por: Autores.

	PROCEDIMIENTO DE TERMINADOS GRÁFICOS	Proceso Terminados Gráficos
		P03 P03-Sub04
<p>1. PROPÓSITO Proporcionar el acabado final a los productos realizados en la agencia gráfica buscando siempre que estos cumplan con los estándares de calidad requeridos por el cliente.</p> <p>2. ALCANCE Este procedimiento se aplica a nivel interno al área de terminados gráficos.</p> <p>3. RESPONSABILIDAD El operario es el encargado de proporcionar el terminado gráfico a los trabajos realizados.</p> <p>4. METODOLOGÍA El procedimiento de terminado gráfico tiene los siguientes pasos:</p> <p>4.1. SOLICITA EL MATERIAL Envía la solicitud al director del área operativa para gestionar los materiales como son estiletes, grapadoras, siliconas, reglas entre otros que son necesarios para realizar este proceso.</p> <p>4.2. REvisa EL MATERIAL SOLICITADO Revisa que los materiales sean los solicitados para la elaboración y verificar que existen los medios adecuados para la realización del trabajo solicitado.</p> <p>4.3. RECEPTA LAS INSTRUCCIONES POR PARTE DEL DIRECTOR OPERATIVO Recibe las instrucciones adecuadas de manera verbal y escrita sobre los terminados requeridos por parte del Director Operativo con las especificaciones dadas por el cliente.</p> <p>4.4. RECEPCIÓN DEL MATERIAL IMPRESO Se recibe el material impreso para poder realizar los trabajos de terminados gráficos.</p> <p>4.4.1. GUILLOTINAR LAS HOJAS IMPRESAS Se corta las hojas en el tamaño solicitado por el cliente en formatos como son A3, A4, A5.</p> <p>4.4.2. SELECCIONA, RECOGE Y ORDENA LAS HOJAS Se selecciona las hojas en páginas para recoger y dar orden a los folletos, cuadernos o libros.</p> <p>4.4.3. GRAPA LAS HOJAS Se procede a grapar las hojas ya seleccionadas y ordenadas.</p> <p>4.4.4. REALIZA EL CORTE FINAL Se efectúa el corte final de los folletos, libros o cuadernos para por último realizar el doblado necesario del trabajo.</p> <p>4.5. CORTA LAS LONAS, CINTRAS O MATERIALES SOLIDOS IMPRESOS Hace los cortes necesarios a la medida solicitada dependiendo de las especificaciones de cada orden de trabajo entregada al área operativa.</p> <p>4.5.1. ARMA LOS BANERS Se arma la lona en el baner donde se la dobla y pega la parte superior con cinta de embalaje y en la parte inferior se a sujeta a la estructura.</p> <p>4.5.2. PONE OJALES Se realiza las perforaciones para proceder a ubicar los ojales en la lona para evitar que al tensarla se rompa.</p> <p>4.6. ENTREGA EL MATERIAL PRODUCIDO AL DIRECTOR OPERATIVO El director operativo recibe el trabajo terminado para revisar que esté acorde a las instrucciones dadas.</p> <p>4.7. ELABORA INFORME DE TRABAJO Redacta el informe de las actividades realizadas para entregarlo al director de área.</p> <p>4.8. ENTREGA DEL MATERIAL IMPRESO El material impreso es receptado por la secretaria que es la encargada de entregar el producto al cliente.</p>		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

FLUJOGRAMA DE PROCESO DE TERMINADOS GRÁFICOS



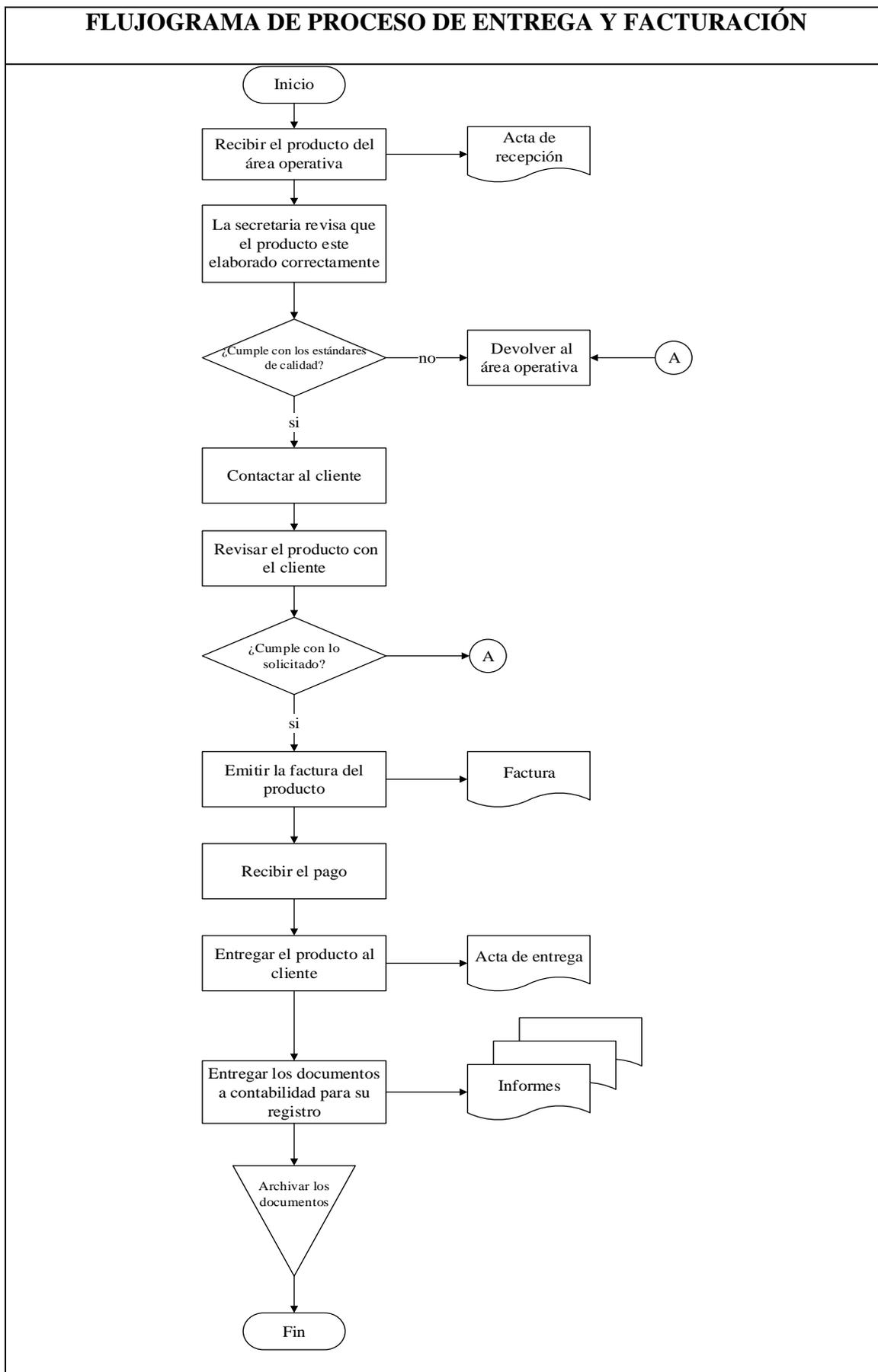
Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

	PROCEDIMIENTO DE ENTREGA Y FACTURACIÓN	Proceso de Entrega y facturación
		P04
<p>1. <u>PROPÓSITO</u> Entregar y facturar los productos elaborados por la agencia gráfica cumpliendo con los requerimientos de los clientes.</p> <p>2. <u>ALCANCE</u> Este procedimiento se aplica a nivel interno al área de secretaría y a nivel externo a todo tipo de cliente de la Agencia Gráfica “Centauro”.</p> <p>3. <u>RESPONSABILIDAD</u> El vendedor es el responsable de realizar este procedimiento.</p> <p>4. <u>METODOLOGÍA</u> El procedimiento de entrega y facturación cuenta con los siguientes pasos:</p> <p>4.1.RECIBE EL PRODUCTO DEL ÁREA OPERATIVA El director operativo entrega el producto terminado a la secretaría.</p> <p>4.2.REVISA EL PRODUCTO ELABORADO La secretaría revisa que el producto cumpla con los estándares de calidad que ofrece la empresa.</p> <p>4.3.CONTACTA AL CLIENTE Se realiza las llamadas para contactar al cliente e informarle que el producto está listo.</p> <p>4.4.REVISA EL PRODUCTO CON EL CLIENTE La secretaría revisa junto con el cliente que el producto este acorde con las necesidades, caso contrario se lo devuelve a el área operativa.</p> <p>4.5.EMITE FACTURA Elabora la factura con el detalle de la venta realizada.</p> <p>4.6.RECIBE EL PAGO El cliente emite el pago y se le entrega el producto.</p> <p>4.7.ENTREGA DE DOCUMENTOS A CONTABILIDAD Envía toda la documentación al departamento de contabilidad para registro.</p> <p>4.8.ARCHIVA LOS DOCUMENTOS Se guarda los documentos de respaldo.</p>		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.



Fuente: Propuesta.

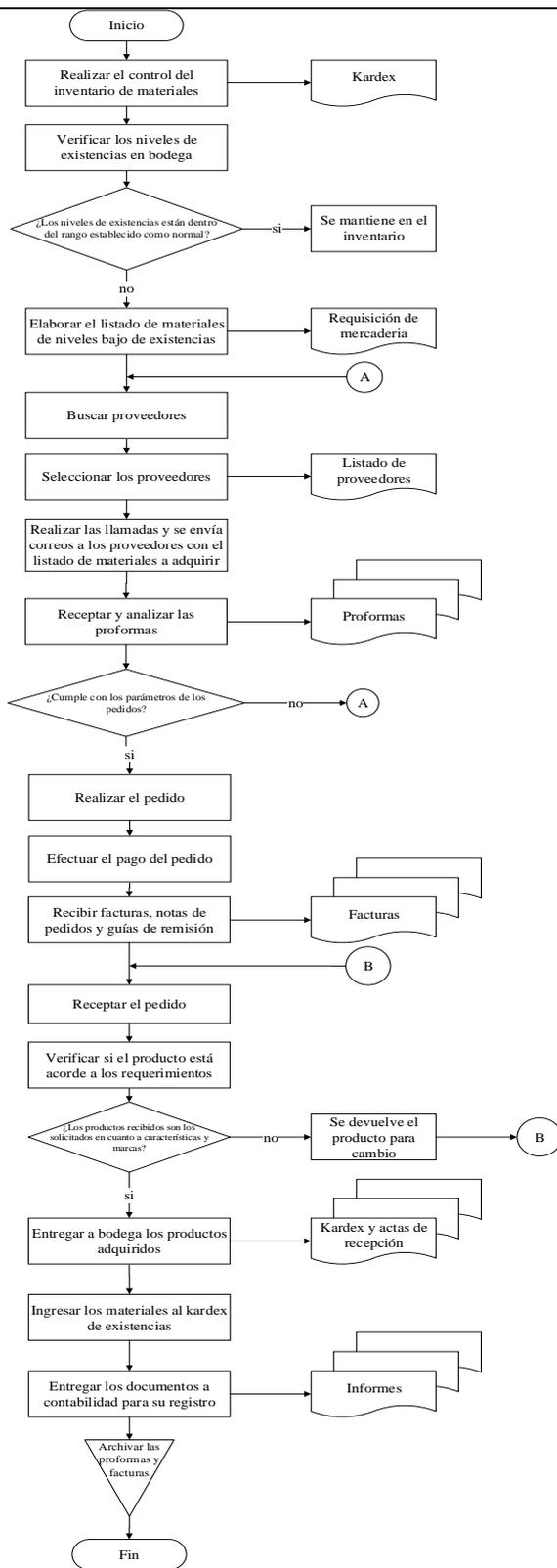
Elaborado por: Autores.

	PROCEDIMIENTO DE ADQUISICIÓN DE MATERIAL PRIMA	Proceso de Compra
		P05 P05-Sub01
<p>1. <u>PROPÓSITO</u> Tener todas las materias primas para la elaboración de los productos que oferta la empresa, buscando optimizar los tiempos en cada proceso evitando retrasos por falta de material.</p> <p>2. <u>ALCANCE</u> Este procedimiento se aplica a nivel interno al área de almacén y el externo a todo tipo de proveedores de la Agencia Gráfica “Centauro”.</p> <p>3. <u>RESPONSABILIDAD</u> El Director Operativo es el responsable de realizar este procedimiento.</p> <p>4. <u>METODOLOGÍA</u> El procedimiento de compra de materia prima cuenta con los siguientes pasos:</p> <p>4.1. REALIZA EL CONTROL DEL INVENTARIO DE MATERIALES Se realiza el conteo físico de los materiales de acuerdo al kardex de existencias.</p> <p>4.2. VERIFICA LOS NIVELES DE EXISTENCIAS EN BODEGA Verificar el stock de materiales con los que cuenta la empresa para conocer el faltante y así efectuar el listado para el pedido.</p> <p>4.3. BUSCA Y SELECCIONA LOS PROVEEDORES Analizar a los proveedores, así como también los precios de la materia prima ofertada por ellos.</p> <p>4.4. LLAMA Y ENVÍA CORREOS PARA SOLICITAR PROFORMAS Llamar y enviar correos a los proveedores solicitando proformas de los productos necesarios para desarrollar las actividades de cada área.</p> <p>4.5. RECEPTA Y ESCOGE LAS PROFORMAS CON EL MEJOR PRECIO Se recibe las proformas de los diferentes proveedores para proceder a evaluarlas y escoger la mejor opción.</p> <p>4.6. REALIZA EL PEDIDO AL PROVEEDOR Hacer las llamadas o enviar correos para solicitar los productos que la empresa estima necesarios.</p> <p>4.7. EFECTÚA EL PAGO Efectuar el pago el cual puede ser mediante transferencia bancaria o depósito en la cuenta del proveedor.</p> <p>4.8. RECIBE LA FACTURA DE LOS MATERIALES Recibir y verificar que los datos de la factura sean los otorgados por la empresa.</p> <p>4.9. RECEPTA EL PEDIDO Recibir el/ los materiales solicitados.</p> <p>4.10. VERIFICA LOS MATERIALES Recibir y verificar que los materiales estén de acuerdo con el pedido.</p> <p>4.11. ENTREGA A BODEGA Entregar a bodega para ingresar las nuevas existencias en el kardex.</p> <p>4.12. ENTREGA DE DOCUMENTOS A CONTABILIDAD Envía toda la documentación al departamento de contabilidad para registro.</p> <p>4.13. ARCHIVA PROFORMAS Y FACTURAS Se ingresa al archivo físico los documentos de respaldo.</p>		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

FLUJOGRAMA DE PROCESO DE COMPRAS



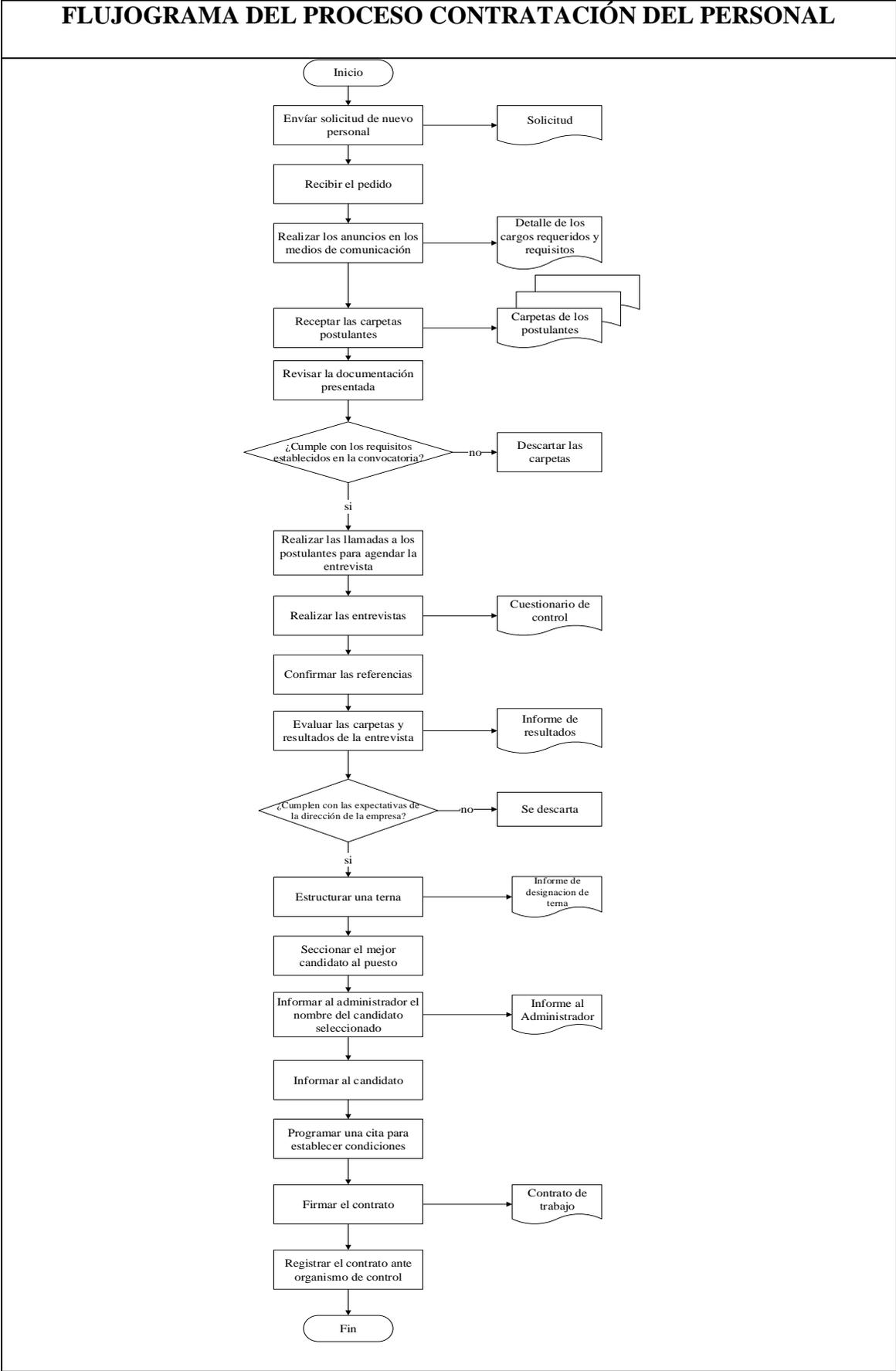
Fuente: Propuesta.
Elaborado por: Autores.

 <small>centauro</small>	PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN, RECLUTAMIENTO Y CONTRATACIÓN DEL PERSONAL	Proceso Administrativo P06 P06-Sub01
<p>1. <u>PROPÓSITO</u> Establecer los lineamientos y normativa necesaria para registrar el reclutamiento, selección y contratación del personal que forma parte de la Agencia Gráfica “Centauro”.</p> <p>2. <u>ALCANCE</u> Este procedimiento se aplica a los candidatos que cumple con los requisitos para ocupar las vacantes de las áreas de la Agencia Gráfica “Centauro”.</p> <p>3. <u>RESPONSABILIDAD</u> El Gerente y el Director Administrativo son los responsables de realizar este procedimiento.</p> <p>4. <u>METODOLOGÍA</u> El procedimiento de reclutamiento, selección y contratación tiene los siguientes pasos:</p> <p>4.1. ENVÍA SOLICITUD DE NUEVO PERSONAL Recibir de las áreas internas de la Agencia Gráfica la comunicación donde se especifica la necesidad del puesto de trabajo a cubrir.</p> <p>4.2. REALIZA EL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE CANDIDATOS</p> <p>4.2.1. Anuncios en medios de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con la finalidad de dar a conocer la vacante de puesto en la agencia Gráfica se procederá a poner anuncios en los diversos medios de comunicación y redes sociales con la finalidad de captar potenciales candidatos al cargo requerido. • Se debe considerar los costos y gastos en los que incurrirá la entidad para publicar en los medios de comunicación. • El director Administrativo se encargará de redactar en el aviso especificando el o los cargos a ocupar. <p>4.3 REQUISITOS Los aspirantes al puesto deberán presentar como requisitos los siguientes parámetros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curriculum vitae. • Copias legibles de los documentos personales: Cedula y certificado de votación actualizado, en caso de personas con discapacidad la copia del carnet del CONADIS. • 5 fotografías tamaño carnet. • Certificado de antecedentes penales actualizado emitido por el ministerio del interior. • Dos cartas de recomendación. • Cuatro certificados de honorabilidad. • Titulo o certificados de estudios realizados. 		

	PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN, RECLUTAMIENTO Y CONTRATACIÓN DEL PERSONAL	Proceso Administrativo
		P06 P06-Sub01
<p>4.4 SE EFECTÚA LA SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Después de receptor las carpetas de los candidatos se procede a revisar la documentación solicitada. • Analizar que los requisitos estén completos y con las especificaciones detalladas, cumpliendo de acuerdo con el manual de funciones. • Hacer las llamadas telefónicas a los potenciales candidatos considerando el curriculum vitae. • Agendar una entrevista a los potenciales candidatos para el puesto vacante en la entidad. • Realizar la entrevista que servirá de filtro para identificar si la persona posee las habilidades necesarias para el puesto. • Realizar la investigación de las referencias vía telefónica. • Evaluar las carpetas y la entrevista para obtener los tres mejores candidatos al puesto. • Enviar al responsable del área que solicitó la vacante el resultado de los tres mejores candidatos. • Una vez que el Encargado del área selecciona al mejor candidato se informa al Administrador el nombre de la persona idónea para el puesto. • Informar al candidato que ha sido seleccionado para ocupar el cargo vacante en la entidad. • Programar una cita para negociar las condiciones laborales, contractuales y beneficios. • Llamar y citar al candidato para la firma del contrato individual de trabajo. 		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.



Fuente: Propuesta.
Elaborado por: Autores.

Tabla 28: Indicadores de gestión

Nº	Nombre del Indicador	Descripción	Unidad de medida	Fórmula de cálculo	Responsable de la medición	Responsable de la revisión	Frecuencia de medición	Frecuencia de Revisión	Fuente de información/captura de datos
P02	Porcentaje de captación del cliente al personal de ventas	Medir el porcentaje de captación del cliente con el informe de visitas a los clientes	Porcentual	$(\# \text{ de visitas realizadas} / \text{Total de visitas planificadas}) * 100$	Director de ventas	Gerente	Mensual	Trimestral	Informes de ventas
P03-Sub01	Porcentaje de diseños realizados por el personal encargado	Medir el porcentaje de trabajos que realiza el diseñador	Porcentual	$(\# \text{ de diseños realizados al día} / \text{Total de tiempo empleado}) * 100$	Director de diseño	Gerente	Mensual	Trimestral	Informes de los trabajos de los diseños
P03-Sub02	Porcentaje de videos realizados por el personal responsable	Medir el porcentaje de videos realizados.	Porcentual	$(\# \text{ de videos realizadas} / \text{Total de videos al mes proyectados}) * 100$	Director de diseño	Gerente	Mensual	Trimestral	Informes de videos realizados
P03-Sub03	Porcentaje de impresiones realizadas efectuadas por el prensista.	Medir el porcentaje de trabajos impresos que realiza por el prensista	Porcentual	$(\# \text{ de impresiones realizadas al día} / \text{Total de impresiones mensuales}) * 100$	Director de diseño	Gerente	Mensual	Trimestral	Informes de impresiones
P03-Sub04	Porcentaje de trabajos terminados.	Medir el porcentaje de trabajos terminados.	Porcentual	$(\# \text{ de trabajos terminados} / \text{Total de trabajos terminados al mes}) * 100$	Director de diseño	Gerente	Mensual	Semestral	Informes de trabajos terminados.
P04	Porcentaje de pago de facturas realizadas a los clientes.	Medir el porcentaje de los pagos de las facturas realizadas a los clientes	Porcentual	$(\# \text{ de facturas pagadas} / \text{Total de facturas pagadas}) * 100$	Tesorero/a	Director Financiero	Mensual	Semestral	Facturas emitidas
P05	Porcentaje de compras realizadas	Medir el porcentaje de compras realizadas.	Porcentual	$(\# \text{ compras realizadas} / \text{Total de compras proyectadas}) * 100$	Director de ventas	Contador/a	Mensual	Semestral	Informes de compras y facturas
P06	Porcentaje de empleados que ingresan a la empresa	Medir el porcentaje de empleados que ingresan a la empresa	Porcentual	$(\# \text{ de empleados contratados} / \text{Total de empleados}) * 100$	Administrador	Gerente	Mensual	Semestral	Contratos

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

3.11 Reglamento interno de la empresa

En la actualidad la agencia gráfica Centauro no cuenta con un reglamento interno, razón por la cual una parte de la propuesta es la implementación de este instrumento que ayudará a asignar responsabilidades, deberes y derechos de los empleados.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DE LA AGENCIA GRÁFICA CENTAURO

La agencia gráfica “Centauro”, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Ibarra, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO I

Finalidad y Normas Generales.

Art 1. Objeto general. - El presente reglamento tiene como objetivo principal complementar las disposiciones del código de trabajo para una adecuada asignación del recurso humano dentro de la empresa, con el fin de alcanzar la eficacia, eficiencia y efectividad en el trabajo; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Art 2. Vigencia. - Este reglamento Interno comenzará a regir desde 05 de enero del 2020 fecha en que es aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.

Art 3. Conocimiento y difusión. - La agencia gráfica Centauro socializará y entregará este Reglamento Interno a todos los empleados. Por lo cual ninguno de los trabajadores, estará exento de su cumplimiento.

Art 4. Ordenes legítimas. - De acuerdo a la ley y con base en las jerarquías establecidas en el organigrama de la agencia gráfica Centauro, los empleados deben acatar las órdenes de sus superiores, en cuanto se refiere a las actividades propias del puesto, a más de las obligaciones que corresponden a su trabajo.

Art 5. Ámbito de aplicación. – Este Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren en la agencia gráfica Centauro.

CAPÍTULO II

Características del Personal.

Art 6. Se consideran empleados o trabajadores de la agencia gráfica Centauro a las personas que cumplan con los requisitos solicitados en la selección e ingreso, además de manuales o instructivos que la entidad posee y que presten servicios con relación de dependencia en las actividades desarrolladas por la empresa.

Art 7. La selección e ingreso de los nuevos trabajadores, se lo hará únicamente para suplir vacantes o en caso de implementarse nuevos procesos para la empresa y es responsabilidad exclusiva del Representante Legal o su delegado.

Para la selección del personal, la entidad exigirá a los aspirantes la presentación de la carpeta con todos los requisitos y presentarse a la entrevista laboral.

Art 8. El aspirante seleccionado para cumplir las funciones del puesto, deberá llenar un formulario que contengan todos los datos personales del trabajador; para contactarlo en casos de emergencias.

Para la firma del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado presentará la carpeta con la documentación actualizada en la que debe constar:

- Curriculum vitae.

- Copia de las credenciales a color “Cédula y certificado de votación actualizado.
- En caso de personas con discapacidad la copia del carnet del CONADIS”.
- 5 fotografías tamaño carnet.
- Certificado de antecedentes penales actualizado emitido por el ministerio del interior.
- Dos cartas de recomendación.
- Cuatro certificados de honorabilidad.
- Título o certificados de estudios realizados.
- Certificado médico.

Art 9. Los aspirantes o candidatos informarán el grado de consanguinidad o afinidad con los miembros de la entidad al momento de su contratación.

Art 10. Si el Trabajador recibe bienes o implementos de la empresa o clientes para desarrollar las funciones asignadas, deberán firmar actas de recepción en las cuales acepten la responsabilidad por custodia y cuidado, teniendo que devolverlos en caso de solicitarlo o por terminación de su contrato laboral.

CAPÍTULO III

Entrenamiento y Capacitación.

Art 11. El departamento administrativo es el encargado de organizar las capacitación y entrenamiento a los trabajadores, dando cumplimiento a la planificación anual de la entidad.

CAPÍTULO IV

Normas Disciplinarias.

Art 12. A los trabajadores que no cumplan con las disposiciones o reglamentos de la empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Ética, las del presente reglamento y demás normas aplicables.

Art 13. Para la falta o el atraso injustificado del empleado a su puesto de trabajo, se descontará la parte proporcional de su remuneración equivalente al tiempo de inasistencia, con base a lo estipulado en el Código del Trabajo.

Art 14. Dependiendo de la falta, reincidencia y perjuicios a la entidad cometidos por el trabajador se aplicará una de las siguientes sanciones:

- a) Amonestaciones Verbales.
- b) Amonestaciones Escritas.
- c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador.

CAPÍTULO V

De las vacaciones, licencias y permisos.

Art 15. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas serán definidas por el jefe en común acuerdo con el trabajador.

Art 16. Las vacaciones aprobarán los jefes inmediatos, o el administrador previa solicitud por parte del empleado y siempre que no afecte al desarrollo normal de las actividades de la empresa, en cuyo caso deberán ser reprogramadas.

Art 17. Para salir a vacaciones el empleado deberá:

- a) Entregar toda la documentación y los bienes a la persona que suplirá sus funciones, buscando evitar paralización de las actividades.
- b) El empleado deberá llenar el formulario emitido por la empresa, en el cual quede constancia de los días asignados a vacaciones.

De las licencias

Art 18. Las licencias deberán solicitarse por escrito y ser aprobadas mediante la firma del jefe inmediato o del administrador.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a) Casos de maternidad y paternidad.
- b) Asistencia a capacitaciones que la empresa autorice.
- c) Cualquier otra licencia que conste en el Código del Trabajo.

Art 19 Si una falta no es justificada en 24 horas se considerará como falta injustificada, por tanto, el empleado la debida amonestación escrita descuento por el del tiempo referido.

De los permisos

Art 20. Los permisos para los empleados serán hasta un máximo de tres horas durante la jornada laboral y únicamente serán en caso de emergencia o fuerza mayor, que se recuperarán en el lapso de la semana, caso de no hacerlo se descontara del salario.

CAPÍTULO VI

Jornadas y Horarios de Trabajo.

Art 21. De acuerdo a lo establecido en la ley, la jornada diaria de trabajo será de 8 horas y 40 horas a la semana, para lo que los empleados de la agencia gráfica Centauro cumplirán encada puesto de trabajo.

Art 22. Los empleados tendrán que registrar su asistencia en los sistemas que implante la empresa para este fin.

Art 23. Se acatarán a las sanciones dispuestas por la ley y el reglamento actual vigente los empleados que faltasen o registren retraso a su ingreso.

Art 24. Se sujetarán a sanciones los empleados que no cumplan estrictamente el horario de trabajo establecido por la entidad, por lo tanto, solo podrán ausentarse quienes tenga permiso previo otorgado por el jefe inmediato o el administrador.

Art 25. Se considerarán horas extras a los trabajos realizados fuera del horario habitual que tengan autorización del jefe inmediato y con conocimiento de la administración.

CAPÍTULO VII

Obligaciones (Desempeño de funciones) y Prohibiciones.

De las obligaciones

Art 26. Además de las obligaciones que contiene el artículo 45 del Código de Trabajo, Código de Ética y este Reglamento, los trabajadores están obligados a:

- Acatar las leyes, reglamentos y disposiciones actuales de la entidad; que no incumplan con este reglamento y código de ética.
- Cumplir con las actividades asignadas a cada puesto de trabajo que se estipula en los contratos de trabajo y manual de funciones de la entidad.
- Ejercer todas y cada una de las labores asignadas cumpliendo con las instrucciones impartidas por las autoridades a cargo de estas funciones.
- Velar por los intereses de la agencia gráfica, y por la conservación de todos los bienes a cargo de los empleados.
- Respetar la confidencialidad de la información tanto del giro de la empresa, así como también la otorgada por los clientes.
- Cumplir la jornada laboral de acuerdo a los horarios que establece la empresa.
- Culminada la jornada de trabajo el empleado encargado de custodiar documentos confidenciales deberá archivarlos en un lugar seguro al que tenga acceso solo personal autorizado.

- Presentarse a las capacitaciones, cursos u otros eventos que la entidad considere necesarios.
- Atender a los clientes de forma amable y cordial prestando la debida atención a las sugerencias de los trabajos a realiza.
- Tener limpio y ordenado los lugares de trabajo, así como también un archivo ordenado de los documentos.
- Comunicar al jefe inmediato de cualquier hecho o circunstancia ocurrida dentro de la entidad que pueden causar daños o pérdidas.
- Proporcionar todo lo requerido en los controles e inspecciones que realice la entidad por medio del personal autorizado.
- Entregar informes de todas las actividades realizadas al jefe inmediato de cada área.
- Al momento de recibir las remuneraciones los empleados deberán firmar en cada rol de pagos recibido.

De las prohibiciones

Art 27. A más de las prohibiciones que contienen el artículo 46 del Código del Trabajo, Código de Ética y este Reglamento, los trabajadores Tienen Prohibido:

- Pedir coimas por la prestación de servicio a los clientes o por la adquisición de materiales a los proveedores con los que tenga relación la entidad.
- Modificar los precios de los servicios o productos que la empresa oferta en beneficio propio.
- Suspender las actividades dentro de la jornada laboral establecida en este reglamento sin el permiso respectivo del jefe inmediato o del administrador.
- Encomendar a otro empleado las tareas del área asignada sin previa autorización de las autoridades.
- Incitar a los compañeros de trabajo a suspender las labores.

- Abrir la correspondencia u otro documento que sea propiedad de la entidad sin autorización de las autoridades de la misma.
- Utilizar el internet para actividades que no sean propias de cada puesto de trabajo.
- Instalar programas en los equipos de la empresa sin permiso de la gerencia o personal responsable del área.
- Divulgar cualquier tipo de información de propiedad de la empresa sin estar autorizado.
- El personal que tenga bajo custodia los fondos económicos de la empresa no podrán utilizarlos para fines no asignados.
- Asistir a trabajar bajo el efecto de alcohol o cualquier estupefaciente.
- Fumar en las instalaciones de la entidad.
- Ingerir licor en el interior de las instalaciones de la empresa.
- Llevar consigo cualquier tipo de armas durante su estancia en la empresa excepto el personal de seguridad en su horario de trabajo.
- Desobedecer las instrucciones o avisos de los superiores.

CAPÍTULO VIII

De las obligaciones y prohibiciones de la empresa o Compañía.

Art 28. Son obligaciones de la entidad, a más de las instauradas en el Código de Trabajo y código de Ética, las siguientes:

- Tener las instalaciones de la entidad en buen estado de salubridad e higiene que garantice la salud de los empleados.
- Mantener los registros de la empresa actualizados.
- Dotar de los implementos y materiales necesarios a los empleados para el desarrollo de las actividades asignadas.
- Tratar con respeto y consideración a todos los miembros de la organización.
- Proporcionar todos los documentos de respaldo a las autoridades de Trabajo en caso de

inspecciones para que se verifique que no se está violando el Código de Trabajo y este reglamento.

Art 28. Son prohibiciones de la entidad, a más de las instauradas en el Código de Trabajo y Código de Ética, las siguientes:

- Descontar del salario del empleado más del diez por ciento por multas incurridas.
- Realizar colectas por cualquier concepto dentro de la entidad.
- Entorpecer los procesos de inspección y control por parte de los diferentes organismos designados.

CAPÍTULO IX

Procedimientos disciplinarios, Faltas y Sanciones.

Art 29. Los trabajadores que no acaten las disposiciones establecidas por la empresa en este reglamento y código de ética se les aplicará las debidas sanciones establecidas en estos y las dispuestas en el Código del Trabajo.

De las sanciones pecuniarias - multas

Art 30. Las amonestaciones serán de forma escrita y entregadas al trabajador que haya incumplido con las disposiciones, normas o leyes, al momento de la recepción del informe el empleado firmará para quedar constancia de la recepción, estas amonestaciones irán al expediente personal.

Si el empleado es amonestado por tres veces en el transcurso de 60 días se considerarán faltas graves.

Art 31. A de más de los señalados en este reglamento se aplicarán multas en los casos siguientes:

- No cumplir con las indicaciones, órdenes y disposiciones dadas por el personal a cargo.
- No colaborar en caso de que la empresa necesite de sus servicios en horas

extraordinarias.

- Hacer otras tareas no asignadas durante su estancia en la empresa.
- No brindar una buena atención a los clientes y personas que lleguen a la empresa.

De las faltas en general

Art 32. Las faltas serán agrupadas en leves y graves, dependiendo del daño o retraso que cause a la empresa.

De las faltas leves

Art 33. Serán consideradas como faltas leves:

- a) Reincidir en amonestaciones verbales más de tres veces durante el mismo mes, esto causará una amonestación escrita.
- b) No cumplir con el tiempo de permiso concedido por el jefe inmediato o el administrador.
- c) No utilizar el equipo y materiales entregados por la empresa a cada empleado.
- d) No cumplir a cabalidad con las tareas y actividades asignadas a cada trabajador.
- e) Negarse a los controles de la empresa.
- f) No acatar las medidas de seguridad de la empresa.
- g) Ingresar los datos correspondientes a las facturas de productos y servicios de la entidad de manera incorrecta.

De las faltas graves

Art 34. Se considerarán como faltas graves aquellas que permitan dar por concluida la relación laboral con el empleado y son las siguientes:

- a) Estar inmerso dentro de las prohibiciones del reglamento, excepto el caso de que la prohibición sea previamente considerada como falta leve.

- b) Haber presentado documentación falsa en su carpeta de trabajo al momento de la contratación.
- c) Falsificar certificados médicos para justificar las inasistencias a trabajar.
- d) Entregar reportes, facturas o informes a la entidad con información falsa o alterada.
- e) Sustraerse cualquier tipo de bien de propiedad de la empresa.
- f) No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, u ocultar estos trabajos.
- g) Revelar información o datos confidenciales de la empresa y clientes a terceros que no tengan que ver con la entidad.
- h) Incumplimiento o desobediencias graves a este reglamento, código de ética, Código del Trabajo u otras disposiciones a las que se someta la entidad.

CAPÍTULO X

De los incentivos al personal

Art 35. Como reconocimiento al buen desempeño de los trabajadores y según el tiempo de servicio en la empresa, en cada aniversario, al mejor empleado se los incentivará con el pago del 50% del sueldo que percibe.

CAPÍTULO XI

Disposiciones Generales

Art 36. Los empleados tienen derecho al fácil acceso a la información correspondiente a cada área, reglamentos, instructivos, código de ética, disposiciones según de su contrato de trabajo y reglamento interno.

Art 37. La empresa tiene la obligación de aprobar reformas y adiciones a este reglamento en el tiempo que estime apropiado para esto, este trámite se lo realizará en la Dirección Regional del Ministerio de Trabajo y será informado a los trabajadores oportunamente.

Art 38. La entidad fomentará el hecho que los empleados puedan denunciar si son víctimas de recriminación de algún tipo dentro de la empresa.

Art 39. La empresa promoverá a que se denuncie cualquier tipo de acto doloso, daños o violación del reglamento que afecte de alguna manera a la entidad.

Art 40. Se aplicará como complemento a este reglamento lo dispuesto en el Código de Trabajo.

Art 41. Este Reglamento Interno de Trabajo tendrá validez a partir de la aprobación del Director Regional de Trabajo.

3.12 Código de ética de la empresa

En la actualidad la agencia gráfica Centauro no cuenta con un código de ética que es de vital importancia, por esto la propuesta tiene como fin implementar uno dentro de la empresa.

CÓDIGO DE ÉTICA

AGENCIA GRÁFICA “CENTAURO”.

Art 1. Objetivo

Presentar las normas y principios a los que deben regirse todos los miembros de la Agencia Gráfica “Centauro”, para el adecuado desarrollo de las tareas y actividades a su cada cargo.

Art 2. Alcance

El presente Código de ética se aplica a todas las actividades desarrolladas directa e indirectamente por el personal en las que se tome el nombre de la Agencia Gráfica “Centauro”.

Art 3. Propósito

Tiene como finalidad el de implantar las normas para mejorar el comportamiento de los integrantes de la Agencia Gráfica para obtener como resultado un mejor ambiente laboral.

Art 4. Ámbito de Aplicación

Su cumplimiento es de carácter obligatorio para todas las personas que laboran dentro de la Agencia Gráfica “Centauro”.

Art 5. Compromiso

Todos los integrantes de la entidad tendrán conocimiento de las normas y disposiciones plasmadas en este documento y al igual se comprometerán con el cumplimiento de lo aquí expuesto.

Art 6. Principios y Valores: Los trabajadores de la Agencia Gráfica “Centauro” cumplir con los siguientes principios y valores:

Principios:

- **Integridad:** La integridad de una persona se expresa en su forma física sin dejarse manipular, y en su forma moral guiándose por sus propios valores. La aplicación de este principio dentro de la agencia gráfica tiene que ver directamente con la forma que los empleados actúan en el momento de realizar sus actividades y respetando los valores de la empresa.
- **Responsabilidad:** Es un conjunto de virtudes que ayudan a que las personas cumplan con la empresa y la sociedad que lo rodea. En la empresa se fomenta la responsabilidad mediante el desempeño de las tareas asignadas en los tiempos establecidos, respetar el

horario de trabajo, entre otros aspectos importantes.

- **Trabajo en equipo:** Es un método por el cual un grupo de personas se organizan y se asignan tareas para la realización de un trabajo en menor tiempo. En la agencia gráfica se fomenta el trabajo en equipo para cumplir con los pedidos buscando siempre que estos sean de la más alta calidad.
- **Clima laboral:** Hace referencia al ambiente de trabajo percibidas o sentidas por los trabajadores dentro de la empresa y que influyen en la conducta de las mismas. En la entidad se busca que el clima laboral sea armónico para obtener eficiencia, eficacia y efectividad de todos y cada uno de los empleados.

