



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

SERVICIOS NO FINANCIEROS Y MICROFINANZAS
ASESORÍA CONTABLE-TRIBUTARIA Y
MICROFRANQUICIAS A “GEMAS Y JOYAS CRISTALINA”

GABRIELA AGUILAR VILLOTA
EVELIN LANDETA HIDALGO

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERO EN FINANZAS Y AUDITORÍA
CONTADOR PÚBLICO AUDITOR

AÑO 2010

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA, CONTADOR
PÚBLICO AUDITOR

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Gabriela Aguilar Villota

Evelin Landeta Hidalgo

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado “Servicios no financieros y microfinanzas, asesoría contable-tributaria y microfranquicias a Gemas y Joyas Cristalina”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es nuestra autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, 16 de Julio del 2010

Gabriela Aguilar

Evelin Landeta



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA, CONTADOR
PÚBLICO AUDITOR

CERTIFICADO

Dr. Rodrigo Aguilera e Ing. Danny Zambrano

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “Servicios no financieros y microfinanzas, asesoría contable-tributaria y microfranquicias a Gemas y Joyas Cristalina”, realizado por Gabriela Aguilar y Evelin Landeta, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a lo expuesto en el párrafo anterior, se recomienda su aplicación y publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf).

Autorizan a Gabriela Aguilar y Evelin Landeta que lo entregue al Dr. Rodrigo Aguilera, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, 16 de Julio del 2010

Dr. Rodrigo Aguilera

DIRECTOR

Ing. Danny Zambrano

CODIRECTOR



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA, CONTADOR
PÚBLICO AUDITOR

AUTORIZACIÓN

Nosotras, Gabriela Aguilar y Evelin Landeta

Autorizamos a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Servicios no financieros y microfinanzas, asesoría contable-tributaria y microfranquicias a Gemas y Joyas Cristalina”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 16 de Julio del 2010

Gabriela Aguilar

Evelin Landeta



DEDICATORIA

Todo el esfuerzo en este trabajo investigativo va dedicado en primer lugar a Dios por permitirnos llegar a este momento, por su lealtad, generosidad y luz en nuestras mentes y corazones a lo largo de esta travesía universitaria; a nuestras familias por ser el lugar donde por vez primera aprendimos los valores que nos guiarán durante toda la vida, por enseñarnos que nuestra verdadera recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado, que un esfuerzo total es una victoria completa; y a Martina por representar un nuevo inicio, por ser el símbolo de la eterna unión entre el deber y el amor.



AGRADECIMIENTO

Un profundo agradecimiento al Doctor Rodrigo Aguilera y al Ingeniero Danny Zambrano por su asesoramiento en esta investigación, por recalcar durante esta etapa de nuestras vidas que para alcanzar el éxito se requiere de tres cosas: voluntad, valor y decisión; y a la señora Patricia Tinta y señor Carlos Córdova por su colaboración y confianza en este proyecto que involucra a su microempresa, por ser emprendedores que ven oportunidades donde otros sólo ven problemas.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

	PÁGINA
CERTIFICACIONES	
Declaración de Responsabilidad	i
Certificado de Tutoría	ii
Autorización de Publicación	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN	18
JUSTIFICACIÓN	20
CAPÍTULO I	22
1. ASPECTOS GENERALES	22
1.1. ANTECEDENTES	22
1.1.1. El mundo de la microfinanzas	22
1.1.2. Reseña Histórica “Gemas y Joyas Cristalina” ...	24
1.1.3. Objetivos de la microempresa	26
1.1.4. Organigramas	27
1.1.4.1. Organigrama Estructural	28
1.1.4.2. Organigrama Funcional	29
1.1.4.3. Organigrama Personal	30
CAPÍTULO II	31
2. ANÁLISIS SITUACIONAL	31
2.1. ANÁLISIS EXTERNO	31
2.1.1. Variables Económicas	32



2.1.2. Variables Tecnológicas	38
2.1.3. Variables Políticas y Legales	40
2.1.4. Sociales y Culturales	42
2.2. ANÁLISIS INTERNO	42
2.2.1. Mercado	42
2.2.2. Oferta	44
2.2.3. Clientes	45
2.2.4. Proveedores	47
2.2.5. Competencia	47
2.2.6. Precios y Costos	49
2.2.7. Canales de Distribución	49
CAPÍTULO III	50
3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	50
3.1. FILOSOFÍA CORPORATIVA	50
3.1.1. Misión	51
3.1.2. Visión	51
3.1.3. Objetivos	51
3.1.4. Políticas	52
3.1.5. Estrategias	53
3.1.6. Principios y Valores	54
CAPÍTULO IV	56
4. ASESORÍA CONTABLE TRIBUTARIA	56
4.1. Estructura contable tributaria actual	58
4.2. Reestructuración de puntos críticos identificados	61
4.3. Evaluación de la reestructuración	86
4.4. Elaboración y análisis de Estados Financieros	88



CAPÍTULO V	98
5. MICROFRANQUICIA	98
5.1. Estudio de mercado (aceptación del negocio)	98
5.2. Evaluación de comercialización de marca	113
5.3. Procesos de legalización de la microfranquicia	125
5.4. Seguimiento de comercialización de la marca	130
CAPÍTULO VI	134
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
6.1. Conclusiones	134
6.2. Recomendaciones	136
6.3. Bibliografía	138
6.4. Anexos	139

LISTADO DE TABLAS

	PÁGINA
Tabla No. 1: Porcentaje de microempresarios dispuestos a pagar por Capacitación y Asistencia Técnica	59
Tabla No. 2: Índices Financieros	94
Tabla No. 3: Análisis de la Competencia	113
Tabla No. 4: Proveedores Estratégicos	117
Tabla No. 5: Fases de crecimiento de un negocio	131
Tabla No. 6: Conceptos económicos de análisis	132



LISTADO DE GRÁFICOS

	PÁGINA
Gráfico No. 1: Organigrama Estructural	28
Gráfico No. 2: Organigrama Funcional	29
Gráfico No. 3: Organigrama Personal	30
Gráfico No. 4: Producto Interno Bruto	32
Gráfico No. 5: Riesgo País	34
Gráfico No. 6: Inflación	36
Gráfico No. 7: Precios de la Plata y el Oro	38
Gráfico No. 8: Pantógrafo	39
Gráfico No. 9: Tamaño del Mercado	43
Gráfico No. 10: Participación en el Mercado	44
Gráfico No. 11: Menú de presentación de Mónica	64
Gráfico No. 12: Menú general de Mónica	64
Gráfico No. 13: Ingreso de cuenta contable	67
Gráfico No. 14: Flujograma Ciclo Contable	69
Gráfico No. 15: Pantalla de Contabilidad	70
Gráfico No. 16: Pantalla de Inventarios	72
Gráfico No. 17: Kárdex del Inventario	74
Gráfico No. 18: Pantalla de Facturación	75
Gráfico No. 19: Pantallas para enlazar cuentas	76
Gráfico No. 20: Pantallas principal cuentas por cobrar	80
Gráfico No. 21: Nota de Venta RISE	83
Gráfico No. 22: Nota de Crédito	85
Gráfico No. 23: Factura	86
Gráfico No. 24: Estructura de la microempresa	91
Gráfico No. 25: Facturación franquicias	101



Gráfico No. 26: Franquicias – Número de marcas	101
Gráfico No. 27: Franquicias – Unidades	102
Gráfico No. 28: Franquicias – Origen de las Marcas	102
Gráfico No. 29: Franquicias por Macrosectores	104
Gráfico No. 30: Países de origen de las franquicias	105
Gráfico No. 31: Proceso de Ventas (Producto)	117
Gráfico No. 32: Proceso de Ventas (Servicio)	118
Gráfico No. 33: Proceso de Producción	118
Gráfico No. 34: Proceso Contable	119
Gráfico No. 35: Proceso de Compras	119
Gráfico No. 36: Factibilidad de conversión en Microfranquicia ...	131
Gráfico No. 37: Microfranquicia de Distribución	134

LISTADO DE CUADROS

	PÁGINA
Cuadro No. 1: Clientes Mayoristas	45
Cuadro No. 2: Clientes Importantes	46
Cuadro No. 3: Clientes Eventuales	46
Cuadro No. 4: Estrategia Competitiva y de Diferenciación	54
Cuadro No. 5: Información Microfranquicias	103

LISTADO DE ANEXOS

	PÁGINA
Anexo No. 1: Modelo de Encuesta	140
Anexo No. 2: Tabulación de Encuestas	141
Anexo No. 3: Plan de Cuentas y su dinámica	145



RESUMEN

Se calcula que en el mundo hay 500 millones de personas económicamente activas que operan pequeños negocios y microempresas; la mayoría de ellas no tiene acceso a servicios financieros adecuados, y para satisfacer esta demanda sustancial de servicios financieros a microempresarios, los profesionales de las microfinanzas deben adoptar una perspectiva a largo plazo.

El sector microempresarial representa el 60% de la población ecuatoriana económicamente activa y aporta entre el 10 y el 15% de valor agregado bruto nacional, por lo tanto, es parte constitutiva e importante del aparato productivo del país.

MICROEMPRESA “GEMAS Y JOYAS CRISTALINA”

OBJETIVO GENERAL

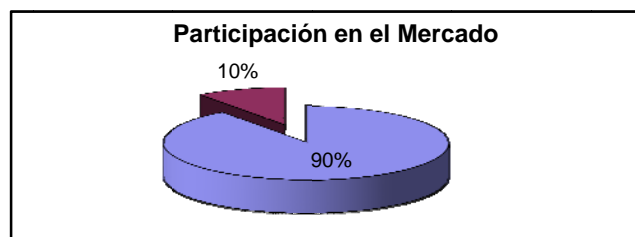
Elaborar y comercializar finas joyas trabajadas a mano en plata, perlas y piedras preciosas con diseños exclusivos que satisfagan los más exigentes gustos de la clientela.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ser un negocio reconocido por su variedad y exclusividad de diseños.
- Incrementar el nivel de ventas, especialmente hacia las empresas mayoristas.
- Lograr una mayor participación en el mercado, sobresaliendo de entre los demás negocios existentes en la misma rama industrial.

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

La participación que tiene la actividad que desarrolla Gemas & Joyas Cristalina, dentro del sector joyero es aún mínima, pues apenas alcanza un 10% de la totalidad de este segmento industrial.



DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE PRODUCTOS

La microempresa maneja tres productos principales:

- Elaboración y comercialización de joyas ecuatorianas.
- Importación y comercialización de joyas, perlas, accesorios y piedras semipreciosas.
- Servicio de reparación y reciclaje.

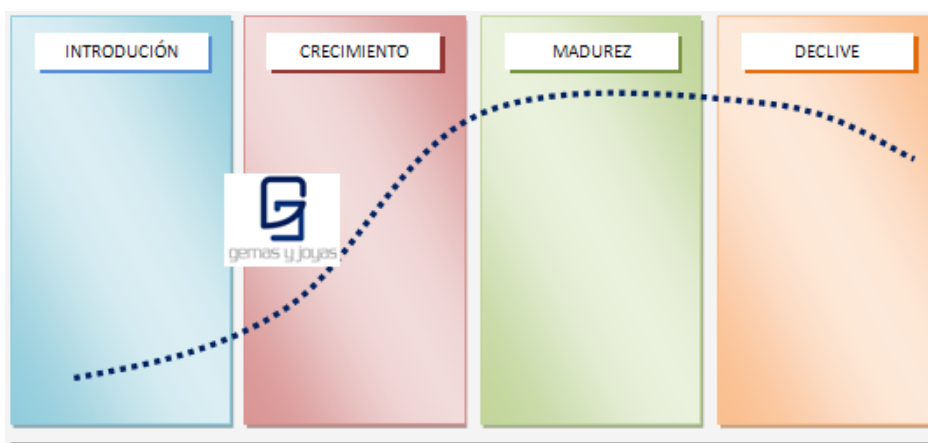
REESTRUCTURACIÓN CONTABLE TRIBUTARIA

Una vez identificados los puntos críticos de la microempresa y llevando a cabo la reestructuración para cada uno de ellos, y definición de políticas apoyadas en leyes de general aceptación y el sistema computarizado Mónica 8.5 se establece que la estructura financiera del negocio esta definida como lo representa el cuadro.

	PASIVO CORRIENTE 3%
ACTIVO CORRIENTE 96%	PATRIMONIO 97%
ACTIVO FIJO 4%	

Gemas & Joyas Cristalina presenta una estructura financiera conservadora, no se evidencian problemas de liquidez y su nivel de activos corrientes más líquidos le permiten cubrir sus pasivos corrientes con total tranquilidad; se debe sin embargo considerar que una rotación lenta del capital de trabajo puede generar la acumulación de recursos ociosos, lo cual afectaría la rentabilidad del negocio.

FACTIBILIDAD DE LA PEQUEÑA EMPRESA COMO MINIFRANQUICIA



	Introducción	Crecimiento	Madurez	Declive
Ventas	bajas	altas	constantes	bajas
Gastos	altos	bajos	constantes	altos
Utilidades	bajas	altas	constantes	bajas
Procesos	prueba y error	estandarizados	constantes	prueba y error

Gemas & Joyas Cristalina se encuentra en el proceso de evolución hacia una microfranquicia porque esta ubicada en la etapa de crecimiento, tiene un nivel de ventas y utilidades alto, tiene procesos definidos, pero estos no están debidamente establecidos en un manual, y finalmente se debe analizar la posibilidad de optimizar los gastos buscando disminuirlos. De darse el debido proceso de cambio para la elevación de microfranquicia la microempresa tendría un modelo de franquicia de DISTRIBUIDOR.

SUMMARY

There are 500 million economically active people operating small businesses and micro-enterprises in the world; most of them do not have access to adequate financial services, and to meet the substantial demand for financial services to microentrepreneurs, microfinance professionals should take a long-term perspective.

The micro enterprise sector represents 60% of the economically active Ecuadorian population and contributes between 10 and 15% of gross national value-added, and is a constitutive and important part of the production apparatus of the country.

MICRO ENTERPRISE “GEMS AND JEWELS CRISTALINA”

GENERAL OBJECTIVE

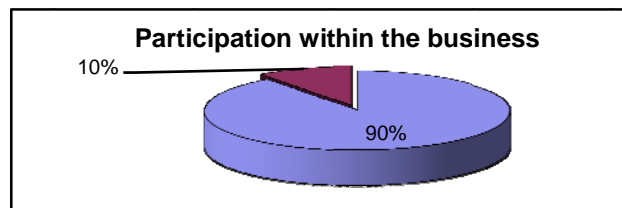
To develop and sell fine jewelry hand made in silver, pearls and precious stones with unique designs to meet the most demanding tastes of customers.

SPECIFIC OBJECTIVES

- To be a business recognized by its variety and uniqueness of designs.
- To increase your sales, especially to wholesale companies.
- To achieve a greater participation in the market, by protruding from the same industrial business branch.

PARTICIPATION WITHIN THE BUSINESS

The participation activity developed by Gems & Jewels Cristalina sector is still minimal, as it barely reaches 10 per cent of all industrial segments.



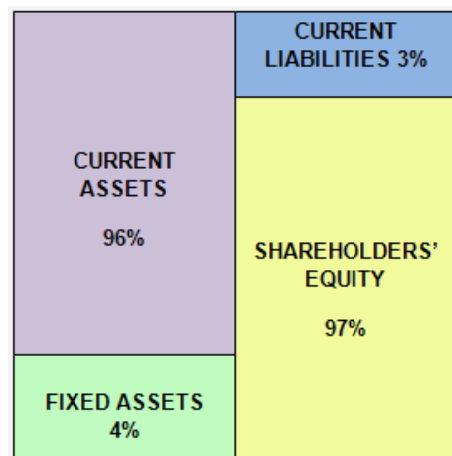
THE DESCRIPTIVE LINE OF PRODUCTS

This micro enterprise manages three main products:

- a) Production and marketing of Ecuadorian jewels.
- b) Import and marketing of jewellery, pearls, accessories and semi-precious stones.
- c) The repair and recycling service for all of these jewels, pearls and accessories.

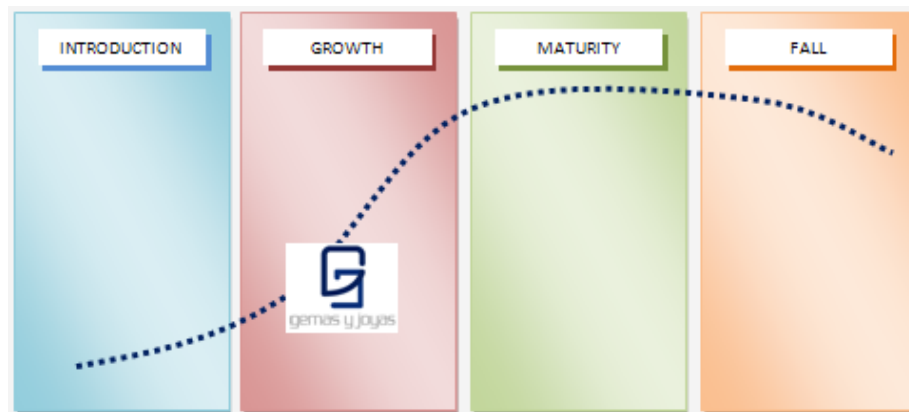
SAFE RELIABLE RESTRUCTURING

Our restructuring process consists of identifying the critical points of the micro-enterprise, then carrying out the restructuring process for each of them. These defined policies are supported by laws, which are generally accepted the Monica 8.5 computerized system establishes the structure of financial business this defined as represented by the box.



Gems & Jewels Cristalina presents a conservative financial structure, where non cash-flow problems are evident and its current cash level allows you to cover their current liabilities with complete peace of mind. This financial structure also takes into consideration that a slow working capital turnover can generate the accumulation of idle resources, which would affect the profitability of the business.

THE COMPANY'S FEASIBILITY AS A MINI FRANCHISE



	Introduction	Growth	Maturity	Fall
Sales	low	high	constant	low
Expenses	high	low	constant	high
Utilities	low	high	constant	low
Processes	test and error	standardized	constant	test and error

Gems & DC Jewels is in the process of becoming a micro franchise because it is currently expanding, due to its high revenue. This defined process, that has led Gems and DC Jewels to this current status is not specifically written in a manual, however it does have the ability to minimize costs and maximize profit. Changing the given process for evaluating this micro franchise would require a DISTRIBUTION franchise model.

INTRODUCCIÓN

Se calcula que en el mundo hay 500 millones de personas económicamente activas que operan pequeños negocios y microempresas; la mayoría de ellas no tiene acceso a servicios financieros adecuados, y para satisfacer esta demanda sustancial de servicios financieros a microempresarios, los profesionales de las microfinanzas deben adoptar una perspectiva a largo plazo.

El sector microempresarial representa el 60% de la población ecuatoriana económicamente activa y aporta entre el 10 y el 15% de valor agregado bruto nacional, por lo tanto, es parte constitutiva e importante del aparato productivo del país.

Los procesos de modernización, globalización y nuevas relaciones de producción, influyen directamente en el crecimiento del sector microempresarial, hoy tenemos menos burócratas-empleados de 8 horas diarias, y más trabajadores productivos de 12 y 14 horas diarias, incluido sábados y domingos.

La importancia de la microempresa en Ecuador, así como en América Latina y el mundo, se sustenta tanto en el nivel de generación de empleo y de ingresos como en su interacción en la red social creando nuevas oportunidades de promoción para las familias; al punto de emplear a más de un millón de trabajadores de ingresos medios o bajos, lo que representa alrededor del 25% de la mano de obra urbana.

Sin embargo, es muy común observar microempresas de similares características situadas en un mismo lugar y compitiendo entre ellas, de ahí que se hace necesaria una diferenciación que se logrará evitando que un pequeño negocio mantenga esa condición a lo largo del tiempo, para permitir que se eleve a una microfranquicia, una empresa más grande que una unipersonal que tienda a generar empleo más allá de la familia inmediata del propietario, para lo cual con anterioridad deberá trabajar por fortalecer su estructura interna.

Sin duda alguna el aporte del sector microempresarial al aparato productivo nacional se verá mayormente potenciado si cada emprendedor tiene como meta abandonar en corto o mediano plazo su condición de pequeño empresario de facto, para llegar a manejar una línea microempresarial que facilite la inserción de otros emprendedores en el objetivo común de generar ingresos y fuentes de empleo.

JUSTIFICACIÓN

Considerando que el sector microempresarial representa el 60% de la población ecuatoriana económicamente activa, resulta imprescindible la implementación de un mecanismo que logre diferenciar a las microempresas altamente potenciales de aquellas convencionales que en la mayoría de casos se dedican a hacer lo mismo que otros negocios en pequeña escala, compitiendo solamente en precios y no permitiendo que la productividad a través de la especialización de Adam Smith se dé, para convertirse en empresas que abandonen el esquema clásico de una microempresa.

Para ello, será necesario en primera instancia conocer a fondo la estructura interna de la microempresa, identificando falencias a nivel de cultura financiera y con ello las áreas críticas en las cuales se aplicarán las medidas correctivas pertinentes en pro de fortalecer su organización y potenciar sus expectativas de crecimiento, de tal manera que no solo se adhieran a disposiciones legales y reglamentarias que deben ser observadas, sino que también amplíen su concepción en materia gerencial para administrar los recursos de los que disponen de una manera más óptima.

Este mecanismo diferenciador, la microfranquicia, ahorra tiempo y dinero, porque proporciona toda la información que un empresario necesita saber para iniciar su negocio en un mínimo de tiempo, de ahí que los franquiciados son fundamentales para acortar la curva de aprendizaje que siempre se presenta al introducir un producto o servicio en un nuevo mercado, y para adaptar, si fuera necesario, el negocio a la cultura y preferencias de los mercados extranjeros si se decidiera dotarle de un carácter exportable a la microempresa.

El éxito y efectividad de una microempresa radica en la sostenibilidad de los negocios, ya que como indica la Small Business Administration (SBA), mientras que el 30% de los negocios que no son microfranquicia fracasan durante el primer año, el porcentaje cuando se trata de microfranquicias baja al 5%.

En definitiva, en los países donde hay un alto número de empresas de subsistencia, baja formalidad en los mercados laborales y altas tasas de fracaso en los negocios, el sistema de microfranquicia puede contribuir a mitigar estos problemas, ofreciendo nuevas oportunidades de crecimiento económico para el empresariado local, constituyéndose ello en el enfoque principal del proyecto a desarrollar.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. ANTECEDENTES

1.1.1. EL MUNDO DE LA MICROFINANZAS

Las microfinanzas comprenden el microcrédito, la prestación de servicios de ahorros, pensiones, servicios de pago, préstamos para vivienda, seguros, emergencias y otros préstamos privados, etc. para personas pobres o de bajos ingresos y para las micro, pequeña y mediana empresas que éstas posean.

“Los proveedores de servicios financieros eran, inicialmente, organizaciones no gubernamentales que querían aportar algo más que educación informal, asistencia técnica, concienciación e información. En los últimos años, se ha registrado una tendencia a convertirse en instituciones reguladas de microfinanzas”.¹

De acuerdo al Banco Interamericano de Desarrollo, en América Latina y el Caribe existen alrededor de 50 millones de microempresas en donde laboran 150 millones de personas.

“Debido a la magnitud que éste mercado representa y al modelo de negocio que han implementado con éxito las instituciones que operan en este segmento, el sector de las Microfinanzas es

¹ <http://www.oikocredit.org/site/es/doc.phtml?p=qua-son-hoy-las-microfinanzas>

considerado como el sector emergente más prometedor dentro de las economías emergentes del mundo”.²

La microempresa por su parte, es consumidora de bienes de capital. De hecho es la compradora por excelencia de las maquinarias que se producen en un país, son productoras de una buena parte de los bienes de consumo de una nación y también de los bienes intermedios para las industrias.

Se considera que la microempresa es un gran generador de empleo ya que brindan oportunidad para que la mano de obra desplazada y los nuevos trabajadores que ingresan al mercado se empleen, claro que no debe ser una tabla de salvación para las políticas de empleo de un gobierno porque esto sobrepasaría la capacidad de respuesta de estas organizaciones.

Parte fundamental del desarrollo y buena marcha de la microempresa, lo constituyen los microempresarios, quienes se caracterizan por tres razones, en primer lugar son creadores de su propia unidad económica, es decir que resuelven su ingreso con su propio negocio. De hecho puede ser que estén respondiendo a la falta de empleo y busque mecanismos para poder elevar sus escasos ingresos. En todo caso sé está planteando la independencia económica de la persona. Esta motivación hace del microempresario una persona luchadora y muy persistente, en segundo lugar, se trata de un productor entre la artesanía y la industria. Por lo general cuenta con habilidades que ha trabajado

² <http://www.microfinanzas.net/incrustar.php?file=queson.htm>

durante largo tiempo. El artesano tiene las herramientas la industria las máquinas. En tercer lugar se trata de un personaje muy dinámico en la introducción de maquinaria a su negocio lo cual le permite elevar la productividad de su trabajo.

La microempresa y los microempresarios tienen una gran responsabilidad ante el desarrollo del país, pero también se les debe mucha atención por parte de la sociedad entera, pues la única manera de que su aporte al país se incremente es teniendo en mente que el objetivo de una microempresa es dejar de serlo.

Cabe mencionar que en el Ecuador no existe un marco jurídico normativo para las microempresas, razón por la cual muchas de ellas operan en el mercado informal, sin embargo, resulta interesante la propuesta que hace la Fundación Avanzar, en su Proyecto de Ley “Régimen Legal para la Microempresa y el Microcrédito”³, como soporte para el desarrollo del presente proyecto.

1.1.2. RESEÑA HISTÓRICA DE “GEMAS Y JOYAS CRISTALINA”

La microempresa “Gemas y Joyas” tiene por objeto social elaborar finas joyas trabajadas en plata, y, fue constituida el 11 de abril de 2004 teniendo como propietaria a la señora Patricia Tinta, quien continuó con la tradición de su familia “Artesanías Tinta” de forma independiente hasta ver consolidado en la actualidad su negocio

³ www.fundacionavanzar.org

con nuevas líneas de producto ofertadas para su exclusiva clientela.

En sus inicios, la joyería abrió sus puertas en un pequeño local ubicado en la calle Santa María 235 y Reina Victoria, al norte de la ciudad capital, junto al hostel “La Posada de la Abuela” factor que permitió que los primeros clientes de este negocio sean los turistas que se hospedaban en el hostel. Posteriormente, persiguiendo el objetivo de darse a conocer su propietaria ofreció directamente la mercadería en las embajadas de Estados Unidos y Brasil, donde la gran acogida del producto y la atención personalizada le hicieron merecedora de un vínculo estrecho con todas las damas diplomáticas, la Presidencia, el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Servicio de Rentas Internas, entre otras entidades del sector público, así como, Industrias Ales, los propietarios de la representación de Adidas en el Ecuador y la Secretaría de la Organización de las Naciones Unidas.

Tal fue el crecimiento del negocio que tuvo que trasladarse a un nuevo local de mayores dimensiones situado en la calle Yáñez Pinzón N26-209 y Av. Orellana, detrás del Multicentro, donde además la razón social ya fue patentada transformándose en “Gemas y Joyas Cristalina”, y desde donde persigue el objetivo de convertirse en proveedora de otras joyerías de renombre como Tierra Plata, Tatiana Diseños y Taguarte abandonando un tanto la venta al detal.

En su trayectoria se suman trabajos como:

- Escarapelas para los presidentes que asistieron al cambio de mando del señor Presidente Rafael Correa Delgado.
- Joyas para las primeras damas que asistieron al cambio de mando.
- Premios para las empresas que obtuvieron la distinción en “Excelencia en Calidad” en el año 2008.
- Joyas para las señoritas candidatas a Reina de la Escuela Politécnica del Ejército 2009.
- Escarapelas otorgadas a los funcionarios del Servicio de Rentas Internas.

1.1.3. OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA “GEMAS Y JOYAS CRISTALINA”

OBJETIVO GENERAL

Elaborar y comercializar finas joyas trabajadas a mano en plata, perlas y piedras preciosas con diseños exclusivos que satisfagan los más exigentes gustos de la clientela.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ser un negocio reconocido por su variedad y exclusividad de diseños.
- Incrementar el nivel de ventas, especialmente hacia las empresas mayoristas.