Valores:

- **Competencia profesional:** Son las habilidades y destrezas que tiene una persona para desenvolverse en un área específica de la empresa. Poner a disposición un equipo experimentado a todas las áreas de producción gráfica, para asegurar la mejor solución técnica.
- **Actitud de servicio:** Es un estado mental que guía a la buena disposición de atención al cliente de una forma cordial buscando crear un vínculo entre la empresa y el consumidor. Ser proactivos en la planificación y el seguimiento del proceso de producción, para cumplir o exceder sus parámetros de calidad.
- **Comunicación franca y abierta:** Es la interacción verbal entre dos o más personas que buscan dar solución a problemas o alcanzar las metas en común. Investigar la profundidad las necesidades de los clientes para aportar un asesoramiento honesto y veraz, apoyado en el compromiso de transparencia que asumen todos los integrantes del equipo.
- **Calidad:** Hace referencia a la satisfacción que siente una persona al recibir o entregar un producto o servicio. La meta de la agencia gráfica es cumplir con todos los

parámetros para complacer a los clientes por medio de la entrega del productos y servicios de la más alta calidad.

- **Honestidad:** Este valor impulsa a las personas actuar con sinceridad y coherencia respetando a los demás. Se ve reflejado en los trabajos que son elaborados acorde a los requisitos de los clientes con los materiales especificados.
- **Mejora continua:** Es la optimización de recursos buscando aumentar la calidad de productos o servicios prestados. Estar en constante innovación tanto en uso del recurso tecnológico como en la capacitación del talento humano.
- **Respeto:** Es el valor que permite aceptar las opiniones, creencias e ideas que tiene cada individuo. En la agencia gráfica se promueve este valor tratando a los empleados y clientes de manera educada.
- **Creatividad:** Es la generación de nuevas ideas y conceptos que surgen de la imaginación. Es primordial para la agencia gráfica plasmar las necesidades que demanda el cliente por medio de diseños nuevos e ingeniosos.
- **Responsabilidad:** Es una virtud que es impuesta por la propia consciencia o una base jurídica que obliga hacerse cargo de las consecuencias de los actos y a tomar decisiones con cuidado. Cumplir con todas las obligaciones que se adquiere, así como prestar el mayor cuidado y atención en lo que se hace.

Art 5. Sanciones

De confirmarse la infracción a este código de ética, los directivos podrán solicitar al empleado responsable modificaciones en la realización de un anuncio, la anulación del mismo o de la campaña en general, así como también la rectificación pública de los pareceres utilizados cuando se afecte a la imagen o intereses de terceros. En caso de que el empleado no cumpla lo dispuesto por los directivos de la entidad será causa de expulsión.

Las sanciones constituyen la pena o castigo establecido en este código de ética, para la persona que incurra o haya incurrido en una infracción. Después de estudiar el caso se podrá aplicar las siguientes sanciones:

- Amonestación por escrito, privada o pública.
- Suspensión temporal de las actividades.
- Expulsión y cesación definitiva del puesto de trabajo.

3.13 Reglamento de caja chica

La agencia gráfica Centauro no cuenta con un reglamento para el manejo y reposición del fondo de caja chica que servirá para un correcto uso de esta cuenta, razón por la cual dentro de la propuesta esta implementar este recurso.

REGLAMENTO PARA EL MANEJO Y REPOSICIÓN DEL FONDO DE CAJA CHICA DE LA AGENCIA GRÁFICA CENTAURO

TÍTULO I

DEL OBJETO, ÁMBITO Y FINALIDAD.

Art 1. Objeto. - El presente reglamento tiene como principal objetivo la implementación de normas y procedimientos para el buen manejo administrativo, control y reposición del fondo asignado a caja chica de la Agencia Gráfica Centauro.

Art 2. Ámbito. - Este reglamento es de aplicación obligatoria para el custodio de caja chica y directivos que tengan a su cargo el uso de efectivo para gastos emergentes que no fueron estimados dentro de los procesos de producción de la entidad.

Art 3. Finalidad. - La finalidad del Fondo de Caja Chica, es facilitar el pago de gastos imprevistos o urgentes de la agencia gráfica que no pueden ser cubiertos por proceso normal de la gestión financiera.

TÍTULO II

DE LA CREACIÓN, MONTO, DESTINO.

Art 4. Creación. - El gerente, por medio de la dirección financiera de la entidad, establecerá el fondo destinado a caja chica que será utilizado para cubrir obligaciones de baja cuantía, gastos imprevistos o urgentes, que no sobrepase el límite establecido en este reglamento.

Es responsabilidad del gerente o administrador designar el/la responsable del manejo de caja chica, tal designación no recaerá en empleados que desempeñan actividades financieras.

Art 5. Cuantía. - El establecimiento del fondo de caja chica será determinado por la Gerencia de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la entidad, este presupuesto tendrá como capital máximo un SBU que es equivalente a 394 dólares de los Estados Unidos de América y su valor se actualizará conforme el estado realice cambios.

Art 6. Destino. - El fondo de caja chica será utilizado en caso de emergencia o gastos que la entidad considere como imprevistos dentro de los procesos de producción, además de urgentes y de menor cuantía.

Art 7. Límite de cada pago. – El valor permitido a pagar de los fondos de caja chica será como máximo de \$40 en cada oportunidad y por ninguna causa se dividirá un pago el mayor valor en varios para el efecto de la utilización del fondo.

Art 8. Administrador del fondo. - La persona designada como custodio es el encargado de la administración, control, trámites y reposición de los fondos asignados, el cual no deberá tener ningún tipo de vínculo con los empleados a cargo de labores financieras dentro de la entidad.

En caso de ausencia por vacaciones, enfermedad o ausencia temporal justificada deberá obligadamente informar a la gerencia o al administrador, quien asignará a una persona que se encargue de dicha función en ausencia del custodio de caja chica.

Art. 9 Destino del Fondo. – Los fondos se destinarán a la adquisición de bienes y servicios que sea de carácter vigente y que no sea previstos dentro de los procesos de producción, con el fin de agilizar las actividades de la entidad: los comprobantes de ventas deben emitirse a nombre de la agencia gráfica.

El gerente o el administrador podrán autorizar el pago de viáticos y movilización mediante el fondo de caja chica en caso de que la entidad lo necesite y el valor no supere al fijado.

TÍTULO III

DE LAS PROHIBICIONES, Y CONTROL.

Art 10. Prohibiciones. – Esta estrictamente prohibidos utilizar el fondo de caja chica, en los siguientes casos:

- Pago de bienes y servicios de beneficio personal.
- Anticipos de remuneraciones.
- Utilizarlo para multas, agasajos y suscripciones.
- Compra de activos fijos para decoraciones.
- Movilizaciones no relacionadas a la entidad.
- Compras de insumos para cafetería.
- Cambiar cheques y en general en gastos no considerados urgentes o imprevistos.

Art 11. Desembolso. – Este se realizará mediante un formulario comprobante de caja chica pre impresos y pre enumerados proporcionado por el custodio, el mismo será llenado por el empleado solicitante y tendrá la aprobación del jefe inmediato, a este formato se adjuntará las facturas o notas de ventas de respaldo para cada egreso.

Es responsabilidad del custodio conservar, requerir y adjuntar los documentos de respaldo como son comprobantes de caja, facturas, notas de ventas entre otros entregados hasta la determinación del gasto efectivo.

Art 12. Registro y respaldo. – El custodio deberá llevar un libro de registro cronológico de ingreso y egresos del fondo, la verificación, registro y análisis estarán a cargo del departamento de contabilidad a quien serán entregados todos los documentos que respalden los gastos por adquisición de bienes o servicios realizados mediante el fondo de caja chica.

Art 13. Reposición. – La reposición del fondo de caja chica se lo hará una vez que se haya consumido el 70% del valor asignado, para esto el custodio entregará el formulario correspondiente el cual debe contener todos los comprobantes originales y documentos que respalden los gastos efectuados, salvo en el mes de diciembre en el que se realizará el cierre y rendición del fondo hasta la tercera semana del mes para el registro oportuno de gastos.

Art 14. Liquidación. – Se podrá liquidar en los siguientes casos:

- Por mal manejo o incumplimiento de este reglamento.
- Por cese de funciones del empleado a cargo de este fondo.

Art 15. Reapertura. - El fondo se reabrirá al inicio de enero cumpliendo con las disposiciones de este reglamento.

Art 16. Control. – Para asegurar la correcta asignación del recurso la gerencia conjuntamente con la dirección financiera nombrará a un empleado de esta área que tendrá como función

realizar arquezos de caja sorprendidos, en los cuales se controlará el efectivo encontrado más el total justificado en documentos sea igual al valor del fondo, caso contrario el custodio deberá devolver el valor faltante.

Los valores pagados sin documentos válidos o sin respaldo estarán sujetos a devolución por parte del custodio.

Art 17. Disposición general. - Este reglamento entrará en vigencia a partir de la aprobación de la gerencia y departamento financiero.

Manual Financiero Contable

INDICE DE MANUAL FINANCIERO CONTABLE

3.14 MANUAL FINANCIERO CONTABLE.....	139
<i>3.14.1 Plan de cuentas</i>	141
3.14.2 FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS.....	144
<i>3.14.3 Dinámica del plan de cuentas</i>	147
3.15 ESTADOS FINANCIEROS	170
<i>3.15.1 Estado de Situación Financiera</i>	171
<i>3.15.2 Estado de Resultados</i>	172
<i>3.15.3 Estado de Cambios en el Patrimonio</i>	173
<i>3.15.4 Estado de Flujo de Efectivo</i>	173
3.16 EJERCICIO PRÁCTICO DEL MES DE ENERO.....	175
<i>3.16.1 Libro diario</i>	177
<i>3.16.2 Mayorización</i>	180
<i>3.16.3 Balance de Comprobación</i>	189
<i>3.16.4 Estado de Situación Financiera</i>	190
<i>3.16.5 Estado de Resultados Integral</i>	191
<i>3.16.6 Estado de Cambios en el Patrimonio</i>	193
<i>3.16.7 Estado de Flujo de Efectivo</i>	194
3.17 ANÁLISIS FINANCIERO	196
<i>3.17.1 Indicadores Financieros</i>	196

3.14 Manual financiero contable

El manual financiero contable contendrá el plan de cuentas, fundamentación, dinámica del plan de cuentas, los estados financieros y análisis. Este aspecto es importante ya que facilitará los procesos contables que ayuden a la agencia gráfica Centauro a la elaboración y presentación de la información contable acorde a las normas y exigencias legales.

El manual también busca proporcionar al gerente una herramienta que le ayude a contar con información confiable, transparente y oportuna para cumplir con sus obligaciones legales y tomar decisiones estratégicas que contribuye al mejoramiento continuo de la empresa; mediante la aplicación de los principios de contabilidad generalmente aceptados los cuales son:

- **Empresa en marcha:** Se refiere a toda organización que tiene vigencia y continuara dentro del futuro, es decir sus operaciones se extiendan por un tiempo indefinido sin planes de liquidación salvo que se diga de manera expresa lo contrario.
- **Devengado:** Significa que las transacciones y hecho se registraran cuando ocurran independientemente de haberlas pagado o cobrado los que se registran en libros en los ejercicios económicos en los cuales se relacionan.
- **Realización:** Los resultados económicos se registran cuando sean realizados, a través de medios legales o comerciales (actas, documentos, etc.), el concepto ‘realizado’ participa del concepto de devengado.
- **Revelación suficiente:** Implica formular los estados financieros en forma clara y comprensible para que los lectores tengan elementos suficientes para juzgar los resultados de las operaciones y la situación financiera de la empresa.
- **Ente contable:** Es cualquier entidad que desarrolla actividades económicas, esta puede ser una persona jurídica o no y que actúa de manera independiente a la de sus socios o propietario.

- **Uniformidad:** Los métodos, técnicas y procedimientos deben ser aplicados uniformemente de ejercicio a ejercicio, con la finalidad de realizar comparaciones para análisis y evaluaciones.
- **Prudencia:** Este principio explica que cuando se contabiliza, siempre se escoge el menor valor para el activo.
- **Partida doble:** Este consiste en cada hecho u operación realizada afectará por lo menos a dos partidas o cuentas contables es decir que en la partida doble no habrá deudor sin acreedor, y viceversa.
- **Equidad:** Se refiere a que todo estado financiero debe reflejar la equidad entre intereses opuestos, los cuales están en juego en una empresa.
- **Bienes Económicos:** Son todos aquellos bienes materiales y/o inmateriales que pueden ser valuados en términos monetarios.
- **Moneda Común:** Para el registro de los estados financieros se debe realizar en base a una moneda común, la cual generalmente es la moneda legal del país en que funciona la empresa.
- **Valuación al costo:** Establece que los activos y servicios que tiene un ente, se deben registrar a su costo histórico o de adquisición, donde se tomará en cuenta los gastos en transporte y fijación para su funcionamiento.
- **Ejercicio:** Se refiere a que los resultados de la gestión se miden en iguales intervalos de tiempo, para que así los resultados entre ejercicio y ejercicio sean comparables.
- **Objetividad:** Los cambios en los activos, pasivos y el patrimonio deben medirse y registrarse de manera adecuada en los registros contables siguiendo todos los principios, tan pronto como sea posible.

3.14.1 Plan de cuentas

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO		
PLAN DE CUENTAS		
Cuenta	Nombre	Balance Presentado
1	ACTIVO	B
1.1	ACTIVO CORRIENTE	B
1.1.1	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	B
1.1.1.01	CAJA	B
1.1.1.01.02	Caja Chica	B
1.1.1.02	BANCOS	B
1.1.1.02.01	Banco del Pichincha	B
1.1.1.02.02	Banco Bolivariano	B
1.1.1.02.03	Mutualista Imbabura	B
1.1.2	ACTIVOS FINANCIEROS	B
1.1.2.01	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	B
1.1.2.01.01	Cientes por cobrar	B
1.1.2.01.02	Otras cuentas por cobrar	B
1.1.2.01.03	(-) Provisión cuentas incobrables	B
1.1.3	INVENTARIO	B
1.1.3.01	INVENTARIOS DE SUMINISTROS Y MATERIALES	B
1.1.3.01.01	Inventario de materia prima directa	B
1.1.3.01.02	Inventario de materiales	B
1.1.3.01.03	Inventario de mercaderías	B
1.1.4	SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	B
1.1.4.01	Servicios profesionales	B
1.1.4.02	Anticipo proveedores	B
1.1.4.03	Seguros Pagados por Anticipado	B
1.1.4.04	Arriendo Pagados por Anticipado	B
1.1.4.05	Otros Anticipos	B
1.1.5	ACTIVO POR IMPUESTOS CORRIENTES	B
1.1.5.01	IVA en compras	B
1.1.5.02	Crédito Renta de años anteriores	B
1.1.5.03	Retención I.R del periodo	B
1.1.5.04	Crédito Tributario 12% compras	B
1.1.5.05	Crédito Tributario Retención IVA 70%	B
1.2	ACTIVO NO CORRIENTE	B
1.2.1	PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	B
1.2.1.01	Depreciación de activos fijos	B
1.2.1.02	Edificio	B
1.2.1.03	(-) Depreciación acumulada Edificio	B
1.2.1.04	Vehículos, equipo de transporte	B
1.2.1.05	(-) Depreciación acumulada Vehículos, equipo de transporte	B
1.2.1.06	Equipo de Oficina	B
1.2.1.07	(-) Depreciación acumulada Equipo de Oficina	B
1.2.1.08	Equipo de Computo	B
1.2.1.09	(-) Depreciación acumulada Equipo de Computo	B

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO		
PLAN DE CUENTAS		
Cuenta	Nombre	Balance Presentado
1.2.1.10	Muebles y Enseres	B
1.2.1.11	(-) Depreciación acumulada Muebles y Enseres	B
1.2.1.12	Maquinaria y Equipo	B
1.2.1.13	(-) Depreciación acumulada Maquinaria y Equipo	B
1.2.2	ACTIVO INTANGIBLE	B
1.2.2.01	Licencias Software	B
1.2.2.02	(-) Amortización acumulada Activos Intangibles	B
2	PASIVO	B
2.1	PASIVO CORRIENTE	B
2.1.1	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	B
2.1.1.01	Proveedores	B
2.1.2	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	B
2.1.2.01	Préstamos Bancarios C/P	B
2.1.3	OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	B
2.1.3.01	CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	B
2.1.3.01.01	IVA en ventas	B
2.1.3.01.02	Retención del IVA 30%	B
2.1.3.01.03	Retención del IVA 70%	B
2.1.3.01.04	Retención del IVA 100%	B
2.1.3.01.05	Retención en la Fuente I.R 1%	B
2.1.3.01.06	Retención en la Fuente I.R 2%	B
2.1.3.01.07	Retención en la Fuente I.R 8%	B
2.1.3.01.08	I.R por Pagar	B
2.1.3.02	POR BENEFICIO DE LEY	B
2.1.3.02.01	Décimo Tercero Sueldo por Pagar	B
2.1.3.02.02	Décimo Cuarto Sueldo por Pagar	B
2.1.3.02.03	Fondos de Reserva por Pagar	B
2.1.3.02.04	Vacaciones	B
2.1.3.02.05	Liquidaciones por Pagar	B
2.1.3.02.06	Provisión Sueldo y Otras Remuneraciones	B
2.1.3.02.07	15% Participación Utilidades	B
2.1.3.02.08	IESS por Pagar	B
2.1.3.02.09	Préstamo IESS por Pagar	B
2.1.4	OTROS PASIVOS CORRIENTES	B
2.1.4.01	Anticipos de Clientes	B
2.2	PASIVO NO CORRIENTE	B
2.2.1	Provisiones por beneficios a empleados	B
2.2.2	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	B
2.2.2.01	Préstamo Bancario L/P	B
3	PATRIMONIO	B
3.1	CAPITAL	B



AGENCIA GRÁFICA CENTAURO

PLAN DE CUENTAS

Cuenta	Nombre	Balance Presentado
3.1.1	Capital Suscrito	B
3.1.2	Aporte Futuras Capitalizaciones	B
3.2	RESULTADOS ACUMULADOS	B
3.2.1	Ganancias Acumulada	B
3.2.2	Pérdidas Acumulada	B
3.3	RESULTADOS DEL EJERCICIO	B
3.3.1	Utilidad del Ejercicio	B
3.3.2	Pérdida del Ejercicio	B
4	INGRESOS	R
4.1	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	R
4.1.1	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	R
4.1.2	VENTA DE MERCADERIA	R
4.1.2.01	Ingreso por Ventas	R
4.2	OTROS INGRESOS	R
4.2.1	OTRAS RENTAS	R
4.2.1.01	Descuento en Compras por pronto pago	R
4.2.1.02	Rendimiento Financiero	R
4.2.1.03	Ingresos por multas	R
5	COSTO DE VENTAS	R
5.1.1	Costos de producción	R
5.1.2	Costo de ventas mercaderías / o servicios de publicidad	R
6	GASTOS	R
6.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	R
6.1.1	Gastos Sueldos y salarios	R
6.1.2	Gasto Aporte Patronal	R
6.1.3	Beneficios Sociales	R
6.1.3.01	Décimo Tercer Sueldo	R
6.1.3.02	Décimo Cuarto Sueldo	R
6.1.3.03	Fondo de Reserva	R
6.1.3.04	Vacaciones	R
6.1.3.05	Liquidaciones	R
6.1.4	Gasto Suministros de Oficina	R
6.1.5	Gasto Arriendo	R
6.1.6	Gasto Servicios Básicos	R
6.1.7	Depreciación Edificio	R
6.1.8	Depreciación Vehículos, Equipo de Transporte	R
6.1.9	Depreciación Equipo de Oficina	R

		
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO		
PLAN DE CUENTAS		
Cuenta	Nombre	Balance Presentado
6.1.10	Depreciación Equipo de Computo	R
6.1.11	Depreciación Muebles y Enseres	R
6.1.12	Depreciación Maquinaria y Equipo	R
6.1.13	Gasto Provisión Cuentas Incobrables	R
6.1.14	Gasto Amortización Activos Intangibles	R
6.2	GASTOS DE VENTA	R
6.2.1	Publicidad y Promoción	R
6.2.2	Transporte y Flete	R
6.2.3	Repuestos Herramientas	R
6.2.4	Lubricantes y Combustibles	R
6.3	GASTOS FINANCIEROS	R
6.3.1	Gasto Interés	R
6.3.2	Comisiones y Servicios Financieros	R
6.4	OTROS GASTOS	R
6.4.1	Gastos no deducibles	R
6.4.2	Intereses y Multas	R
7	CUENTAS DE CIERRE	
7.1	Resumen de Rentas y Gastos	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

3.14.2 Fundamentación del plan de cuentas

El plan de cuentas es un documento adaptado a las necesidades de la empresa en donde se detalla el listado de todos los bienes, derechos, valores, obligaciones, ingresos, egresos, gastos y capital, para un apropiado registro de las operaciones de los estados financieros.

Las cuentas se encuentran clasificadas y codificadas en orden numérico, estableciendo el elemento, nivel y el rango, dependiendo del grupo, subgrupo, cuentas, subcuentas, para así facilitar su aplicación de manera clara y eficiente.

El plan de cuentas se conforma por los 6 siguientes elementos:

- **Activos:** Son todos los derechos, valores y bienes que posee la empresa.
- **Pasivos:** Son aquellas obligaciones contraídas por la empresa.
- **Patrimonio:** Es el resultado de la diferencia entre activos y pasivos dando como

resultado el capital que posee la empresa en un periodo fiscal.

- **Ingresos:** Están considerados como un incremento en los recursos económicos que proceden de la actividad que realiza la entidad o por la venta de un bien, además es el aumento del patrimonio.
- **Costos:** Representan el desembolso del recurso económico, asignado a la producción, es importante puesto que este incidirá en el precio del producto.
- **Gastos:** Es un egreso destinado a las operaciones de la empresa; estos influyen en los procesos de producción y se encuentran presentes en el cálculo del PVP.

A su vez los elementos detallados anteriormente se encuentran distribuidos en grupos que proporcionan una guía para una mejor comprensión y su uso es de la siguiente manera:

ACTIVO

1.1 Activo Corriente.

1.2 Activo no Corriente.

PASIVO

2.1 Pasivo Corriente.

2.2 Pasivo no Corriente.

PATRIMONIO

3.1 Capital.

3.2 Reservas.

3.3 Resultados Acumulados.

3.4 Resultados del Ejercicio.

INGRESOS

4.1 Ingresos Ordinarios.

4.2 Otros Ingresos.

COSTOS

5.1 Costos de Producción.

5.2 Costos de Ventas.

GASTOS

6.1 Gastos Administrativos y Operativos.

6.2 Gastos de Venta.

6.3 Gastos Financieros.

6.4 Otros Gastos.

3.14.3 Dinámica del plan de cuentas

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	1	ACTIVO
Nivel 2	GRUPO	1.1	ACTIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	1.1.01	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO
Nivel 4	CUENTA	1.1.1.01	CAJA
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
<p>Los activos corrientes, llamados también activo circulante, son todos los bienes y derechos que posee la empresa, estos pueden hacerse líquidos al corto plazo (menos de doce meses); son utilizados para realizar las actividades diarias de la empresa, entre sus principales grupos se encuentra el efectivo y equivalente de efectivo, en el cual la cuenta principal es la de Caja, en la agencia gráfica la gran mayoría de transacciones se las realiza mediante transferencias bancarias y cheques en especial la prestación de servicios de publicidad que es el principal rol de la empresa, pagos a trabajadores, proveedores entre otros.</p>			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Ventas de productos al contado. 		<ul style="list-style-type: none"> • Compra de productos al contado. • Pagos a proveedores. • Pagos a socios o terceros por préstamos. • Depósitos y transferencia de efectivo. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Las operaciones de compras deben estar debidamente autorizadas por la gerencia o director financiero.</p> <p>Todas las transacciones deben contar con un documento de respaldo el cual puede ser una factura o nota de venta emitida por el local donde se realizó la compra.</p> <p>Segregar las funciones de manera que solo la persona encargada de caja chica tenga acceso al efectivo y para realizar desembolsos únicamente bajo autorización de la gerencia.</p> <p>Efectuar conciliaciones bancarias.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1		Presentación de Estados Financieros.	
NIC 7		Estado de Flujo del Efectivo.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	1	ACTIVO
Nivel 2	GRUPO	1.1	ACTIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	1.1.01	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO
Nivel 4	CUENTA	1.1.1.01	CAJA
Nivel 5	SUB CUENTA	1.1.1.01.02	Caja Chica
DESCRIPCIÓN			
Caja Chica conocida también como fondo rotativo, se forma por aportes de los dueños o ingresos derivados de la actividad de la entidad destinados a gastos menores.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Valor inicial o asignación de fondo. • Aumento del fondo. 		<ul style="list-style-type: none"> • Disminución o cierre del fondo destinado. 	
CONTROL INTERNO			
<p>El fondo de caja chica se podrá utilizar en gastos menores a \$ 40 dólares que se serán entregados en efectivo con su comprobante correspondiente.</p> <p>Para la reposición de fondo de caja chica se elaborará una solicitud que contenga los comprobantes de gastos del periodo.</p> <p>Todas las transacciones deben contar con un documento de respaldo que puede ser una factura o nota de venta emitida por el local donde se realizó la compra.</p> <p>Segregar las funciones de manera que solo la persona encargada de caja chica tenga acceso al efectivo y para realizar desembolsos únicamente bajo autorización de la gerencia.</p> <p>Efectuar arqueos de caja sorpresivos por parte del gerente o director financiero.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1		Presentación de Estados Financieros.	
NIC 7		Estado de Flujo del Efectivo.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	1	ACTIVO
Nivel 2	GRUPO	1.1	ACTIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	1.1.01	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO
Nivel 4	CUENTA	1.1.1.02	BANCOS
Nivel 5	SUB CUENTA	1.1.1.02.01 1.1.1.02.02 1.1.1.02.03	Banco del Pichincha Banco Bolivariano Mutualista Imbabura
DESCRIPCIÓN			
<p>Por medio de esta se maneja el dinero con el cual cuenta la empresa, es representada mediante unidades monetarias y que controla los movimientos financieros en efectivo que la compañía tiene en una cuenta corriente.</p>			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de cuenta corriente. • Cobros por medio de transferencias bancarias. • Depósitos en efectivo o cheque. • Notas de crédito bancario por intereses ganados. • Prestamos adquiridos. 		<ul style="list-style-type: none"> • Pagos por medio de cheques. • Transferencias o transacciones electrónicas realizadas contra esta cuenta. • Pagos mediante retiros de cuentas de ahorro. • Débitos automáticos. • Pagos de servicios bancarios. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Mantener el efectivo en cuentas bancarias que la empresa maneja en las diferentes instituciones financieras para llevar un control adecuado de los registros y movimientos tanto en la contabilidad de la entidad como en los estados financieros de las IFIS.</p> <p>Conciliar las cuentas bancarias por lo menos una vez al mes.</p> <p>Segregar las funciones para que una persona se encargue de girar cheques y otra de realizar los registros y conciliaciones bancarias.</p> <p>Contar con el registro de firmas autorizadas aprobadas por la administración para el giro de cheques.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1		Presentación de Estados Financieros.	
NIC 7		Estado de Flujo del Efectivo.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	1	ACTIVO
Nivel 2	GRUPO	1.1	ACTIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	1.1.2	ACTIVOS FINANCIEROS
Nivel 4	CUENTA	1.1.2.01	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR
Nivel 5	SUB CUENTA	1.1.2.01.01 1.1.2.01.02 1.1.2.01.03	Cientes por Cobrar Otras cuentas por Cobrar (-) Provisión Cuentas Incobrables
DESCRIPCIÓN			
<p>Son todos los derechos exigibles provenientes de los créditos documentados (letras de cobro, pagares y demás documentos pagaderos a un plazo determinado) entregados por la empresa a clientes, empleados o terceros que pueden ser por servicios prestados, venta de mercadería entre otros, esta actividad es una de las más viables para el crecimiento y desarrollo de la entidad, pero a su vez constituye un riesgo inherente de la entidad.</p> <p>Provisión de Cuentas Incobrables es la cuenta en la que se registran las operaciones producto de operaciones de crédito que representan pérdida para la organización, se consideran desfavorables cuando no se ha conseguido cobrarlas en el lapso de 180 días, pero se las puede reclamar como pérdida en la declaración de impuestos, para ello según la LRTI estable el cálculo de 1% anual sobre los créditos comerciales pendientes como provisión.</p>			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
CUENTAS POR COBRAR			
<ul style="list-style-type: none"> • Ventas a crédito. • Préstamos a empleados o terceros. 		<ul style="list-style-type: none"> • Cobro parcial o total de las ventas a crédito. • Anticipo a facturas. • Pagos recibidos de empleados o terceros. 	
PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES			
<ul style="list-style-type: none"> • Por baja de cuentas por cobrar. 		<ul style="list-style-type: none"> • Establecer provisión a cuentas incobrables. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Revisar los respaldos de las transacciones como son: notas de pago, facturas letra de cambio entre otros.</p> <p>Realizar el proceso de calificación a los clientes que soliciten crédito previo a la autorización del mismo.</p> <p>Verificar los plazos de vencimientos de los créditos otorgados por la empresa.</p> <p>Revisar periódicamente los saldos adeudados a la entidad.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 32 P.11 NIC 37 P.2 NIC 39 NIFF 7		Instrumentos Financieros: Presentación. Provisiones, Activos Contingentes y Pasivos Contingentes. Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Valoración. Instrumentos Financieros: Información a revelar.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	1	ACTIVO
Nivel 2	GRUPO	1.1	ACTIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	1.1.3	INVENTARIO
Nivel 4	CUENTA	1.1.3.01	INVENTARIOS DE SUMINISTROS Y MATERIALES
Nivel 5	SUB CUENTA	1.1.3.01.01 1.1.3.01.02 1.1.3.01.03	Inventario de materia prima directa Inventario de materiales Inventario de mercaderías
DESCRIPCIÓN			
Es la cuenta que controla los productos y materias primas de la entidad; las cuales son registradas y documentadas siguiendo una relación ordenada, es usada como una herramienta reguladora para la elaboración de los productos mediante el stock existentes en el almacén estos pueden ser las cintras o materiales rígidos, lonas, papel, tintas entre otros.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Inventario Inicial. • Compras de insumos y suministros. • Devolución de clientes. 		<ul style="list-style-type: none"> • Ventas de insumos y suministro. • Devolución a proveedores. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Segregar y dividir las funciones para que cada persona realice las funciones que les corresponden como son la de autorizar, custodiar, registrar, receiptar y almacenar.</p> <p>Realizar conteos del inventario por lo menos una vez al año.</p> <p>Registrar las existencias en bodega para llevar un adecuado control.</p> <p>Tener un inventario abastecido con lo necesario para evitar retrasos en los procesos de producción.</p> <p>El acceso al área de inventario será únicamente para el personal autorizado.</p> <p>Entregar los insumos y materiales previa a una autorización del administrador.</p> <p>El custodio firmará las actas de entrega de insumos y materiales, al igual que la persona que le solicite.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 2 P.6		Valoración de Inventario.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	1	ACTIVO
Nivel 2	GRUPO	1.1	ACTIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	1.1.4	SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS
Nivel 4	CUENTA	1.1.4.01 1.1.4.02 1.1.4.03 1.1.4.04	Anticipo Proveedores Seguros Pagados por Anticipado Arriendos Pagados por Anticipado Otros Anticipos
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
Engloba a las cuentas que se registran como anticipos que la entidad ha distribuido para adquirir materiales y bienes a los proveedores o los diferentes servicios que la empresa adquiere como son seguros, arriendos pagados por anticipado, es decir que la compañía se asegura de contar con lo requerido mediante el pago con anterioridad de servicios futuros.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Pagos anticipados de compra de bienes y servicios. 		<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de bienes y servicios prepagados, por lo cual se devenga el valor recibido en bienes y servicios. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Los anticipos deben tener autorización previa por parte de la gerencia. Segregación de funciones del área. Los anticipos deben tener documentos que respalden la operación. En el caso de seguros se verificará junto al beneficiario las condiciones y el monto de la póliza con la que cuenta. El personal encargado de otorgar adelantos debe llevar un registro ordenado y firmado por los solicitantes. Los documentos que avalen los anticipos será responsabilidad del empleado designado a este cargo.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 19		Beneficios a los empleados.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	1	ACTIVO
Nivel 2	GRUPO	1.1	ACTIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	1.1.5	ACTIVO POR IMPUESTOS CORRIENTES
Nivel 4	CUENTA	1.1.5.01 1.1.5.02 1.1.5.03 1.1.5.04	Crédito Renta de años anteriores Anticipo Retenciones I.R del Periodo Crédito Tributario 12% Compras Crédito Tributario Retención IVA 70%
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
Engloba todas las cuentas que controlan las retenciones a las que se somete la entidad al prestar los servicios o vender sus productos o activos fijos que son consecuencia de las liquidaciones fiscales de los impuestos.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Por adquisición de bienes o servicios que apliquen la retención del IVA o I.R. • Pago del anticipo retención en la fuente del I. R. 		<ul style="list-style-type: none"> • Liquidación de obligaciones tributarias. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Ingresar información veraz y fidedigna de las declaraciones de los impuestos y anexos transaccionales</p> <p>Tener un archivo ordenado de todos los documentos que respalden las declaraciones fiscales.</p> <p>Verificar las facturas y retenciones tanto su emisión y caducidad.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 12 P.5		Impuestos sobre las ganancias.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	1	ACTIVO
Nivel 2	GRUPO	1.2	ACTIVO NO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	1.2.1	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO
Nivel 4	CUENTA	1.2.1.01 1.2.1.02 1.2.1.03 1.2.1.04 1.2.1.05 1.2.1.06 1.2.1.07 1.2.1.08 1.2.1.09 1.2.1.10 1.2.1.11 1.2.1.12	Edificio (-) Depreciación Acumulada Edificio Vehículos, Equipo de Transporte (-) Depreciación Acumulada Vehículos, Equipo de Transporte Equipo de Oficina (-) Depreciación Acumulada Equipo de Oficina Equipo de Computo (-) Depreciación Acumulada Equipo de Computo Muebles y Enseres (-) Depreciación Acumulada Muebles y Enseres Maquinaria y Equipo (-) Depreciación Acumulada Maquinaria y Equipo
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
<p>Los activos no corrientes son aquellos bienes que la empresa adquiere para las operaciones que realiza, no se vuelven líquidos al corto plazo y tienen una vida útil superior a un periodo; estos son financiados por el Patrimonio Neto.</p> <p>Propiedad Planta y Equipo pertenecen a los activos no corrientes que representan a los activos tangibles usados para las operaciones propias de la empresa durante más de un periodo adquiridos o construidos, no están destinados a comercialización inmediata, pero pueden ser vendidos una vez que se los da de baja teniendo en cuenta las depreciaciones que se generan por el uso.</p>			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			
<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de un bien. • Por reajustes al valor de mercado en incremento. • Por revalorización del bien. • Aumento de costo por reparaciones que incrementan la vida útil del bien. 		<ul style="list-style-type: none"> • Por baja del bien. • Reajuste al valor del mercado en disminución. • Venta. 	
DEPRECIACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> • Venta del bien. • Baja del bien. 		<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento del desgaste. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Segregación de funciones para evitar que la misma persona realice las operaciones de adquisición, custodia y registro de los bienes.</p> <p>Revisar respaldo de las transacciones.</p> <p>Registrar individualmente el activo fijo.</p> <p>Asegurar los bienes o activos fijos por medio de la contratación de una póliza de seguros.</p> <p>Para la adquisición, venta o retiro será necesaria la autorización de la administración.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 16 P.6 NIFF 17 P.17.1 – 17.3		Propiedad, Planta y Equipo. Propiedad, Planta y Equipo.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	1	ACTIVO
Nivel 2	GRUPO	1.2	ACTIVO NO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	1.2.2	ACTIVO INTANGIBLE
Nivel 4	CUENTA	1.2.2.01 1.2.2.02	Licencias Software (-) Amortización Acumulada Activos Intangibles
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
<p>Los activos intangibles son aquellos que no pueden ser percibidos físicamente esto quiere decir que son inmateriales, pero generan un rendimiento económico para la empresa, son costos que la entidad asume para generar mayor productividad en este caso son las licencias originales de software para diseño gráfico.</p> <p>Estos activos tienen que ser amortizados, pero se los realizara solo a los activos que tengan una vida finita, se lo realizara en función de los años estimado uso.</p>			
DINÁMICA			
LICENCIAS DE SOFTWARE			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Por la adquisición. • Por la revaluación. 		<ul style="list-style-type: none"> • Por venta o retiro. • Por desvalorización. 	
AMORTIZACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> • Saldo al momento de la venta. 		<ul style="list-style-type: none"> • Monto de la amortización del ejercicio. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Realizar un control físico de expedientes que contenga la documentación que soporte la adquisición del activo intangible.</p> <p>Archivar los documentos que garanticen la propiedad de los activos intangibles.</p> <p>Registrar adecuadamente este tipo de activos.</p> <p>Tener un registro de licencias de uso y vigencia otorgadas por la misma.</p> <p>Implantar procedimientos para la amortización.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 38 P.8-17		Activos Intangibles.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	2	PASIVO
Nivel 2	GRUPO	2.1	PASIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	2.1.1	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR
Nivel 4	CUENTA	2.1.1.01	Proveedores
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
<p>Pasivo corriente contiene todas las dudas y obligaciones que la empresa adquiere para ser liquidadas al corto plazo (menos de un año).</p> <p>En este grupo se encuentran las cuentas y documentos por pagar, estas controlan las obligaciones que la empresa contrae con los proveedores o terceros, están relacionadas directamente a la actividad que realiza la empresa.</p>			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Por pago parcial o total que la entidad entrega para saldar el crédito otorgado. • Disminución de obligaciones por devoluciones en compras. • Por notas de crédito emitidas por proveedores. 		<ul style="list-style-type: none"> • Por el valor de las obligaciones adquiridas. • Compras a crédito. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Mantener un registro ordenado de las cuentas por pagar a proveedores.</p> <p>Contar con la documentación que avale los pagos que pueden ser mediante cheques o transferencias bancarias.</p> <p>Llevar un adecuado control mediante conciliaciones periódicas de la deuda y el pago parcial.</p> <p>Tener un archivo ordenado de los comprobantes de pago.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 32 NIC 39 NIFF 7		Instrumentos Financieros: Presentación. Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Valoración. Instrumentos Financieros: Información a revelar.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	2	PASIVO
Nivel 2	GRUPO	2.1	PASIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	2.1.2	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS
Nivel 4	CUENTA	2.1.2.01	Préstamos Bancarios C/P
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
En esta cuenta se encuentra las obligaciones contraídas por la entidad con las instituciones financieras, las cuales deben estar documentadas y por lo general son a corto plazo (menores a un año).			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> Pago de préstamos o instrumentos financieros. 		<ul style="list-style-type: none"> Recepción de préstamos u otras formas de financiación por parte de las instituciones financieras. Reclasificación de largo plazo a corto plazo. 	
CONTROL INTERNO			
Registrar los pagos de préstamos individualmente. Tener respaldos de las transacciones. Contar con un contrato del préstamo adquirido. Realizar conciliaciones bancarias con frecuencia.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 32 P.11		Instrumentos Financieros: Presentación.	
NIC 39		Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Valoración.	
NIFF 7		Instrumentos Financieros: Información a revelar.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	2	PASIVO
Nivel 2	GRUPO	2.1	PASIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	2.1.3	OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES
Nivel 4	CUENTA	2.1.3.01	CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA
Nivel 5	SUB CUENTA	2.1.3.01.01	IVA por Pagar 12%
		2.1.3.01.02	Retención del IVA 30%
		2.1.3.01.03	Retención del IVA 70%
		2.1.3.01.04	Retención del IVA 100%
		2.1.3.01.05	Retención en la Fuente I.R 1%
		2.1.3.01.06	Retención en la Fuente I.R 2%
		2.1.3.01.07	Retención en la Fuente I.R 8%
		2.1.3.01.08	I.R por Pagar
DESCRIPCIÓN			
Otras obligaciones corrientes con la administración tributaria describen a todas las cuentas por pagar al SRI por conceptos de venta de productos o prestación de servicios profesionales, así como también a la compra bienes con tarifa 12% es decir las obligaciones que se actualmente se tiene con el SRI, pero se las contrajo mucho antes.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Cancelaciones de obligaciones con el fisco. 		<ul style="list-style-type: none"> • Compras de bienes o servicios que apliquen retenciones. 	
CONTROL INTERNO			
Llevar un archivo ordenado de las facturas y comprobantes de retención. Realizar controles frecuentes. Archivar los pagos de las obligaciones.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1 NIC 12 P.5, P46-48		Presentación de Estados Financieros. Impuestos sobre las ganancias.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	2	PASIVO
Nivel 2	GRUPO	2.1	PASIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	2.1.3	OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES
Nivel 4	CUENTA	2.1.3.01	POR BENEFICIO DE LEY
Nivel 5	SUB CUENTA	2.1.3.02.01	Décimo Tercero Sueldo por Pagar
		2.1.3.02.02	Décimo Cuarto Sueldo por Pagar
		2.1.3.02.03	Fondos de Reserva por Pagar
		2.1.3.02.04	Vacaciones
		2.1.3.02.05	Liquidaciones por Pagar
		2.1.3.02.06	Provisión Sueldo y Otras Remuneraciones
		2.1.3.02.07	15% Participación Utilidades
		2.1.3.02.08	IESS por Pagar
		2.1.3.02.09	Préstamos IESS por Pagar
DESCRIPCIÓN			
Otras obligaciones por beneficios de ley hacen referencia a todas las cuentas y documentos por pagar a los empleados buscando cumplir con lo establecido en los contratos, normas y leyes para garantizar un empleo digno y justo.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> Pagos parciales o totales de las obligaciones que tiene la empresa con los empleados. 		<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento del valor de las obligaciones con los empleados que se adquiere en la contratación. 	
CONTROL INTERNO			
Llevar un control de cumplimiento de las obligaciones contraídas con los empleados. Tener un registro de los pagos realizados. Contar con los documentos de respaldo. Archivar ordenadamente todos los documentos de respaldo.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 19		Retribución a los empleados.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	2	PASIVO
Nivel 2	GRUPO	2.1	PASIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	2.1.3	OTROS PASIVOS CORRIENTES
Nivel 4	CUENTA	2.1.4.01	Anticipos de Clientes
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
Anticipo clientes es la cuenta que se encarga del registro de los pagos por adelantado que da el cliente; por lo general son realizados en efectivo para cubrir una parte o la totalidad del bien o servicio que se espera recibir buscando con esto asegurarlo.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Devengar el anticipo por la prestación de servicios “Pago total o parcial”. 		<ul style="list-style-type: none"> • Anticipos recibidos de clientes por parte del valor de sus pedidos. 	
CONTROL INTERNO			
Tener un registro individual de los anticipos de los clientes. Contar con documentos de respaldo de los anticipos otorgados.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 32		Instrumentos Financieros: Presentación.	
NIC 39		Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Valoración.	
NIFF 7		Instrumentos Financieros: Información a revelar.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	2	PASIVO
Nivel 2	GRUPO	2.2	PASIVO CORRIENTE
Nivel 3	SUB GRUPO	2.2.1	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS
Nivel 4	CUENTA	2.2.1.01	Préstamos Bancarios L/P
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
<p>Los pasivos corrientes contienen todas aquellas deudas y obligaciones que la entidad contrae, pero deben ser saldadas a mediano o largo plazo (más de un año).</p> <p>Obligaciones con Instituciones financieras es la cuenta que sirve para registrar las deudas y obligaciones que la entidad contrae con las IFIS; para el desarrollo de los roles propios de la empresa, esto debe estar soportado en documentos que avalen la operación crediticia.</p>			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Pago total o parcial de documentos. • Traspaso a documentos por pagar a corto plazo. 		<ul style="list-style-type: none"> • Créditos de entidades financieras. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Archivar el contrato de préstamo.</p> <p>Tener un registro individual de los pagos a cada institución financiera.</p> <p>Conservar los documentos de respaldo.</p> <p>Mantener las cuentas al día.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 32		Instrumentos Financieros: Presentación.	
NIC 39		Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Valoración.	
NIFF 7		Instrumentos Financieros: Información a revelar.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	3	PATRIMONIO
Nivel 2	GRUPO	3.1	CAPITAL
Nivel 3	SUB GRUPO	3.1.1 3.1.2	Capital Suscrito Aporte Futuras Capitalizaciones
Nivel 4	CUENTA		
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
<p>El Capital representa todos los recursos bienes y valores que los socios aportan a la empresa para poder iniciar las operaciones y procesos de producción de bienes y servicios, estos aportes les otorgan derechos sobre la entidad, el capital suscrito comprende el conjunto de acciones adquiridas por accionistas o personas en general, en un futuro por capitalizaciones se podría considerar una cuenta por pagar a accionistas pero se presentan en el patrimonio por cuanto no serán devueltos sino que se espera su futura conversión en capital en acciones. Estos aportes deben ser aprobadas y ratificadas por el Gerente o la Junta General de Accionistas.</p>			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Disminución del capital social por salida de un socio. • Liquidación de la sociedad. • Disminución del capital social por decisión de la asamblea o junta general de accionistas. 		<ul style="list-style-type: none"> • Aportaciones de capital. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Registro de emisión de títulos de las partes del capital social. Autorización para pagos de dividendos.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
<p>NIC P.54 NIFF PYMES SECC. 4 P.4.2</p>		<p>Presentación de los Estados Financieros. Estados de Situación Financiera.</p>	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	3	PATRIMONIO
Nivel 2	GRUPO	3.2	RESULTADOS ACUMULADOS
Nivel 3	SUB GRUPO	3.2.1 3.2.2	Ganancias Acumuladas Pérdidas Acumuladas
Nivel 4	CUENTA		
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
Los Resultados acumulados de ejercicios anteriores representan las utilidades no distribuidas y por otro lado también representan las pérdidas acumuladas de los anteriores años.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> Por pérdidas acumuladas correspondientes a ejercicios de periodos anteriores. 		<ul style="list-style-type: none"> Por ganancias acumuladas en ejercicio anteriores, sobre cuyos valores no han decidido otro destino los accionistas. 	
CONTROL INTERNO			
Archivar los documentos de respaldo de las operaciones de la empresa como son los estados financieros. Comprobar que los resultados estén correctos.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1		Presentación de los Estados Financieros.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	3	PATRIMONIO
Nivel 2	GRUPO	3.3	RESULTADOS DEL EJERCIO
Nivel 3	SUB	3.3.1	Utilidad del ejercicio
	GRUPO	3.3.2	Pérdida del ejercicio
Nivel 4	CUENTA		
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
Resultado del Presente ejercicio representa los resultados obtenidos por la empresa los cuales pueden ser ganancias o pérdidas; una vez que se ha realizado el debido cálculo de la diferencia entre ingresos y gastos, luego de efectuar esta operación se resta el impuesto a la renta.			
DINÁMICA			
UTILIDAD DEL PRESENTE EJERCICIO			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Por dividendos. • Por el 15% de la participación trabajadores. • Capitalización de excedentes. • Por perdida del ejercicio. 		<ul style="list-style-type: none"> • Por el registro de la utilidad del ejercicio. 	
PÉRDIDA DEL PRESENTE EJERCICIO			
<ul style="list-style-type: none"> • Por perdida del ejercicio. 			
CONTROL INTERNO			
Archivar los documentos de respaldo de las operaciones de la empresa como son los estados financieros. Comprobar que los resultados estén correctos.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1		Presentación de los Estados Financieros.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	4	INGRESOS
Nivel 2	GRUPO	4.1	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS
Nivel 3	SUB GRUPO	4.1.1 4.1.2	PRESTACIÓN DE SERVICIOS VENTA DE MERCADERIA
Nivel 4	CUENTA	4.1.2.01	Ingreso por Ventas
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
Ingresos de actividades ordinarias son aquellos valores monetarios que se logran como resultado de la prestación de servicios o venta de mercadería que produce la entidad.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Saldo acumulado al cierre del ejercicio. 		<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso por prestación de servicios de publicidad. • Ingreso por prestación de servicios de asesoramiento en marketing. • Por venta de productos. 	
CONTROL INTERNO			
Segregación de funciones. Comprobación de las facturas y notas de crédito. Las proformas serán aprobadas por la gerencia. Registrar todos los ingresos. Tener documentos de respaldo de las operaciones realizadas.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1 NIC 18		Presentación de los Estados Financieros. Ingresos.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	4	INGRESOS
Nivel 2	GRUPO	4.2	OTROS INGRESOS
Nivel 3	SUB GRUPO	4.2.1	OTRAS RENTAS
Nivel 4	CUENTA	4.2.1.01 4.2.1.02 4.2.1.03	Descuentos en compras por pronto pago Rendimientos Financieros Ingresos por multas al trabajador
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
Otros ingresos son aquellos ingresos provenientes de una actividad que no es la principal de la empresa, la cual puede ser la prestación de servicios de capacitación el tema de diseño gráfico, pudiendo recalcar los descuentos en compras obtenidos, ingresos por multas, entre otros.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Saldo acumulado al cierre del ejercicio. 		<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos por descuentos en compras. • Rendimientos financieros. • Ingresos por multas. 	
CONTROL INTERNO			
Registrar todos los ingresos no operacionales.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1 NIC 18		Presentación de los Estados Financieros. Ingresos.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	5	COSTO DE VENTA
Nivel 2	GRUPO	5.1	COSTO DE VENTA
Nivel 3	SUB GRUPO	5.1.1	Costo de venta mercadería / o servicios de publicidad
Nivel 4	CUENTA		
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
Costo de venta representa la cantidad de dinero que es utilizado para la comercialización de un bien o prestación de servicios, estos costos deben ser tomados dentro de los procesos de producción o al igual al momento de comprar un bien para comercializarlo.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Por venta de mercadería. 		<ul style="list-style-type: none"> • Por devoluciones en venta. • Registro de la cuenta de resultados al final del ejercicio. 	
CONTROL INTERNO			
El costo de venta debe tener relación directa con los ingresos Debe reflejar las operaciones que tenga relación con la comercialización de productos o la prestación de servicios. Revisar que los montos de costos de ventas sean por operaciones realizadas.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 2, P.19		Existencias.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	6	GASTOS
Nivel 2	GRUPO	6.1	GASTO ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO
Nivel 3	SUB GRUPO	6.1.1 6.1.2 6.1.3 6.1.3.01 6.1.3.02 6.1.3.03 6.1.3.04 6.1.3.05 6.1.4 6.1.5 6.1.6 6.1.7 6.1.8 6.1.9 6.1.10 6.1.11 6.1.12 6.1.13 6.1.14 6.2.1 6.2.2 6.2.3 6.2.4.	Gasto Sueldos y salarios Gasto Aporte Patronal Beneficios Sociales Décimo Tercer Sueldo Décimo Cuarto Sueldo Fondos de Reserva Vacaciones Liquidaciones Gasto Suministro de Oficina Gasto Arriendo Gasto Servicios Básicos Depreciación Edificio Depreciación Vehículo, Equipo de Transporte Depreciación Equipo de Oficina Depreciación Equipo de Computo Depreciación Muebles y Enseres Depreciación Maquinaria y Equipo Gasto Prov. Cuentas Incobrables Gasto Amortización Activos Intangibles Publicidad y Promoción Transporte y Flete Repuestos Herramientas Lubricante y Combustibles
Nivel 4	CUENTA		
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
<p>Los gastos administrativos y de operación son los desembolsos de dinero por parte de la entidad para el desarrollo de sus actividades, estos gastos están directamente destinados al buen desenvolvimiento de la empresa, buscando siempre tener estabilidad de la actividad comercial.</p> <p>Los gastos de ventas son los gastos que la empresa incurre para comercializar el producto o prestar el servicio a los clientes, es decir que estos nacen de la decisión que toma la empresa para ofertar en el mercado sus bienes o servicios.</p>			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Pagos de rubros administrativos y de operación. • Por creación de provisiones cargadas al gasto. • Pagos de rubros de ventas y operación. 		<ul style="list-style-type: none"> • Cierre del periodo de la cuenta resumen de rentas y gastos. • Por saldo acumulado resultante del ejercicio, al cierre de las cuentas de gastos. 	
CONTROL INTERNO			
<p>Registrar todos los gastos administrativos, operación y venta.</p> <p>Archivar los documentos de respaldos.</p> <p>Controlar que los gastos sean de las operaciones propias de la empresa.</p> <p>Verificar que los gastos administrativos se encuentren en el estado de resultados.</p>			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1 NIFF PYMES SECC. 2, P2. 26, P2. 27		Presentación de los Estados Financieros. Conceptos y principios principales.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