- Lograr una mayor participación en el mercado, sobresaliendo de entre los demás negocios existentes en la misma rama industrial.

1.1.4. ORGANIGRAMAS

1.1.4.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

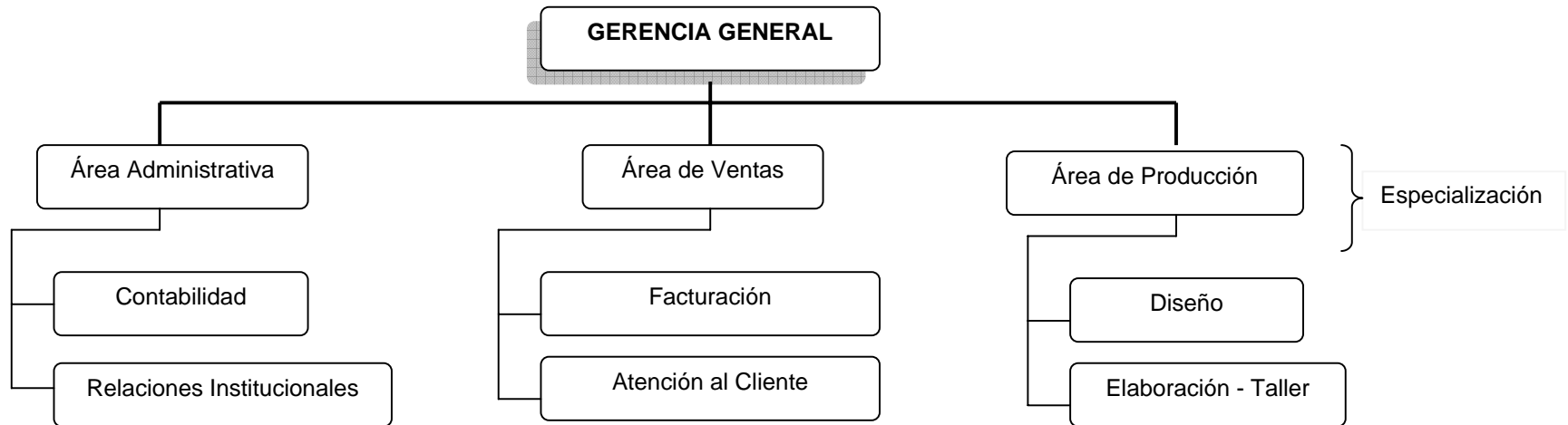


Gráfico No. 1: Organigrama Estructural

Fuente: Gemas & Joyas Cristalina

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

1.1.4.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

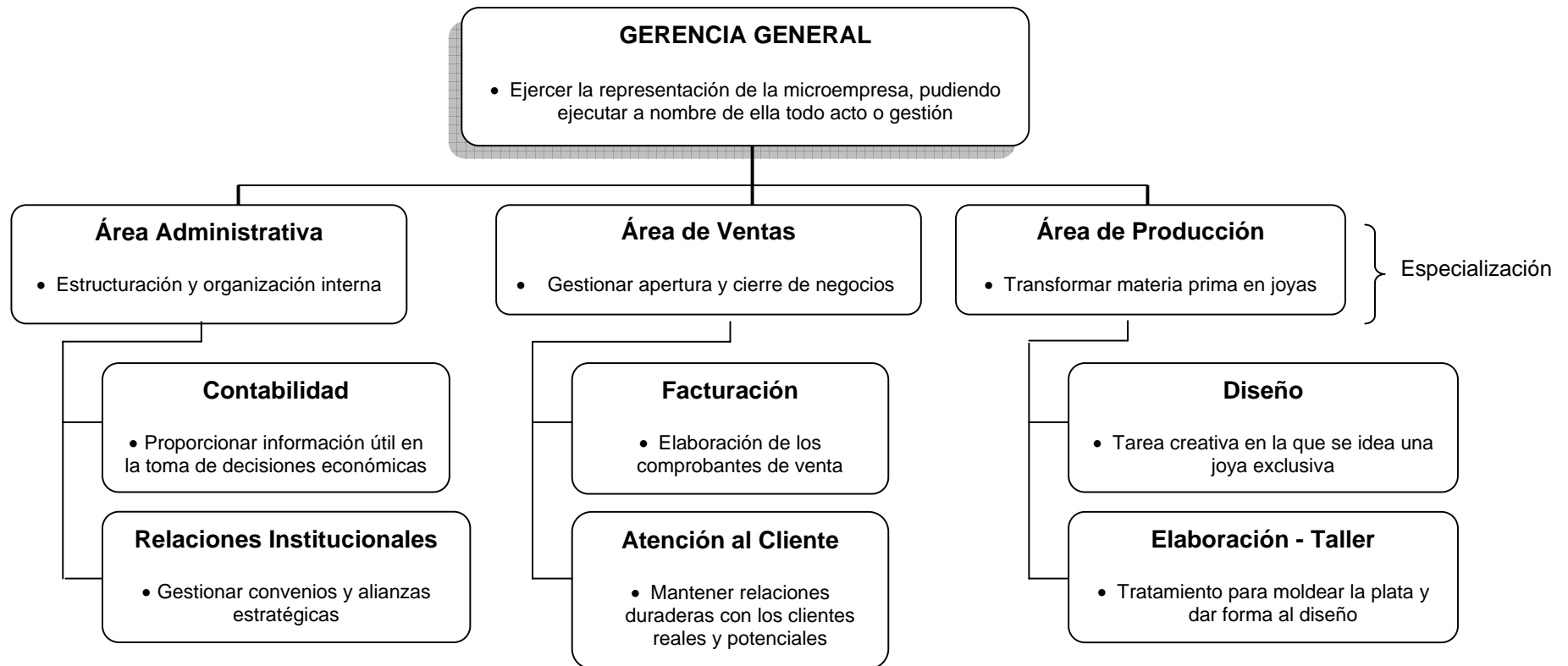


Gráfico No. 2: Organigrama Funcional

Fuente: Gemas & Joyas Cristalina

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

1.1.4.3. ORGANIGRAMA PERSONAL

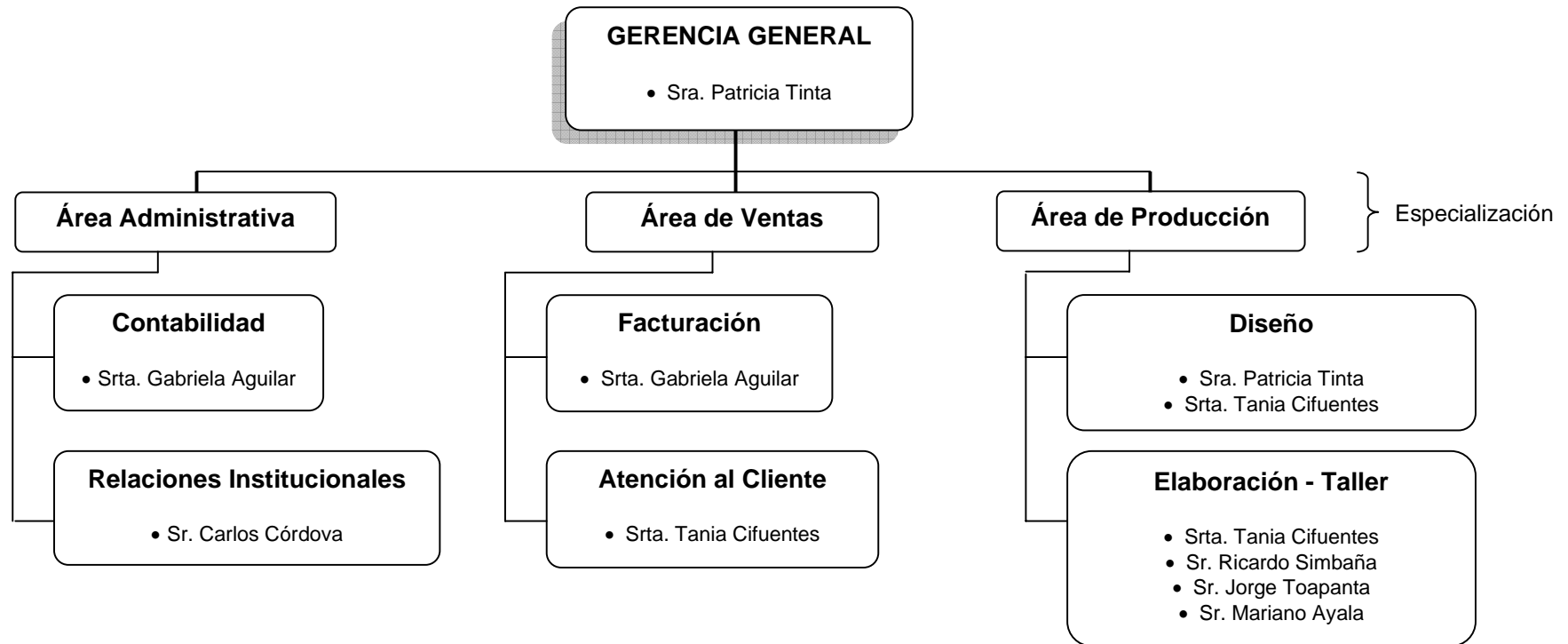


Gráfico No. 3: Organigrama Personal

Fuente: Gemas & Joyas Cristalina

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1. ANÁLISIS EXTERNO

MACROAMBIENTE: NEGOCIO VS. ENTORNO

A partir de la crisis mundial que se hizo sentir desde el último trimestre del año 2008, las economías de los países se vieron afectadas y tomaron varias medidas para soportar el embate, entre éstas se cuenta: reducción del gasto público, congelamiento del alza de salarios, alza de pensiones para los jubilados, restricción de importaciones, la búsqueda de financiación fiscal en organismos crediticios, una mejor recaudación tributaria, etc.

El Ecuador en el ámbito del comercio internacional no puede tomar medidas de este tipo y pensar que no habrá consecuencias; de hecho las reacciones de nuestros vecinos Colombia, Perú, Argentina y Bolivia no se han hecho esperar, y también se empieza a escuchar los reclamos de Brasil en el área de producción de calzado. Sin duda alguna estas inconformidades no se quedarán en simples reclamos, sino que estos países y muchos otros tomarán represalias.

Nuestro país con la política enérgica del actual gobierno todavía no ha logrado salir del estigma de una nación dependiente del petróleo, y considerando que tenemos aproximadamente 20 años para dejar de ser un país petrolero, las acciones del mandatario en turno deberían estar encaminadas a lograr la firma de un contrato que permita ampliar las reservas. Los gobiernos anteriores, al no haber fomentado y favorecido la inversión y la industria nacional, nos ha

convertido en un país consumista, el no tomar medidas que aumenten la producción y que diversifiquen la economía retardará el crecimiento económico y social, disminuyendo las oportunidades comerciales, incrementando el desempleo, provocando el aumento del costo de vida, y dando lugar al aumento del contrabando, situación actual ecuatoriana.

2.1.1. VARIABLES ECONÓMICAS

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)⁴

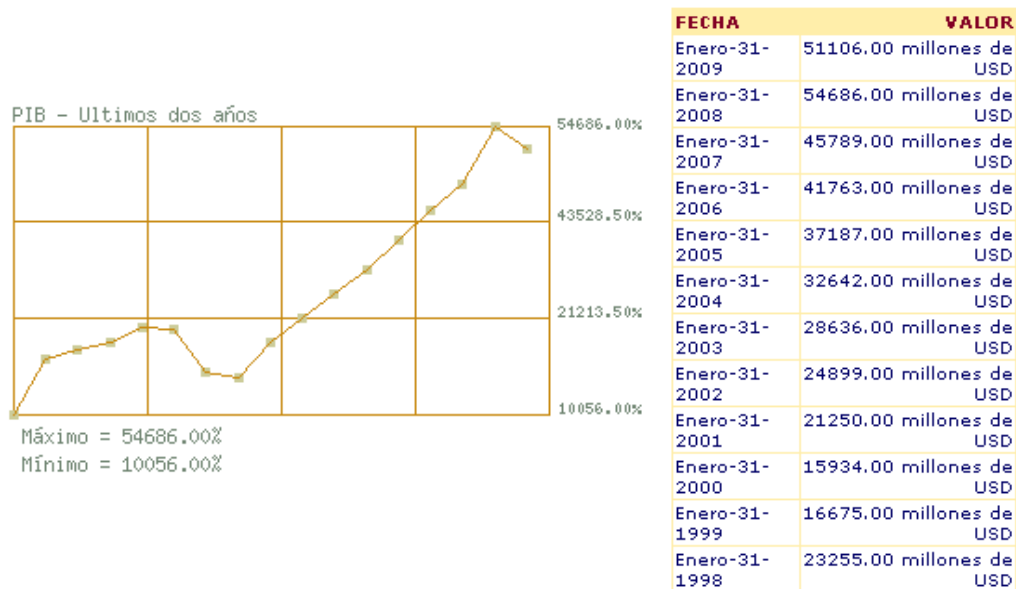


Gráfico No. 4: Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

El Producto Interno Bruto PIB, es el valor monetario total de la producción corriente de bienes y servicios de un país durante un período (normalmente es un trimestre o un año) que refleja

⁴ <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>

la magnitud de flujo, pues contabiliza sólo los bienes y servicios producidos durante la etapa de estudio.

Las cifras en el cuadro que precede, representan el deterioro paulatino que ha sufrido la economía ecuatoriana de unos 50.000 millones de dólares por efectos de la caída del precio del barril de crudo, principal exportable del país, y la crisis financiera mundial.

El sector petrolero continúa con su tendencia de decrecimiento y en el 2009 se contrajo un 2,20% frente al año 2008. La industria manufacturera, especialmente la relacionada con la fabricación de productos de refinación de petróleo, la agricultura y ganadería y los servicios de intermediación financiera también aportaron al saldo negativo registrado en el periodo analizado.

Inicialmente, el Ejecutivo había estimado un crecimiento de 2% a diciembre de 2009. Después, el Banco Central ajustó hacia abajo esa meta y la puso en apenas 1%. *“Empresas de análisis económico como Grupo Spurrier calculan que la economía ecuatoriana crecerá por debajo de ese 1%, y, otras como Profitas estiman incluso que el PIB decrecerá en -1% hacia finales de 2009”*.⁵

El Banco Central de Ecuador pronosticó un crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) del 6,81 por ciento en 2010, pues prevé un mayor dinamismo en la inversión pública, sobre todo en petróleo e infraestructuras.

⁵ <http://www.revistalideres.ec/2009-10-12/OpinionEditoriales.aspx>

Se ha tomado como referencia el año 2008, al considerar que 2009 fue un periodo "atípico", por la crisis económica internacional, de ahí que *“para el 2010 se prevé un crecimiento del 1,3 por ciento en la extracción de gas natural y crudo, el mayor rubro de ingresos de Ecuador por exportaciones, debido a que se espera una recuperación en la producción de la empresa estatal Petroecuador y de otras empresas privadas que operan en el país”*.⁶

RIESGO PAÍS (EMBI Ecuador)⁷

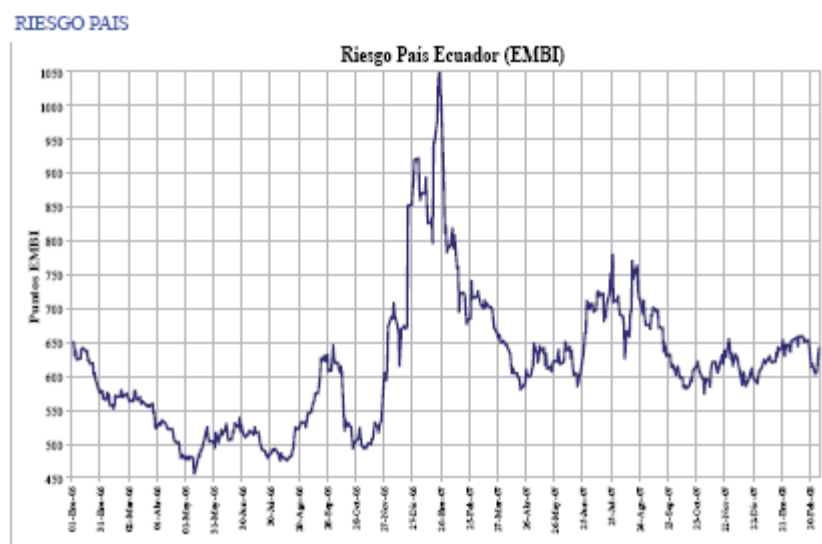


Gráfico No. 5: Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países

⁶ http://www.infolatam.com/entrada/ecuador_banco_central_preve_crecimiento_-17303.html

⁷ <http://www.bce.fin.ec/indicador>

emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se lo expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

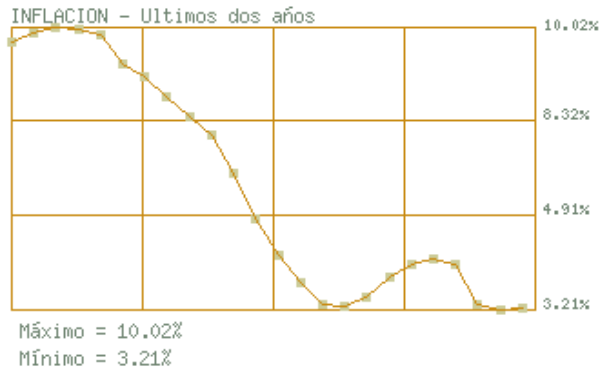
El riesgo país del Ecuador bajó en un 82% en el tercer trimestre del 2009, con relación al primer trimestre del mismo año. A inicios de 2009 sumaba 4.140 puntos y en septiembre cerró en unos 731, sin embargo, la disminución de este indicador no es equivalente a una mejoría de la economía nacional pues el desempleo aumenta, hay emigración de inversionistas ecuatorianos y la inversión extranjera directa no aumenta.

La renegociación de las deudas de los bonos Global 2012, 2015 y 2030, el ingreso de más recursos por concepto de créditos adicionales, y la subida de los impuestos, influyeron en la desaceleración del Riesgo País, tornando la tendencia de este indicador a la baja pero en el corto plazo.

El riesgo país de Ecuador bajó de 4.140 en enero del 2009 a 811 en enero del 2010, según datos publicados por el Banco Central. *“Este indicador, que alcanzó los más altos niveles a fines del 2008 (5.069), cuando se declaró en moratoria, ahora muestra un menor riesgo, que se atribuye a la puntualidad en los pagos”*.⁸

⁸ <http://www.eluniverso.com/2010/03/02/1/1356/riesgo-pais-3-mil-puntos-un-ano.html>

INFLACIÓN⁹



FECHA	VALOR
Mayo-31-2010	3.24 %
Abril-30-2010	3.21 %
Marzo-31-2010	3.35 %
Febrero-28-2010	4.31 %
Enero-31-2010	4.44 %
Diciembre-31-2009	4.31 %
Noviembre-30-2009	4.02 %
Octubre-31-2009	3.50 %
Septiembre-30-2009	3.29 %
Agosto-31-2009	3.33 %
Julio-31-2009	3.85 %
Junio-30-2009	4.54 %
Mayo-31-2009	5.41 %
Abril-30-2009	6.52 %
Marzo-31-2009	7.44 %
Febrero-28-2009	7.85 %
Enero-31-2009	8.36 %
Diciembre-31-2008	8.83 %
Noviembre-30-2008	9.13 %
Octubre-31-2008	9.85 %
Septiembre-30-2008	9.97 %
Agosto-31-2008	10.02 %
Julio-31-2008	9.87 %
Junio-30-2008	9.69 %

Gráfico No. 6: Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

La inflación es el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, se define también como la caída en el valor de mercado o del poder adquisitivo de una moneda en una economía en particular, lo que se diferencia de la devaluación, dado que esta última se refiere a la caída en el valor de la moneda de un país en relación a otra moneda cotizada en los mercados internacionales.

La inflación anual en febrero de 2010 fue de 4,31%, la cual es inferior a la presentada en enero (4,41%), y febrero de 2009 (7,85%). En cuanto a la inflación acumulada es 1,17%, este valor es ligeramente menor al dato registrado en febrero de 2009 (1,18%). Al comparar la inflación anual de los últimos

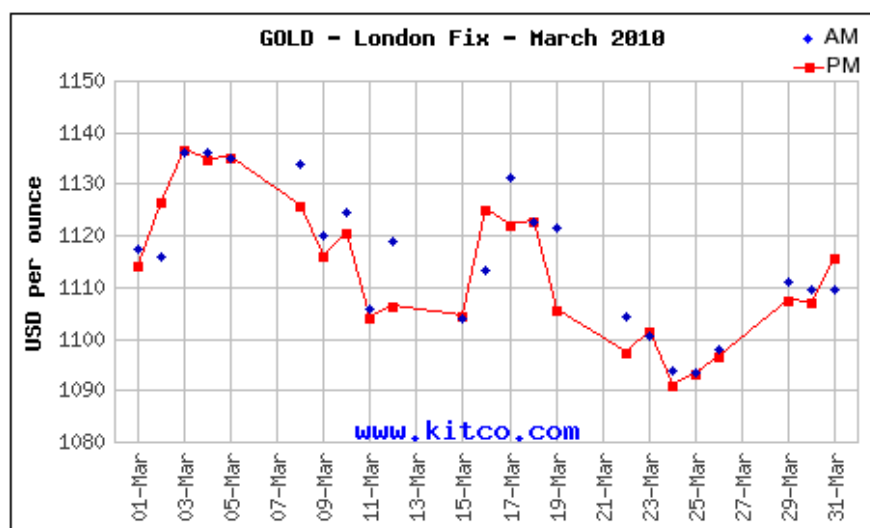
⁹ <http://www.bce.fin.ec/indicador>

años para febrero se evidencia una importante reducción con respecto a la tasa anual presentada en 2009 y 2008.

La división de Alimentos y bebidas no alcohólicas (43,89%) fue el rubro de mayor contribución para que la inflación aumente, debido al fuerte invierno por el que atraviesa la costa ecuatoriana y la sequia en la sierra, lo que ha imposibilitado que los productos agrícolas lleguen con normalidad a los mercados.

En general, este indicador tiene tendencia a la baja lo cual favorece la adquisición de productos suntuarios como las joyas por parte de los consumidores. De ser distinto el escenario, es decir, si la inflación tuviera una tendencia alcista se restringiría el consumo de este tipo de productos dando preferencia a aquellos de primera necesidad.

ÍNDICE DE PRECIOS DE LA PLATA Y ORO¹⁰



¹⁰ <http://www.kitco.com>

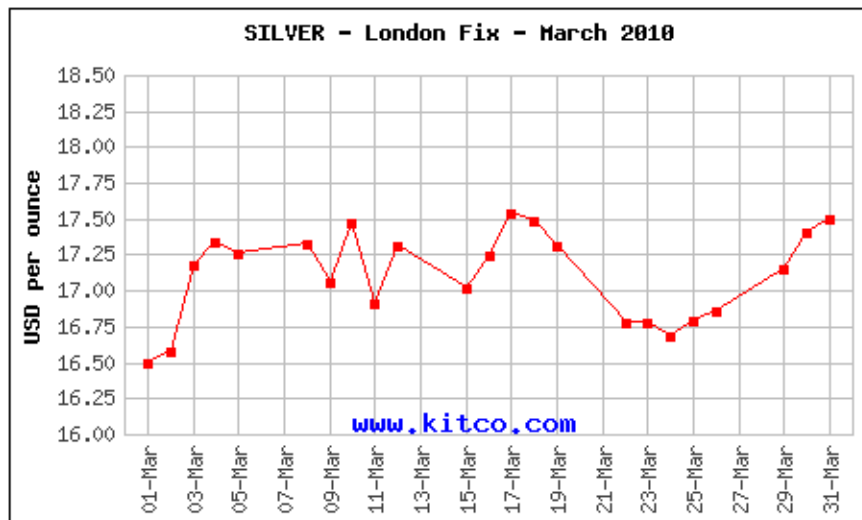


Gráfico No. 7: Precios de la Plata y el Oro

Fuente: Kitco

Los estragos de la crisis mundial siguen influyendo en el incremento del precio de la plata y el oro, metales que han llegado a precios extremadamente altos.

Los operadores en el mercado atribuyen la escalada del precio del oro y la plata principalmente a los rezagos de la crisis financiera mundial. *“Según los expertos, las alzas también tienen que ver con los temores inflacionistas y el fuerte interés por el oro por parte de los inversores especulativos”*.¹¹

2.1.2. VARIABLES TECNOLÓGICAS

La tecnología avanza de forma inalcanzable tanto que se dice que el carácter arrollador de la tecnología moderna amenaza a ciertos valores, como la calidad de vida, la libertad de

¹¹ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1185803

elección, el sentido humano de la medida y la igualdad de oportunidades ante la justicia y la creatividad individual. Los defensores de este punto de vista proponen un sistema de valores en el que las personas reconozcan que los recursos de la Tierra son limitados y que la vida humana debe reestructurarse alrededor del compromiso de controlar el crecimiento de la industria, el tamaño de las ciudades y el uso de la energía. La restauración y la renovación de los recursos naturales son los principales objetivos tecnológicos.

En cuanto a la industria de las joyas, cada día avanza más la tecnología y las técnicas de diseño van cambiando, de igual forma se facilita el trabajo para pulir o completar con pequeños detalles las joyas. Es así que la utilización de cierto tipo de máquinas, como es el pantógrafo se hace indispensable para el desarrollo de la actividad joyera.



Gráfico No. 8: Pantógrafo¹²

Fuente: Diamantex

¹² www.diamantex.com/images/PANTOGRAFO%20PLANOS%20ML8045%20FOTO%202.jpg

2.1.3. VARIABLES POLÍTICAS Y LEGALES

El Ecuador enfrenta una seria inestabilidad política y legal, tras la aprobación del proyecto de la Nueva Constitución planteado por la Asamblea Constituyente y una serie de medidas económicas adoptadas por el primer mandatario, que han generado principalmente la pérdida de inversión extranjera. Alcanzar las metas y objetivos de crecimiento planificados por el Gobierno de turno, es un escenario difícil de conseguir en las condiciones actuales.

RELACIONES GUBERNAMENTALES

Es muy importante las relaciones que mantienen las empresas con las entidades del Gobierno, ya que son éstas las que permiten mantener un negocio en marcha, de ello se deduce a manera general un vínculo casi obligatorio con dependencias como: el servicio de Rentas Internas, que es el que controla los impuestos, el municipio que es el que otorga la patente para tener una nave industrial, y, el Instituto Ecuatoriano de Propiedad intelectual (IEPI), en el cual se registra y patenta la invención de productos, servicios, marcas etc.

SEGURIDAD JURÍDICA

El Gobierno no garantiza seguridad jurídica a la inversión, debido al cambio permanente de políticas, leyes y reglamentos; los permisos que tiene una organización hoy

pueden ser nulos el día de mañana producto de la adopción de nuevas disposiciones de observancia general.

SISTEMA TRIBUTARIO

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica, autónoma, encargada de la administración y recaudación de los impuestos que están bajo su ámbito de acción. El SRI tiene como objetivo general, impulsar una administración tributaria moderna y profesionalizada que mantenga una relación transparente entre el fisco y el contribuyente, para asegurar un incremento progresivo y sostenido de la recaudación fiscal.

El impuesto que afecta directamente a la microempresa Gemas & Joyas Cristalina es:

- **IMPUESTO AL VALOR AGREGADO - IVA**

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, y al valor de los servicios prestados. Las tarifas aplicables a Gemas & Joyas Cristalina son: la del 12 % en compras y 12% en sus ventas.

LEY ORGANICA DE DEFENSA AL CONSUMIDOR

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y

protegiendo los derechos de éstos últimos, la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre estos.

2.1.4. VARIABLES SOCIALES Y CULTURALES

Gemas & Joyas Cristalina ha orientado sus precios para personas inmersas en un nivel económico medio alto y alto, y, sus productos están en un 99% dirigidos hacia el segmento de las mujeres, ya que la gran mayoría de ellas asocian el uso de joyas con la elegancia, la belleza y el buen gusto.

2.2. ANÁLISIS INTERNO

MICROAMBIENTE: NEGOCIO VS. MERCADO

2.2.1. MERCADO

NATURALEZA DEL MERCADO

Todas las mujeres y también algunos caballeros son atraídos por la belleza y el resplandor de las joyas. De acuerdo con especialistas, estos aderezos, además de su labor de ornato, se pueden guardar, heredar o considerar una verdadera inversión.

La oferta, la demanda y el gusto de cada individuo son factores importantes que rigen la actividad de Gemas & Joyas Cristalina, debido a que se encuentra en un mercado exigente, donde sus principales clientes son damas de alta sociedad y damas extranjeras que buscan exclusividad en los diseños y calidad en cada pieza.

TAMAÑO DEL MERCADO

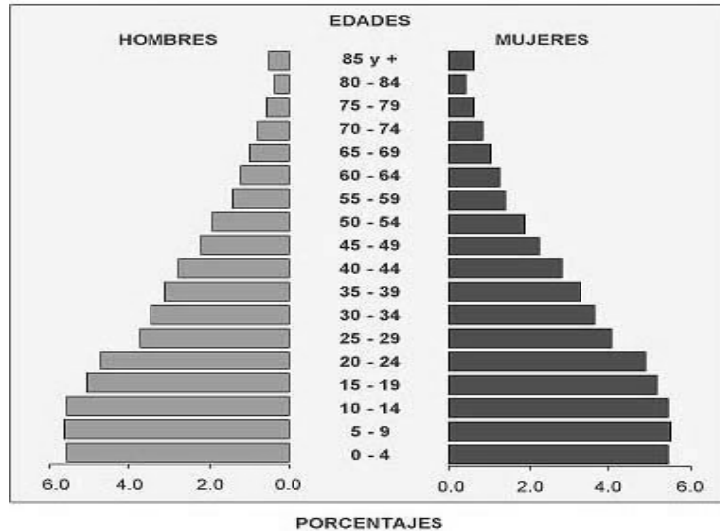


Gráfico No. 9: Tamaño del Mercado

Fuente: INEC

El segmento de mercado está enfocado directamente a mujeres y niñas mayores de 12 años, que residen en la ciudad de Quito, esta delimitación del mercado representa aproximadamente un 40% de la población local. El estrato social al cual se enfoca la microempresa es el medio alto y alto; ambas condiciones dotan al tamaño de mercado un importante número de clientes potenciales.

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

La participación que tiene la actividad que desarrolla Gemas & Joyas Cristalina, dentro del sector joyero es aún mínima, pues apenas alcanza un 10% de la totalidad de este segmento industrial.

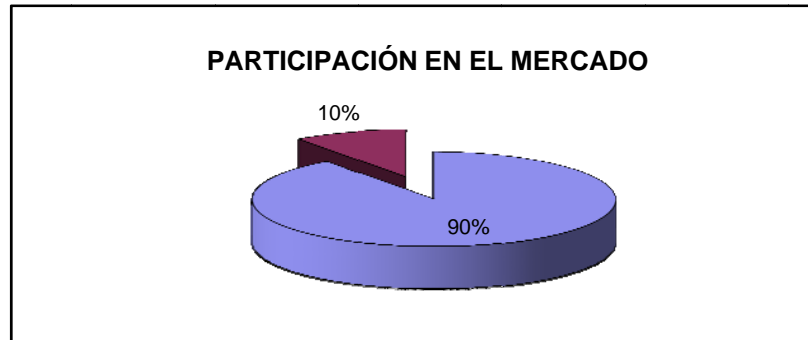


Gráfico No. 10: Participación en el Mercado

Fuente: Gemas & Joyas Cristalina

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

CRECIMIENTO DEL MERCADO

Nuestro mercado es creciente ya que cada vez son más las mujeres y niñas que les gusta lucir elegantes, modernas y bellas, por lo tanto las joyas juegan un papel muy importante, como complemento a la feminidad. No debemos olvidar además, que cada día son más los caballeros que tratan de rescatar los pequeños detalles y obsequian una joya de buena calidad.

2.2.2. OFERTA

PRODUCTOS ACTUALES DE GEMAS & JOYAS CRISTALINA

La oferta está centrada principalmente en productos como: aretes, pulseras, anillos, collares, omegas, colgantes, prendedores, mancuernas, sartas de perlas y piedras preciosas de clase A y B. Las joyas de plata están elaboradas

en un metal de 925 o 950, con acabados mate o brillante, o combinadas con cristales de swarovski.

Adicionalmente se pone a disposición de la clientela, artesanías típicas como aves de plata, mascarás, y otros objetos precolombinos que son del completo agrado de turistas extranjeros, que los adopta como un ideal recuerdo de nuestro país.

2.2.3. CLIENTES

Son clientes de esta microempresa, todas aquellas personas que gustan de apreciar y adquirir el trabajo que existe en una joya fina y delicada, entre los más importantes podemos citar:

CLIENTES MAYORISTAS
TIERRA PLATA, local ubicado en el CCNU
TAGUARTE
TIKUNA, local ubicado en el mall El Jardín
GRUPO FARMA, Tatiana Diseños
Embajada del Brasil
Ministerio de Relaciones Exteriores, Cancillería

Cuadro No. 1: Clientes Mayoristas

Fuente: Gemas & Joyas Cristalina

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

CLIENTES IMPORTANTES
Sra. Cecilia de Paz
Sra. Jennifer Escalante
Sra. Tiziana Agustine

Cuadro No. 2: Clientes Importantes

Fuente: Gemas & Joyas Cristalina

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

CLIENTES EVENTUALES
BDO del Ecuador
Servicio de Rentas Internas
Pinturas Cóndor
Industrias Ales

Cuadro No. 3: Clientes Eventuales

Fuente: Gemas & Joyas Cristalina

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

Otro grupo son los clientes mayoristas, quienes adquieren joyas en grandes cantidades para comercializarlas dentro de su círculo social y familiar, y, finalmente las clientes que consumen al por menor, pero no por ello de forma esporádica.

CARACTERÍSTICAS

Los clientes para seleccionar las joyas que van a lucir buscan:

- Calidad
- Variedad
- Buenos precios
- Exclusividad en el diseño
- Descuentos

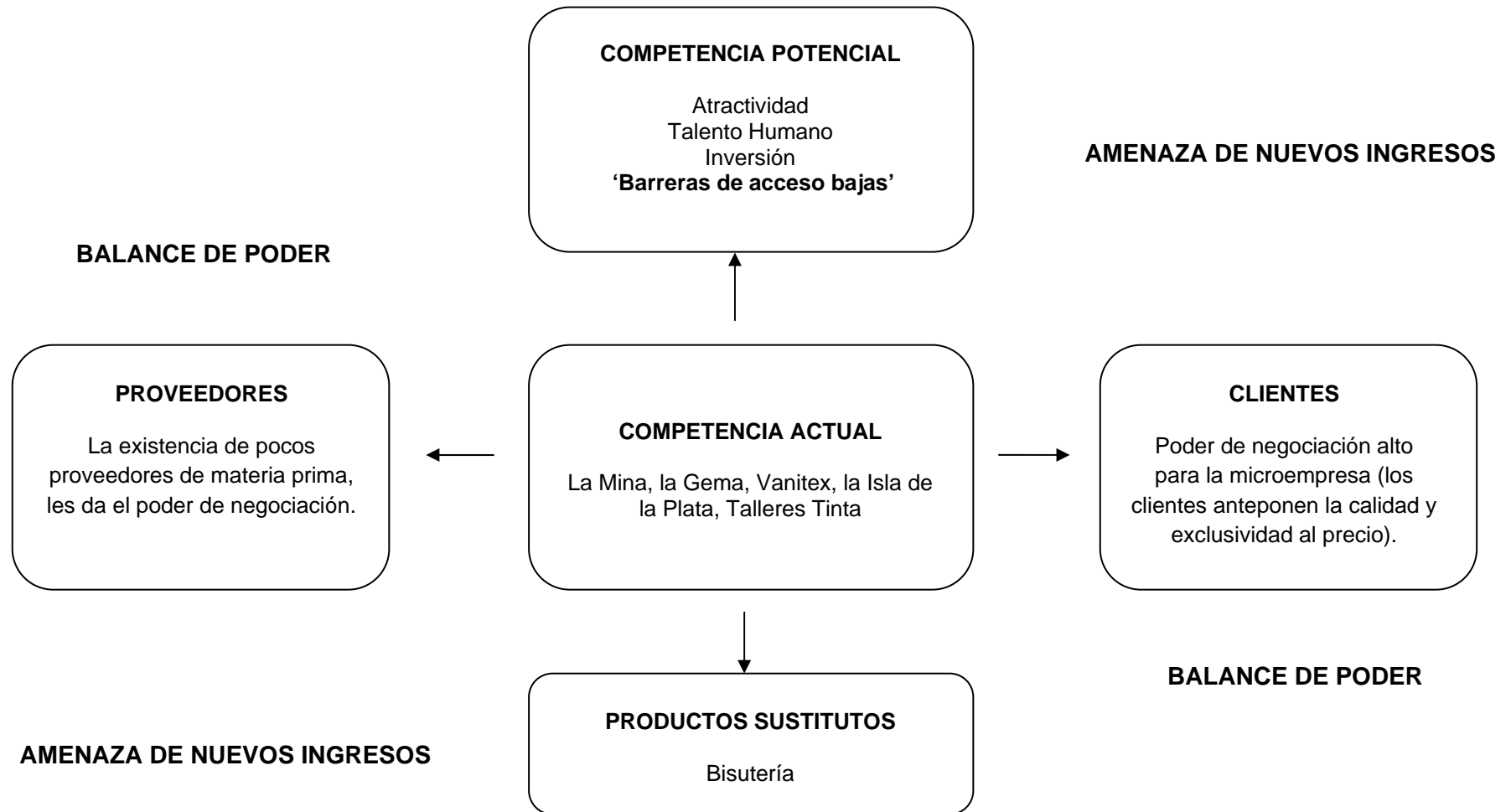
2.2.4. PROVEEDORES

TIPO: NACIONALES

Los proveedores nacionales de la empresa son solo de materia prima, es decir, de oro y plata, es importante mencionar que en virtud de que el sector de la joyería no se encuentra muy desarrollado aún, se les proporciona plata granulada y laminada, la misma que es trabajada en los talleres.

2.2.5. COMPETENCIA

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA



2.2.6. COSTOS Y PRECIOS

Los costos y precios están de acuerdo a la calidad que cada cliente exige, en la medida que consideran el tamaño, la pureza, la talla y el reconocimiento de si se trata de una piedra de color o un brillante. Existen personas que prefieren el tamaño y compran una piedra grande, pero de menor calidad, todo dependerá de los gustos.

Para establecer un precio hay que considerar la belleza de la pieza, es decir, si está bien hecha, montada y pulida, ello marcará la diferencia.

2.2.7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La distribución se realiza de forma directa, ofreciendo el producto en el local comercial en el cual funciona la joyería, pero adicionalmente las ventas son llevadas a cabo mediante un selecto grupo de vendedoras, las mismas que visitan empresas, y los hogares de sus clientas para facilitar la entrega de las joyas en donde les resulte más conveniente.

CAPÍTULO III

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

3.1. FILOSOFÍA CORPORATIVA

DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES EL NEGOCIO?

Gemas y Joyas Cristalina se dedica al diseño, elaboración y venta al por menor de joyas de plata, perlas y piedras preciosas, en el norte de la ciudad de Quito.

¿CUÁL SERÁ EL NEGOCIO?

Elaborar y distribuir joyas de oro y plata, piedras preciosas y perlas al por mayor y menor en la ciudad de Quito y sus valles para damas y caballeros de toda edad.

¿CUÁL DEBERÍA SER EL NEGOCIO?

Una empresa cuya marca se comercialice como microfranquicia, y que se dedique al diseño, elaboración y distribución al por mayor y menor de joyas de plata, perlas y piedras preciosas que sean sinónimo de exclusividad y elegancia para damas y caballeros en toda la ciudad de Quito, de la mano de procesos ágiles que colaboren con el crecimiento en el mercado.

3.1.1. MISIÓN

Transformar una idea en un diseño, mediante la elaboración y comercialización de finas joyas trabajadas a mano en plata, perlas y piedras preciosas, complementando la belleza de la mujer, buscando satisfacer los más exigentes gustos de nuestra clientela, y trabajando con compromiso con nuestros proveedores y empleados, creando una atmosfera de trabajo basada en la creatividad, entusiasmo y respeto.

3.1.2. VISIÓN

Convertirnos en una de las principales empresas distribuidoras al por mayor de joyas y accesorios de plata, perlas y piedras preciosas de la ciudad de Quito en los próximos tres años, a través de productos de calidad con buenos precios y siendo atendidos por empleados amables y capacitados que colaboren con el cumplimiento del compromiso de Gemas y Joyas Cristalina con la sociedad y el medio ambiente.

3.1.3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar y comercializar finas joyas trabajadas a mano en plata, perlas y piedras preciosas con diseños exclusivos que satisfagan los más exigentes gustos de nuestra clientela.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ser un negocio reconocido por su variedad y exclusividad de diseños.
- Incrementar el nivel de ventas, especialmente hacia las empresas mayoristas.
- Lograr una mayor participación en el mercado, sobresaliendo de entre los demás negocios existentes en la misma rama industrial.

3.1.4. POLÍTICAS

- Crear diseños originales y exclusivos
- Utilizar para la elaboración de cada joya, perlas y piedras naturales y accesorios de plata
- Brindar un trato amable a todos los clientes, ya que el cliente siempre tiene la razón.
- Elaborar con claridad la orden de producción respectiva con el detalle de los materiales utilizados en la joya.
- Toda la familia de Gemas y Joyas Cristalina debe mantener un comportamiento ético, honesto y respetuoso.
- Los puestos de trabajo en la joyería son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Capacitar al personal , fomentando sus competencias
- Colocar la documentación del local en su sitio para evitar confusiones
- Promover el cuidado del medio ambiente, reciclando el papel y las fundas plásticas

3.1.5. ESTRATEGIAS

Gemas y Joyas Cristalina aplica principalmente dos estrategias que le han permitido diferenciarse de su competencia:

ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN
<p>Las joyas son catalogadas como productos suntuarios o de lujo, enfocadas principalmente para personas de clase media alta y alta.</p> <p>Sus joyas son trabajadas totalmente a mano, en plata de 925 con perlas naturales que provienen del Asia y Australia y piedras preciosas y semipreciosas. Cada diseño es exclusivo y único, por lo tanto no hay dos modelos iguales.</p> <p>Adicionalmente se ofrece el servicio de reciclaje de la plata, el mismo que consiste en fundir joyas de plata antigua o pasadas de moda para convertirlas en un nuevo diseño, este servicio se complementa con las reparaciones a las joyas dañadas con un trabajo garantizando, y es uno de los pocos locales de joyas en los que es atendido por la propietaria y diseñadora de forma personalizada.</p> <p>Sin duda las joyas, los servicios extras y atención son la diferencia entre el éxito de Gemas y Joyas Cristalina y el resto de joyerías.</p>

ESTRATEGIA COMPETITIVA

Al ser una microempresa que distribuye al por mayor algunos productos, sus precios son bastante accesibles, y al realizar compras en gran cantidad le permite disminuir sus costos operativos lo que se refleja en sus bajos precios, sin contar con que se realizan descuentos de hasta el 40% dependiendo del monto adquirido, lo que ha permitido que varias personas empiecen su propio negocio gracias a las facilidades de pago y los bajos costos.

Cuadro No. 4: Estrategia Competitiva y de Diferenciación

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

3.1.6. PRINCIPIOS Y VALORES

VALORES

- **Honestidad**

Siendo transparentes en todo momento con los clientes y empleados.

- **Lealtad**

Demostrando fidelidad con la familia Gemas y Joyas Cristalina.

- **Búsqueda permanente de la calidad**

El cliente es lo primero y se merece la mejor calidad.

- **Constancia**

Luchar con disciplina y dedicación para alcanzar las metas y objetivos.

- **Alegría y entusiasmo**

Un buen ambiente de trabajo es grato para todos.

- **Profesionalidad**

Los clientes confían en Gemas y Joyas Cristalina porque son los responsables de combinar la elegancia y la belleza.

- **Solidaridad y compromiso social**

Colaborando con la sociedad y los que menos tienen.

PRINCIPIOS

- **Respeto**

Lo que das recibes, por lo tanto una buena relación cliente-empresa se basa en la consideración mutua.

- **Mejora continua**

Día a día fomentando un mejoramiento para atender mejor a todos los clientes que buscan siempre innovación en el arte de la joyería.

- **Cumplimiento de la normatividad y reglamentos**

El éxito de una organización es acatar con las disposiciones que rijan a la microempresa

- **Cuidado del medio ambiente**

El planeta Tierra, es uno solo, por lo tanto hay que cuidarlo.

F O D A



FORTALEZAS

Diversificación en los servicios
Diseños exclusivos
Experiencia
Buenos precios
Excelente atención al cliente
Personal capacitado

OPORTUNIDADES

Expansión del mercado
Sector poco explotado
Ampliación de la red de ventas

DEBILIDADES

Demora en el tiempo de entrega
Falta de automatización de los procesos
Poca capacidad para producir
Dependencia de una sola persona
Falta de planificación y organización

AMENAZAS

Competencia
Incremento en el precio de la materia prima
Alza de los precios del petróleo
Crisis económica mundial (New York)

CAPÍTULO IV

ASESORÍA CONTABLE - TRIBUTARIA

La contabilidad se evidencia a través de la anotación adecuada de las transacciones económicas efectuadas por un ente mercantil, a partir de los documentos que se generan o expiden como prueba evidente del hecho; los libros que se hayan previsto dentro del sistema deben estar diseñados convenientemente a fin de permitir el registro preciso, claro y objetivo que se constituya en fuente de información idónea.

No obstante, siendo la contabilidad uno de los procesos que ha merecido especial atención y experimentado mejoras notables por considerarse como el medio de generación de datos, reportes y balances, es decir, información que usan gerentes o propietarios en la toma de decisiones; no es valorado en su justa dimensión e inclusive como ocurría en el pasado se lo sigue asumiendo como un mal necesario que impone el Gobierno, como una formalidad para cumplir con el cálculo y pago de impuestos. Esta concepción en una época extremadamente competitiva, incrementa para las empresas y microempresas los riesgos de quedarse y desaparecer, y ello obliga a los empresarios y emprendedores en potencia a iniciar reformas internas sustantivas donde los beneficios de llevar contabilidad sean fortalecidos; de entre ellos se citan a continuación:

- Los registros contables permiten, llevar un control de los bienes de la empresa (inventarios, activos fijos, etc).
- Estimar las necesidades de efectivo para el correcto funcionamiento de la empresa.

- Controlar las responsabilidades o compromisos financieros de la empresa.
- Conocer los resultados económicos de un período de tiempo (mes, año).
- Estimar los costos reales de producir un bien o vender un servicio.
- Analizar el desarrollo de la empresa en el tiempo.
- Acceder a los beneficios de programas de apoyo del gobierno y otros organismos.
- Administrar con mayor eficiencia y eficacia la empresa.
- Calcular el valor de la empresa.

De acuerdo a los Resultados del Estudio de Línea de Base 2004, de microempresas y microfinanzas en Ecuador, Proyecto SALTO/USAID-Ecuador y Development Alternatives Inc.¹³, aproximadamente un cuarto de las microempresas objeto de estudio tenía RUC (Registro Único de Contribuyentes) y un número igual tenía licencias municipales, menos del 15 por ciento estaba inscrito en el sistema de seguridad social y solamente el 20 por ciento de los encuestados llevaban registros financieros formales; ello refleja que la mentalidad de subsistencia en el corto plazo, hace que muchos empresarios atiendan con mayor dedicación lo “urgente” en lugar de lo “importante”, es decir, la ganancia de hoy en lugar del desarrollo sostenido en el mediano y largo plazo.

Las microempresas pierden dinero y oportunidades por falta de registros contables, pues las instituciones financieras no permitirán el acceso a sus servicios a quienes no presenten un mínimo de este tipo de información.

El vacío en esta área resulta tan evidente que inclusive, según datos del Proyecto SALTO/USAID, cerca de la mitad (49.5 por ciento) de

¹³http://www.ruralfinance.org/servlet/BinaryDownloaderServlet?filename=1131636604206_Microenterprises_and_microfinance_in_Ecuador__ES_.pdf

encuestados indicaron que estarían dispuestos a pagar por capacitación y ligeramente más de la mitad (51.1 por ciento) indicaron que estarían dispuestos a pagar por asistencia técnica (Tabla No. 1), principalmente en tópicos contables y referentes a declaraciones de impuestos (tributación) según lo señalado por un 34.3% de los microempresarios, y en áreas relacionadas con el proceso de estudios de mercado y la formalización de sus negocios de acuerdo a lo señalado por un 33% de los encuestados.

Se estima que según proyecciones del crecimiento de la población, aproximadamente 193.000 microempresarios solicitarían el servicio de capacitación y 166.000 de asistencia técnica.

• **TABLA IX-6: PORCENTAJE DE MICROEMPRESARIOS DISPUESTOS A PAGAR POR CAPACITACIÓN O ASISTENCIA TÉCNICA, POR GÉNERO, REGIÓN Y SECTOR ECONÓMICO**

Dispuestos a pagar	Género		Región			Sector Económico			TOTAL
	Hombres	Mujeres	Costa	Sierra	Oriente	Servicios	Producción	Comercio	
Capacitación	52.4%	46.3%	47.6%	53.0%	61.1%	52.2%	52.8%	47.0%	49.5%
Asistencia Técnica	53.3	48.5	49.5	53.6	62.3	54.2	52.9	48.9	51.1

Tabla No. 1: Porcentaje de microempresarios dispuestos a pagar por Capacitación y Asistencia Técnica

Fuente: Proyecto SALTO/USAID - Ecuador

Hay que superar la cultura del cálculo adivino y entender que dentro de los diversos elementos para salir adelante con un proyecto emprendedor, está el llevar registros contables. Esa es la brújula del empresario, en ella sabrá encontrar qué produce sus principales ingresos y qué tan eficientemente los invierte.

4.1. ESTRUCTURA CONTABLE - TRIBUTARIA ACTUAL

La estructura contable – tributaria actual de la microempresa “Gemas & Joyas Cristalina” es elemental, refiriéndonos con ello a

que los puntos críticos y carencias identificadas en el levantamiento son:

EN MATERIA CONTABLE

- La principal cuenta componente del giro del negocio es “Inventarios”, el mismo no dispone de un sistema de codificación que facilite su manejo, el registro de entradas y salidas para las órdenes de producción y ventas, el conocimiento de la cantidad exacta por producto mantenida en stock y el valor que representa dentro de los activos totales del negocio.
- Se maneja una Caja de forma general, donde se acumulan los ingresos de las ventas diarias, abonos de cuentas pendientes de cobro de clientes a quienes se les ha concedido crédito, así como se dispone del dinero que sea necesario para cubrir gastos personales y propios del negocio; sin existir comprobantes de ingreso o egreso que respalden cada uno de los movimientos.
- No existe la partida Caja chica y consecuentemente tampoco políticas para su manejo, los desembolsos necesarios para el desarrollo de las actividades del negocio y demás gastos personales son solventados con los fondos de la Caja General que se maneja.
- El tratamiento de la cuenta bancos es muy básico, ya que no existe medidas de manejo de los fondos disponibles, no se realizan conciliaciones bancarias para efectuar el control del dinero.

- El control de las cuentas pendientes de cobro se efectúan a través de notas de venta, de las cuales cada cliente (deudor) es responsable. No están definidas políticas de crédito, ni garantías o documentos respaldo de la mercadería entregada.
- Registro y control de activos fijos, bajo este concepto se hará referencia a todos los bienes muebles de propiedad de la microempresa, entre ellos: Equipo de computación, Equipo de oficina, Muebles y enseres, los mismos que no se encuentran codificados ni inventariados, al igual que la materia prima utilizada para la elaboración de las piezas de joyería.
- Manejo de nómina, no existe un dispositivo de control de la hora de entrada y salida del personal, adicionalmente las horas extras al final de cada mes son canceladas de forma estimada.

EN MATERIA TRIBUTARIA

- En este sentido la microempresa realiza declaraciones del Impuesto al Valor Agregado de forma mensual e Impuesto a la Renta de forma anual, no siempre dentro del plazo correspondiente al último dígito de su RUC debido principalmente a la falta de conocimiento en materia tributaria, ello ocasiona que no estén en *lista blanca*¹⁴ y no cuenten con la autorización oportuna para imprimir sus comprobantes de venta y continuar con las actividades del negocio.

¹⁴ **LISTA BLANCA:** En la lista blanca se encuentran los contribuyentes que están al día en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias: como presentar declaraciones, pagar impuestos, multas u obligaciones tributarias firmes y mantener la información del RUC actualizada.

Fuente: <http://www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=32&external=#anchor8>

- Los haberes que son cancelados a los artesanos por la elaboración de joyas en plata, no tienen un comprobante de venta que respalde la transacción efectuada y consecuentemente que pueda ser incluido en las declaraciones mensuales.
- El negocio funciona bajo la propiedad de una persona natural no obligada a llevar contabilidad y su RUC, bajo este Registro Único de Contribuyentes se declaran tanto los ingresos provenientes del giro del negocio como aquellos que se originan de fuentes externas al mismo, que para el efecto son las mensualidades en concepto de arrendamiento de tres locales comerciales. El hecho infla las partidas de la microempresa, y no permite reflejar en cifras lo que realmente es producto de la elaboración y comercialización de joyas trabajadas a mano en plata, perlas y piedras preciosas.

4.2. REESTRUCTURACIÓN DE PUNTOS CRÍTICOS IDENTIFICADOS

Para dotar de forma a la asesoría contable tributaria en la microempresa Gemas & Joyas Cristalina, se procede en primer lugar a revisar los registros de ingresos y gastos que la propietaria posee, llegando a la conclusión de que el asesoramiento se aplica en el momento más oportuno, en virtud de que el negocio generó ingresos brutos en el año 2009 superiores a los \$ 200.000, y ello exige una transformación del estado de persona natural no obligada a llevar contabilidad a una persona natural obligada a llevar contabilidad con la consecuente actualización del RUC.

El artículo # 34 del Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno señala: *“Contribuyentes obligados a llevar contabilidad son todas las sucursales y establecimientos*

permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Igualmente, están obligadas a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado los USD 60.000 o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a USD 100.000 o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a USD 80.000. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta gravada.

(...) La contabilidad deberá ser llevada bajo la responsabilidad y con la firma de un contador legalmente autorizado. Los documentos sustentatorios de la contabilidad deberán conservarse durante el plazo mínimo de siete años de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario como plazo máximo para la prescripción de la obligación tributaria, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales".¹⁵

Por lo tanto, de acuerdo a lo citado en los párrafos anteriores, llevar registros contables formales para esta microempresa no es solo un proceso de organización interna, es además una obligación para con el Estado en observancia a leyes de general aceptación.

Con estos antecedentes, la reestructuración de los puntos críticos identificados procede de la siguiente forma:

¹⁵ Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

De manera general, se empleará el sistema computarizado Mónica versión 8.5, el mismo permite realizar facturas, controlar el inventario, realizar listas de precios, tener un archivo de clientes, proveedores, manejar las cuentas por cobrar, las cuentas corrientes, y la contabilidad de la microempresa. Es un software fácil de trabajar, sencillo de instalar y que cuenta con un manual completamente en castellano.



Gráfico No. 11: Menú de presentación de Mónica

Fuente: Mónica HTML Help

Al ingresar en Mónica se tiene acceso a una pantalla con los diferentes módulos disponibles, donde cada botón faculta el manejo de las diferentes opciones (son autoexplicativas).



Gráfico No. 12: Menú general de Mónica

Fuente: Mónica HTML Help

El módulo de Contabilidad que para el propósito de planificación, conservación, análisis e interpretación de las actividades económico-financieras de la microempresa será el más utilizado, es asequible a que cualquier transacción que pueda ser expresada en términos monetarios deba ser registrada en los libros contables.