			
AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	6	GASTOS
Nivel 2	GRUPO	6.3	GASTO FINANCIEROS
Nivel 3	SUB GRUPO	6.3.1 6.3.2	Gastos Interés Comisiones y Servicios Financieros
Nivel 4	CUENTA		
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
Los gastos financieros forman parte de los gastos deducibles y son aquellos que se originan como consecuencia del financiamiento que tiene la entidad por parte de las Instituciones Financieras o por mantenimiento de las cuentas bancarias.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de la obligación de pago. • Pago intereses a las instituciones financieras. • Pagos de comisiones a las instituciones financieras. 		<ul style="list-style-type: none"> • Ajustes o cierre de cuentas de gastos al final del ejercicio. 	
CONTROL INTERNO			
Registrar todos los gastos financieros. Archivar los documentos de respaldos y en orden cronológico y numérico. Controlar que los gastos sean de las operaciones propias de la empresa. Verificar que los gastos financieros se encuentren en el estado de resultados.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1 NIFF PYMES SECC. 2, P2. 26, P2. 27		Presentación de los Estados Financieros. Conceptos y principios principales.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO			
FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE CUENTAS			
Nivel 1	ELEMENTO	6	GASTOS
Nivel 2	GRUPO	6.4	OTROS GASTOS
Nivel 3	SUB GRUPO	6.4.1	Gastos no deducibles
		6.4.2	Multas
Nivel 4	CUENTA		
Nivel 5	SUB CUENTA		
DESCRIPCIÓN			
Otros gastos son aquellos que por algún motivo o circunstancia no pudieron ser justificados y que no son de la actividad regular de la empresa, los gastos no deducibles no son tomados en cuenta para determinar el resultado fiscal.			
DINÁMICA			
DÉBITOS		CRÉDITOS	
<ul style="list-style-type: none"> Pagos de multas y gastos sin documento legal reconocido por el Servicio de Rentas Internas. 		<ul style="list-style-type: none"> Ajustes o cierre de cuentas de gastos al final del ejercicio. 	
CONTROL INTERNO			
Evitar que se pierdan los documentos de respaldo de estos tipos de gastos/ archivo en orden cronológico. Acatar las leyes de tránsito y así evitar las multas. Realizar los trámites a tiempo para evitar las sanciones.			
REFERENCIA A LA NORMATIVA			
NIC 1 NIFF PYMES SECC. 2, P2. 26, P2. 27		Presentación de los Estados Financieros. Conceptos y principios principales.	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

3.15 Estados Financieros

Los estados financieros son esquemas que se presentan como informes al final del período que reflejan la situación financiera de la empresa siendo este un punto importante tanto interno ya que ayuda a la toma de decisiones como externo dando cumplimiento de las obligaciones con los entes de control.

3.15.1 Estado de Situación Financiera

Este estado también es conocido como Balance general es un documento que muestra la situación financiera de la entidad a fechas determinadas. Estará integrada por activos, pasivos y patrimonio.

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 20XX (Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)					
1	ACTIVO		2	PASIVO	
1.1	ACTIVO CORRIENTE		2.1	PASIVO CORRIENTE	
1.1.1.01	Caja	XXX	2.1.3.01	Obligaciones con la administración tributaria	XXX
1.1.3	Inventarios	XXX	2.1.3.01.04	Retención del IVA 100%	XXX
1.1.3.01.01	Inventario Materia Prima	XXX	2.1.3.01.05	Retención en la Fuente I.R 1%	XXX
			2.1.3.01.07	Retención en la Fuente I.R 8%	XXX
1.1.5	ACTIVOS POR IMPUESTO CORRIENTE		2.1.3.02	Obligaciones por beneficios de ley	XXX
1.1.5.03	Retención I.R. del periodo	XXX	2.1.3.02.08	IESS por pagar	XXX
1.1.5.04	Crédito tributario	XXX	2.2.01	Provisiones por beneficios a empleados	XXX
	TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	XXX		TOTAL PASIVO CORRIENTE	XXX
1.2	ACTIVO NO CORRIENTE			TOTAL PASIVOS	XXX
1.2.1	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		3	PATRIMONIO	
1.2.1.01	Depreciación de activos fijos	XXX	3.1	CAPITAL	
1.2.1.06	Equipo de Oficina	XXX	3.1.1	Capital Suscrito	XXX
1.2.1.08	Equipo de Computo	XXX	3.2	Resultado del Ejercicio	XXX
1.2.1.11	Muebles y Enseres	XXX	3.4	Resultados de años anteriores	XXX
	TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	XXX		TOTAL PATRIMONIO	XXX
	TOTAL ACTIVOS	XXX		TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	XXX
<hr/> GERENTE			<hr/> CONTADOR		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

3.15.2 Estado de Resultados

El estado de resultados es un instrumento financiero que permite conocer cuan rentable es la empresa en un lapso de tiempo determinado, estará integrado por cuentas de ingresos, costos y gastos.

AGENCIA GRÁFICA CENTAURO		
		
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL		
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 20XX		
(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)		
	CÓDIGO	VALOR
INGRESO	4	
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	4.1	
prestación de Servicios	4.1.1	XXX
Ingreso por Ventas	4.1.2.01	XXX
TOTAL INGRESOS		XXX
GASTOS	6	
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	6.1	
Gastos sueldos y salarios	6.1.1	XXX
Gasto Aporte Patronal	6.1.1	XXX
Décimo Tercer Sueldo	6.1.3.01	XXX
Décimo Cuarto Sueldo	6.1.3.02	XXX
Gasto Arriendo	6.1.5	XXX
Gasto Servicios Básicos	6.1.6	XXX
TOTAL GASTOS		XXX
RESULTADOS DEL EJERCICIO		XXX
----- GERENTE	----- CONTADOR	

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

3.15.3 Estado de Cambios en el Patrimonio

El estado de cambios en el patrimonio permite conocer sobre las variaciones que tiene las cuentas de patrimonio durante un periodo, tratando siempre de dar la debida explicación de dichas fluctuaciones, es decir los orígenes y destinos de los movimientos de las cuentas de patrimonio en un periodo.

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 20XX (Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)					
Cuentas	SalDOS AL 01/01/20XX	RESULTADOS ACUMALADOS		RESULTADOS DEL EJERCICIO	SalDOS AL 31/01/20XX
		GANACIAS ACUMULADAS	(-) PÉRDIDAS ACUMULADAS		
Capital Suscrito	XXX				XXX
Resultados de años anteriores	XXX				XXX
Resultados del ejercicio				XXX	XXX
TOTALES	XXX			XXX	XXX
_____ GERENTE			_____ CONTADOR		

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

3.15.4 Estado de Flujo de Efectivo

El estado de flujo de efectivo es una herramienta contable que permite conocer si la empresa cuenta o no con efectivo o equivalentes que se puedan hacer líquidos a corto plazo. Estudia las fuentes y usos del efectivo de la empresa en un periodo determinado.

El estudio se realiza clasificando las fuentes y usos del efectivo en 3 grandes grupos que son:

- Flujos de Efectivo por actividades de operación.
- Flujos de Efectivo por actividades de inversión.
- Flujos de Efectivo por actividades de financiación.

AGENCIA GRÁFICA CENTAURO		
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO		
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 20XX		
(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)		
DETALLE	CÓDIGO	VALOR
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		
FUENTES	XXX	XXX
TOTAL DE FUENTES		
USOS	XXX	XXX
TOTAL USOS		XXX
FLUJO NETO (PROVISTO/USADO) DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		XXX
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
FUENTES	XXX	XXX
TOTAL FUENTES		XXX
USOS		
	XXX	XXX
TOTAL USOS		XXX
FLUJO NETO (PROVISTO/USADO) EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		XXX
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
FUENTES		
	XXX	XXX
TOTAL FUENTES		
USOS		
	XXX	XXX
TOTAL USOS		XXX
FLUJO NETO (PROVISTO/USADO) DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
FLUJO NETO DE EFECTIVO		XXX
SALDOS DE AÑOS ANTERIORES		XXX
SALDO FLUJO DE EFECTIVO		XXX
_____	_____	
GERENTE	CONTADOR	

Fuente: Propuesta.
Elaborado por: Autores.

3.16 Ejercicio Práctico del mes de enero

- **2 de enero:** Se inició actividades con el siguiente estado de situación financiera:

Detalle	Debe	Haber
Caja	29785,71	
Retención I.R. del periodo	650,52	
Crédito tributario 12% IVA	1576,76	
Equipo de oficina	27870,43	
Equipo de Computo	6093,41	
Muebles y enseres	1318,04	
Depreciación de activos fijos	-21357,50	
Obligaciones con la administración tributaria		428,37
Obligaciones por beneficios de ley		606,82
Capital Suscrito		19073,16
Resultados		25829,02

- **5 de enero:** Se adquirió 1 computador marca Apple a \$1900 dólares incluido el IVA factura Nro. 00002344
- **7 de enero:** Se compró a la empresa arte muebles un juego de sala por el valor de \$600 más IVA se canceló en efectivo con factura Nro. 00042357
- **8 de enero:** El Sr. Luis Sánchez adquirió el servicio de audio y video por un valor de \$120 más IVA, cancelo en efectivo con factura Nro. 0003589
- **8 de enero:** Se adquirió materia prima a la empresa arte papel por un valor \$900 más IVA a crédito pagaderos en 15 días con factura Nro. 00023456
- **10 de enero:** Se prestó servicio de diseño gráfico de folletos a la Sra. Carla Ruíz por un valor total de \$90 más IVA en efectivo con factura Nro. 00024568
- **10 de enero:** Se prestó servicio de diseño gráfico de catálogos para exposición al Sr. Juan Rúales por un valor de \$70 más IVA a crédito de 15 días con factura Nro. 0005468
- **10 de enero:** Se prestó servicio de diseño gráfico para lonas de campaña política al Sra. Hilda Herrera por un valor de \$350 más IVA en efectivo con factura Nro.0003580
- **12 de enero:** La empresa cobró el valor de \$1200 más IVA por concepto de impresión de folletos para la Sra. Carla Ruíz en efectivo con factura Nro. 00024568.