El registro de las transacciones del negocio, se efectuará de acuerdo a la “Partida Doble”, principio de contabilidad generalmente aceptado (PCGA) práctico, útil y conveniente para producir los estados financieros. El mismo *“consiste en que cada hecho u operación que se realice afectará, por lo menos, a dos partidas o cuentas contables; por lo tanto, el uso de la partida doble propicia esta regla: no habrá deudor sin acreedor, y viceversa. En toda operación, la suma deudora debe coincidir exactamente con la suma acreedora; y cada operación debe ser considerada independiente de otra, incluso cuando intervengan las mismas cuentas”*.¹⁶

En los libros contables como libro diario o libro mayor, las transacciones o asientos se registran utilizando las cuentas contables, las mismas que de acuerdo al grupo al cual pertenecen son clasificadas de la siguiente manera:

- **Cuentas del Activo:** están representadas por todos los bienes, valores y derechos que la microempresa posee en una fecha determinada; estas cuentas pueden ser tangibles, como: Documentos por cobrar, Vehículos, etc., e intangibles, como: Franquicias, Marcas, etc.
- **Cuentas de valuación del Activo:** tienen el propósito de presentar el valor de realización de ciertas cuentas del activo al

¹⁶ ZAPATA, Pedro: Contabilidad General, quinta edición, 2005, Colombia, Editorial McGrawHill.

final de un ejercicio económico, mediante un ajuste que registre la disminución del costo histórico del activo.

- **Cuentas del Pasivo:** representan obligaciones y responsabilidades contraídas por el negocio con terceras personas, las mismas que en un plazo determinado deben ser honradas, pagadas o devengadas.
- **Cuentas del Patrimonio:** representan los aportes de los socios, los resultados obtenidos por la actividad de la microempresa, y las reservas del negocio.
- **Cuentas de Gastos:** denominación aplicada a los conceptos que denotan uso, consumo, extinción o devengo de bienes y servicios necesarios para mantener las operaciones de la microempresa; estos valores se relacionan con el nivel de ingresos operativos del negocio. Los gastos que no se relacionan con la actividad propia de la empresa se denominan no operativos.
- **Cuentas de Costos:** son valores pagados para cubrir actividades indispensables para generar un ingreso operativo; estos valores se recuperan con la venta de un bien o un servicio.
- **Cuentas de Rentas:** representan los beneficios o ganancias de la microempresa, generadas por el giro normal del negocio. Cuando los ingresos provienen de actividades ocasionales, se denominan rentas no operativas.

Las Cuentas Contables son utilizadas según las prácticas de cada país, y conforman lo que se denomina el Plan general de cuentas, *“una lista ordenada metódicamente, ideada de manera específica*

para cada empresa, que sirve de base al sistema de procesamiento contable para el logro de sus fines¹⁷; donde cada cuenta es codificada y tiene clasificaciones y sub-clasificaciones que hacen más fácil el uso y manejo de la contabilidad.

Para Gemas & Joyas Cristalina se diseñó y elaboró un plan de cuentas atendiendo los principios de contabilidad generalmente aceptados y las normas de contabilidad, así como las necesidades de información presentes y futuras de la microempresa; fue elaborado luego de un estudio previo que permitió el conocimiento de sus metas, particularidades, políticas, etc., por lo tanto, es un plan de cuentas específico y particularizado, sistemático en el ordenamiento y presentación, flexible y capaz de aceptar nuevas cuentas, homogéneo en los agrupamientos practicados y claro en la denominación de las cuentas seleccionadas.

Ingresar código de la cuenta contable, puede contener letras y números, la mayoría de los países usan códigos numéricos solamente. Debe estructurar su código de cuentas de la manera más eficiente posible. La definición de códigos debe ser en niveles, siendo los niveles superiores, agrupaciones de cuentas. Evite adicionar ceros a la cuenta contable o será interpretada con un nivel diferente.

Ingresar una descripción corta y significativa del concepto contable que va a manejar. Se recomienda usar la descripción dada por el catálogo contable de su país.

La cuenta contable puede ser clasificada en una de estas categorías. Todas las cuentas contables pueden ser definidas en estas categorías. Por ejemplo la cuenta de "Ingresos especiales" puede ser categorizada como una cuenta de ventas.

Al definirse el plan contable en niveles y sub-niveles, se asigna como cuenta de detalle la cuenta que puede formar parte de un asiento contable. La cuenta de nivel superior, generalmente contiene sub-cuentas y no puede ser incluida en un asiento contable. Solamente forma parte del plan contable, como medio de agrupación al realizar los informes contables: Balance, Ganancias, etc.

En algunos casos, la cuenta contable exige tener asociado el registro tributario (también conocido como RUC, RUT, etc.) de la empresa (o ente empresarial) a la cual se genera el asiento contable. Es decir cuando se crea un asiento con dicha cuenta contable, también debe ingresarse el Registro tributario del beneficiario de dicha cuenta, de otra manera el asiento no será aceptado.

Gráfico No. 13: Ingreso de cuenta contable

Fuente: Mónica HTML Help

¹⁷ AGUAYO, Paulina: Contabilidad1, 1996, Paraguay.

El empleo de registros contables formales se mantendrá bajo el Principio de contabilidad generalmente aceptado de “Empresa en marcha”, según el cual *“la entidad se presume en existencia permanente, salvo especificación contraria, caso en el cual las cifras de sus estados financieros representan valores históricos, o modificaciones de ellos, sistemáticamente obtenidos”*.¹⁸ De acuerdo a lo citado la marcha del negocio se controlará en base a los informes financieros, basados, por supuesto en la ecuación básica de la contabilidad:

$$\text{ACTIVOS} = \text{PASIVOS} + \text{PATRIMONIO}$$

Dichos informes serán obtenidos una vez transcurrido el Ciclo Contable, el mismo que inicia con el reconocimiento de la operación mercantil, es decir, entrar en contacto con la documentación de sustento, toma forma con el registro en libros y finaliza con la preparación de los Estados Financieros.

Este ciclo se debe desarrollar en el marco de las leyes, principios y normas contables. Cualquier actividad fuera de este marco dará lugar a que se cometa una ilegalidad o que no se observen mandatos técnicos que la final provocarán reparos de parte de los organismos de control y, obviamente, los datos que figuran en los libros e informes financieros no serán confiables, ni comparables, ni comprensibles, ni tampoco relevantes.

El siguiente gráfico presenta el flujograma del ciclo contable, resaltando los aspectos más importantes a considerar:

¹⁸ ZAPATA, Pedro: Contabilidad General, quinta edición, 2005, Colombia, Editorial McGrawHill.

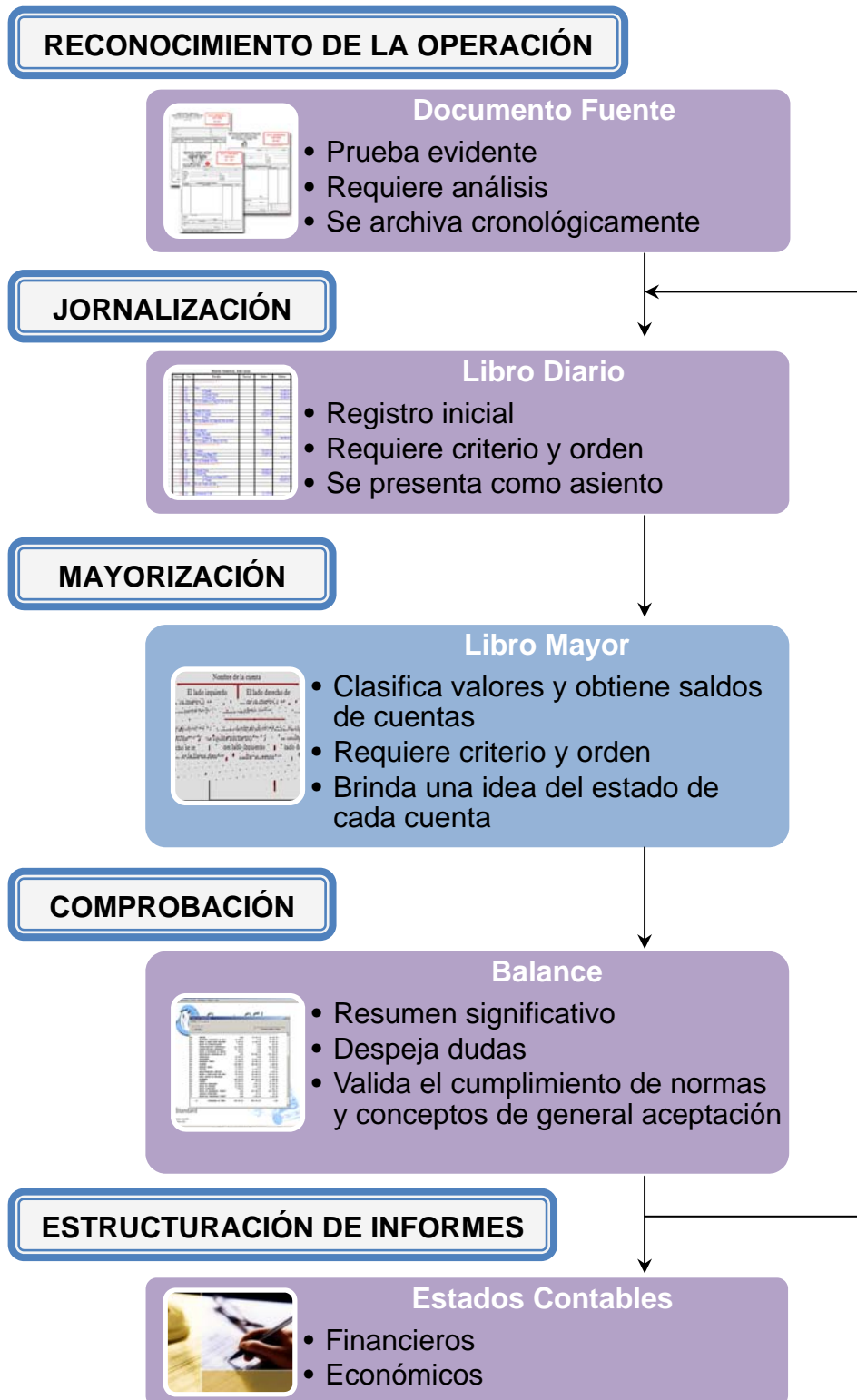


Gráfico No. 14: Flujograma Ciclo Contable

Fuente: ZAPATA, Pedro: Contabilidad General

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

El ciclo contable con la ayuda del software y demás componentes tecnológicos, se lleva a cabo al procesar los datos automáticamente, es importante sin embargo, que el profesional contable defina las partidas que se van a afectar y realice un análisis aplicando su criterio profesional, a fin de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la microempresa que facilite el proceso de toma de decisiones.

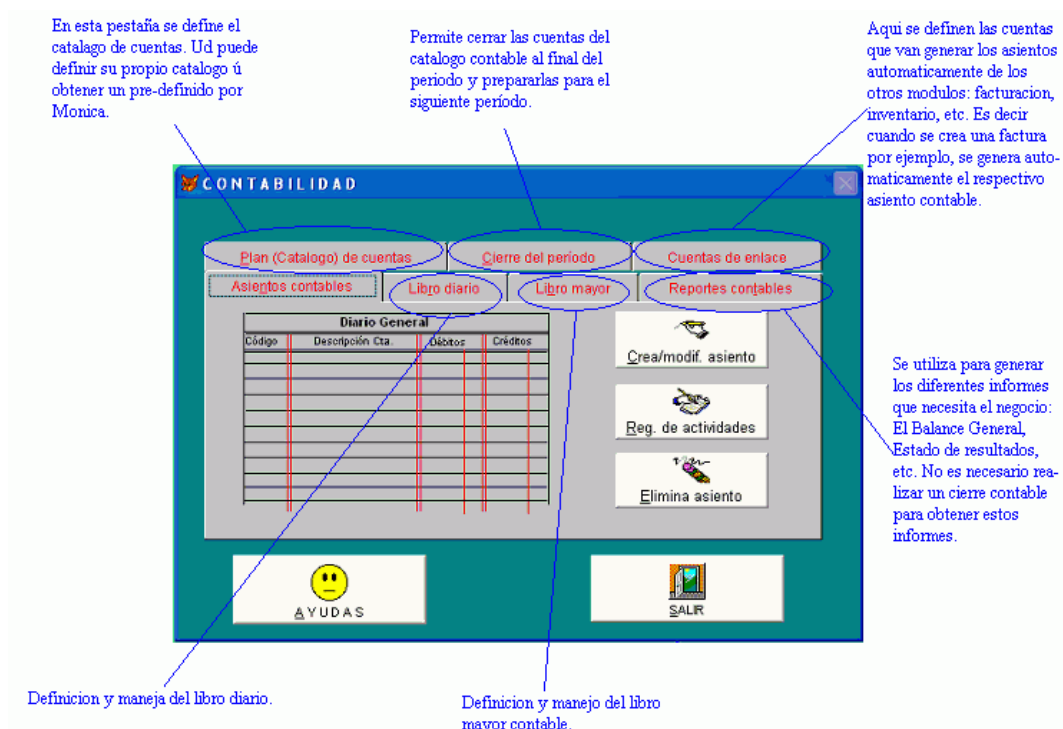


Gráfico No. 15: Pantalla de Contabilidad

Fuente: Mónica HTML Help

Los estados financieros no son exactos ni las cifras que se muestran son definitivas, esto sucede porque las operaciones se registran bajo juicios personales y principios de contabilidad que permiten optar por diferentes alternativas para el tratamiento y cuantificación monetaria de las operaciones. De aquí se desprende que los estados financieros no representan valores absolutos; por tanto, la información que ofrecen no es una medida exacta de su situación ni

de su productividad, pero sí proporcionan ideas claras sobre la situación, si las cifras son razonables.

Adicionalmente las hojas de cálculo de Microsoft Excel serán herramientas de trabajo diario, para estructurar plantillas que facilitarán la elaboración de roles de pago, del Anexo de Retenciones por Otros Conceptos (REOC)¹⁹, detalle de depósitos, entre otros.

La organización de cada partida, se detalla en los cuadros siguientes:

EN MATERIA CONTABLE	
PARTIDA	ESTADO ACTUAL
Inventarios	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de un sistema de codificación. • Falta de registro de entradas y salidas de mercadería. • Desconocimiento de saldos de existencias.
REESTRUCTURACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Se realiza una toma física del inventario, tanto a nivel de producto terminado como de accesorios y piezas empleadas en las órdenes de producción. • Se asigna a cada producto un código alfanumérico que facilitará su manejo, el mismo consta de las letras iniciales del ítem al que representan seguido de una secuencia numérica de 5 dígitos. • Se registra el número de unidades existentes, y su valor unitario. • Se ingresan los datos obtenidos en el sistema Mónica. 	

Dentro del módulo de Inventarios del software utilizado, se requiere el ingreso de un código, una descripción, categoría y sus respectivos precios. El mismo permite conocer en cualquier momento el costo, el precio, y la cantidad disponible de un determinado ítem; así mismo tiene la capacidad de establecer el movimiento de ítems para un período específico (cuánto se vendió, montos, etc.), determina el

¹⁹ **Anexo de Retenciones en la Fuente de Impuesto a la Renta por Otros Conceptos (REOC):** Es un reporte detallado de las transacciones realizadas por el contribuyente, correspondiente a sus compras o adquisiciones y los valores de retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta.

costo del inventario y se cuenta con tarjetas de control de existencias (kárdex) para cada producto.

Permite crear, modificar, imprimir compras a sus suplidores. Puede enviar compras por internet.

Crear, modificar, imprimir cotizaciones para sus suplidores.

Maneja movimiento de productos de su almacén.

Obtiene reportes de compras, manejo de productos, listas de precios, en diferentes formatos (Excel, PDF, Word)

Para agregar notas adicionales a sus productos. Comentarios que pueden ser útiles para describir sus productos.

Con estas opciones puede crear, ó modificar productos en el inventario. También permite el enlace con la contabilidad.

Puede modificar precios para uno o un grupo de productos.

Eliminación de un producto, solamente cuando no existen productos en el almacén.

Impresión de etiquetas de los productos. Puede incluir código de barras ó logo de su empresa si lo desea.

Inventario

Compras Cotizaciones Inventario Kárdex Reportes varios

Productos ordenados por:

Cod. item	Descripción	Tipo Prod.	Almacén	Prec.1 Bs	Prec.2 Bs	Ultima Vta.
STA-SP216FC	Star SP216-FC Parallel Printe	Físico	0.0000	251.7300	251.7300	/ /
STA-SP216FD	Star SP216-FD Serial Printer	Físico	0.0000	251.7300	251.7300	/ /
STA-SP312FC	Star SP312-FC Parallel Printe	Físico	0.0000	401.4100	401.4100	/ /
STA-SP312FC-23	Star SP312-FC Parallel Printe	Físico	0.0000	412.2900	412.2900	/ /
STA-SP312FD	Star SP312-FD Serial Printer	Físico	0.0000	401.4100	401.4100	/ /
STA-SP322SC	Star SP 322-SC Parallel Spro	Físico	0.0000	434.0600	434.0600	/ /
STA-SP342FC	Star SP342-FC Parallel Printe	Físico	0.0000	483.0500	483.0500	/ /
STA-TSP212	Star TSP212FD/C-120 Therm	Físico	0.0000	461.2600	461.2600	/ /
STA-TSP442D	Star TSP-442D-126 Thermal	Físico	0.0000	759.2600	759.2600	/ /

Crea Prod. Modifica Precios Eliminar Ver Prod. Etiquetas Notas Ayuda

Elegir impresora SALIR

Gráfico No. 16: Pantalla de Inventarios

Fuente: Mónica HTML Help

“Los sistemas de control del inventario para la venta reconocidos por la Ley de Régimen Tributario Interno, y avalados por las normas contables son:”²⁰

²⁰ ZAPATA, Pedro: Contabilidad General, quinta edición, 2005, Colombia, Editorial McGrawHill.

- *Sistema de cuenta múltiple o inventario periódico*
- *Sistema de cuenta permanente o inventario perpetuo*

En virtud de que el sistema de cuenta múltiple o inventario periódico está obsoleto, debido a que no contribuye a un control exacto y la información no es oportuna, se emplea el sistema de cuenta permanente o inventario perpetuo cuyas ventajas lo ha llevado a posicionarse en empresas comerciales, industriales y de servicios; éste sistema funciona adecuadamente a través de un minucioso control contable del movimiento que se produce en el inventario, el movimiento de cada ítem debe ser valorado al costo; y alternativamente, puede ser determinado de acuerdo con el costo inicial, promedio, final o el último precio de compra.

Para el efecto se emplea el método de valoración de inventarios de Última Compra (o actual), el mismo que es utilizado pues *“mediante ajustes contables, permite valorar al costo actual de mercado, todas las existencias, sin modificar los resultados económicos; es decir, la valoración permitirá dejar el saldo final con precios recientes. Esta valuación provocará variaciones en el saldo de inventarios, que deben ser registradas a través de un asiento de ajuste”*.²¹

La elaboración de joyas al ser un trabajo manual, necesita de un método de valoración como el citado en virtud de que el peso en plata de las piezas difiere de una remesa a otra, y el actualizar el saldo de inventarios a los últimos precios permite superar una de las imprecisiones de fabricación propia de la actividad orfebre.

El método de valoración se evidencia a través de tarjetas de control de existencias (kárdex), permitiendo mantener un control

²¹ ZAPATA, Pedro: Contabilidad General, quinta edición, 2005, Colombia, Editorial McGrawHill.

individualizado y actualizado de todos los ítems que conforman el inventario.

Annotations:

- Código del producto que se esta analizando:** 128MBRAM
- Proveedor del cual se recibió producto ó cliente al cual se vendió este producto:** ALYMER
- Unidades que se recibieron o vendidas:** 80.000
- Balance en almacen despues de la venta ó recepción:** 80.000
- Fecha en la cual se recibe ó salen productos de un determinado artículo:** 23/06/2004
- Este boton permite trabajar con un recolector de datos, el cual es un dispositivo que permite un rapido ingreso de productos en el almacen. Se recomienda usar cuando tiene un alto volumen de productos en el inventario.** (Recolector de datos)
- Descripcion del movimiento. Por ejemplo, si es una venta, el nro. de factura, una entrada manual puede tener una descripción diferente. Una factura/compra son retiros/adiciones automaticas.** (Concepto)
- Costo del producto al momento de recibirse mercadería ó al momento de facturar al cliente.** (Precio Bs)
- Usar este boton para recibir mercadería de este producto e ingresarlo en el inventario.** (Recibir)
- Realizar un retiro manual de mercadería para este producto.** (Retirar)
- Modifica la ultima entrada (manual), corregir algun error.** (Modificar)
- Anotaciones utiles que se pudieran dar para alguna entrada o salida en el kardex.** (Notas)
- Chequea y consistencia los datos para este producto. Corte electrico inesperado ocasionalmente pudiera dar datos inconsistentes en algunos productos.** (Chequear)

Fecha	Concepto	Empresa	Unidades	Balance	Precio Bs
23/06/2004	Compra pro. 43	ALYMER	80.000	129.0000	45.000
23/06/2004	Fact. 552		-11.000	69.0000	45.000
23/06/2004	Inventario Inicial		80.000	80.0000	45.000

Gráfico No. 17: Kárdex del inventario

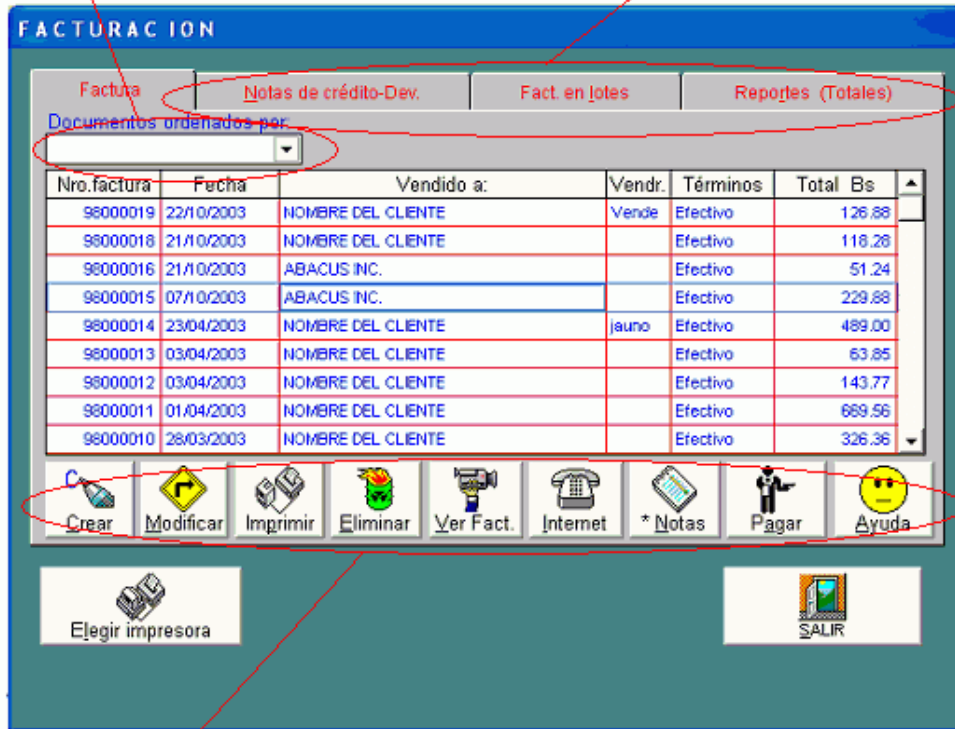
Fuente: Mónica HTML Help

El módulo de inventarios descrito en párrafos anteriores está estrechamente vinculado con el módulo de facturación, el mismo que permite crear facturas, llevar el control de éstas, obtener totales de ventas por clientes, por fechas, por ítem, por vendedor.

Cuando se realiza una factura, ésta es automáticamente actualizada en el inventario, y el movimiento de los productos se registra en el kárdex quedando actualizadas las cantidades disponibles en almacén.

Puede ordenar facturas por fechas, cliente, por pagos, vencidas, por nro. de factura, etc.

Usar estas pestañas para seleccionar facturas, devoluciones, facturar en lote, obtener reportes despues de realizadas las ventas.



Puede crear facturas, modificarlas, imprimirlas (por ejemplo facturas ya emitidas), eliminarlas, ver facturas en otro formato (Excel, Word, PDF, texto), puede enviar facturas por el internet, realizar anotaciones, recibir pago de sus clientes (para facturas al credito).

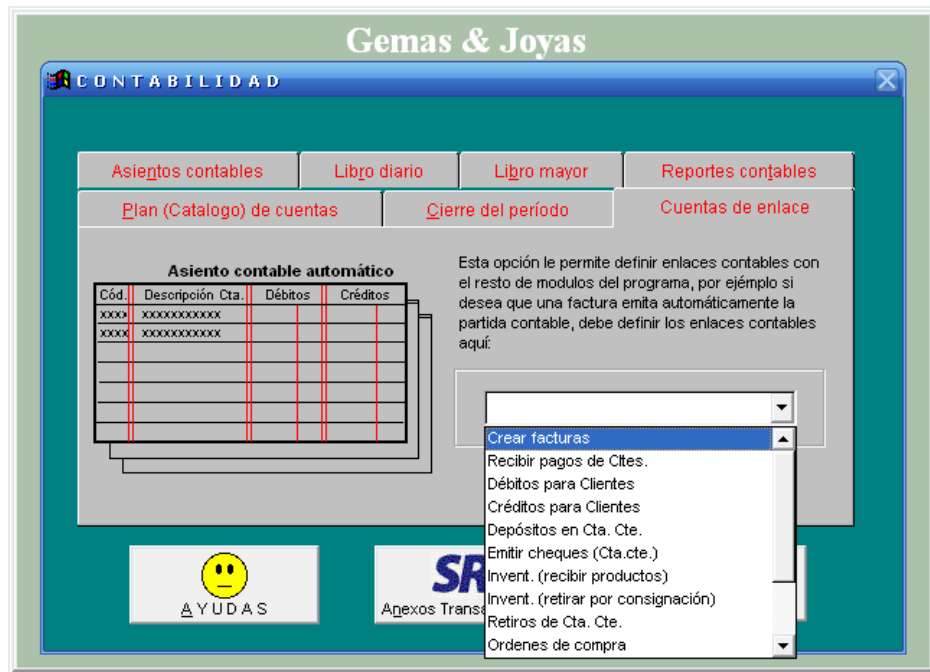
Gráfico No. 18: Pantalla de Facturación

Fuente: Mónica HTML Help

El modulo de facturación esta enlazado con la contabilidad de tal manera que al emitir una factura, automáticamente emite su correspondiente asiento contable, es necesario para ello definir exactamente de qué manera se va a generar dicho asiento, es decir, que cuentas contables serán afectadas al realizar una factura.

Para definir el enlace a la contabilidad se debe establecer el asiento contable automático, y con ello el software se encargará de generar el asiento respectivo; de igual manera si se modifica o

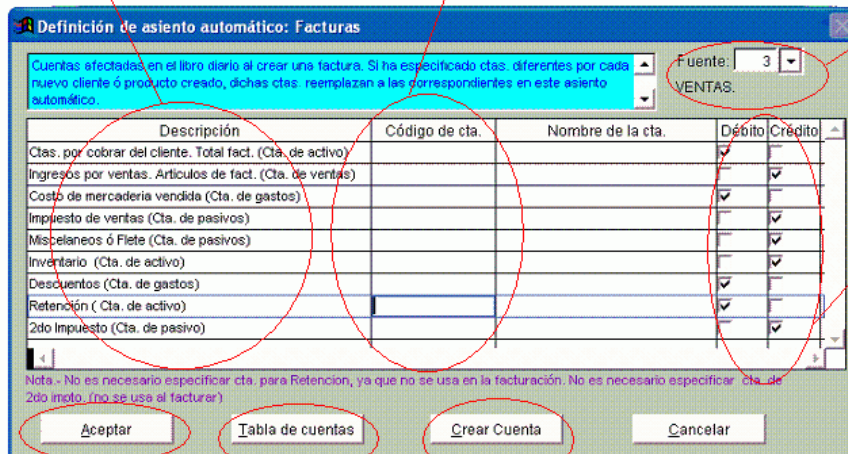
elimina la factura, el asiento contable también refleja este cambio o es eliminado de los libros contables respectivamente.



Descripción del tipo de cuenta contable que deb incluirse al generar una factura.

Ingresar en este campo el código de la cuenta contable que va a afectarse al realizar una factura.

Definir aquí la fuente de este asiento contable (por ejemplo Ventas)



El monto puede ser un débito ó un crédito. Estas asignaciones no se pueden cambiar, ya son fijas.

Una vez que se ha realizado la clasificación de cuentas, presionar este boton para salvar su selección


Tiene la facilidad de ver la tabla de cuentas contables y seleccionar una cuenta previamente ingresada.

Puede crear una cuenta sin necesidad de salir de esta pantalla.

Gráfico No. 19: Pantallas para enlazar cuentas

Fuente: Mónica HTML Help

comprobante de egreso, cuyo formato está definido por:



COMPROBANTE DE EGRESO
Nº 900001

gemas y joyas
Microempresa

JOYAS FINAS DE ORO Y PLATA TRABAJADAS DELICADAMENTE PARA USTED.
Dirección: Mariscal Yáñez Pinzón N26-209 y Av. Orellana. -Telefax: 2 234-178 Cel: 09 9723236- Quito Ecuador

Lugar y Fecha: _____ C.I./R.U.C.: _____

A favor de: _____ La cantidad de: _____ Dólares \$: _____

Concepto: _____

POR LO SIGUIENTE:			
CUENTA	DETALLE	DEBE	HABER
	SUMAN		

PAGADO CON Efectivo Cheque Nº _____ Banco: _____ Cta. Cte. _____

PREPARADO POR: _____	RECIBI CONFORME _____	APROBADO POR _____	CONTABILIZADO _____
----------------------	-----------------------	--------------------	---------------------

- Se efectuará dos veces al mes y sin previo aviso un arqueo de caja, con la finalidad de verificar la idoneidad de los registros contables y de constatar que los valores monetarios físicos en poder del encargado de esta partida estén en la cantidad exacta.
- Las cuentas corrientes del Banco del Pichincha y Banco de Guayaquil, aperturadas a nombre de la propietaria de la microempresa, quedan destinadas exclusivamente para el manejo de los ingresos y egresos del giro del negocio. Cualquier gasto personal fuera de las actividades de producción y comercialización de joyas deberá ser solventado con fondos propios de quienes los efectúan.
- Se elaborará mensualmente como medida de control interno una conciliación bancaria, en la cual el saldo en libros deberá coincidir con el estado de la cuenta del banco, considerando para el efecto: errores en las anotaciones de la institución bancaria; errores en los libros de la empresa; o el registro unilateral por alguno de los siguientes conceptos:
 - a) Cheques girados por la microempresa, no pagados aún por el banco.
 - b) Notas de depósitos enviadas y no registradas por el banco.
 - c) Notas de crédito emitidas por el banco y no registradas por la empresa.
 - d) Notas de débito emitidas y no registradas por la empresa.

EN MATERIA CONTABLE										
PARTIDA		ESTADO ACTUAL								
Caja Chica		<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de esta partida. 								
REESTRUCTURACIÓN										
<ul style="list-style-type: none"> • Se decide crear un fondo para caja chica que asciende al valor de \$200 mensuales, con la finalidad de satisfacer gastos relativamente pequeños que no justifiquen la emisión de cheques. • Se designa a un funcionario dentro de la microempresa la custodia y el manejo de la cantidad de dinero en efectivo para realizar estos pagos. • Cada gasto en el que se incurra o cada pago que se realice será respaldado con la emisión de su respectivo vale de caja chica. • Al finalizar el mes el custodio del fondo, presentará para su reposición un informe detallado en el auxiliar de caja chica, adjuntando todos los comprobantes que sustenten el uso del dinero. 										
AUXILIAR DE CAJA CHICA										
FECHA	DETALLE	COMP. N°	INGRESO	EGRESO	SALDO	CLASIFICACION DEL GASTO				
						UTILES DE OFICINA	TRANSPORTE	UTILES DE ASEO	ACCESORIOS & GRABADOS	OTROS
<ul style="list-style-type: none"> • Se efectuará una vez al mes un arqueo de este fondo, para verificar la forma en el mismo se está manejando. El procedimiento es el mismo aplicado en el arqueo de Caja general. 										

EN MATERIA CONTABLE										
PARTIDA		ESTADO ACTUAL								
Cuentas por Cobrar		<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de políticas de crédito. • No se exigen garantías por la mercadería que se entrega a los clientes. 								
REESTRUCTURACIÓN										
<ul style="list-style-type: none"> • Se establece como plazo de crédito 30 días, llegando a extenderse inclusive hasta 45 días para clientes al por mayor (seleccionados). • Como garantía por la mercadería sobre la cual se concede crédito, se exige la firma de pagarés, o el depósito de por lo menos el 40% del total de la deuda en una de las cuentas que posee el negocio. 										

El módulo de cuentas por cobrar del software empleado, permite manejar las ventas a crédito que se realizan: vencimiento de facturas, cargos financieros, se puede obtener los estados de cuenta

por cada cliente, y al cierre de períodos permite determinar cuanto adeudan a la microempresa cada uno de ellos.

CUENTAS POR COBRAR

Ventas, débitos, créditos | Cierre del período | Reportes varios

Ordenados por: [dropdown]

Nro. Doc.	Emitido	Cliente	Tipo Doc.	Descripción	Vence	Monto Bs.	Estado
10674555	29/06/2004	CLIENTE	Pago	Cash for inv.	29/05/2004	79,100.00	Cerrado
10674584	29/06/2004	CLIENTE	Factura	Inv. 33	29/06/2004	79,100.00	Cancelado
10674583	29/06/2004	CLIENTE	Débito	Cash x Devol.	29/07/2004	2,043.72	Cerrado
10674583	29/06/2004	CLIENTE	Crédito	Cred.702	29/06/2004	2,043.72	Cerrado
10674582	29/06/2004	CLIENTE	Débito	Cash x Devol.	29/07/2004	9.90	Cancelado
10674581	29/06/2004	CLIENTE	Crédito	Cred.700	29/06/2004	9.90	Cerrado
10674580	29/06/2004	ABBA TRADING COF	Débito	Cash x Devol.	29/07/2004	9.90	Cancelado
10674579	29/06/2004	ABBA TRADING COF	Crédito	Cred.698	29/06/2004	9.90	Cerrado
10674578	29/06/2004	ABBA TRADING COF	Factura	Inv. 554	29/07/2004	9.90	ABIERTO

Botones: Pagos/Cr., Comp./Db, Imprimir, Eliminar, Estado Ct., Ver doc., Ayuda

Elegir impresora | SALIR

Annotations:

- Cada entrada en el modulo de Ctas. por cobrar tiene asignado un nro. de documento: una factura, un pago, un débito. Si una factura es modificada el nro. de documento es reasignado por otro nuevo.
- Cada entrada ó documento esta clasificado como un pago, una factura, un débito, un crédito.
- Breve descripción de la naturaleza del documento. Por ejemplo cuando hace una factura, y el pago es con cheque, se puede incluir el nro. de cheque.
- Cuando es aplicable, el vencimiento del documento. Por ejemplo una factura a 30 dias.
- El monto total del documento.
- Un documento puede tener diferentes estados: ABIERTO: La factura ó débito aun no es cancelada por el cliente. CANCELADO: El documento ha sido pagado por el cliente. CERRADO: El pago ó credito ha cubierto una factura ó debito
- Permite ver el detalle de un documento.
- Nombre del cliente al cual se emite el documento.
- Fecha en la cual se emitió el documento.
- Ordena información por fecha, cliente, monto, etc.
- Recibe pagos de sus clientes, puede hacerlo por factura, por cliente. Genera creditos tambien, por ejemplo una devolucion, etc.
- Puede usar un debito a su cliente. Por ejemplo si le compra productos y no quiere emitir factura, un ajuste a la cuenta del cliente, etc.
- Puede imprimir un documento cualquiera
- Permite ver el detalle del balance de un cliente para un periodo determinado.

Gráfico No. 20: Pantallas principal cuentas por cobrar

Fuente: Mónica HTML Help

EN MATERIA CONTABLE	
PARTIDA	ESTADO ACTUAL
Activos Fijos	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de inventario. • Inexistencia de codificación.
REESTRUCTURACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Se realiza un inventario de cada bien mueble o inmueble de propiedad de la microempresa, estableciendo su costo histórico y fecha de adquisición. Posteriormente estos datos serán de gran utilidad en el cálculo de las respectivas depreciaciones. • Se asigna a cada bien identificado un código, que facilite su ubicación dentro del negocio y la verificación del uso que se le está dando. 	

EN MATERIA CONTABLE	
PARTIDA	ESTADO ACTUAL
Sueldos y salarios	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de control en el horario de entrada y salida del personal. • Inexistencia de un registro de las horas extras trabajadas.
REESTRUCTURACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Se emplean hojas fechadas, en las cuales los trabajadores de la microempresa registran su hora de entrada y salida en presencia de la gerente propietaria. • El número de horas extras trabajadas por cada empleado, lo establece el responsable del área de contabilidad, quien con anterioridad al pago revisa el cálculo y consideraciones relacionadas con cada implicado. 	

EN MATERIA TRIBUTARIA						
DESCRIPCIÓN	ESTADO ACTUAL					
Declaraciones de Impuestos	<ul style="list-style-type: none"> • Retraso en el cumplimiento del pago de las obligaciones tributarias. 					
REESTRUCTURACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> • Se capacita a la persona del área de contabilidad respecto a las disposiciones del Servicio de Rentas Internas sobre las fechas máximas de declaración y pago de las obligaciones tributarias, es decir, para el efecto el noveno dígito del RUC corresponde a la cifra arábica 9 por lo tanto el pago del Impuesto al Valor Agregado e Impuesto a la Renta, así como la presentación de los anexos correspondientes deberá realizarse hasta el 26 de cada mes. El cuadro siguiente resume los plazos para declarar y pagar impuestos que Gemas & Joyas debe observar: 						
9no. DÍGITO DEL RUC	DÍA	IMPUESTO A LA RENTA	ANTICIPOS DE IMPUESTO RENTA		ICE Y RETENCIONES EN LA FUENTE	IVA
		P. Naturales	1era. cuota	2da. cuota		
9	26	Marzo	Julio	Septiembre	Mes siguiente	Mensual
Fuente: Boletín El Contador						
<ul style="list-style-type: none"> • Se establece como responsabilidad del encargado de elaborar las declaraciones, el solicitar a quien corresponda con anterioridad a la fecha establecida en el calendario tributario los comprobantes de venta y retención, y demás documentos que respalden las compras efectuadas. 						

- Las declaraciones para el pago de las obligaciones tributarias, deberán ser presentadas y discutidas con la gerente – propietaria dos días antes del 26 de cada mes, fecha máxima de declaración y pago.

EN MATERIA TRIBUTARIA	
DESCRIPCIÓN	ESTADO ACTUAL
Comprobantes de Venta	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de un comprobante de venta que respalde las transacciones efectuadas con los orfebres. • Los valores cancelados no se están incluyendo en las declaraciones de impuestos.
REESTRUCTURACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Se acoge el RISE como vínculo de cultura tributaria, <i>“este nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales, pudiendo incorporarse a él las personas naturales que no tengan ingresos mayores a USD 60.000 en el año, o si se encuentran bajo relación de dependencia que no supere por este concepto los USD 7.850 al año, además de no haber sido agente de retención durante los últimos 3 años”</i>.²² • El contribuyente RISE entregará comprobantes de venta simplificados, es decir notas de venta o ticket de máquina registradora autorizada por el SRI, en donde como requisitos de llenado solo deberá registrarse la fecha de la transacción y el monto total de la venta (no se desglosará el 12% del IVA). Estos documentos emitidos sustentarán costos y gastos siempre que identifiquen al consumidor y se detalle el bien y/o servicio transferido, y por lo tanto pueden ser incluidos en las correspondientes declaraciones. • Las notas de venta no tienen un formato establecido, sin embargo estos documentos en la microempresa Gemas & Joyas Cristalina conteniendo como mínimo los requisitos de impresión y de llenado exigidos por las leyes y el SRI, presentan el diseño que se detalla a continuación: 	

²² <http://www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=12465#anchor5>

Leyenda RISE	CONTRIBUYENTE REGIMEN SIMPLIFICADO																																															
Razón social	TOAPANTA BATALLAS JORGE EDUARDO	<u>RUC</u>																																														
Dirección del establecimiento	Dirección: Ascázubi 160 y Olmedo Telf.: 2332-170 SANGOLQUI - RUMIÑAHUI	<u>Denominación</u> <u>Numeración</u>																																														
Fecha de emisión	Fecha de Emisión: ____ / ____ / ____ RUC. o CI.: _____	<u>Número de autorización (otorgado por el SRI)</u> <u>Emisor identificación del adquirente</u>																																														
Descripción del bien o servicio	Señor (S) : _____	<u>Precio del bien o servicio incluyendo impuesto</u>																																														
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;">CANT.</th> <th style="width: 75%;">DESCRIPCIÓN</th> <th style="width: 10%;">V. UNIT</th> <th style="width: 10%;">V. TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">TOTAL USD \$</td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT	V. TOTAL																																									TOTAL USD \$	
CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT	V. TOTAL																																													
TOTAL USD \$																																																
Datos de la empresa	Firma Autorizada <small>Zaldumbide Pinto María Patricia Imprenta Offset Jorgito RUC 1708360563001 No. Autorización 1340 Fecha de impresión 21/03/2009 Del 001 al 025</small> VALIDO HASTA: 03 - 2010	<u>Valor total</u> <u>Validez</u> <u>Destinatarios</u>																																														

Requisitos Preimpresos - **Requisitos de Llenados**

Gráfico No. 21: Nota de Venta RISE

Fuente: <http://www.sri.gov.ec>

REESTRUCTURACIÓN

- Adicionalmente, se incluye el uso de notas de crédito como documentos complementarios a los comprobantes de venta, para procesar en forma sustentada las devoluciones en ventas cuando tuvieren lugar. Las notas de crédito deben contener información del emisor, de la transacción, del comprobante de venta al que hace referencia e identificación de quien la recibe; así como los datos de la autorización y de su caducidad. El formato empleado en la microempresa atendiendo los elementos mínimos de impresión y de llenado se detalla más adelante.
- Las facturas como comprobantes de venta que sustentan la transferencia de un bien o la prestación de un servicio, son utilizadas cuando la transacción se realiza con personas jurídicas o con personas naturales que necesiten sustentar crédito tributario del IVA, y en operaciones de exportación, por lo tanto su uso se establece de forma obligatoria en el negocio y su formato contiene los requisitos de llenado y de impresión establecidos en la ley de comprobantes de venta y retención.
- Es importante considerar que tanto las notas de crédito, como las facturas que sean sustento de la contabilidad deben ser archivadas por 6 años. Todos los documentos deberán estar disponibles ante cualquier requerimiento del SRI

Requisitos Preimpresos - Requisitos de Llenados

<p>Nombre comercial</p> <p>Dirección de la matriz y del establecimiento emisor (cuando corresponda)</p> <p>Razón social del comprador</p> <p>Tipo y número de comprobante que se modifica</p> <p>Descripción del bien o servicio</p> <p>Datos de Imprenta</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; font-size: 0.8em;"> PATRICIA DEL CARMEN TINTA ARAUZ RUC: 1706525498001 NOTAS DE CRÉDITO Serie 001-001 Nº 000003 Autorización SRI Nº: 1107667781 </div> </div> <p>JOYAS FINAS DE ORO Y PLATA TRABAJADAS DELICADAMENTE PARA USTED.</p> <p style="font-size: 0.7em;">Dirección: Mariscal Yánez Pinzón N26-209 y Av. Orellana. - Telefax.: 2 234-178 Cel.: 09 9723238 - Quito - Ecuador</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 0.8em;"> Cliente: Fecha:/..../.. <input type="checkbox"/> Tarjeta R.U.C. </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 0.8em;"> Dirección: <input type="checkbox"/> Efectivo Teléfono: </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: 0.8em;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;">CANT.</th> <th style="width: 10%;">CODIGO</th> <th style="width: 55%;">DESCRIPCION</th> <th style="width: 15%;">P. UNITARIO</th> <th style="width: 15%;">V. DE VENTA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> <div style="display: flex; justify-content: flex-end; align-items: flex-end; margin-top: 10px;"> <table border="1" style="border-collapse: collapse; font-size: 0.7em;"> <tr><td>SUMAN \$</td><td> </td></tr> <tr><td>DESCUENTO \$</td><td> </td></tr> <tr><td>SUBTOTAL</td><td> </td></tr> <tr><td>I.V.A.</td><td> </td></tr> <tr><td>INTERES \$</td><td> </td></tr> <tr><td>TOTAL \$</td><td> </td></tr> </table> </div>	CANT.	CODIGO	DESCRIPCION	P. UNITARIO	V. DE VENTA																																																			SUMAN \$		DESCUENTO \$		SUBTOTAL		I.V.A.		INTERES \$		TOTAL \$		<p>Razón Social</p> <p>RUC</p> <p>Numeración</p> <p>Denominación</p> <p>No. de Autorización (otorgado por el SRI)</p> <p>RUC o C.I. si se modifica una nota de venta</p> <p>Validez</p> <p>Monto del IVA 12%</p> <p>Valor total de la modificación</p> <p>Destinatarios</p>
CANT.	CODIGO	DESCRIPCION	P. UNITARIO	V. DE VENTA																																																																	
SUMAN \$																																																																					
DESCUENTO \$																																																																					
SUBTOTAL																																																																					
I.V.A.																																																																					
INTERES \$																																																																					
TOTAL \$																																																																					
<p>Recibí Conforme Firma Autorizada</p> <p><i>Grafica INZSSI</i> *AUTORIZADA SRI Dir. Ramirez Dávalos Oe2-42 y Versalles - Telefax: 2524-202 - CEL.: 099 870086 - Angela del Carmen Rivera Miranda RUC: 1704776648001 AUT: 1759 Fecha de impresión 2009/12 - Impreso del 4551 al 5550</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">Original : Adquiriente * Copia: Emisor</p>																																																																					

Gráfico No. 22: Nota de Crédito

Fuente: <http://www.sri.gov.ec>

Requisitos Preimpresos - Requisitos de Llenados


Nombre comercial	 gemas y joyas				PATRICIA DEL CARMEN TINTA ARAUZ RUC: 1706525498001 FACTURA Serie 001-001 N° 005251 Autorización SRI N°: 1107667781		Razón Social																																																					
Dirección de la matriz y del establecimiento emisor (cuando corresponda)							JOYAS FINAS DE ORO Y PLATA TRABAJADAS DELICADAMENTE PARA USTED. Dirección: Mariscal Yánez Pinzón N26-209 y Av. Orellana. - Telefax.: 2 234-178 Cel.: 09 9723238 - Quito - Ecuador				RUC																																																	
Razón social del comprador											Cliente: Fecha:/...../..... <input type="checkbox"/> Tarjeta R.U.C.	Numeración																																																
Dirección comprador	Dirección: <input type="checkbox"/> Efectivo Teléfono:	Denominación																																																										
Descripción del bien o servicio	<table border="1"> <thead> <tr> <th>CANT.</th> <th>CODIGO</th> <th>DESCRIPCION</th> <th>P. UNITARIO</th> <th>V. DE VENTA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>				CANT.	CODIGO	DESCRIPCION	P. UNITARIO	V. DE VENTA																																																			No. de Autorización (otorgado por el SRI)
CANT.	CODIGO	DESCRIPCION	P. UNITARIO	V. DE VENTA																																																								
Datos de Imprima	Recibí Conforme Firma Autorizada		SUMAN \$ DESCUENTO \$ SUBTOTAL I.V.A. INTERES \$ TOTAL \$	Fecha de emisión RUC del comprador																																																								
Grafica INZSSI* AUTORIZADA SRI Dir. Ramirez Dávalos Oe2-42 y Versailles - Telefax: 2524-202 - CEL.: 099 870086 - Angela del Carmen Rivera Miranda RUC: 1704776648001 AUT: 1759 Fecha de impresión 2009/12 - Impreso del 4551 al 5550				Precio unitario																																																								
Original : Adquiriente * Copia: Emisor				Validez																																																								
Válido para su emisión hasta NOVIEMBRE / 2010				Valor grabado tarifa 12%																																																								
Monto del IVA 12%				Valor total																																																								
Destinatarios																																																												

Gráfico No. 23: Factura

Fuente: <http://www.sri.gov.ec>

EN MATERIA TRIBUTARIA	
DESCRIPCIÓN	ESTADO ACTUAL
Otros Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo un mismo RUC se declaran tanto los ingresos provenientes del giro del negocio, como aquellos que se originan de fuentes externas al mismo (arriendos). • Las partidas de la microempresa no reflejan en cifras lo que corresponde únicamente a la elaboración y comercialización de joyas en plata.
REESTRUCTURACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • El cónyuge de la gerente propietaria de la microempresa asume el manejo de forma independiente de los ingresos en concepto de arriendos, para lo cual procede a obtener un nuevo RUC con el que emitirá los comprobantes de venta correspondientes. • Los ingresos quedan depurados bajo esta modalidad, constando en la declaración y pago de impuestos solo las rentas que se originan por las actividades del giro del negocio. 	

4.3. EVALUACIÓN DE LA REESTRUCTURACIÓN

Las medidas adoptadas en la reestructuración de cada una de las partidas contables y aspectos tributarios, se diseñaron e implementaron observando leyes y principios de general aceptación como:

- Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA)
- Normas Internacionales de Contabilidad NIC's
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
- Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
- Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención, entre otros cuerpos de leyes.

Ello permite un manejo estándar de las cuentas y los resultados que se obtendrán, dotando a la información de un carácter comparable con otras industrias de la rama orfebre.

Adicionalmente, el generar reportes que condensen la situación económica – financiera del negocio permite al emprendedor estar en capacidad de presentar esta información ante cualquier persona interesada en la microempresa, mucho más a instituciones financieras que exigen este tipo de datos previa la aprobación de solicitudes de financiamiento.

Al dotar de esta herramienta al microempresario, la cifra estadística de acceso a servicios financieros de tan solo el 36%²³, reducida por la falta de presentación de un mínimo de información financiera se verá incrementada, y la permanencia de los negocios en el mercado tendrá una proyección más optimista.

Organismos de Cooperación y Gremios como la Federación Ecuatoriana de Orfebres, Relojeros y Afines “FEORA”; el Centro de Formación, Capacitación y Tecnificación del Artesano Ecuatoriano “CFCTARE” o el fondo administrado por el Banco Nacional de Fomento “FONADIA” Fomento Nacional de Inversiones Artesanales, están interesados en apoyar al sector a través del financiamiento de proyectos, destinados a la ampliación y modernización de talleres artesanales o mediante capacitación para la comercialización internacional de su producción, siempre y cuando exista un precedente de la potencialidad del negocio que evidentemente estaría respaldada en registros contables formales.

²³ Proyecto SALTO/USAID.

4.4. ELABORACIÓN Y ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

Una vez organizada la información económico financiera de la microempresa, y como resultado del desarrollo del ciclo contable se obtienen los estados financieros, los mismos que servirán para tomar decisiones de inversión y crédito, evaluar la gestión gerencial, la solvencia y la liquidez de la empresa, así como su capacidad para generar fondos.

Tanto la administración de la empresa como el público en general están interesados en conocer las fortalezas y debilidades financieras de la entidad en conjunto, o sobre una sección del negocio en particular; por ello se analiza a continuación estos reportes mediante los métodos de análisis que miden, comparan y ponderan hechos.

ANÁLISIS VERTICAL

Los porcentajes calculados para la microempresa, por sí solos no son muy expresivos de la situación, por ello para una cabal interpretación, se requiere un elemento de comparación, con empresas similares en capacidad y volumen de operaciones o con los promedios de la industria; lamentablemente en Ecuador debido a la falta de cultura financiera y tributaria en los microempresarios el acceso a este tipo de información es escaso sino nulo, y obtener promedios a nivel de la industria orfebre resulta aún más complicado considerando que es una rama industrial poco explotada.

No obstante, se resume a continuación los puntos más relevantes sobre la estructura del negocio:

GEMAS & JOYAS CRISTALINA
BALANCE GENERAL
Al 31 de marzo del 2010

			%
1	ACTIVO	130.420,43	100,00%
1.1	ACTIVO CORRIENTE	125.573,37	
1.1.02	Bancos	22.335,64	17,13%
1.1.03	Cuentas por Cobrar	4.255,89	3,26%
1.1.05	IVA Compras	94,69	0,07%
1.1.06	IVA Retenido	189,19	0,15%
1.1.07	Impuesto Renta Retenido	114,83	0,09%
1.1.08	Inventarios	98.583,13	75,59%
1.2	PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	4.847,06	
1.2.01	Equipo de computación	1.164,41	0,74%
1.2.02	(-) Deprec. Acumulada Eq. Computación	-200,19	
1.2.05	Muebles y Enseres	7.511,00	2,98%
1.2.06	(-) Deprec. Acumulada Muebles y Enseres	-3.628,16	
2	PASIVOS	3.689,53	
2.1	PASIVO CORRIENTE	1.950,53	
2.1.02	12 % IVA Ventas	1.950,53	1,50%
2.2	CUENTAS POR PAGAR	1.739,00	
2.2.01	Proveedores	1.739,00	1,33%
3	PA TRIMONIO	126.730,90	
3.1.04	Capital	126.044,60	96,64%
3.3	RESULTADOS	686,30	
3.3.01	Utilidades presente ejercicio	686,30	0,53%
	TOTAL PASIVO + CAPITAL	130.420,43	100,00%

La composición de los activos en general denota la naturaleza de una empresa industrial y comercial, debido a la alta representatividad del activo corriente (partida de Inventarios), en relación con el activo fijo.

En cuanto a los pasivos se puede afirmar que las cuentas que lo integran son aquellas que se manejan por las actividades propias del giro del negocio, y ante la ausencia de endeudamiento a largo plazo se puede optar por mecanismos alternativos de financiamiento en pro de la expansión de la microempresa.

Respecto al patrimonio la empresa refleja una buena solidez, pues solo el capital representa más del 50% de las cuentas acreedoras.

En conclusión, la estructura de la microempresa se resume en el gráfico a continuación:

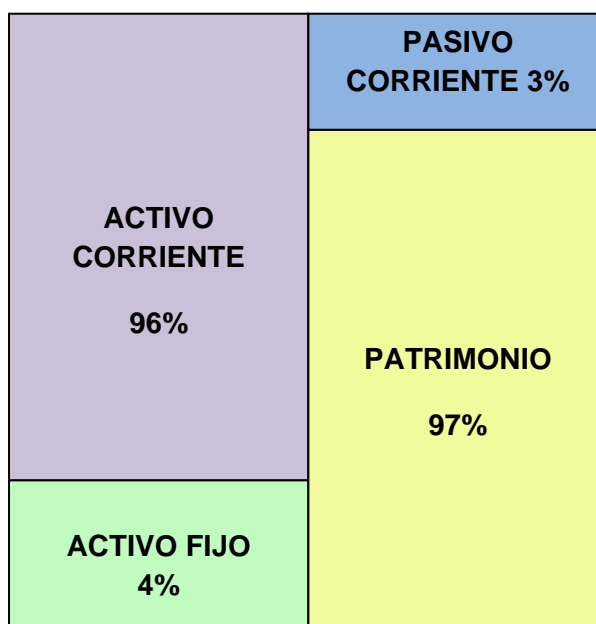


Gráfico No. 24: Estructura de la microempresa

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

A pesar de que la microempresa no tenga una estrategia de financiamiento, ésta de acuerdo a su estructura puede definirse como conservadora, es decir, el negocio financia todas las necesidades proyectadas con fondos a largo plazo, y emplea un financiamiento de corto plazo sólo para cubrir imprevistos.

En esta estrategia no tiene lugar un proceso de adecuación de los vencimientos de la deuda a la duración de cada una de las necesidades financieras de la empresa, lo que es equivalente a decir que existe menor riesgo y ello se ve reflejado en una menor

rentabilidad, sin menospreciar la existencia de un buen perfil de liquidez.