- **12 de enero:** Se realizó el pago del sueldo más beneficios de ley al Sr. Luis Rosas que trabaja en el área de terminados gráficos.
- **12 de enero:** Se realizó la venta a crédito de catálogos impresos al Sr. Juan Rúales por un valor de \$850 más IVA dólares pagaderos en 15 días con factura Nro. 0003781
- **14 de enero:** Se pagó el arriendo del local por un valor de \$750 dólares en efectivo
- **23 de enero:** Se canceló la factura Nro. 00023456 a la empresa Arte Papel por concepto de adquisición de materia prima
- **26 de enero:** Nos cancelan el valor de la venta a crédito por servicio de diseño gráfico al sr. Juan Rúales según factura Nro. 0005468 de fecha 10/01/2019
- **27 de enero:** Se paga por los servicios básicos, agua potable \$50 dólares, energía eléctrica \$60 dólares y \$40 dólares por Internet, se cancela en efectivo
- **29 de enero:** Se recibe el pago del Sr. Juan Rúales por un valor de \$850 dólares con factura Nro. 0003781.

3.16.1 Libro diario

 Agencia Gráfica Centauro Libro Diario Del 01 al 31 de enero del 2019 Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América					
Fecha	Código	Detalle	Parcial	Debe	Haber
		1			
2/1/2019	1.1.1.01	Caja		29785,71	
	1.1.5.03	Retención I.R. del periodo		650,52	
	1.1.5.04	Crédito Tributario 12% compras		1576,76	
	1.2.1.06	Equipo de oficina		27870,43	
	1.2.1.08	Equipo de Computo		6093,41	
	1.2.1.10	Muebles y enseres		1318,04	
	1.2.1.01	Depreciación de activos fijos		-21357,50	
	2.1.3.01	Obligaciones con la administración tributaria			428,37
	2.1.3.02	Obligaciones por beneficios de ley			606,82
	3.1.1	Capital Suscrito			19073,16
	3.3	Resultados del ejercicio			25829,02
		V/R Estado de situación financiera al 01/01/2019			
		2			
5/1/2019	1.2.1.08	Equipo de Computo		1696,43	
	1.1.5.01	IVA en compras		203,57	
	2.1.3.01.05	Retención en la Fuente I.R 1%			16,96
	1.1.1.01	Caja			1883,04
		V/R Compra de Computador Apple según la factura Nro. 00002344 en efectivo			
		3			
7/1/2019	1.2.1.10	Muebles y enseres		600,00	
	1.1.5.01	IVA en compras		72,00	
	2.1.3.01.05	Retención en la Fuente I.R 1%			6,00
	1.1.1.01	Caja			666,00
		V/R Compra de juego de sala según factura Nro. 00042357 en efectivo			
		4			
8/1/2019	1.1.1.01	Caja		134,40	
	4.1.1	Prestación de Servicios			120,00
	2.1.3.01.01	IVA en ventas			14,40
		V/R Venta de servicios de audio y video "Cuña publicitaria" al Sr. Luis Sánchez según factura Nro. 00003589			
		5			
8/1/2019	1.1.3.01.01	Inventario de materia prima directa		900,00	
	1.1.5.01	IVA en compras		108,00	
	2.1.1.01	Proveedores			999,00
	2.1.3.01.05	Retención en la Fuente I.R 1%			9,00
		V/R Compra materia prima según la factura Nro.00023456 a crédito de 15 días			
		6			
10/1/2019	1.1.1.01	Caja		100,80	
	2.1.3.01.01	IVA en ventas			10,80
	4.1.1	Prestación de Servicios			90,00
		V/R Ventas de servicio de diseño gráfico "folletos" según la factura Nro. 00024568 a la Sra. Carla Ruiz en efectivo			
		PASAN		49752,57	49752,57

Agencia Gráfica Centauro					
Libro Diario					
Del 01 al 31 de enero del 2019					
Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América					
		VIENE		49752,57	49752,57
		7			
10/1/2019	1.1.2.01.01	Clientes por cobrar		78,40	
	2.1.3.01.01	IVA en ventas			8,40
	4.1.1	Prestación de Servicios			70,00
		V/R Venta de servicios de diseño gráfico a crédito según la factura Nro. 0005468 al Sr. Juan Rúales a 15 días plazo			
		8			
10/1/2019	1.1.1.01	Caja		392,00	
	2.1.3.01.01	IVA en ventas			42,00
	4.1.1	Prestación de Servicios			350,00
		V/R Venta de servicios de diseño gráfico según la factura Nro. 0003580 a la Sra. Hilda Herrera en efectivo			
		9			
12/1/2019	1.1.1.01	Caja		1344,00	
	4.1.2.01	Ingreso por ventas			1200,00
	2.1.3.01.01	IVA en Ventas			144,00
		V/R Venta según factura Nro. 00024568 a la Sra. Carla Ruiz en efectivo por 600 folletos			
		10			
12/1/2019	6.1.1	Gastos Sueldos y salarios		394,00	
	6.1.3	Gasto Aporte Patronal		43,93	
	6.1.3.01	Décimo Tercer Sueldo		32,83	
	6.1.3.02	Décimo Cuarto Sueldo		32,83	
	1.1.1.01	Caja			356,77
	2.1.3.02.08	IESS por Pagar			81,16
	2.2.1	Provisiones por beneficios a empleados			65,67
		V/R Pago sueldos			
		11			
12/1/2019	1.1.2.01.01	Clientes por cobrar		850,00	
	4.1.2.01	Ingreso por ventas			758,93
	2.1.3.01.01	IVA en ventas			91,07
		V/R Venta a crédito según la factura Nro. 0003781 al Sr. Juan Rúales a 15 días plazo			
		12			
14/1/2019	6.1.5	Gasto Arriendo		750,00	
	1.1.5.01	IVA en compras		90,00	
	1.1.1.01	Caja			690,00
	2.1.3.01.07	Retención en la Fuente I.R 8%			60,00
	2.1.3.01.04	Retención del IVA 100%			90,00
		V/R Pago del arriendo del local mes de enero			
		13			
15/1/2019	2.1.1.01	Proveedores		999,00	
	1.1.1.01	Caja			999,00
		V/R Pago según la factura Nro 00023456 a la empresa Arte papel			
		14			
23/1/2019	1.1.1.01	Caja		78,40	
	1.1.2.01.01	Clientes por cobrar			78,40
		V/R Cobro según la factura Nro. 0005468			
		PASAN		109675,94	109675,94

Agencia Gráfica Centauro					
Libro Diario					
Del 01 al 31 de enero del 2019					
Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América					
		VIENE		109675,94	109675,94
		15			
27/1/2019	6.1.6	Gasto Servicios Básicos		150,00	
		Agua Potable	50,00		
		Energía eléctrica	60,00		
		Telecomunicaciones	40,00		
	1.1.5.01	IVA en compras		4,80	
	1.1.1.01	Caja			154,80
		V/R Pago de servicios Básicos			
		16			
29/1/2019	1.1.1.01	Caja		850,00	
	1.1.2.01.01	Cientes por cobrar			850,00
		V/R Pago según la factura Nro. 0003781 del Sr. Juan Rúales			
		17			
31/1/2019	2.1.3.01.01	IVA en ventas		310,67	
	1.1.5.04	Crédito Tributario 12% compras		167,70	
	1.1.5.01	IVA en compras			478,37
		V/R Cierre y liquidación del IVA mes de enero			
		1C			
31/1/2019	4.1.1	Prestación de Servicios		630,00	
	4.1.2	Ingreso por Ventas		1958,93	
		Resumen de Rentas y Gastos			2588,93
		Cierre de las cuentas de ingresos			
		2C			
31/1/2019	7.1	Resumen de Rentas y Gastos		1403,60	
	6.1.1	Gasto Sueldos			394,00
	6.1.3	Gasto Aporte Patronal			43,93
	6.1.3.01	Décimo Tercer Sueldo			32,83
	6.1.3.02	Décimo Cuarto Sueldo			32,83
	6.1.5	Gasto Arriendo			750,00
	6.1.6	Gasto Servicio Básicos			150,00
		Cierre de las cuentas de gastos			
		3C			
31/1/2019	7.1	Resumen de Rentas y Gastos		1185,33	
	3.2.1	Ganancias acumuladas			1185,33
		Cierre de la cuenta de Rentas y Gastos y contabilización de la Utilidad del Ejercicio			
		4C			
31/1/2019	3.2.1	Ganancias acumuladas		177,80	
	2.1.3.02.07	15% Participación utilidades			177,80
		15% Participación Trabajadores por pagar			
		Total		116514,77	116514,77
<div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p>GERENTE</p> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p>CONTADOR</p> </div> </div>					

3.16.2 Mayorización

CUENTA	Caja		1.1.1.01	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019	29785,71	
2	5/1/2019	Compra de Computador Apple según la factura Nro. 00002344 en efectivo		1883,04
3	7/1/2019	Compra de juego de sala según factura Nro. 00042357 en efectivo		666,00
4	8/1/2019	Venta de servicios de audio y video "Cuña publicitaria" al Sr. Luis Sánchez según factura Nro. 00003589	134,40	
6	10/1/2019	Ventas de servicio de diseño gráfico "folletos" según la factura Nro. 00024568 a la Sra. Carla Ruiz en efectivo	100,80	
8	10/1/2019	Venta de servicios de diseño gráfico según la factura Nro. 0003580 a la Sra. Hilda Herrera en efectivo	392,00	
9	12/1/2019	Venta según factura Nro. 00024568 a la Sra. Carla Ruiz en efectivo por 600 folletos	1344,00	
10	12/1/2019	Pago sueldos		356,77
12	14/1/2019	Pago del arriendo del local mes de enero		690,00
13	15/1/2019	Pago según la factura Nro. 00023456 a la empresa Arte papel		999,00
14	23/1/2019	Cobro según la factura Nro. 0005468	78,40	
15	27/1/2019	Pago de servicios Básicos		154,80
16	29/1/2019	Pago según la factura Nro. 0003781 del Sr. Juan Rúales	850,00	
TOTAL			32685,31	4749,60
SALDO			27935,71	

CUENTA	Clientes por cobrar		1.1.2.01.01	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
7	10/1/2019	Venta de servicios de diseño gráfico a crédito según la factura Nro. 0005468 al Sr. Juan Rúales a 15 días plazo	78,40	
11	12/1/2019	Venta a crédito según la factura Nro. 0003781 al Sr. Juan Rúales a 15 días plazo	850,00	
14	23/1/2019	Cobro según la factura Nro. 0005468		78,40
16	29/1/2019	Pago según la factura Nro. 0003781 del Sr. Juan Rúales		850,00
TOTAL			928,40	928,40
SALDO			0,00	

CUENTA		Inventario materia prima	1.1.3.01.01	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
5	8/1/2019	Compra materia prima según la factura Nro.00023456 a crédito de 15 días	900,00	
TOTAL			900,00	
SALDO			900,00	

CUENTA		IVA en compra	1.1.5.01	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
2	5/1/2019	Compra de Computador Apple según la factura Nro. 00002344 en efectivo	203,57	
3	7/1/2019	Compra de juego de sala según factura Nro. 00042357 en efectivo	72,00	
5	8/1/2019	Compra materia prima según la factura Nro.00023456 a crédito de 15 días	108,00	
12	14/1/2019	Pago del arriendo del local	90,00	
15	27/1/2019	Pago de servicios Básicos	4,80	
17	31/1/2019	Cierre y liquidación del IVA mes de enero		478,37
TOTAL			478,37	478,37
SALDO			0,00	

CUENTA		Retención de I.R. del periodo	1.1.5.03	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019	650,52	
TOTAL			650,52	
SALDO			650,52	

CUENTA		Crédito Tributario 12% compras	1.1.5.04	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019	1576,76	
17	31/1/2019	Cierre y liquidación del IVA mes de enero	167,70	
TOTAL			1744,46	
SALDO			1744,46	

CUENTA		Depreciación de activos fijos	1.2.1.01	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019	-21357,50	
TOTAL			-21357,50	
SALDO			-21357,50	

CUENTA		Equipo de Oficina	1.2.1.06	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019	27870,43	
TOTAL			27870,43	
SALDO			27870,43	

CUENTA		Equipo de Computo	1.2.1.08	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019	6093,41	
2	5/1/2019	Compra de Computador Apple según la factura Nro. 00002344 en efectivo	1696,43	
TOTAL			7789,84	
SALDO			7789,84	

CUENTA		Muebles y Enseres	1.2.1.10	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019	1318,04	
3	7/1/2019	Compra de juego de sala según factura Nro. 00042357 en efectivo	600,00	
TOTAL			1918,04	
SALDO			1918,04	

CUENTA		Proveedores	2.1.1.01	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
5	8/1/2019	Compra materia prima según la factura Nro.00023456 a crédito de 15 días		999,00
13	15/1/2019	Pago según la factura Nro. 00023456 a la empresa Arte papel	999,00	
TOTAL			999,00	999,00
SALDO			0,00	

CUENTA		Obligaciones con la administración tributaria	2.1.3.01	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019		428,37
TOTAL				428,37
SALDO				428,37

CUENTA		IVA en ventas	2.1.3.01.01	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
4	8/1/2019	Venta de servicios de audio y video "Cuña publicitaria" al Sr. Luis Sánchez según factura Nro. 00003589		14,40
6	10/1/2019	Ventas de servicio de diseño gráfico "folletos" según la factura Nro. 00024568 a la Sra. Carla Ruiz en efectivo		10,80
7	10/1/2019	Venta de servicios de diseño gráfico a crédito según la factura Nro. 0005468 al Sr. Juan Rúales a 15 días plazo		8,40
8	10/1/2019	Venta de servicios de diseño gráfico según la factura Nro. 0003580 a la Sra. Hilda Herrera en efectivo		42,00
9	12/1/2019	Venta según factura Nro. 00024568 a la Sra. Carla Ruiz en efectivo por 600 folletos		144,00
11	12/1/2019	Venta a crédito según la factura Nro. 0003781 al Sr. Juan Rúales a 15 días plazo		91,07
17	31/1/2019	Cierre y Liquidación del IVA mes de enero	310,67	
TOTAL			310,67	310,67
SALDO				0,00

CUENTA	Retención del IVA 100%		2.1.3.01.04	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
12	14/1/2019	Pago del arriendo del local mes de enero		90,00
TOTAL				90,00
SALDO				90,00

CUENTA	Retención en la Fuente I.R. 1%		2.1.3.01.05	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
2	5/1/2019	Compra de Computador Apple según la factura Nro. 00002344 en efectivo		16,96
3	7/1/2019	Compra de juego de sala según factura Nro. 00042357 en efectivo		6,00
5	8/1/2019	Compra materia prima según la factura Nro.00023456 a crédito de 15 días		9,00
TOTAL			0	31,96
SALDO				31,96

CUENTA	Retención en la Fuente I.R 8%		2.1.3.01.07	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
12	14/1/2019	Pago del arriendo del local mes de enero		60,00
TOTAL				60,00
SALDO				60,00

CUENTA	Obligaciones por beneficios de ley		2.1.3.02	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019		606,82
TOTAL				606,82
SALDO				606,82

CUENTA	IESS por Pagar		2.1.3.02.08	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
10	12/1/2019	Pago sueldos		81,16
TOTAL				81,16
SALDO				81,16

CUENTA	Provisiones por beneficios a empleados		2.2.1	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
10	12/1/2019	Pago sueldos		65,67
TOTAL				65,67
SALDO				65,67

CUENTA	Capital Suscrito		3.1.1	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019		19073,16
TOTAL				19073,16
SALDO				19073,16

CUENTA	Resultados del ejercicio		3.3	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
1	2/1/2019	Estado de situación financiera al 01/01/2019		25829,02
TOTAL				25829,02
SALDO				25829,02

CUENTA	Prestación de servicios		4.1.1	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
4	8/1/2019	Venta de servicios de audio y video "Cuña publicitaria" al Sr. Luis Sánchez según factura Nro. 00003589		120,00
6	10/1/2019	Ventas de servicio de diseño gráfico "folletos" según la factura Nro. 00024568 a la Sra. Carla Ruiz en efectivo		90,00
7	10/1/2019	Venta de servicios de diseño gráfico a crédito según la factura Nro. 0005468 al Sr. Juan Rúaes a 15 días plazo		70,00
8	10/1/2019	Venta de servicios de diseño gráfico según la factura Nro. 0003580 a la Sra. Hilda Herrera en efectivo		350,00
TOTAL				630,00
SALDO				630,00
1C	31/01/2019	Cierre de cuentas de ingreso	630,00	
TOTAL			630,00	630,00
SALDO			0,00	0,00

CUESTA		Ingreso por ventas	4.1.2.01	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
9	12/1/2019	Venta según factura Nro. 00024568 a la Sra. Carla Ruiz en efectivo por 600 folletos		1200,00
11	12/1/2019	Venta a crédito según la factura Nro. 0003781 al Sr. Juan Rúales a 15 días plazo		758,93
TOTAL				1958,93
SALDO				1958,93
1C	31/01/2019	Cierre de cuentas de ingreso	1958,93	
TOTAL			1958,93	1958,93
SALDO			0,00	0,00

CUESTA		Gastos Sueldos y salarios	6.1.1	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
10	12/1/2019	Pago sueldos	394,00	
TOTAL			394,00	
SALDO			394,00	
2C	31/01/2019	Cierre de cuentas de gasto		394,00
TOTAL			394,00	394,00
SALDO			0,00	0,00

CUESTA		Gasto Aporte Patronal	6.1.3	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
10	12/1/2019	Pago sueldos	43,93	
TOTAL			43,93	
SALDO			43,93	
2C	31/01/2019	Cierre de cuentas de gasto		43,93
TOTAL			43,93	43,93
SALDO			0,00	0,00

CUESTA		Décimo Tercer Sueldo	6.1.3.01	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
10	12/1/2019	Pago sueldos	32,83	
TOTAL			32,83	0
SALDO			32,83	
2C	31/01/2019	Cierre de cuentas de gasto		32,83
TOTAL			32,83	32,83
SALDO			0,00	0,00

CUENTA		Décimo Cuarto Sueldo		6.1.3.02	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas		
			Debe	Haber	
10	12/1/2019	Pago sueldos	32,83		
TOTAL			32,83	0	
SALDO			32,83		
2C	31/01/2019	Cierre de cuentas de gasto		32,83	
TOTAL			32,83	32,83	
SALDO			0,00	0,00	

CUENTA		Gasto Arriendo		6.1.5	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas		
			Debe	Haber	
12	14/1/2019	Pago del arriendo del local mes de enero	750,00		
TOTAL			750,00		
SALDO			750,00		
2C	31/01/2019	Cierre de cuentas de gasto		750,00	
TOTAL			750,00	750,00	
SALDO			0,00	0,00	

CUENTA		Gasto Servicios Básicos		6.1.6	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas		
			Debe	Haber	
15	27/1/2019	Pago de servicios Básicos	150,00		
TOTAL			150,00		
SALDO			150,00		
2C	31/01/2019	Cierre de cuentas de gasto		150,00	
TOTAL			150,00	150,00	
SALDO			0,00	0,00	

CUENTA		Resumen de Rentas y Gastos		7.1	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas		
			Debe	Haber	
1C	31/01/2019	Cierre de cuentas de ingresos		2588,93	
2C	31/01/2019	Cierre de cuentas de gasto	1403,60		
3C	31/01/2019	Cierre de cuentas del resumen de rentas y gastos y contabilización de la utilidad contable	1185,33		
TOTAL			2588,93	2588,93	
SALDO					

CUENTA		15% Participación Utilidades	2.1.3.02.07	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
4C	31/01/2019	15% Participación a trabajadores por pagar		177,80
TOTAL				177,80
SALDO				177,80

CUENTA		Ganancias Acumuladas	3.2.1	
N° de Transacción	Fecha	Detalle	Sumas	
			Debe	Haber
3C	31/01/2019	Cierre de cuentas del resumen de rentas y gastos y contabilización de la utilidad contable		1185,33
4C	31/01/2019	15% Participación a trabajadores por pagar	177,80	
TOTAL			177,80	1185,33
SALDO				1007,53