GEMAS & JOYAS CRISTALINA			
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS			
Del 01 al 31 de marzo del 2010			
			%
4	INGRESOS	16.254,29	100,00%
4.1	INGRESOS OPERACIONALES	16.254,29	
4.1.01	Ventas	19.836,48	
4.1.03	(-) Descuento en ventas	-3.582,19	
5	COSTOS	10.128,67	
5.1	COSTOS DE PRODUCCIÓN	2.038,78	
5.1.02	Mano de Obra Directa	2.038,78	12,54%
5.2	COSTO DE VENTA	8.089,89	
5.2.01	Costo de Mercaderías Vendidas	8.089,89	49,77%
6	GASTOS	5.439,32	
6.1	GASTOS OPERACIONALES	5.227,65	
6.1.01	Sueldos y Salarios	1.830,00	11,26%
6.1.02	Aporte Patronal	239,97	1,48%
6.1.03	Fondo de Reserva	47,31	0,29%
6.1.06	Gastos de Representación	1.858,76	11,44%
6.1.08	Gastos Generales	163,16	1,00%
6.1.09	Consumo de Suministros de Oficina	32,93	0,20%
6.1.10	Gasto Arriendo	500,00	3,08%
6.1.12	Servicios Básicos	226,81	1,40%
6.1.14	Depreciación de equipos computación	200,19	1,23%
6.1.16	Depreciación de muebles y enseres	3,16	0,02%
6.1.19	Útiles de aseo	55,36	0,34%
6.1.20	Gasto Seguridad	20,00	0,12%
6.1.21	Parqueadero	50,00	0,31%
7	GASTOS FINANCIEROS	211,67	
7.1	Comisiones Bancarias	2,26	0,01%
7.3	Comisión tarjeta de crédito	209,41	1,29%
		15.567,99	
	GANANCIA / PERDIDA	686,30	4,22%

De entre las cuentas componentes del Estado de Pérdidas y Ganancias de la microempresa Gemas & Joyas Cristalina, se destaca la notoria representatividad de las partidas de costos, ello justificado en la naturaleza de las actividades del negocio,

adicionalmente en comparación con los ingresos se evidencia que las operaciones de la empresa reportan aproximadamente un 90% de utilidad bruta, la misma que experimenta disminución con la posterior necesidad de cubrir los gastos operacionales que permiten la continuidad del ente.

ANÁLISIS HORIZONTAL
ÍNDICES FINANCIEROS

RAZONES DE LIQUIDEZ

Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{125.573,37}{3.689,53} = 34,04 \text{ veces}$	<p>El índice financiero calculado, señala que el negocio tiene en su activo corriente \$34 para cancelar \$ 1 de su pasivo corriente, es decir, la capacidad del negocio para pagar sus obligaciones en el corto plazo es buena. Sin embargo, al corresponder la estructura del activo corriente de la microempresa principalmente a inventarios y cuentas por cobrar se debe considerar la posibilidad de conversión en dinero de estas partidas para solventar los requerimientos de sus acreedores, y la exigibilidad según la fecha de vencimiento de las obligaciones corrientes.</p> <p>Un índice alto, como es el caso, indica una rotación lenta del capital de trabajo y acumulación de recursos ociosos, lo cual puede afectar la rentabilidad del negocio.</p>
Razón de Prueba Ácida	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios} - \text{Gastos prepagados}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{125.573,37 - 98.583,13}{3.689,53} = 7,32 \text{ veces}$	<p>Se posee \$ 7 de los activos corrientes más líquidos (efectivo en caja y bancos, y cuentas por cobrar), para cancelar \$ 1 de las obligaciones del pasivo corriente. Este indicador es una medida más exigente sobre la liquidez del negocio, de tal forma que por cada dólar que se debe en el corto plazo se tiene \$ 7 dólares de activos fácilmente convertibles en dinero.</p>

Capital de Trabajo Neto	Activo Corriente – Pasivo Corriente 125.573,37 – 3.689,53 = \$ 121.883,84	Este indicador financiero señala que el negocio dispone de \$ 121.883,84 para solventar sus operaciones en los meses siguientes, y enfrentar los pasivos corrientes. Es importante sin embargo considerar que el capital de trabajo no debe ser demasiado grande, pues puede significar tener recursos ociosos.
RAZONES DE ACTIVIDAD		
Rotación de Cuentas por Cobrar	$\frac{\text{Ventas anuales a crédito}}{\frac{\text{Ctas. x cobrar año ant.} + \text{Ctas. x cobrar año último}}{2}}$ $\frac{16.254,29}{4.255,89} = 3,82 \text{ veces}$	Las cuentas pendientes de cobro registran una rotación de 3,82 veces, índice bajo que puede ser el resultado de mantener un cierto número de cuentas de difícil recuperación. La microempresa inició sus actividades en el mercado hace 6 años, y durante este tiempo jamás se ha establecido políticas de cobro, por el contrario se empleó durante algunos períodos el crédito como estrategia para generar ventas.
Plazo medio de cobros	$\frac{360}{\text{Rotación de cuentas por cobrar}}$ $\frac{360}{3,82} = 94,24 \text{ días}$	Los clientes para cancelar sus cuentas se tardan en promedio 94 días, ello significa que de acuerdo a la política de crédito establecida en la presente reestructuración los días de retraso en la recaudación ascienden a 64, resultado que supera el número mínimo de días de atraso en los cobros óptimo, <i>“considerado hasta un margen del 10% de días entre el resultado obtenido y la política de crédito aplicada”</i> . ²⁴

²⁴ LARA, Juan: Administración Financiera I, segunda edición, 2004, Ecuador.

Rotación de Inventario de Mercaderías	$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\frac{\text{Inventario año anterior} + \text{Inventario año último}}{2}}$ $\frac{8.089,89}{98.583,13} = 0,08 \text{ veces}$	<p>El inventario de mercaderías se transforma en cuentas por cobrar o en efectivo 0,08 veces, ello podría significar la existencia en stock de ciertos productos por tiempo prolongado, y por ende una acumulación de inventario. El índice obtenido proporciona una idea del movimiento de la partida, toda vez que el inventario reflejado en balance es resultado del desarrollo de las actividades del negocio durante su permanencia en el mercado (6 años), mientras que el costo al que se hace referencia es producto del procesamiento de las transacciones llevadas a cabo en el período de un mes.</p>
Plazo medio de inventarios	$\frac{360}{\text{Rotación de inventario de mercaderías}}$ $\frac{360}{0,08} = 4.500 \text{ días}$	<p>La permanencia del inventario de mercaderías en el negocio es de 4.500 días, resultado que obtenido a partir de la rotación de inventario de mercaderías, ratifica el bosquejo de la situación de esta partida en consideración a los períodos en los que datos han sido obtenidos.</p>
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO		
Razón de endeudamiento total	$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} = \frac{3.689,53}{130.420,43} = 0,03 = 3\%$	<p>La participación de los acreedores en la financiación de los activos de la empresa asciende al 3%, es decir, el grado de endeudamiento que el negocio mantiene es mínimo, por lo tanto tiene capacidad de contraer más obligaciones.</p>
RAZONES DE RENTABILIDAD		
Margen Neto de Utilidad	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{686,30}{16.254,29} = 0,04 = 4\%$	<p>Se ha obtenido un 4% de utilidad neta sobre las ventas, durante el mes de marzo.</p>

Rentabilidad sobre activos	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} = \frac{686,30}{130.420,43} = 0,53\%$	Por cada cien dólares que la microempresa tiene invertidos en sus activos, genera 0,53% de utilidad neta (mes de marzo); ello es muestra de que la administración está obteniendo resultados positivos con los activos disponibles, independientemente de la forma como hayan sido financiados.
Rentabilidad sobre el Patrimonio	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{686,30}{126.730,90} = 0,54\%$	Por cada cien dólares invertidos en el Patrimonio, el negocio obtiene un 0,54% de utilidad (mes de marzo), en virtud de que la empresa no registra en sus activos otras inversiones el rendimiento obtenido no puede ser comparado.
Cobertura de Intereses	$\frac{\text{Utilidad en Operación}}{\text{Gastos Financieros}} = \frac{897,97}{211,67} = 4,24 \text{ veces}$	La utilidad en operación que obtiene el negocio, le permite cubrir hasta 4,24 veces los pagos contractuales de intereses; mientras más alto sea el índice revela mayor posibilidad de pago de préstamos e inversiones.
Cobertura Total	$\frac{\text{Utilidad Neta} + \text{deprec.} + \text{amort.} + \text{gastos financieros}}{\text{Porción corriente} + \text{gastos financieros}} = \frac{686,30 + 203,35 + 211,67}{211,67} = 5,20$	La empresa tiene disponibilidad de efectivo para cubrir el pago de los intereses y de los préstamos a largo plazo (cuando se decida optar por financiamiento), de tal forma que la posibilidad de que el incumplimiento de cualquier obligación financiera ponga en peligro la posición económica de la empresa queda descartada.

Tabla No. 2: Índices Financieros

Fuente: Gemas & Joyas Cristalina

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

De manera general la microempresa Gemas & Joyas Cristalina presenta una estructura financiera conservadora, no se evidencian problemas de liquidez y su nivel de activos corrientes más líquidos le permiten cubrir sus pasivos corrientes con total tranquilidad; se debe sin embargo considerar que una rotación lenta del capital de trabajo puede generar la acumulación de recursos ociosos, lo cual afectaría la rentabilidad del negocio.

En cuanto a las razones de actividad lo ideal es que tiendan a ser lo más altas posible o un número de días bajo al tratarse de los plazos medios, dado que tienen incidencia importante en la rentabilidad de la microempresa. Razones de rotación altas, implican que el dinero que la empresa tiene invertido en activos corrientes trabaja un número mayor de veces, dejando cada vez su aporte a la utilidad y con ello contribuyendo a elevar la rentabilidad del negocio.

Optar por alternativas de financiamiento a largo plazo es una vía valedera, toda vez que la participación de los acreedores en la financiación de los activos de la empresa es mínima y por lo tanto el negocio tiene capacidad de contraer nuevas obligaciones, cubrir el pago de los intereses y de los préstamos que se solicitare.

CAPÍTULO V

MICROFRANQUICIA

5.1. ESTUDIO DE MERCADO

5.1.1. DESCRIPCIÓN TOTAL DEL MERCADO-COMPORTAMIENTO DEL SECTOR ECONÓMICO

En los últimos años se ha observado un continuo crecimiento a nivel mundial de los negocios que se desarrollan como franquicias, es decir se empieza un negocio desde cero, pero usando el concepto de negocio, la experiencia, la asistencia técnica de una organización (franquiciadora), y el uso de una marca.

El franquiciador se convierte en una especie de aliado estratégico, que le asiste y asesora para que su negocio tenga éxito, le enseña cómo manejarlo, le da la fórmula y los detalles probados para resolver problemas y le acompaña en los procesos de marketing. En algunos casos también le facilita la materia prima y los productos cuando se trata de una franquicia de distribuidor, convirtiéndose en parte de una cadena y al mismo tiempo dueño de su propio negocio.

Las estadísticas son la mejor prueba del éxito de un negocio que se franquicia, un estudio reveló que *“el 96.9 % de las franquicias abiertas durante 5 años atrás seguían en operación,*

y que más del 85 % de las mismas continuaban siendo operadas por el propietario inicial. Un propietario de este tipo de negocios tiene 4 veces más de posibilidades de éxito que otro que empieza un negocio simplemente de cero y sin apoyo”²⁵.

Sin duda alguna es por esta razón que la industria de Franquicias es la de mayor crecimiento en los Estados Unidos y viene siendo apoyada ampliamente por los Gobiernos de los Países desarrollados para impulsar los negocios pequeños. Se ha probado que en momentos de crisis, los negocios franquiciados se mantienen, y que mientras las grandes empresas reducen personal, las franquicias crecen y venden más.

Prueba de ello son los datos que presenta la **Federación Iberoamericana de Franquicias** que agrupa a Argentina, Brasil, Ecuador, España, Guatemala, México, Perú, Portugal y Venezuela con el fin de mejorar y legitimar el intercambio de la información estratégica y comercial en todo Iberoamérica.

²⁵ <http://www.aefran.org/franquiciado.html>

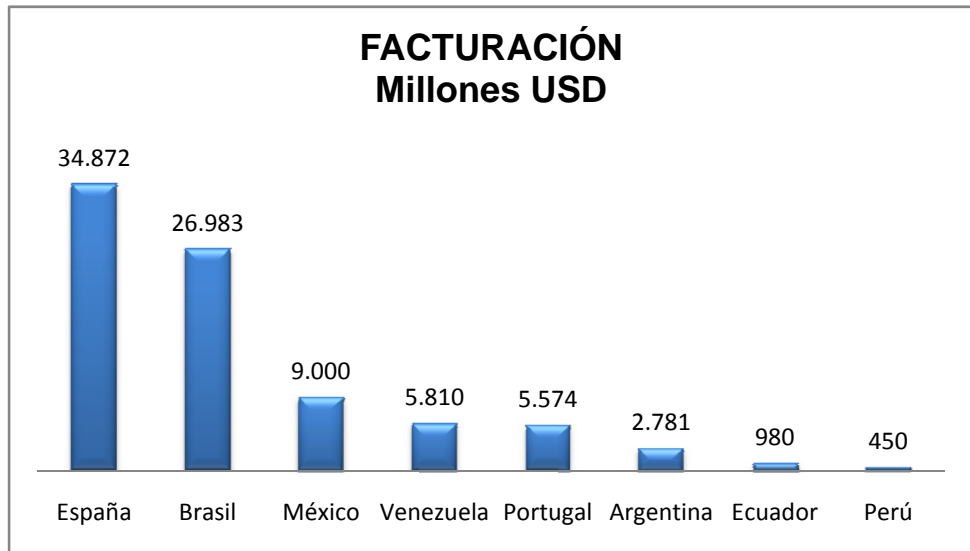


Gráfico No. 25: Facturación franquicias

Fuente: Federación Iberoamericana de Franquicias

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

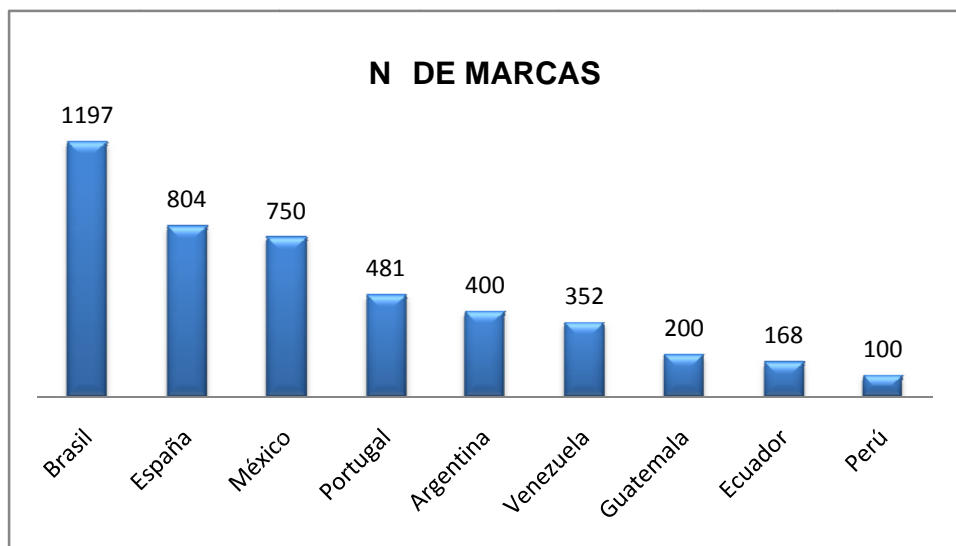


Gráfico No. 26: Franquicias – Número de marcas

Fuente: Federación Iberoamericana de Franquicias

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

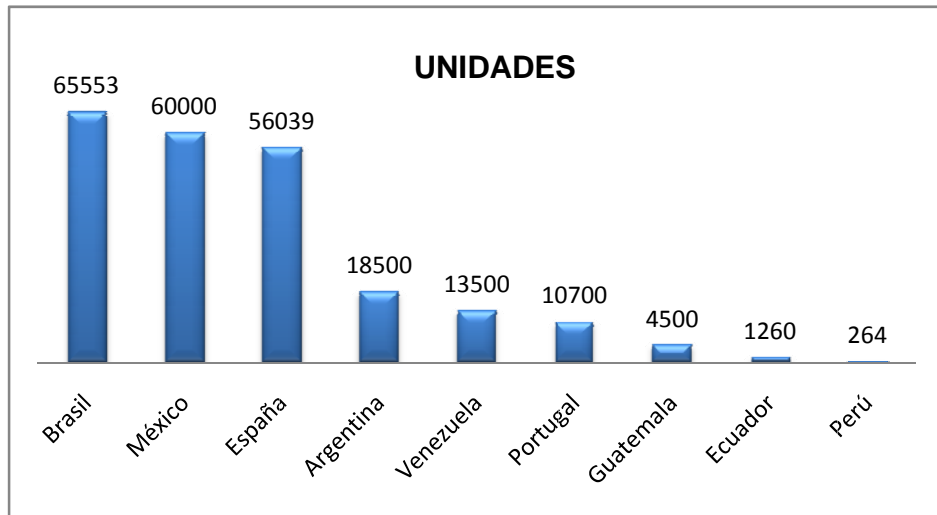


Gráfico No. 27: Franquicias – Unidades

Fuente: Federación Iberoamericana de Franquicias

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

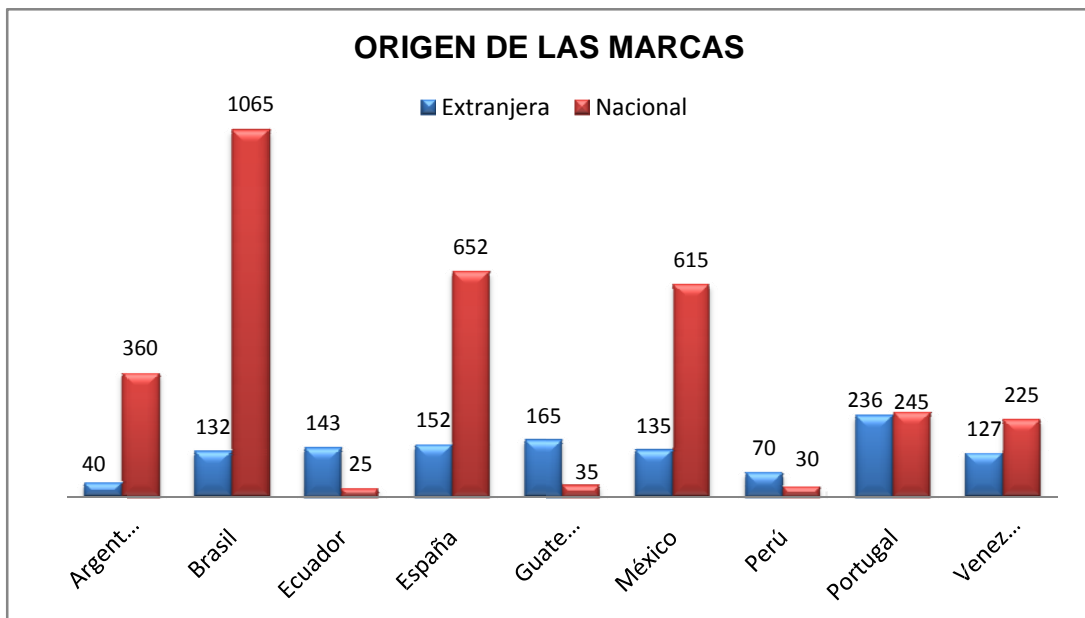


Gráfico No. 28: Franquicias – Origen de las Marcas

Fuente: Federación Iberoamericana de Franquicias

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

CUADRO GENERAL DE INFORMACIÓN

PAIS	N° de MARCAS			FACTURACION		UNIDADES	
		NACIONAL	%	EXTRANJERA	%	Milones de USD	Franq + Propios
Argentina	400	360	90	40	10	2.781	18.500
Brasil	1.197	1.065	89	132	11	26.983	65.553
Ecuador	168	25	15	143	85	980	1.260
España	804	652	81	152	19	34.872	56.039
Guatemala	200	35	18	165	83		4.500
México	750	615	82	135	18	9.000	60.000
Perú	100	30	30	70	70	450	264
Portugal	481	245	51	236	49	5.574	10.700
Venezuela	352	225	64	127	36	5.810	13.500
TOTALES	4.452	3.252		1.200		86.450	230.316

Cuadro No. 5: Información Microfranquicias

Fuente: Federación Iberoamericana de Franquicias

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

Como se puede observar Ecuador es un mercado aun sin explotar en lo relacionado con la franquicias, dadas las condiciones del mercado Occidental, al Ecuador muchos inversionistas lo consideran a nuestro país como un mercado fértil para recibir todo tipo de giros y conceptos de franquicia. Así tenemos que en los dos últimos años al Ecuador han ingresado nuevos conceptos de negocio bajo el formato de franquicia especialmente de los sectores gastronómico y moda.

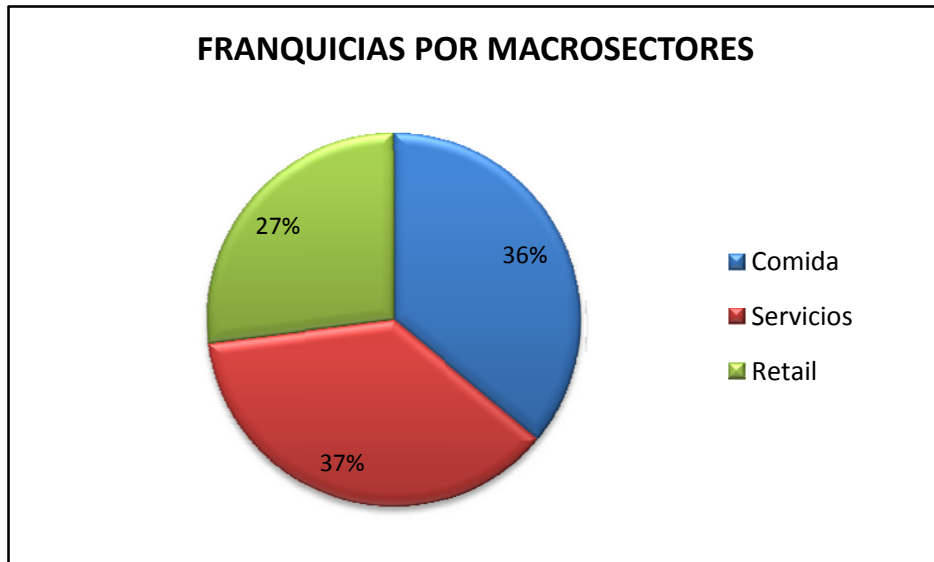


Gráfico No. 29: Franquicias por Macrosectores

Fuente: Federación Iberoamericana de Franquicias

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

Es importante resaltar el creciente número de empresas locales que han decidido expandir sus operaciones bajo este formato así tenemos que *“del total de empresas franquiciadoras presentes en el país, el 14% son de origen ecuatoriano”*²⁶ como se muestra en el siguiente gráfico:

²⁶ <http://www.portalfiaf.com/estadisticas.htm>

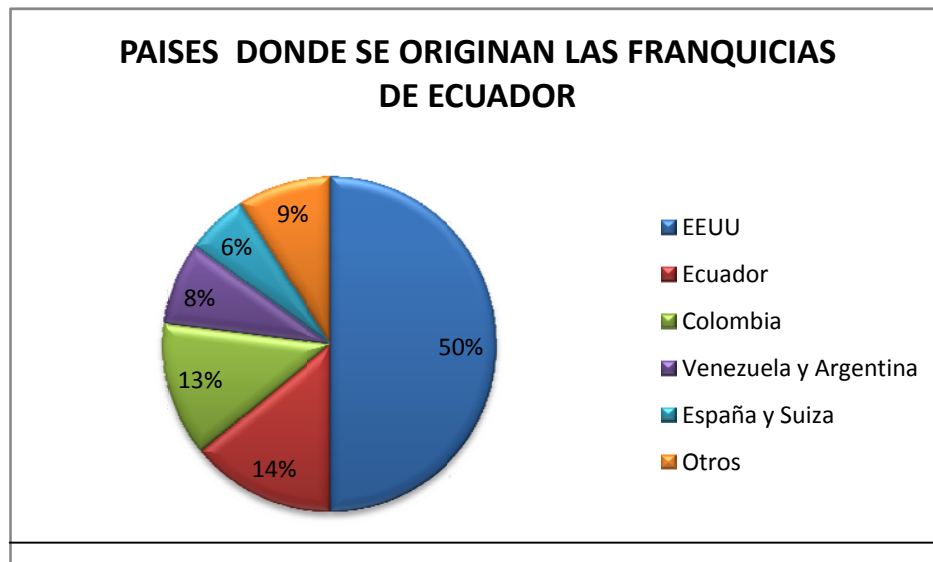


Gráfico No. 30: Países de origen de las franquicias

Fuente: Federación Iberoamericana de Franquicias

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

Actualmente existen 168 franquicias y microfranquicias en el Ecuador, según menciona el Ingeniero Guido Santillas "La ventaja es que la empresa crece rápidamente a un costo bajo; el negocio ya es probado, se conoce el mercado y se maneja una economía de escala", razón por la cual esta idea innovadora tiene tanta acogida se comenzó a motivar para el uso de esta modalidad en 1997, con la organización del Primer Seminario Internacional de Franquicias, que se desarrolló en Guayaquil, contó el presidente de Aefrán, Leonidas Villagrán. En ese mismo año, se creó la asociación y algunas marcas como Yogurt Persa, Farmacias Cruz Azul y Docucentro Xerox empezaron a vender sus franquicias. Ahora, cerca de 30 firmas nacionales trabajan bajo ese sistema.

El Restaurante Pim's, que está en el mercado desde hace 30 años, comenzó a vender franquicias desde hace seis años, a un costo de \$35 mil por cinco años y una regalía mensual de 9,5%. Ofrece, entre otras cosas, el manual de funcionamiento del local, recetas de los platos característicos de la firma, capacitación del personal y decoración de las instalaciones.

Hace cinco años, Expocolor también confió en esta modalidad. Esta empresa ya se expandió en todo el país con 13 franquicias. La inversión del franquiciante es de \$9 500 más IVA, la adecuación del local y el stock inicial de mercadería; mientras que el franquiciante entrega rotulación, pinturas exterior e interior, máquina dosificadora, agitadoras y canecas.

Maqueño Republik, que nació como un almacén de venta de camisetas estampadas con leyendas urbanas, también recibió pedidos de franquiciados interesados. Ya ha vendido dos franquicias por \$28 mil. Ellos ofrecen una rentabilidad neta de \$11 400 mensuales y otros beneficios.

Estos son claros ejemplos del éxito probado de una franquicia o de una microfranquicia ya que en ambos caso reciben el mismo tratamiento y las dos modalidades son igual de exitosas, adicionalmente también se recibe beneficios los clientes, que obtiene servicio de calidad comprobada y más cercano, y sin lugar a duda también se beneficia el país con la creación de fuentes de empleo y su aporte como sector a la economía:

- **Facturación:** 800 millones de dólares
- **Empleos directos:** 8.302 personas
- **Empleos indirectos:** 3.465 personas

Con la información antes mencionada confirma que el mercado del Ecuador es muy atractivo para inversiones en la modalidad de franquicias y microfranquicias, en el caso del proyecto que desarrollamos como tesis se hace indispensable mencionar que en el Ecuador no existen franquicias con perfil de joyería y sin duda alguna es un mercado totalmente nuevo que necesita ser atendido, a nivel mundial existen 35 franquicias y todas con éxito comprobado.

En nuestro país pese a ser un tema relativamente nuevo presenta cifras muy alentadoras, lo que nos invita a desarrollar la idea de que Gemas y Joyas Cristalina transforme su giro de empresa a la modalidad de microfranquicia, permitiendo que el negocio crezca con dinero de terceros ganando imagen y mejores ingresos.