3.16.3 Balance de Comprobación

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO Balance de Comprobación Del 1 de Enero al 31 de Enero del 2019 (Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)						
N°	CÓDIGO	DETALLE	SUMAS		SALDOS	
			DEBE	HABER	DEUDOR	ACREEDOR
1	1.1.1.01	Caja	32685,31	4749,60	27935,71	
2	1.1.2.01.01	Clientes por cobrar	928,40	928,40		
3	1.1.3.01.01	Inventario materia prima	900,00		900,00	
4	1.1.5.01	IVA en compras	478,37	478,37		
5	1.1.5.03	Retención I.R. del periodo	650,52		650,52	
6	1.1.5.04	Crédito Tributario 12% compras	1744,46		1744,46	
7	1.2.1.01	Depreciación de activos fijos	-21357,50		-21357,50	
8	1.2.1.06	Equipo de Oficina	27870,43		27870,43	
9	1.2.1.08	Equipo de Computo	7789,84		7789,84	
10	1.2.1.10	Muebles y Enseres	1918,04		1918,04	
11	2.1.1.01	Proveedores	999,00	999,00		
12	2.1.3.01	Obligaciones con la administración tributaria		428,37		428,37
13	2.1.3.01.01	IVA en ventas	310,67	310,67		
14	2.1.3.01.04	Retención en la fuente IVA 100%.		90,00		90,00
15	2.1.3.01.05	Retención en la fuente I.R. 1%		31,96		31,96
16	2.1.3.01.07	Retención en la fuente I.R. 8%		60,00		60,00
17	2.1.3.02	Obligación por beneficios de ley		606,82		606,82
18	2.1.3.02.08	IESS por pagar		81,16		81,16
19	2.2.1	Provisiones por beneficios a empleados		65,67		65,67
20	3.1.1	Capital Suscrito		19073,16		19073,16
21	3.3	Resultados del ejercicio		25829,02		25829,02
22	4.1.1	Prestación de servicios		630,00		630,00
23	4.1.2.01	Ingresos por ventas		1958,93		1958,93
24	6.1.1	Gasto sueldos y salarios	394,00		394,00	
25	6.1.2	Gasto Aporte Patronal	43,93		43,93	
26	6.1.3.01	Décimo Tercer Sueldo	32,83		32,83	
27	6.1.3.02	Décimo Cuarto Sueldo	32,83		32,83	
28	6.1.5	Gasto Arriendo	750,00		750,00	
29	6.1.6	Gasto Servicios Básicos	150,00		150,00	
TOTAL			56321,14	56321,14	48855,09	48855,09
_____			_____			
Gerente			Contador			

3.16.4 Estado de Situación Financiera

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA Del 1 de Enero al 31 de Enero del 2019 (Expresado en dólares de los Estados Unidos de Américaz)					
1	ACTIVO		2	PASIVO	
1.1	ACTIVO CORRIENTE		2.1	PASIVO CORRIENTE	
1.1.1.01	Caja	27935,71	2.1.3.01	Obligaciones con la administración tributaria	428,37
1.1.3	Inventarios		2.1.3.01.04	Retención del IVA 100%	90,00
1.1.3.01.01	Inventario Materia Prima	900,00	2.1.3.01.05	Retención en la Fuente I.R. 1%	31,96
			2.1.3.01.07	Retención en la Fuente I.R. 8%	60,00
1.1.5	ACTIVOS POR IMPUESTO CORRIENTE		2.1.3.02	Obligaciones por beneficios de ley	606,82
1.1.5.03	Retención I.R. del periodo	650,52	2.1.3.02.07	15% Participación Utilidades	177,80
			2.1.3.02.08	IESS por pagar	81,16
1.1.5.04	Crédito tributario	1744,46	2.2.01	Provisiones por beneficios a empleados	65,67
	TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	31230,69		TOTAL PASIVO CORRIENTE	1541,78
1.2	ACTIVO NO CORRIENTE			TOTAL PASIVOS	1541,78
1.2.1	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		3	PATRIMONIO	
1.2.1.01	Depreciación de activos fijos	-21357,50	3.1	CAPITAL	
1.2.1.06	Equipo de Oficina	27870,43	3.1.1	Capital Suscrito	19073,16
1.2.1.08	Equipo de Computo	7789,84	3.2.1	Ganancias Acumuladas	1007,53
1.2.1.11	Muebles y Enseres	1918,04	3.4	Resultados de años anteriores	25829,02
	TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	16220,81		TOTAL PATRIMONIO	45909,71
	TOTAL ACTIVOS	47451,50		TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	47451,50
<hr style="width: 20%; margin: auto;"/> GERENTE			<hr style="width: 20%; margin: auto;"/> CONTADOR		

3.16.5 Estado de Resultados Integral

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL Del 1 de Enero al 31 de Enero del 2019 (Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)		
	CÓDIGO	VALOR
INGRESO	4	
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	4.1	
prestación de Servicios	4.1.1	630,00
Ingreso por Ventas	4.1.2.01	1958,93
TOTAL INGRESOS		2588,93
GASTOS	6	
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	6.1	
Gastos sueldos y salarios	6.1.1	394,00
Gasto Aporte Patronal	6.1.1	43,93
Décimo Tercer Sueldo	6.1.3.01	32,83
Décimo Cuarto Sueldo	6.1.3.02	32,83
Gasto Arriendo	6.1.5	750,00
Gasto Servicios Básicos	6.1.6	150,00
TOTAL GASTOS		1403,60
UTILIDAD ANTES DE DEDUCCIONES LEGALES		1185,33
15 % Participación Utilidades	2.1.3.02.07	177,80
GANANCIAS ACUMULADAS		1007,53
_____	_____	
GERENTE	CONTADOR	

El estado de resultados integrales muestra en detalle las cuentas de ingresos, con el dígito 4 costos con el dígito 5 y gastos con el dígito 6 las principales cuentas de ingresos de la agencia gráfica Centauro son la prestación de servicios y la venta de suministros, la empresa no contabiliza costos por cuanto la producción es variada, sus desembolsos son cargados a gastos clasificados en: gastos operativos, gastos administrativos y gastos financieros

La contrastación de las cuentas de ingreso menos las cuentas de gastos darán como consecuencia, el resultado del ejercicio; si el valor de las cuentas de ingreso es superior a la sumatoria a las cuentas de gasto se abra obtenido una utilidad del ejercicio, caso contrario una pérdida. El resultado del ejercicio será mostrado en el Estado de situación Financiera en el bloque identificadas con el dígito 3.

Del valor obtenido como utilidad del ejercicio, es preciso deducir el 15% para participación trabajadores. Si la empresa luego de calcular la participación para empleados y trabajadores, obtuvo una utilidad superior a la base exenta fija por el Servicio de Rentas Internas, que para el año 2018 fue de \$11.270 ,00 dólares americanos y el contribuyente es una persona natural, deberá ajustarse al cálculo establecido en la tabla del impuesto a la renta publicada por este organismo de control. En el caso descrito, no se presenta el cálculo de impuesto a la renta por cuanto un periodo económico abarca 12 meses y el ejemplo contiene las transacciones correspondientes a un mes únicamente.

Por último, la diferencia entre la utilidad después de participación trabajadores menos el impuesto a la renta causado dará como resultado la utilidad a disposición de los propietarios. Dicho de otra manera, la utilidad de un ejercicio económico tiene tres destinos, en este orden: trabajadores, estado y propietarios o accionistas

3.16.6 Estado de Cambios en el Patrimonio

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO Del 1 de Enero al 31 de Enero del 2019 (Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)					
Cuentas	Saldo al 01/01/2019	Resultados Acumulados		Resultados del Ejercicio	Saldo al 31/01/2019
		Ganancias Acumuladas	(-) Pérdidas Acumuladas		
Capital Suscrito	19073,16				19073,16
Resultados de años anteriores	25829,02				25829,02
Resultados del ejercicio				1007,53	1007,53
TOTALES	44902,18			1007,53	45909,71
_____		_____			
GERENTE		CONTADOR			

3.16.7 Estado de Flujo de Efectivo

 AGENCIA GRÁFICA CENTAURO ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO Del 1 de Enero al 31 de Enero del 2019 (Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)		
DETALLE	CÓDIGO	VALOR
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		
FUENTES		
Cientes por cobrar	1.1.2.01.01	928,40
Prestación de Servicios	4.1.1	627,20
Ingreso por ventas	4.1.2.01	1344,00
TOTAL DE FUENTES		2899,60
USOS		
Proveedores	2.1.1.01	999,00
Gasto sueldos y salarios	6.1.1	356,77
Gasto Arriendo	6.1.5	690,00
Gasto Servicios Básicos	6.1.6	154,80
TOTAL DE USOS		2200,57
FLUJO NETO PROVISTO DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		699,03
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
FUENTES		
TOTAL DE FUENTES		
USOS		
Equipo de Computo	1.2.1.08	1883,04
Muebles y Enseres	1.2.1.10	666,00
TOTAL DE USOS		
FLUJO NETO USADO EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		2549,04
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
FUENTES		
TOTAL DE FUENTES		
USOS		
TOTAL DE USOS		
FLUJO NETO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
FLUJO NETO DE EFECTIVO		-1850,00
SALDOS DE AÑOS ANTERIORES		29785,71
SALDO FLUJO DE EFECTIVO		27935,71
<div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> GERENTE </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> CONTADOR </div> </div>		

El estado de flujo de efectivo es también conocido como estado de fuentes y usos y contiene tanto las fuentes como los pagos realizados con efectivo dentro de un periodo económico determinado, está organizado en tres grandes bloques que presentan:

- a) Actividades de operación
- b) Actividades de inversión
- c) Actividades de financiamiento

Se consideran actividades de operaciones aquellas referentes al giro del negocio en este caso, las fuentes comprenden ingresos por ventas y prestación de servicios y los usos están dados por los pagos a proveedores y a empleados.

Las actividades de inversión se refieren a las adquisiciones de activos fijos o bienes de larga duración. Las actividades de financiamiento comprenden como fuentes los recursos conseguidos en entidades bancarias, cuando los fondos propios de la institución no alcanzan a subvencionar las actividades del giro normal del negocio, en este caso la agencia gráfica no ha recurrido a la contratación de créditos. Los usos de este grupo estarían dados por los pagos realizados a los créditos adquiridos, que tampoco que la agencia gráfica los tiene.

Como resultado de la contrastación de las fuentes y usos de cada uno de los grupos se obtiene la diferencia denominada flujo neto. Si la diferencia es positiva se dice que el flujo es provisto por las actividades sea de operación, inversión o financiamiento, caso contrario el flujo será utilizado en actividades del grupo al que corresponda.

Al realizar la sumatoria de los flujos netos de los tres grupos más el saldo inicial de las cuentas de efectivo y equivalentes a efectivo, se obtendrá el valor final de las misma, que será igual a la sumatoria de los saldos que muestra el libro mayor en las cuentas caja, bancos y equivalentes a efectivo a esa misma fecha.

3.17 Análisis Financiero

El análisis financiero es un conjunto de pasos que sirven para diagnosticar, estudiar y comparar la información reflejada en los estados, ésta ayuda a conocer la situación tanto pasada como presente de la empresa en lo financiero y económico, esto sirve de apoyo para la toma de decisiones.

El cálculo e interpretación se lo realiza mediante tasas e índices y los porcentajes de los cuales se saca los debidos análisis, obteniendo resultados cuantitativos de fácil interpretación.

3.17.1 Indicadores Financieros

Los indicadores permiten realizar un análisis de los juegos de estados financieros; para su cálculo existen fórmulas preestablecidas para lo cual es importante saber interpretar los resultados obtenidos, al igual que si existen deficiencias, saber cómo solucionarlas.

a) Índice de Solvencia

El índice de solvencia hace referencia a la relación existente entre el activo corriente y el pasivo corriente para conocer la disponibilidad que tiene la entidad para cumplir con las obligaciones a corto plazo.

$$\text{Índice de Solvencia} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Índice de Solvencia} = \frac{31230,69}{1541,78} = 20,26$$

Interpretación

La interpretación de este resultado es que por cada dólar del pasivo corriente la empresa cuenta con 20,26 dólares del activo corriente.

b) Índice de Liquidez

El índice de liquidez es una herramienta que permite conocer la facilidad con la que cuenta la entidad para convertir activos en efectivo para cubrir las obligaciones a corto plazo.

$$\text{Índice de Liquidez} = \frac{(\text{Activo corriente} - \text{Inventarios})}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Índice de Liquidez} = \frac{31230,69 - 900}{1541,78} = 19,67$$

Interpretación

Significa que por cada dólar que se debe en el pasivo corriente se cuenta con 19,67 dólares del activo corriente para su cancelación, sin necesidad del inventario.

c) Razón corriente o circulante

La razón corriente permite a las entidades conocer la capacidad de pago de compromisos a un corto plazo que pueden ser hasta de un año, como la cancelación de obligaciones tributarias, si el activo corriente es mayor que el pasivo corriente indica que la empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir dichas obligaciones.

$$\text{Razón Corriente o circulante} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Razón Corriente o circulante} = \frac{31230,69}{1541,78} = 20,26$$

Interpretación

La interpretación de este resultado establece que por cada dólar del pasivo circulante la empresa cuenta con 20,26 dólares del activo circulante.

d) Prueba ácida

La prueba ácida es uno de los índices más rígidos que ayudan a la alta dirección a estar al tanto de los activos circulantes líquidos que tiene la empresa para efectuar sus correspondientes pagos a corto plazo.

$$\text{Prueba ácida} = \frac{(\text{Activo circulante} - \text{Inventario})}{\text{Pasivo circulante}}$$

$$\text{Prueba ácida} = \frac{31230,69 - 900}{1541,78} = 19,67$$

Interpretación

La interpretación de este resultado indica que por cada dólar del pasivo circulante la empresa cuenta con 19,67 dólares del activo circulante.

e) Capital de trabajo neto

El capital de trabajo es el resultado de quitar los pasivos corrientes a los activos corrientes, esto permite tener una clara imagen de los recursos con los que la entidad cuenta para realizar todas las operaciones en los distintos procesos para cumplir con las actividades.

$$\text{Capital de trabajo neto} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

$$\text{Capital de trabajo neto} = 31230,69 - 1541,78 = 29688,91$$

Interpretación

Después de quitar a los activos corrientes los pasivos corrientes, se puede decir que la empresa cuenta con 29688,91 para atender las necesidades de la operación normal de la empresa en marcha.

CAPITULO IV: VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

4.1 Introducción

La validación de la propuesta tiene como principal objetivo la implementación de los diferentes manuales, con lo que se espera ayudar a optimizar los recursos administrados por la empresa, es importante socializar el funcionamiento de cada uno de ellos a los jefes de área y ellos a su vez comunicarán al personal a su cargo.

En este capítulo se evaluarán los aspectos administrativos, contables y financieros mediante la aplicación de matrices que ayudarán a conocer los criterios del equipo de trabajo que estará conformado por los autores, tutor, oponentes y gerente de la entidad, esto se lo realizará mediante un conjunto de mecanismos que permitirán conocer si la aplicación, es viable y se puede tener una buena acogida por parte de la agencia gráfica Centauro.

4.2 Descripción del estudio

Con el fin de que el trabajo realizado tenga la aceptación para que se ejecute de forma inmediata en la entidad, a continuación se detalla de manera secuencial un conjunto de actividades y sub actividades con los respectivos tiempo y responsables de la organización.

Esto se lo realizará a través de la aplicación de encuestas dirigidas a los oponentes, tutor y gerente de la empresa, los resultados obtenidos serán valorados mediante las matrices de las cuales se conocerá si la propuesta es favorable para aplicar dentro de la entidad.

Una vez analizados los manuales objeto de esta propuesta, la primera actividad es responsabilidad de la gerencia, que se encargará de revisar y sugerir cambios de los diferentes manuales presentados, la segunda actividad es responsable tanto el gerente como el administrador de presentar, socializar e implementar los manuales a todos los miembros de la entidad.

Tabla 29: Descripción del estudio.

N°	Nombre de las actividades	Responsables	Tiempo de ejecución									
			Enero				Febrero					
			Sem.1	Sem.2	Sem.3	Sem.4	Sem.1	Sem.2	Sem.3	Sem.4		
1	Validación de la propuesta.											
1.1	Agendar una cita con el gerente de la agencia gráfica Centauro.	Autores										
1.2	Presentar la propuesta para fortalecimiento institucional diseñada para la agencia gráfica al señor gerente.	Autores										
1.3	Presentación y observaciones a la propuesta por parte del gerente de la entidad.	Gerente										
1.4	Ajustes y correcciones.	Autores										
2	Aprobación de la propuesta.	Gerente										
2.1	Entrega de la propuesta al señor gerente.	Autores										
2.2	Socialización de la propuesta a los miembros de la empresa.	Gerente Administrador										
2.3	Implementación de la propuesta para fortalecimiento institucional diseñada para la agencia gráfica Centauro.	Gerente Administrador										

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

4.2.1 Objetivo

Validar el manual administrativo, contable y financiero para la agencia gráfica Centauro del cantón de Ibarra provincia de Imbabura, mediante su análisis, aprobación y socialización ante los directivos, para su posterior ejecución en la empresa.

4.2.2 Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo para validar la propuesta estará conformado por:

- **Autores:** Son las personas encargadas de realizar la investigación, elaboración, socialización e implementación de la propuesta que consta de diferentes manuales para las áreas administrativa, contable y financiera de la entidad.
- **Tutor:** Es la persona que guía en la investigación y elaboración de los trabajos de titulación, la asignación de este cargo lo realiza el director de carrera.
- **Oponentes:** Son las personas encargadas de evaluar y corregir junto a los autores del trabajo realizado, son nombrados por el consejo directivo de la facultad.
- **Propietario:** Es la persona que representa a la entidad, la misma que proporcionó la información necesaria para la elaboración de este trabajo. Además, se encargará sugerir cambios, validar, aprobar y socializar con cada jefe de área la aplicación de los manuales.

4.3 Métodos de verificación

Los métodos de verificación son una serie de pasos, estrategias y herramientas que parten de la comprobación o confirmación de factores a validar, que se someten a un análisis riguroso de los requisitos necesarios para cumplir los objetivos que dejarán una enseñanza a sus beneficiarios, en este caso quienes integran la agencia gráfica Centauro.

4.3.1 Factores a validar

Tabla 30: Factores a validar.

Variables	Descripción	Indicadores
Proceso Administrativo	Este proceso permite planificar, direccionar, controlar y optimizar los recursos administrativos para lograr que la organización se desarrolle de forma más efectiva.	Procesos. Desempeño. Estrategias administrativas. Políticas administrativas.
Proceso Contable	Este proceso se encarga de consolidar todas las operaciones que son preparadas en un determinado tiempo y registradas en los libros de contabilidad oportunamente.	Sistemas contables. Plan de cuentas. Estructura de los estados financieros. Dinámica de cuentas.
Proceso Financiero	Este proceso permite obtener una clara imagen de la situación financiera en la que se encuentra la entidad a través del cálculo de los diferentes índices que apotarán para una adecuada toma de decisiones.	Análisis financiero para determinar su capital de trabajo. Liquidez. Solvencia. Prueba ácida Razón corriente.

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

4.3.2 Matriz de validación

Tabla 31: Matriz de validación.

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA PROPUESTA				
PREGUNTAS	FAVORABLE	MEDIANAMENTE FAVORABLE	NADA FAVORABLE	OBSERVACIONES
FRECUENCIA	3	2	1	
1. ¿Es importante la creación e implementación de los manuales administrativos objeto de esta propuesta para la empresa?				
2. ¿La filosofía empresarial estructurada en este proyecto se ajusta a las necesidades de la entidad?				
3. ¿Las funciones detalladas en el manual están acordes al trabajo que desempeñan cada miembro del equipo dentro de la empresa?				
4. ¿La aplicación de los manuales administrativos y financieros ayudará a cumplir los objetivos y metas empresariales?				
5. ¿El organigrama planteado refleja la estructura organizacional que identifica a la empresa?				
6. ¿Implementar estos manuales mejorará el desarrollo en los procesos en cada área de la organización?				
7. ¿Se mejorará los sistemas administrativos y organizacionales al implementar la propuesta?				
8. ¿La implementación y aplicación de los reglamentos sugeridos en este trabajo contribuirán a mejorar el desempeño de los trabajadores en cada una de sus áreas de acción?				
9. ¿Es importante para la empresa contar con un manual contable?				
10. ¿La dinámica de las cuentas propuesta en el manual contable se ajusta a las necesidades y registros que se realiza como consecuencia de las actividades operativas de la empresa?				

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA PROPUESTA				
PREGUNTAS	FAVORABLE	MEDIANAMENTE FAVORABLE	NADA FAVORABLE	OBSERVACIONES
FRECUENCIA	3	2	1	
11. ¿Será de gran utilidad para la empresa tener un plan de cuentas en el que se clasifique ingresos, costos y gastos operativos, administrativos y financieros de la empresa en forma específica?				
12. ¿La aplicación de manual contable permitirá tener una información financiera acorde a las operaciones de la empresa?				
13. ¿La aplicación del manual financiero propuesto ayudará a la toma de decisiones en forma oportuna y sobre una base de información veraz?				
14. ¿El cálculo de los indicadores propuestos ayudará a conocer de manera oportuna la verdadera situación financiera de la empresa y ayudará a la toma de decisiones?				
Total				

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

4.4 Método de calificación

Para la calificación de la matriz de evaluación de la propuesta se tomará en cuenta la siguiente escala:

Tabla 32: Escala de calificación.