5.1.2. MERCADO META – ACEPTACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

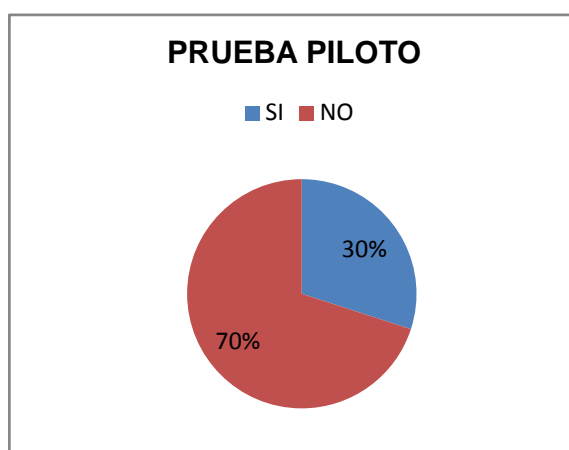
Gemas y Joyas atiende en su mayoría a mujeres, por lo tanto las microfranquicias estarán enfocadas a este segmento de mercado. Para establecer la aceptación de la idea de franquiciar en el segmento antes mencionado se realiza la aplicación de encuestas.

En la elaboración de una encuesta, cuya pregunta filtro es:

¿LE GUSTARÍA EMPRENDER SU PROPIO NEGOCIO?

En la que entendemos al NO como ocurrencia y al SI como rechazo, hemos obtenido los siguientes resultados:

Si	6
No	14



El cuadro indica que existe un mercado potencial para el proyecto del 70%, por lo tanto es conveniente continuar con el desarrollo de la idea de negocio.

Para determinar el tamaño de la muestra que se debe tomar, y considerando que la población es infinita de nuestro estudio (como lo son personas emprendedoras, profesionales y mujeres en general) y conociendo la probabilidad de ocurrencia

por nuestra prueba piloto, se aplicará la fórmula que es utilizada cuando el Universo es mayor de 100.000 elementos.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra

N= tamaño del universo

z = nivel de confianza deseado, que será del 95%, en donde el valor que representa es de 1.96 en la tabla de la curva normal.

p = proporción estimada de éxito

q = proporción estimada de fracaso

e = representa el error de estimación, el cual se considera del 5%.

Reemplazando la fórmula especificada, se obtiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 724416 * (0.70) * (0.30)}{(0,05)^2 * (724416 - 1) + (1.96)^2 * (0.70) * (0.30)}$$

n= 322 personas

Una vez aplicada la fórmula que corresponde al tamaño de la muestra, se ha determinado que el número de personas a encuestar es 322. Como sugerencia para un dato más certero se recomienda que se aplique un promedio entre el número de

clientes del los tres últimos meses, esto ya que es un dato específico del movimiento propio del negocio. Por lo tanto se aplicaran 160 encuestas.

2010	Número de facturas	
	ENERO	122
	FEBRERO	112
	MARZO	241
PROMEDIO	158	

Una vez aplicadas las encuestas y realizada la tabulación de las preguntas (revisar anexo 1 y 2), los resultados que hemos encontrado son los siguientes:

- La encuesta fue aplicada solo a mujeres, el 79% de éstas son personas de 25 años de edad en adelante con un nivel de educación técnico y universitario. Estas personas fueron seleccionadas por mostrar interés en temas de emprendimiento, finanzas personales y negocios familiares, de esta forma al aplicar la encuesta se pudo determinar que al 76% de ellas les gustaría emprender su propio negocio.
- El 70% de las encuestadas manifestó que conoce el término microfranquicia ya que lo relacionaron rápidamente con las franquicias que es un tema más conocido, y el 82% de ellas indicó que le interesaría invertir en una franquicia.
- Los sectores preferidos para realizar una inversión en temas de franquicias por ser los más conocidos son con un 36% las franquicias de comida y alimentos, seguido de un 31% las de

joyas y bisutería y en tercer lugar con un 19% las de belleza en especial las cadenas de peluquerías colombianas.

- Con respecto a la aceptación de una minifranquicia de G&J Cristalina, se estableció que el 56% de las personas encuestadas si invertirían sus recursos en una franquicia de joyería.
- Esta aceptación en general de las microfranquicias se debe a que un 74% considera que es mejor una franquicia a un negocio común que hay que empezarlo sin apoyo o asesoría de un negocio ya probado, por esa razón el 87% le gustaría conocer la idea de un negocio de éxito con garantía como es el caso del desarrollo de microfranquicias.

5.1.3. CARACTERÍSTICAS DE COMPRA DE LOS FRANQUICIATARIOS

- El mercado al que Gemas y Joyas Cristalina está dirigido es de personas de clases media y alta, ya que son quienes en su mayoría adquieren joyas en especial las damas quienes buscan complementar su belleza con accesorios entre ellos las joyas de plata.
- En el caso de las microfranquicias se enfocara a personas emprendedoras que decidan invertir su dinero en la idea de un negocio que ya fue probado y que es exitoso, en un rango

de edad de 25 a 35 años preferentemente o de una edad superior.

- Se espera que en su mayoría los interesados sean mujeres profesionales o emprendedoras con ganas de empezar su propio negocio y que tienen ganas de trabajar por incrementar sus propios ingresos y de sus familias.
- Adicionalmente los interesados en la adquisición de la microfranquicia reciben el know how del negocio lo que sin duda es de gran utilidad ya que reciben indicaciones de cómo llevar a cabo las actividades de la empresa, de esta manera reciben apoyo constante y asesoría por parte de dueño de la franquicia.
- Los emprendedores o inversionistas deben estar dispuestos a adquirir una franquicia del negocio y los dueños de G&J Cristalina deben compartir el know how con sus nuevos socios, entendiéndose así porque el negocio puede crecer con dinero de terceras personas y las partes resultan beneficiadas.

5.1.4. COMPETIDORES MÁS IMPORTANTES

G&J Cristalina tiene entre sus competidores más importantes a varias joyerías que se dedican a la elaboración y comercialización de joyas de plata, entre las más importantes tenemos:

EMPRESA	CARACTERÍSTICAS
LA MINA	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas de joyas de plata • Precios elevados • Varias sucursales en la ciudad de Quito • Ubicación estratégica en varios centros comerciales • Joyas importadas desde México tipo esmaltadas
TERRA PLATA	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de joyas de plata, perlas, piedras semipreciosas y accesorios • Precios elevados • Ubicada en el CCNU única sucursal • Importadores directos
ISLA DE LA PLATA	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de joyas de plata • Ubicada en centros comerciales de la ciudad • No funciona en local comercial sino en islas en los pasillos de los centros comerciales. • Precios elevados
HAGA Y VENDA	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de perlas, piedras semipreciosas y swarovski • Precios bajos • Ubicada en el CCNU única sucursal • Clientes de varias edades y clases sociales
ARTESANIAS TINTA	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de joyas de plata trabajadas a mano con motivo artesanal y diseños propios de culturas ecuatorianas. • Precios promedio • Única sucursal en Sangolquí • Trabaja con embajadas y con el Gobierno

Tabla No. 3: Análisis de la Competencia

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

Estas son las principales empresas con las que compite en el mercado G&J Cristalina, sin embargo la joyería tiene tres grandes ventajas sobre su competencia:

- Diseños exclusivos trabajados a mano con materiales de excelente calidad y se los realiza hasta en un día dependiendo de la urgencia del cliente.
- Precios inferiores a los del mercado y un único descuento en ventas al por mayor del 30%, lo que le permite en algunos casos como en el de TERRA PLATA ser uno de sus proveedores.
- Servicios adicionales de reparación y reciclaje de joyas para los clientes y garantía de un año en los productos comprados.

5.2. EVALUACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN DE MARCA

5.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE PRODUCTOS

La microempresa maneja tres productos principales:

- **Elaboración y comercialización de joyas ecuatorianas**

Esta línea se maneja mediante la fabricación de joyas en los talleres, es



decir se trabajan a mano con plata reciclada o plata granulada, se realizan en su mayoría modelos propios del arte ecuatoriano y trabajos especiales bajo pedido.

- **Importación y comercialización de joyas, perlas, accesorios y piedras semipreciosas**

Se importan varios productos de distintas partes del mundo, buscando siempre exclusividad en la mercadería y por supuesto calidad, en cuanto a joyas se importa en su



mayoría joyas de plata rodinada con circones, perlas y piedras en sargas y accesorios de distintos diseños.

- **Servicio de reparación y reciclaje**

La joyería presta el servicio de reciclaje que consiste en que los clientes traigan sus joyas que ya no usan y se las funde para crear un nuevo diseño o el servicio de reparación en el caso de



que se haya roto o desoldado una pieza, en ambos casos se lleva al taller y ahí son reparadas las joyas o se funde la plata.

5.2.2. MATERIA PRIMA Y EQUIPO DE LA EMPRESA

En el local de Gemas y Joyas Cristalina se utilizan herramientas como:

- Tenazas
- Limas
- Brocas
- Sierras

Para elaborar cierto tipo de joyas (accesorios) se utilizan:

- Hilo nylon
- Hilo de plata
- Accesorios en plata
- Perlas
- Piedras
- Cabuchones
- Cristal swarovski
- Pegamento

5.2.3. DEFINICIÓN DE PROVEEDORES ESTRATÉGICOS

Gemas y Joyas Cristalina cuenta con un selecto grupo de proveedores, que son quiénes se encargan de abastecer con las joyas que pertenecen a la línea de productos importados, se los considera claves ya que con este segmento de la mercadería se logra satisfacer las necesidades de nuestra

exigente clientela, entre los más importantes podemos mencionar:

INSUMO	PROVEEDOR
Plata	Edmundo Blacio
Piedras semipreciosas	Gemstone
Perlas	Yau Shing
Joyas	Sun jewelry

Tabla No. 4: Proveedores Estratégicos

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

5.2.4. PROCESOS CLAVES DE LA EMPRESA

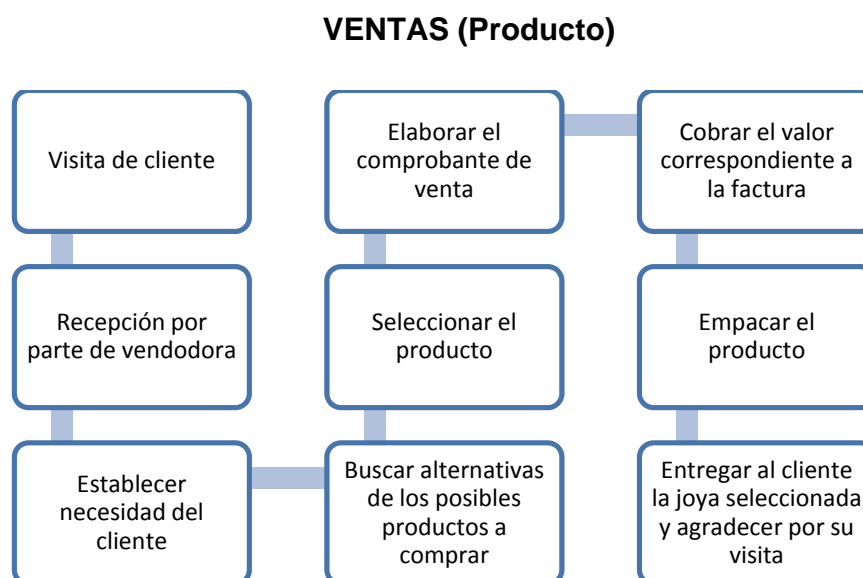


Gráfico No. 31: Proceso de Ventas (Producto)

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

VENTAS (Servicio)

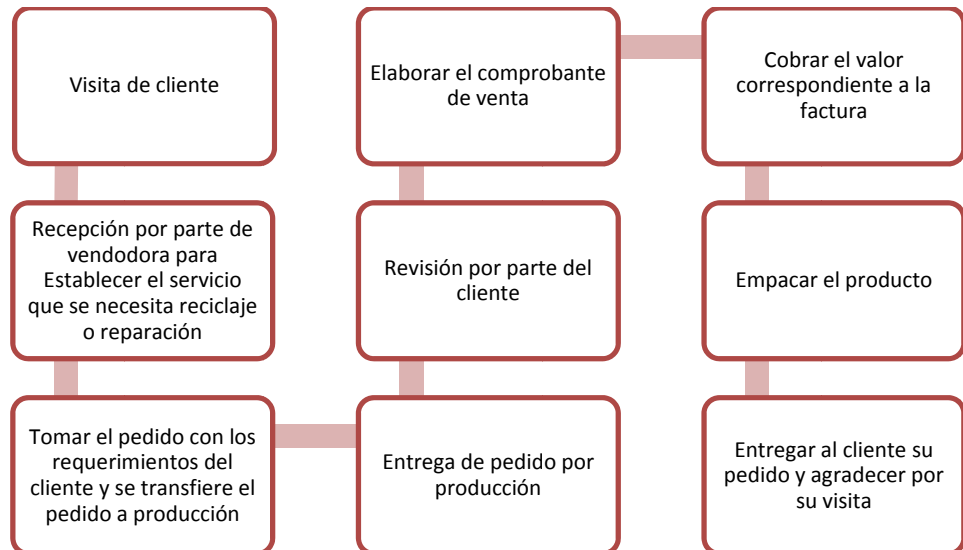


Gráfico No. 32: Proceso de Ventas (Servicio)

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

PRODUCCIÓN

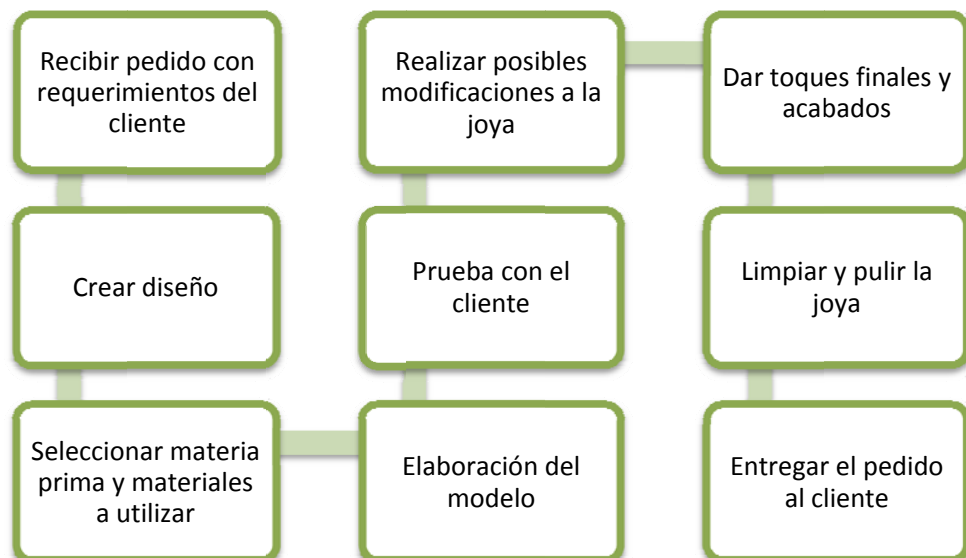


Gráfico No. 33: Proceso de Producción

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

CONTABILIDAD

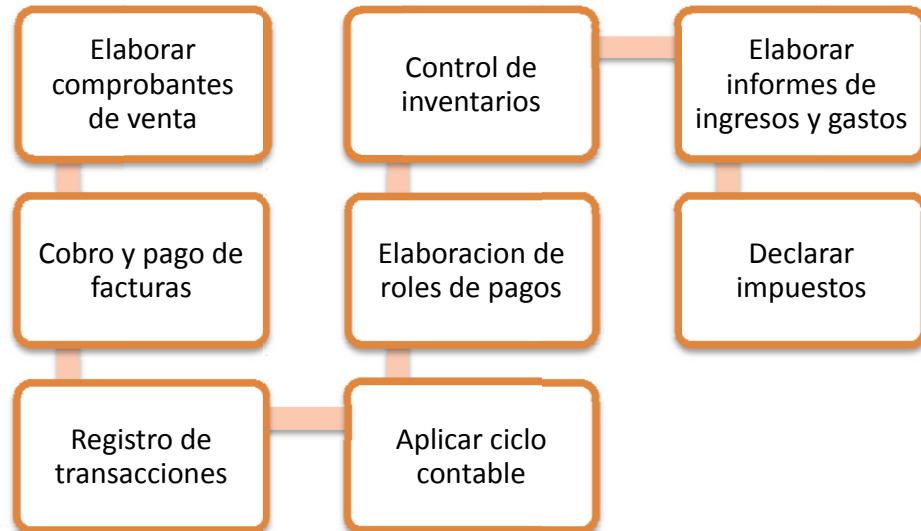


Gráfico No. 34: Proceso Contable

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

COMPRAS

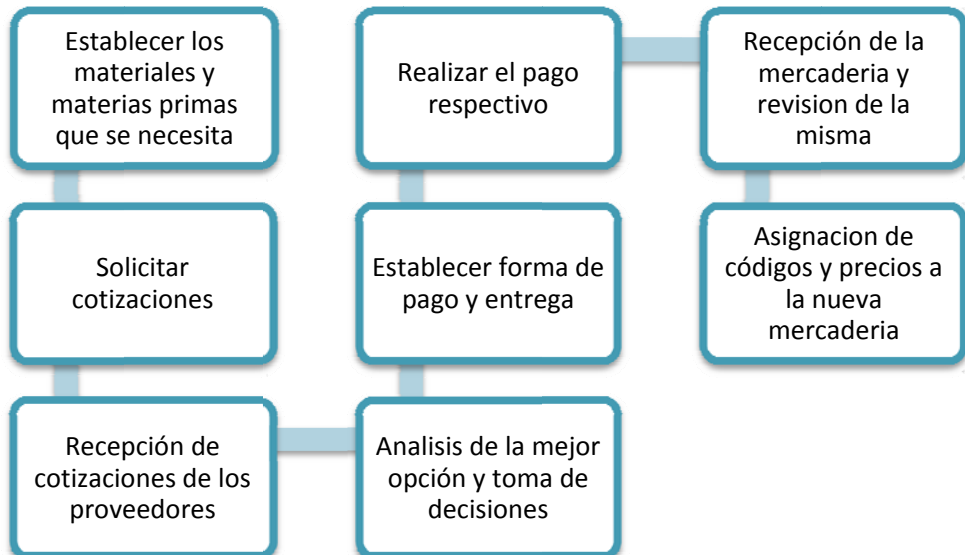


Gráfico No. 35: Proceso de Compras

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

5.2.5. RECURSOS HUMANOS

El área de recursos humanos en una franquicia resulta muy importante ya que debe ser equipo de trabajo que tenga la capacidad de actuar con eficiencia a todo momento.

El local actualmente trabajan 5 personas con las siguientes funciones:

- **PROPIETARIA**

Esta persona es la dueña del local y la inversionista principal, adicionalmente es quién se encarga de crear los diseños exclusivos para cada uno de sus clientes.

- **GERENTE**

Es el encargado de administrar el giro de negocio, de las relaciones públicas de la microempresa, y la toma de decisiones al igual que los trámites de importación.

- **ASISTENTE DE CONTABILIDAD**

Persona encargada de registrar todos los movimientos contables, ingreso de facturas, ordenes de productos, en general todas las transacciones de la joyería. Adicionalmente se desempeña como vendedora y atención al cliente.

- **ASITENTE DE PRODUCCIÓN**

Es quién se encarga de la elaboración de joyas en el local y al igual que la propietaria es quien diseña modelos

exclusivos, de igual forma es quien repara las joyas que no necesitan llevarse al taller. Adicionalmente se desempeña como vendedora y atención al cliente.

5.2.6. ANÁLISIS FINANCIERO PARA EL RETORNO DE LA INVERSIÓN

Se ha realizado una evaluación del periodo de recuperación de la inversión el mismo que generalmente es de tres años, ya que este es el tiempo promedio en el cual un negocio de esta naturaleza recupera su inversión. Para el análisis se utilizaron valores aproximados tomando como base los balances actuales de la joyería y registros de ingresos y gastos del año 2009 que la propietaria mantenía.

Se realizó una estimación de ventas de la joyería tomando en consideración los valores del año 2009 y los primeros 3 meses del año 2010, obteniendo un promedio mensual de ventas que asciende \$ 9.000,00; con este valor se realizó el análisis financiero y es considerado un valor real porque refleja los movimientos propios de la microempresa, que no necesariamente son similares al comportamiento de la economía del país, de igual forma se estableció una estimación de los gastos tomando en cuenta un valor promedio de los gastos del año pasado y el primer trimestre del año en curso, obteniendo un valor de \$ 6.940, con estas cifras se puede establecer el movimiento de la microempresa y con ello identificar el tiempo en el cual se recuperara la inversión inicial.

Para establecer el valor de la inversión inicial se especificó un inventario inicial de \$15.000 que corresponde al 12% del inventario actual de la microempresa, que es el porcentaje que se vende en promedio de forma trimestral en la joyería, se requiere una inversión en materiales de \$2.500 que corresponden a las compras de insumos como hilo nylon, elástico, pegamento, herramientas empleadas en el armado de las joyas y demás útiles para el desarrollo de la actividad microempresarial, adicionalmente se requiere la compra de un equipo de computación de \$1.100 para un mejor control del negocio, en cuanto a gastos de constitución en los que incluyen honorarios y trámites asciende a \$ 8.000 y finalmente el valor de la garantía del arriendo del local comercial que es de \$1.400, si el local se ubica en el norte de la ciudad de Quito, la suma de estos valores ascienden a \$28.000, los mismos que se recuperan a los 14 meses de funcionamiento de la microfranquicia según las ventas y gastos mensuales de la microempresa.

A partir del mes 14 se recupera la inversión con una utilidad de \$840, y a partir del mes 15 se obtiene una utilidad aproximada antes de impuestos de \$2.000 mensuales. Se debe tomar en cuenta que estas cifras son para un negocio exactamente similar Gemas & Joyas Cristalina, que es la idea básica de una microfranquicia.

RETORNO DE LA INVERSIÓN GEMAS & JOYAS CRISTALINA AÑO 1

INVERSION INICIAL	28.000,00
Inventarios	15.000,00
Materiales	2.500,00
Equipos	1.100,00
Gastos	8.000,00
Local comercial	1.400,00

12% de inventarios actuales (\$ 98.590)

AÑO 1												
Retomo de la inversión	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	25.940,00	23.880,00	21.820,00	19.760,00	17.700,00	15.640,00	13.580,00	11.520,00	9.460,00	7.400,00	5.340,00	3.280,00
Ventas	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
(-) Gastos	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00
(=) Utilidades	2.060,00	4.120,00	6.180,00	8.240,00	10.300,00	12.360,00	14.420,00	16.480,00	18.540,00	20.600,00	22.660,00	24.720,00

AÑO 1													
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
VENTAS	100%	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
Joyas elaboradas en taller	30%	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
Joyas importadas	45%	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00
Servicios	25%	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00

AÑO 1													
GASTOS		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Arriendo		1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
Sueldos y Salarios		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Servicios Básicos		250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Seguridad		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Depreciaciones		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Costo de ventas		1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
Suministros de oficina		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Varios		360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
TOTAL GASTOS		6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00

AÑO 2

	AÑO 2											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Retomo de la inversión	1.220,00	-840,00										
Ventas	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
(-) Gastos	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00
(=) Utilidades	26.780,00	28.840,00	30.900,00	32.960,00	35.020,00	37.080,00	39.140,00	41.200,00	43.260,00	45.320,00	47.380,00	49.440,00

		AÑO 2											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
VENTAS	100%	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
Joyas elaboradas en taller	30%	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
Joyas importadas	45%	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00
Servicios	25%	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00

GASTOS	AÑO 2											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Arriendo	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
Sueldos y Salarios	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Servicios Básicos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Seguridad	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Depreciaciones	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Costo de ventas	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
Suministros de oficina	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Varios	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
TOTAL GASTOS	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00

AÑO 3

AÑO 3												
Retomo de la inversión	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
(-) Gastos	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00
(=) Utilidades	51.500,00	53.560,00	55.620,00	57.680,00	59.740,00	61.800,00	63.860,00	65.920,00	67.980,00	70.040,00	72.100,00	74.160,00

AÑO 3													
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
VENTAS	100%	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
Joyas elaboradas en taller	30%	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
Joyas importadas	45%	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00
Servicios	25%	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00

AÑO 3													
GASTOS		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Arriendo		1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
Sueldos y Salarios		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Servicios Básicos		250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Seguridad		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Depreciaciones		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Costo de ventas		1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
Suministros de oficina		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Varios		360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
TOTAL GASTOS		6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00	6.940,00

5.3. PROCESOS DE LEGALIZACIÓN DE LA MICROFRANQUICIA

5.3.1. ESTRUCTURA JURÍDICA

ASPECTOS LEGALES DE LA FRANQUICIA EN ECUADOR ²⁷

*un negocio exitoso + marcas registradas
pueden convertirse en una franquicia
exitosa si se siguen los pasos correctos*

El Ecuador se ha beneficiado en los últimos tiempos del ingreso de negocios similares a los que existen en otros Países, principalmente en los Estados Unidos. Se han abierto también negocios originarios de Colombia, Venezuela, Brasil, México, etc., con la particularidad de que quienes los abren en nuestro País, son empresarios ecuatorianos -o radicados en el Ecuador- que han obtenido un permiso para hacerlo. Este permiso es el llamado franquicia.

También es conocido como franquicia el negocio en sí, el establecimiento que se ha abierto por permiso del dueño del concepto, con ciertas particularidades.

Esas particularidades consisten que lo que se da permiso no es solamente el uso del nombre de un establecimiento, sino de todo un sistema, también llamado formato de negocio.

Jurídicamente, nos referimos justamente a la Franquicia de Formato de Negocio.

²⁷ Dr. Leonidas Villagrán, Presidente de la Asociación de Franquicias del Ecuador

El boom internacional de las Franquicia de este tipo es la respuesta a la marcada tendencia de la preminencia del comercio basado en la propiedad intelectual. En el formato de negocios se incluyen caracteres como el nombre comercial, las marcas que el establecimiento o concepto utiliza, patentes industriales, secretos comerciales o industriales, manuales de procedimientos o de operación. También pueden incluirse programas de ordenador (software), diseños industriales y hasta música. Recordemos que cuando visitamos estos lugares, sus establecimientos tienen un sin número de elementos comunes con otros del mismo nombre.

Al mismo tiempo, la Franquicia de Formato de Negocios, supone la obligación del Franquiciador de proveer asistencia técnica al Franquiciado, el know-how del manejo del negocio. En todo caso, siempre el riesgo empresarial le compete al franquiciado.

La Franquicia puede incluir la distribución de productos por parte del franquiciador o por parte de los proveedores que se establezcan. Podría significar que el franquiciado sólo deba adquirir dichos productos de aquellas fuentes, so pena de incurrir en violación contractual.

Sin embargo, una de las primeras preguntas que hacen las personas interesadas en desarrollar una franquicia en Ecuador o adquirir una, se refiere a lo que la ley ecuatoriana dice al respecto. En este sentido, hay que ser enfáticos, **en que en nuestro País no existe legislación para las franquicias (como sí lo hay ampliamente en los Estados Unidos), y que la principal fuente de obligaciones en**

nuestro País, deberá provenir del convenio que suscriban las partes. Además de esto, es necesario considerar que es obligatorio considerar las normas establecidas en la **Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento**, así como en las **disposiciones pertinentes del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)** ya que lo que se concede o permite usar en este tipo de negocios, es justamente propiedad intelectual. Normas jurídicas que deben tomarse en cuenta son también las provenientes del **Código Civil y el Código de Comercio.**

Sin embargo de lo expresado, en el tema laboral, al momento del desarrollo de la franquicia en el Ecuador, se deberán tomar en cuenta las disposiciones del **Mandato 8 aprobado por la Asamblea Nacional Constituyente el 30 de abril del 2008**, el cual se prohíbe la tercerización en las actividades a las que se dedique la empresa. Esto podría implicar que las empresas que se configuren como franquiciantes deban dedicarse a actividades de licencia de marcas y propiedad intelectual, y no al manejo y operación del negocio a franquiciarse. Quienes adquieran franquicias extranjeras para Ecuador u otros lugares podrán encontrar en sus contratos casos en los que se someten las controversias a leyes, tribunales y procedimientos de otros países. *"La palabra "franquicia" tiene origen francés, significa libertad o derecho concedido. Originalmente la palabra se utilizó en las épocas medievales y el derecho tenía que ver con la explotación de las tierras ríos, bosques o algún otro dominio del rey..."*²⁸

²⁸ PATIÑO, Francisco.