Calificación	1	2	3
Parámetro	Poco aplicable	Aplicable	Muy aplicable

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

4.5 Rango de Interpretación

El fin de aplicar un rango de interpretación permitirá tener una imagen clara del grado de aplicabilidad de la propuesta diseñada para la agencia gráfica Centauro, para esto se propone la siguiente escala:

Tabla 33: Rango de interpretación para la validación.

Porcentaje	Grado de aplicabilidad
63% al 100%	Muy aplicable
38% al 62%	Aplicable
0% al 37%	Poco aplicable

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

Por medio de la aplicación de la siguiente fórmula se establecerá si la propuesta es poco aplicable, aplicable o muy aplicable:

$$V = \frac{\text{Frecuencia Absoluta}}{\text{Frecuencia total}} * 100$$

Donde:

V= Validación

Frecuencia Absoluta= Calificación obtenida

Se obtiene de la suma total del puntaje obtenido en cada parámetro.

Frecuencia Total = Calificación total

Se obtiene de la multiplicación de la calificación más alta por el total de indicadores.

4.6 Resultados

4.6.1 Matriz de validación

Tabla 34: Matriz de validación.

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA PROPUESTA				
PREGUNTAS	FAVORABLE	MEDIANAMENTE FAVORABLE	NADA FAVORABLE	OBSERVACIONES
FRECUENCIA	3	2	1	
1. ¿Es importante la creación e implementación de los manuales administrativos objeto de esta propuesta para la empresa?	X			
2. ¿La filosofía empresarial estructurada en este proyecto se ajusta a las necesidades de la entidad?	X			
3. ¿Las funciones detalladas en el manual están acordes al trabajo que desempeñan cada miembro del equipo dentro de la empresa?	X			
4. ¿La aplicación de los manuales administrativos y financieros ayudará a cumplir los objetivos y metas empresariales?	X			
5. ¿El organigrama planteado refleja la estructura organizacional que identifica a la empresa?	X			
6. ¿Implementar estos manuales mejorará el desarrollo en los procesos en cada área de la organización?	X			
7. ¿Se mejorará los sistemas administrativos y organizacionales al implementar la propuesta?	X			
8. ¿La implementación y aplicación de los reglamentos contribuirán a mejorar el desempeño de los trabajadores en cada una de sus áreas de acción?	X			
9. ¿Es importante para la empresa contar con un manual contable?	X			
10. ¿La dinámica de las cuentas propuesta en el manual contable se ajusta a las necesidades y registros que se realiza como consecuencia de las actividades operativas de la empresa?	X			

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA PROPUESTA				
PREGUNTAS	FAVORABLE	MEDIANAMENTE FAVORABLE	NADA FAVORABLE	OBSERVACIONES
FRECUENCIA	3	2	1	
11. ¿Será de gran utilidad para la empresa tener un plan de cuentas en el que se clasifique ingresos, costos y gastos operativos, administrativos y financieros de la empresa en forma específica?	X			
12. ¿La aplicación de manual contable permitirá tener una información financiera acorde a las operaciones de la empresa?	X			
13. ¿La aplicación del manual financiero propuesto ayudará a la toma de decisiones en forma oportuna y sobre una base de información veraz?	X			
14. ¿El cálculo de los indicadores propuestos ayudará a conocer de manera oportuna la verdadera situación financiera de la empresa?	X			
Total	42			

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

4.6.2 Calificación

Tabla 35: Calificación.

Frecuencia	Frecuencia Absoluta
3	42
2	0
1	0
Total	42

Fuente: Propuesta.

Elaborado por: Autores.

$$\text{Validación} = \frac{42}{42} * 100 = 100\%$$

4.6.3 Interpretación

De la aplicación de los métodos de evaluación realizados para validar la propuesta de los manuales administrativo, contable y financiero para la agencia gráfica Centauro, se pudo constatar que para el propietario es muy favorable implementarlos dentro de la entidad.

4.7 Conclusiones

- Mediante el desarrollo del diagnóstico situacional se pudo determinar como problema principal que la empresa no cuenta con ninguna clase de manuales, para la fase de investigación se utilizaron técnicas como: encuestas, entrevistas y la observación directa que ayudaron a determinar las fortalezas, debilidades que son factores internos y los factores externos por medio de un análisis PEST, los cuales se encuentran en la matriz FODA, dando como resultado la elaboración de una propuesta que se ajuste a las necesidades de la empresa.
- En el marco teórico se fundamentó toda la base científica y teórica, esta investigación fue de tipo bibliográfica, linkografica y documental, de donde se pudo plantear las bases técnicas para la elaboración de la propuesta a implementar dentro de la entidad.
- Se realizó el diseño de los manuales administrativos, contables y financieros para la agencia gráfica Centauro, mediante la información obtenida del diagnóstico situacional en el cual se pudo encontrar los problemas que tiene la empresa, en la elaboración de los manuales se pudo documentar cada proceso que se realiza dentro de la entidad siendo un medio para asignar tareas y responsabilidades al personal; permitiendo optimizar recursos y aumentar la eficiencia, eficacia y efectividad en cada área de trabajo.
- La validación de la propuesta planteada se la realizó para medir el grado de aceptación que esta tendrá en la entidad.

4.8 Recomendaciones

- Es recomendable que la entidad tenga en cuenta los aspectos encontrados en el diagnóstico tanto puntos fuertes como débiles que fueron detallados en la matriz FODA, así como la aplicación de los cruces estratégicos sugeridos para mejorar la gestión empresarial.
- Revisar los términos teóricos que son la base científica y técnica de donde surge el desarrollo de toda la investigación, para tener una clara idea de las actividades y procedimientos a desarrollar en cada área de trabajo.
- Aplicar los diferentes manuales a cada área para los que fueron diseñados, así también aprobar y aplicar los reglamentos, filosofía empresarial que contribuirán a optimizar recursos, asignar responsabilidades para mejorar la gestión administrativa de la agencia gráfica.
- Dar seguimiento, control y monitoreo a la implementación de la propuesta planteada por medio de los responsables de cada área de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional. (2009). *Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno*. Quito.
- Álvarez, J. M. (2017). *Gestión por procesos y riesgo operacional*. Madrid: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación.
- Aranday, F. R. (2017). *Finanzas Corporativas: Una propuesta metodologica*. México: Sextil Ediciones .
- Asensio del Arco, E., & Vázquez Blomer, B. (2015). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Madrid : Paraninfo.
- Asensio del Arco, E., & Vázquez Blomer, B. (2015). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Madrid: Paraninfo.
- Baena Toro, D. (2014). *Análisis financiero: Enfoque y proyecciones*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Bataller, A. (2016). *La gestión de proyectos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Benjamín , E., & Fincowsky, F. (2014). *Organización de empresas* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill. doi:978-607-15-0975-8
- Blanco Luna, Y. (2012). *Auditoria integral normas y procedimientos* . Bogota: Ecoe Ediciones .
- Bogdanski, T., Santana, P., Portillo, A., & Vite, V. (2014). *Contabilidad General*. México: Unid .
- Bravo Valdivieso, M. (2013). *Contabilidad general*. Quito: Escobar Impresores.
- Bravo Valdivieso, M. (2015). *Contabilidad General* (Décima Segunda ed.). Quito: EDICIONES MACRO. doi:978-9942-01-071-1

- Bravo, V. M. (2013). *Contabilidad General* (décima primera ed.). Quito, Ecuador: Escobar Impresores. doi:978-9942-01-071-1
- Briceño, B. J. (2016). *Administración Esratégica: Enfoque en la generación de valor* (Primera ed.). Lima: MACRO. doi:978-612-304-333-9
- Burguete, A. C. (2017). *Análisis financiero*. México: Editorial Digital UNID.
- Campo Arranz, R., Domínguez, M. d., & Raya, V. R. (2014). *Gestión de proyectos*. Bogotá: / Ediciones de la U/.
- Carlos Alberto Montes Salazar, O. d. (2014). *Control y evaluacion de la gestion organizacional* . Bogotá : Alfomega Colombiana S.A.
- Carlos, P. S. (2014). *Emprendimiento Conceptos y plan de negocios*. México: Pearson.
- Chiavenato, I. (2011). *Administracion de recursos humanos*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES.S.A. DE C.V.
- Cordoba Padilla, M. (2014). *Análisis financiero*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Delgado, M. S. (2014). *Administración 1*. México: Grupo Editorial Patria.
- Ecuadorec. (21 de Diciembre de 2017). *Ecuadorec*. Obtenido de <https://ecuadorec.com/cuales-son-los-productos-que-importa-ecuador/>
- Ecuadorec. (1 de Enero de 2018). *Ecuadorec*. Obtenido de <https://ecuadorec.com/numero-habitantes-ecuador-poblacion/>
- El comercio. (24 de Febrero de 2015). *El comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-paises-mejor-infraestructura.html>

El Comercio. (2 de Enero de 2019). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/pib-ecuador-crecimiento-economia-bce.html>

Escribano Navas, M. y. (2014). *Análisis contable y financiero*. Bogotá : Ediciones de la U.

Estupiñán Gaitan, R. (2015). *Control Interno y Fraudes: analisis de informe COSO I, II y III con base a los ciclos transaccionales*. Bogotá: Ecoe Ediciones .

Fernández, J. A. (2013). *Gestión por procesos* . México: Alfaomega .

Fierro Martínez, Á. M., & Fierro Celis, F. M. (2015). *Contabilidad general con enfoque NIIF para pymes*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Figuerola, R. C. (2013). *Contabilidad Básica Un enfoque basado en competencias*. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Flórez , E., Rincón, C. A., & Zamorano, R. (2014). *Manual contable en la implementación de las NIIF : herramientas para elaborarlo* (Primera ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
doi:978-958-771-087-8

Francisco, J. M. (2014). *Técnica contable*. Madrid: RA-MA Editorial.

Franklin Fincowsky, E. B. (2011). *Comportamiento organizacional. Enfoque para América Latina* . México : Pearson Educación .

Fred R, D. (2013). *Administración Estratégica* (Decimocuarta ed.). México: Pearson Educación de México S.A. doi:978-607-32-1578-7

García, S. L. (2011). *Organización Total*. México: McGraw-Hill Companies, Inc.

Godoy, R. (2018). *Aplicación contable para pequeñas y medianas empresas PyMES bajo NIIF*. Bogotá: Grupo Editorial Nueva Legislación SAS.

- Harold Koontz, H. W. (2012). *Administración un perspectiva global y empresarial* . México: McGraw-Will/ Interamericana Editores S.A DE C.V.
- Hormigo, F. J. (2015). *Auditoría de las áreas de la empresa*. España : IC Editorial.
- Huerta Mata, J. J., & Rodríguez Castellanos, G. (2014). *Desarrollo de habilidades directivas* (Segunda ed.). México: PEARSON. Recuperado el 27 de abril de 2018
- Isaza Serrano, A. T. (2018). *Control interno y sistema de gestión de calidad: Guía para su implantación en empresas públicas y privadas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Izar Landeta, J. M. (2017). *Ingeniería económica y financiera* . México: Trillas .
- Jorge Eliécer Prieto, I. T. (2018). *Administración, teorías, autores, fases y reflexiones* . Bogotá : Ediciones de la U.
- Lexus. (2016). *Manual de contabilidad y costos* . España : Lexus Editores.
- Lira Briceño, P. (2017). *Apuntes de finanzas operativas: Lo básico para saber operar una empresa financiera*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Martínez, F. Á., & Celis, F. F. (2015). *Contabilidad General: con enfoque NIIF para las pymes* (Quinta ed.). Bogotá, Colombia: ECOE ediciones Ltda. doi:978-958-771-182-0
- Mejía Soto, E., Montes Salazar, C. A., & Montilla Galvis, O. d. (2014). *Control y Evaluación de la gestión organizacional*. Bogota: México, D.F./ Alfaomega/ 2014.
- Múnch, G. L. (2014). *Fundamentos de administración* (Décima ed.). México: Trillas. doi:978-607-17-1909-6
- Münch, L. (2014). *Administración: Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México, D.F.: Pearson.

- Münch, L. (2014). *Fundamentos de administración*. Mexico: Marisa de Anta.
- Padilla, M. C. (2016). *Gestión Financiera*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Palacios Acero, L. C. (2012). *Estrategias de creación empresarial*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Prieto Llorente, A. (2014). *Operacion Contable en los procesos de negocio*. Mexico: Pearson Education.
- Reyes, J. C. (2014). *Contabilidad I*. México: Grupo Editorial Patria.
- Rodriguez, S. J., & Martínez, A. P. (2011). *Fundamentos de gestion empresarial enfoque basado en competencias*. Mexico: McGraw-Hill/Interamericana Editores.S.A.DE.CV.
- Rojas, S. A. (2010). *Administracion de pequeñas empresas*. Mexico: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. DE C.V.
- Sánchez, D. M. (1 de Enero de 2014). *Administración I*. Obtenido de ProQuest: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3229038>
- Sánchez, P. Z. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: McGraw-Hill-Interamericana .
- Stephen Robbins, M. C. (2017). *Administración*. México: Pearson.
- Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las pyme*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Warren, C., Reeve, J., & Duchac, J. (2016). *Contabilidad Financiera*. México.
- Zapata, P. (2015). *Contabilidad de Costos: herramientas para la toma de decisiones* (Segunda ed.). Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A. doi:978-958-682-980-9
- Zapata, P. (2017). *Contabilidad General* (Octava ed.). Bogotá, Colombia: Alfaomega. doi:978-958-778-213-4

ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta dirigida a los empleados

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA



Indicaciones: Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio de la manera más sincera posible

1. ¿Cuál es el tiempo que lleva trabajando en la empresa?

- | | |
|------------------|--------|
| Menos de un año | () |
| De 1 a 3 años | () |
| Más de tres años | () |

2. ¿Qué nivel de instrucción académica tiene?

- | | |
|------------|--------|
| Primaria | () |
| Secundaria | () |
| Superior | () |

3. ¿Existe un manual o un documento que exprese la forma correcta de realizar los procesos administrativos, contables y financieros en la empresa?

- | | |
|-----------|-----------|
| SI () | NO () |
|-----------|-----------|

4. ¿Cada cuánto tiempo la empresa realiza controles de desempeño de acuerdo al área que se desempeña?

- | | |
|---------|--------|
| Mensual | () |
| Semanal | () |
| Anual | () |
| Nunca | () |

5. ¿Cuenta con la experiencia para el área en que se desempeña?

- | | |
|-----------|-----------|
| SI () | NO () |
|-----------|-----------|

6. ¿Cuál es el medio por el cual se le asigna las funciones?

Manual de funciones ()

De forma escrito ()

De manera verbal ()

7. ¿La empresa le ha brindado capacitaciones para las actividades de su área de desempeño?

SI ()

NO ()

Si la respuesta es positiva ¿Cómo la obtuvo?

Le proporcionó la empresa ()

La realizó por sus propios medios ()

8. ¿Cómo calificaría el ambiente laboral de la empresa?

Excelente ()

Muy Bueno ()

Bueno ()

Deficiente ()

9. ¿Se han realizado talleres de motivación en búsqueda de mejorar y mantener las buenas relaciones interpersonales dentro de la empresa?

SI ()

NO ()

10. ¿Conoce acerca del nivel de producción real de la empresa?

SI ()

NO ()

11. ¿Cuenta con uniformes y accesorios de trabajo, que garanticen la seguridad en el desempeño de sus funciones?

SI ()

NO ()

12. ¿Cómo califica la dirección de la empresa?

Excelente ()

Muy Bueno ()

Regular ()

Mala ()

ANEXO 2: Encuesta dirigida a los clientes

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Indicaciones: Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio de la manera más sincera posible

1. ¿Cómo conoció la agencia grafica Centauro?

- Visita de uno de los representantes de la empresa ()
 Por medio de un contacto telefónico ()
 Por medio de la recomendación de una persona o amigo ()

2. ¿Con que frecuencia requiere el servicio de la empresa?

- Una vez por semana ()
 Una vez cada 15 días ()
 Una vez al mes ()
 Periodos mayores a un mes ()

3. ¿El servicio prestado por la empresa cumple con sus expectativas?

- SI () NO ()

4. ¿Cómo calificaría la atención que brinda la empresa?

- Buena ()
 Regular ()
 Mala ()

5. ¿Ha recomendado el servicio a otras personas?

- SI () NO ()

6. ¿Qué plazos para el pago de facturas le gustaría?

- 8 días ()
 15 días ()
 30 días ()

7. ¿Debe mejorar el servicio de atención al cliente en los servicios ofrecidos por la empresa?

- SI () NO ()

ANEXO 3: Entrevista dirigida al propietario

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Indicaciones: Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio de la manera más sincera posible

1. ¿Existe planificación apropiada dentro de la empresa?

2. ¿La empresa está cumpliendo con los objetivos planteados?

3. ¿Cómo se encuentra distribuidas las áreas de la empresa?

4. ¿Cómo se promueve los principios en la empresa?

5. ¿La empresa tiene organigrama, políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos para toda la organización?

6. ¿Cómo realiza las actividades de dirección de la empresa?

7. ¿Existe procesos delimitados para cada área?

8. ¿Se realiza controles de desempeño en la empresa? Si la respuesta es no ¿Por qué?, y si la respuesta es sí ¿Cuáles?

9. ¿Se comunica claramente los objetivos, metas, estrategias y funciones para cada cargo dentro de la empresa?

10. ¿A qué tipo de organismo de control se somete la empresa?

11. ¿Qué nivel de instrucción tiene el personal?

12. ¿Se realiza capacitaciones en la empresa? Si la pregunta es si ¿Cada cuánto?

13. ¿Cuenta con un capital de trabajo adecuado?

14. ¿Con qué tipo de financiamiento cuenta?

ANEXO 4: Entrevista dirigida a la contadora

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Indicaciones: Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio de la manera más sincera posible

1. ¿Existe una delimitación clara de las políticas contables dentro de la empresa?
2. ¿Qué tipo de procedimientos contables aplica la empresa?
3. ¿Cuenta con un sistema contable acorde a las actividades que realiza la empresa?
4. ¿En qué fechas presenta los estados financieros?
5. ¿Se realiza las declaraciones de impuestos a tiempo?
6. ¿Se realiza algún tipo de análisis financiero a las cifras de los Estados Financieros?
7. ¿La empresa cuenta con solvencia económica para cubrir sus obligaciones en el corto plazo?
8. ¿Se estructura un presupuesto anual?

Si la respuesta es positiva: ¿Se realiza un análisis periódico de lo presupuestado con lo ejecutado?

ANEXO 5: Matriz de evaluación del propietario

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA PROPUESTA				
PREGUNTAS	FAVORABLE	MEDIANAMENTE FAVORABLE	NADA FAVORABLE	OBSERVACIONES
FRECUENCIA	3	2	1	
1. ¿Es importante la creación e implementación de los manuales administrativos objeto de esta propuesta para la empresa?	X			
2. ¿La filosofía empresarial estructurada en este proyecto se ajusta a las necesidades de la entidad?	X			
3. ¿Las funciones detalladas en el manual están acordes al trabajo que desempeñan cada miembro del equipo dentro de la empresa?	X			
4. ¿La aplicación de los manuales administrativos y financieros ayudará a cumplir los objetivos y metas empresariales?	X			
5. ¿El organigrama planteado refleja la estructura organizacional que identifica a la empresa?	X			
6. ¿Implementar estos manuales mejorará el desarrollo en los procesos en cada área de la organización?	X			
7. ¿Se mejorará los sistemas administrativos y organizacionales al implementar la propuesta?	X			
8. ¿La implementación y aplicación de los reglamentos contribuirán a mejorar el desempeño de los trabajadores en cada una de sus áreas de acción?	X			

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA PROPUESTA				
PREGUNTAS	FAVORABLE	MEDIANAMENTE FAVORABLE	NADA FAVORABLE	OBSERVACIONES
FRECUENCIA	3	2	1	
11. ¿Será de gran utilidad para la empresa tener un plan de cuentas en el que se clasifique ingresos, costos y gastos operativos, administrativos y financieros de la empresa en forma específica?	X			
12. ¿La aplicación de manual contable permitirá tener una información financiera acorde a las operaciones de la empresa?	X			
13. ¿La aplicación del manual financiero propuesto ayudará a la toma de decisiones en forma oportuna y sobre una base de información veraz?	X			
14. ¿El cálculo de los indicadores propuestos ayudará a conocer de manera oportuna la verdadera situación financiera de la empresa?	X			
Total				


Cerebrum
 DISEÑO
 Validado por: Lic. Renato Andrés Clerque Reina
 Propietario
 RUC.: 1002378295001


 Elaborado por: Oscar Miguel Clerque Oviedo

Autor


 Elaborado por: Patricia Alexandra Enriquez Espinosa
 Autora