LO QUE NO ES FRANQUICIA

- No es un sistema simple de distribución. En la franquicia está involucrada la concesión no sólo de productos, sino también de un esquema o un formato de negocios, esto es, propiedad intelectual.
- La Franquicia no involucra un contrato de mandato, agencia o representación. Tanto el concedente (franquiciador) como el concesionario (franquiciado) son personas diferentes, que no se representan ninguno a otro. El franquiciado es considerado un empresario independiente.
- Valor o instrumento de inversión. Si bien la Franquicia podría ser considerada contablemente como un activo, no constituye por sí sola una inversión, que pudiera ser transmitida libremente. Por lo general la concesión de una Franquicia se la otorga por consideración a la persona, al concesionario, y cualquier transferencia de derechos supone sea calificada y autorizada previamente por el franquiciador.
- No es una relación fiduciaria. No hay encargos. Es un permiso que se concede a otra persona para que reditúe un formato de negocios.
- Por el hecho de la Franquicia, no se genera sociedad entre el Franquiciador o Franquiciado, la Franquicia no involucra una relación laboral entre las partes.

Con lo citado anteriormente podemos notar con claridad que no existe normativa legal que regule el tratamiento de franquicias en el Ecuador, por esta razón se hace indispensable que se estipule con claridad en el contrato el funcionamiento de la franquicia y se recomienda ser muy específicos en cuanto a la confidencialidad de la información que se le entregara.

5.3.2. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Gemas & Joyas Cristalina actualmente está registrada bajo el nombre de la señora Patricia Tinta como persona natural obligada a llevar contabilidad, su actividad principal es la de fabricar y comercializar joyas de plata.

5.3.3. PERMISO MUNICIPAL

El local cuenta con todos sus documentos en orden y cuenta con la patente municipal que autoriza el funcionamiento de la joyería ya que cumple con las disposiciones del cabildo.

5.3.4. MARCAS

En cuanto a la marca se encuentra en proceso de legalización, se busca registrar en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

Como recomendación sería muy importante que se cambie de nombre en la marca, ya que es un nombre descriptivo y genérico lo que ocasiona que sea fácil de imitar.

5.4. SEGUIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN

5.4.1. FACTIBILIDAD DE LA PEQUEÑA EMPRESA COMO MICROFRANQUICIA

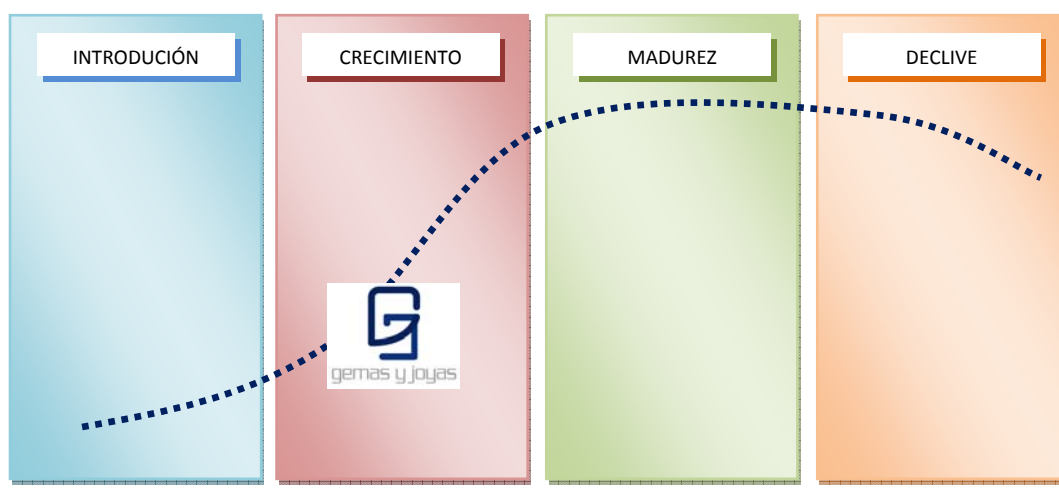


Gráfico No. 36: Factibilidad de conversión en Microfranquicia

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

	Introducción	Crecimiento	Madurez	Declive
Ventas	bajas	altas	constantes	bajas
Gastos	altos	bajos	constantes	altos
Utilidades	bajas	altas	constantes	bajas
Procesos	prueba y error	estandarizados	constantes	prueba y error

Tabla No. 5: Fases de crecimiento de un negocio

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Ventas	La joyería presenta un excelente nivel de ventas, se vende en promedio mensual \$ 12.000 USD esto analizando el último año de actividades, los meses de mayor venta son febrero por el día del amor y la amistad, en mayo por el día de las madres y en diciembre por navidad su tendencia es de crecimiento.
Gastos	Existe un nivel de gastos de aproximado mensual es de \$ 8.800 USD, los gastos principales son en sueldos, servicios básicos, seguros e insumos, todos estos son indispensables para el funcionamiento de la joyería, sin embargo este valor puede ser optimizado realizando un análisis de costos y gastos, buscando mejores alternativas y probablemente financiamiento.
Utilidades	Las utilidades de la microempresa son en promedio \$3.500 USD, que representa un valor aceptable para el sector, y una rápida recuperación de la inversión inicial.
Procesos	La microempresa tiene identificados sus procesos más no los tiene documentados, continúan aún en la fase de prueba y error, es importante la estandarización de los mismos y la elaboración de un manual de procesos.

Tabla No. 6: Conceptos económicos de análisis

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

5.4.2. DEFINICIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA COMO FRANQUICIA

Una vez analizado el funcionamiento de Gemas & Joyas Cristalina, se puede establecer que el modelo de negocio que se debe aplicar es una franquicia de distribución con regalías mixtas.

El modelo de centro de distribución funcionaría de la siguiente forma:

- En primer lugar se deberá elaborar un contrato de minifranquicia entre el franquiciante (dueño del negocio G&J) y el franquiciatario (inversionista de la minifranquicia). Como sugerencia sería importante entregar el formato de contrato con anterioridad para que las partes involucradas se encuentren enteradas de la información que consta en el documento.
- Tomando como base el contrato, franquiciante (G&J) se compromete a ceder la licencia de marca y los signos de identificación de la misma (Logotipo, colores corporativos, etc), así como el indicar el área geográfica de operación al franquiciatario.
- Adicionalmente se compromete a entregar el "know-how" al franquiciado a través de capacitación del personal y la entrega de las joyas a comercializar, deberá explicar a detalle la operación del negocio además de brindar soporte técnico durante la operación de la minifranquicia.

- El franquiciante también se ve obligado a realizar una inversión publicitaria de la marca entregando los materiales necesarios para la publicidad de la joyería, el franquiciatario y su personal tienen la libertad de sugerir nuevas formas de mercadotecnia.
- El franquiciatario por su parte deberá pagar un cargo inicial además de regalías que se definirá como un porcentaje sobre las ventas, deberá preservar la imagen de marca y sujetarse a los valores de la empresa, así como respetar el know-how transmitido.
- El franquiciatario se compromete a adquirir únicamente las joyas que le sean entregadas por Gemas y Joyas Cristalina como franquicia maestra.

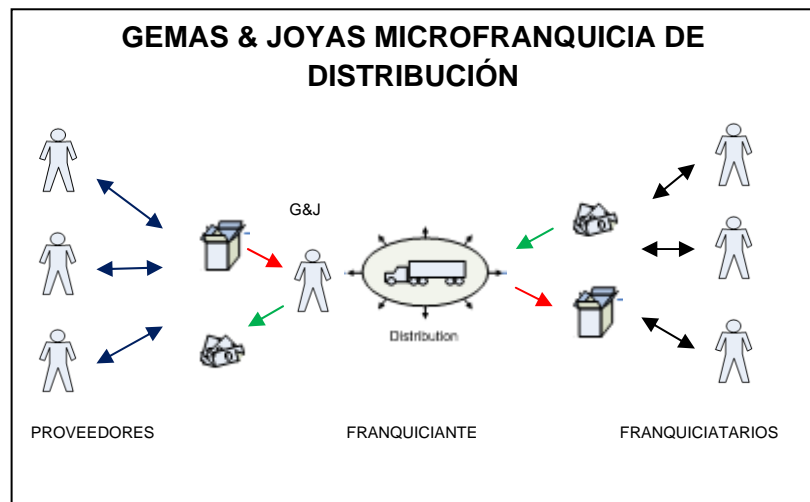


Gráfico No. 37: Microfranquicia de Distribución

Elaboración: Gabriela Aguilar – Evelin Landeta

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- A pesar de que el 85% de las empresas en Ecuador son familiares, y en general el sector microempresarial representa el 60% de la población ecuatoriana económicamente activa no existen definidos lineamientos que aseguren o faciliten la permanencia de los negocios en el mercado a lo largo del tiempo; como tampoco se ha establecido una legislación que ampare y promueva la cristalización de ideas emprendedoras.
- La reestructuración contable tributaria de la microempresa abarca los aspectos principales y políticas de las partidas que se verán reflejadas en los estados financieros, sin embargo el sistema computarizado empleado para tal efecto resulta básico y general para cubrir las necesidades de información que el negocio requiere, no tiene un modulo específico que condense la información respecto al área productiva y por lo tanto apenas lograría ubicarse en la segunda generación de tecnología para el pago de regalías en una microfranquicia.
- Gemas & Joyas Cristalina presenta una estructura financiera conservadora, no se evidencian problemas de liquidez y su nivel de activos corrientes más líquidos le permiten cubrir sus pasivos corrientes con total tranquilidad; se debe sin embargo considerar que una rotación lenta del capital de trabajo puede generar la

acumulación de recursos ociosos, lo cual afectaría la rentabilidad del negocio.

- La falta de familiarización de la gerente propietaria con las herramientas tecnológicas actuales, genera barreras para una reestructuración de la microempresa, toda vez que la resistencia al cambio obliga a adoptar medidas alternativas de organización que satisfacen las exigencias de la propietaria más no las necesidades de transformación del negocio para calificar como apto hacia una elevación de microfranquicia.
- Considerando que la microfranquicia es la práctica de utilizar el modelo de negocio de otra persona y que para ello la franquicia maestra debe contar con manuales de procesos, con dos sucursales y mínimo dos años de funcionamiento, tiempo en el cual se probará la rentabilidad del negocio, se determina que la microempresa Gemas & Joyas está encaminada correctamente para incursionar en esta transformación, sin embargo de manera inmediata no cumple con todos los requisitos para esta evolución ya que solo funciona en una oficina matriz, es decir, no tiene sucursales, no tiene definidos manuales de procesos y en algunos aspectos el área productiva carece de automatización recurriendo a una elaboración de las piezas en base a la experiencia tanto del artesano como de la propietaria.

6.2. RECOMENDACIONES

- La falta de apoyo gubernamental y la inexistencia de políticas a favor de la microempresa son factores determinantes para el fracaso de un negocio emprendido durante su primer año de existencia, por ello se debe crear de manera interna un plan de sucesión y entrenamiento para crear valor y mantener el emprendimiento. Se evitará con ello que el 75% de las empresas familiares que pasan de la primera a la segunda generación fracasen.
- Respecto al sistema contable computarizado, es necesario analizar la posibilidad de adquirir un paquete informático que se ajuste a las necesidades de la microempresa, especializándose en el módulo de producción y costos de tal manera que la información con la que la gerencia tome decisiones esté acorde a la realidad del giro del negocio y con un solo click se disponga de los datos necesarios para determinar la cuantía de la regalía a recibir en caso de evolucionar hacia una microfranquicia.
- La favorecida posición de liquidez en la que se encuentra el negocio hace que no sea imprescindible recurrir a fuentes de financiamiento externo para llevar a cabo una expansión, por ello los recursos ociosos que mantiene la microempresa deben ser invertidos en la apertura de las sucursales mínimas requeridas como requisito para una transformación hacia microfranquicia, viéndose ello reflejado en la rentabilidad del negocio.
- Para disminuir la resistencia al cambio y lograr un proceso de reestructuración del negocio de una manera más ágil, es necesario ir de la mano con las tendencias tecnológicas

actuales por ello combinar en la administración la primera y segunda generación familiar lograría la mezcla perfecta entre experiencia e innovación.

- Para acelerar la transformación de microempresa a microfranquicia el negocio debe buscar una mayor automatización sobre todo de los procesos administrativos, y crear manuales de procesos que estandaricen las actividades para con ello reducir la elevada dependencia de la experiencia de la gerente propietaria.

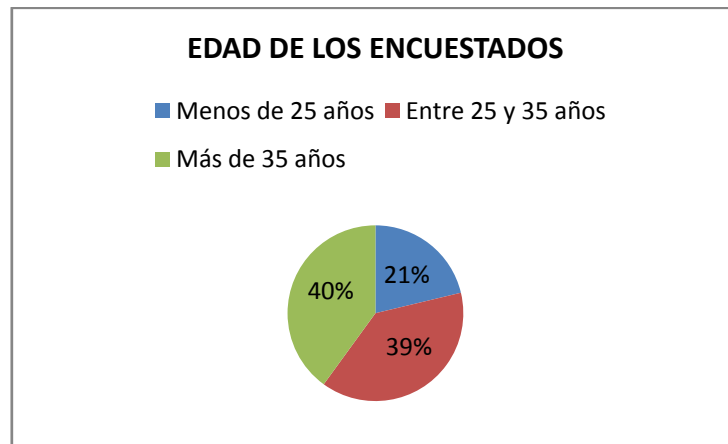
6.3. BIBLIOGRAFÍA

- Proyecto de microempresas y microfinanzas en el Ecuador/ USAID línea de base 2004
- “Régimen Legal para la Microempresa y Microcrédito de Luis Torres presidente ejecutivo de la Fundación Avanzar
- Proyecto de Mecanismo Alternativo de Servicios no Financieros para el Desarrollo de las Microfinanzas en el Ecuador (de autoría propia)
- BRAVO Mercedes, “Contabilidad General y las Normas Internacionales de Contabilidad”
- Boletines microfinancieros de la Red Financiera Rural
- www.superban.gov.ec
- www.sri.gov.ec
- www.bce.fin.ec
- www.comexi.gov.ec
- www.goldprice.com
- www.aefran.org

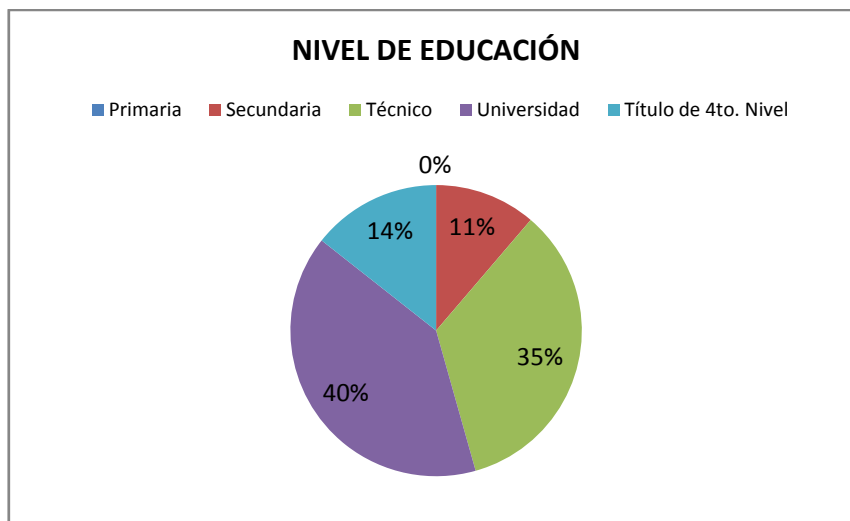
6.4. ANEXOS

Anexo No. 1: Modelo de Encuesta

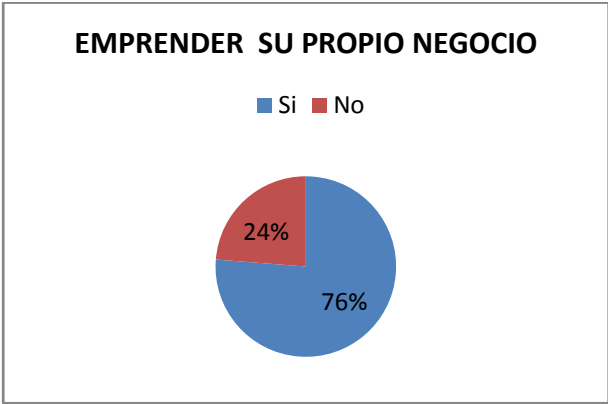
Anexo No. 2: Tabulación de Encuestas



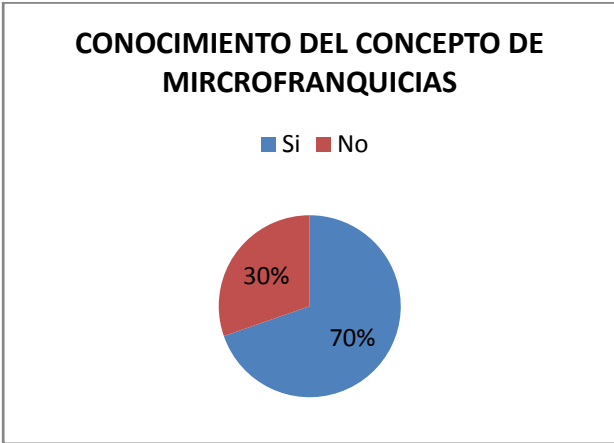
Menos de 25 años	34
Entre 25 y 35 años	62
Más de 35 años	64



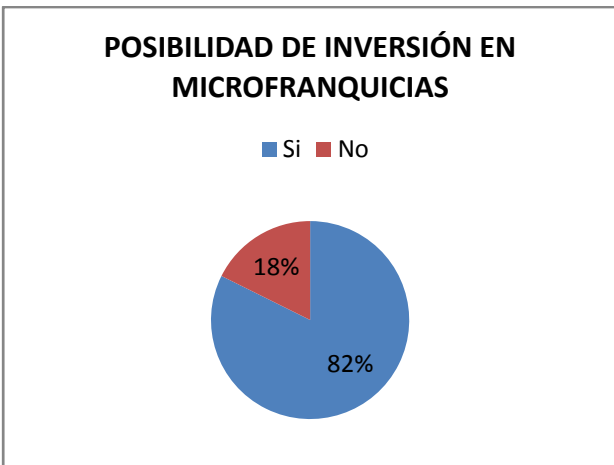
Primaria	0
Secundaria	18
Técnico	55
Universidad	64
Título de 4to. Nivel	23



Si	122
No	38



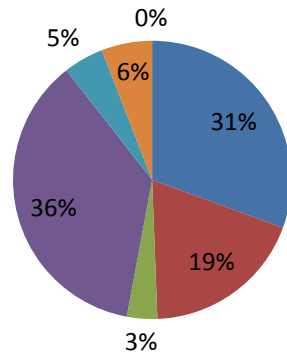
Si	85
No	37



Si	70
No	15

SECTORES DE INVERSIÓN

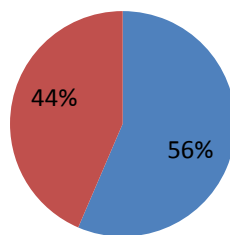
■ Joyas y bisutería ■ Belleza ■ Turismo ■ Comida ■ Moda ■ Salud ■ Otro



Joyas y bisutería	26
Belleza	16
Turismo	3
Comida	31
Moda	4
Salud	5
Otro	0

ACEPTACION DE MICROFRANQUICIA G&J

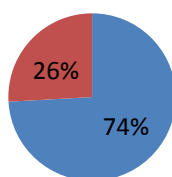
■ Si ■ No



Si	48
No	37

NEGOCIO COMUN vs MICROFRANQUICIA

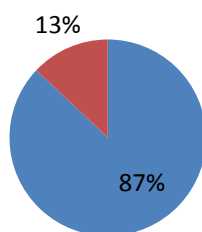
■ Si ■ No



Si	63
No	22

INVERSIÓN EN UN NEGOCIO DE ÉXITO

■ Si ■ No



Si	74
No	11

Anexo No. 3: Plan de Cuentas y su dinámica

GEMAS & JOYAS CRISTALINA PLAN DE CUENTAS

<u>CÓDIGO</u>	<u>DESCRIPCIÓN CTA.</u>	<u>CLASIF.</u>	<u>TIPO CTA.</u>
1	ACTIVO	Activo	De grupo
1.1	CORRIENTE	Activo	De grupo
1.1.1	Caja Chica	Activo	Detalle
1.1.3	Bancos	Activo	De grupo
1.1.3.1	Banco Pichincha Cta. # 3080178304	Activo	Detalle
1.1.3.2	Banco Guayaquil Cta. # 006218296	Activo	Detalle
1.1.4	Cuentas por cobrar	Activo	De grupo
1.1.4.1	Clientes	Activo	De grupo
1.1.4.1.01	Andrea Arcos	Activo	Detalle
1.1.4.1.02	Paulina Armijos	Activo	Detalle
1.1.4.1.03	Nieves Cachiguango	Activo	Detalle
1.1.4.1.04	Tania Cifuentes	Activo	Detalle
1.1.4.1.05	Susana Dávila	Activo	Detalle
1.1.4.1.06	Martha Gandarillas	Activo	Detalle
1.1.4.1.07	Zoila Guerra	Activo	Detalle
1.1.4.1.08	Lourdes Larrea	Activo	Detalle
1.1.4.1.09	Lorena Moyano	Activo	Detalle
1.1.4.1.10	Carmen de Ortiz	Activo	Detalle
1.1.4.1.11	Agusta Pastor	Activo	Detalle
1.1.4.1.12	Susana Samaniego	Activo	Detalle
1.1.4.1.13	Teresa de Zapata	Activo	Detalle
1.1.4.2	Empleados	Activo	De grupo
1.1.4.2.01	Patricia Tinta	Activo	Detalle
1.1.4.2.02	Marcelo Córdova	Activo	Detalle
1.1.4.2.03	Carlos Córdova	Activo	Detalle
1.1.4.2.04	Tania Cifuentes	Activo	Detalle
1.1.4.2.05	Evelin Landeta	Activo	Detalle
1.1.4.2.06	Gabriela Aguilar	Activo	Detalle
1.1.5	(-) Provisión cuentas incobrables	Activo	Detalle
1.1.6	IVA Compras	Activo	Detalle
1.1.7	IVA Retenido	Activo	Detalle
1.1.8	Impuesto Renta Retenido	Activo	Detalle
1.1.10	Inventarios	Activo	De grupo
1.1.10.1	Materias Primas	Activo	Detalle
1.1.10.2	Productos en Proceso	Activo	Detalle
1.1.10.3	Productos Terminados	Activo	Detalle

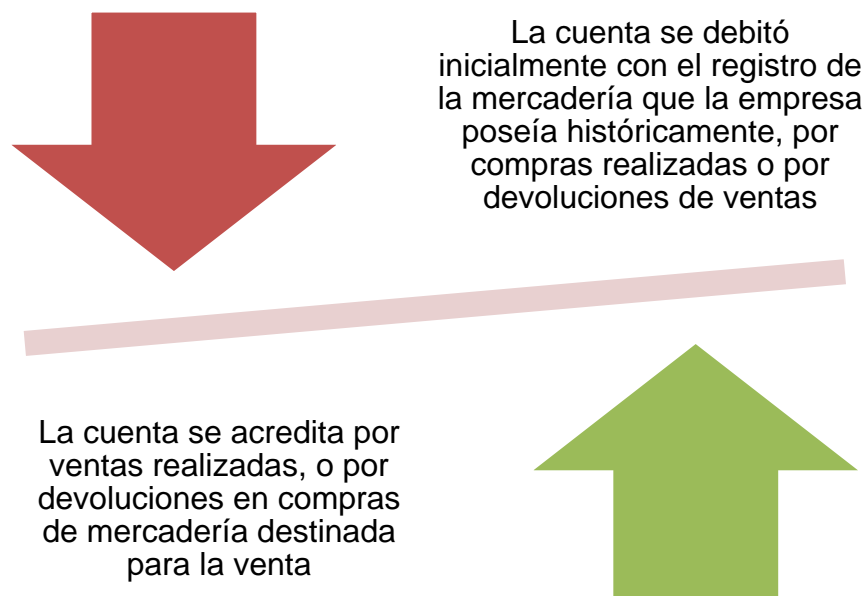
1.2	PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	Activo	De grupo
1.2.1	Equipo de Computación	Activo	Detalle
1.2.2	(-) Depreciación acumulada de eq. computa	Activo	Detalle
1.2.3	Muebles y Equipos de Oficina	Activo	Detalle
1.2.4	(-) Depreciación acumulada de muebles y eq	Activo	Detalle
1.2.5	Muebles y Enseres	Activo	Detalle
1.2.6	(-) Depreciación acumulada de muebles y eq	Activo	Detalle
1.3	DIFERIDOS	Activo	De grupo
1.3.1	Gastos de Constitución (Inversiones preope)	Activo	Detalle
1.3.2	(-) Amortización acumulada gastos constituc	Activo	Detalle
2	PASIVO	Pasivo	De grupo
2.1	CORRIENTE	Pasivo	De grupo
2.1.1	Cuentas por pagar	Pasivo	Detalle
2.1.2	12 % IVA Ventas	Pasivo	Detalle
2.1.3	30 % IVA en bienes por pagar	Pasivo	Detalle
2.1.4	70 % IVA en servicios por pagar	Pasivo	Detalle
2.1.5	100 % IVA en servicios por pagar	Pasivo	Detalle
2.1.6	1 % Impuesto renta retenido por pagar	Pasivo	Detalle
2.1.7	2 % Impuesto renta retenido por pagar	Pasivo	Detalle
2.1.8	8 % Impuesto renta retenido por pagar	Pasivo	Detalle
2.1.9	Sueldos y salarios por pagar	Pasivo	Detalle
2.1.10	IESS por pagar	Pasivo	De grupo
2.1.10.1	Aporte Personal	Pasivo	Detalle
2.1.10.2	Fondo de Reserva	Pasivo	Detalle
2.1.10.3	Préstamo Quirografario	Pasivo	Detalle
2.1.11	Provisiones Sociales	Pasivo	De grupo
2.1.11.1	Décimo tercer sueldo	Pasivo	Detalle
2.1.11.2	Décimo cuarto sueldo	Pasivo	Detalle
2.1.11.3	Vacaciones	Pasivo	Detalle
2.1.12	Participación trabajadores por pagar	Pasivo	Detalle
2.2	NO CORRIENTE	Pasivo	De grupo
2.2.1	Préstamo Bancario largo plazo	Pasivo	Detalle
3	PATRIMONIO	Patrimonio	De grupo
3.1	CAPITAL SOCIAL	Patrimonio	De grupo
3.1.1	Sra. Patricia Tinta	Patrimonio	Detalle
3.1.2	Sr. Carlos Córdova	Patrimonio	Detalle
3.2	RESERVAS	Patrimonio	De grupo
3.2.1	Reserva Legal	Patrimonio	Detalle
3.2.2	Reserva Estatutaria	Patrimonio	Detalle
3.2.3	Reserva Especial	Patrimonio	Detalle

3.3	RESULTADOS	Patrimonio	De grupo
3.3.1	Utilidades presente ejercicio	Patrimonio	Detalle
3.3.2	Utilidades retenidas años anteriores	Patrimonio	Detalle
3.3.3	Pérdidas presente ejercicio	Patrimonio	Detalle
3.3.4	Pérdidas acumuladas años anteriores	Patrimonio	Detalle
4	INGRESOS	Ingresos	De grupo
4.1	OPERACIONALES	Ingresos	De grupo
4.1.1	Ventas	Ingresos	Detalle
4.1.2	Ingresos por Servicios Prestados	Ingresos	Detalle
4.1.3	(-) Descuento en Ventas	Ingresos	Detalle
4.1.4	(-) Devolución en Ventas	Ingresos	Detalle
4.1.5	Utilidad Bruta en ventas	Ingresos	Detalle
4.2	NO OPERACIONALES	Ingresos	De grupo
4.2.1	Intereses ganados	Ingresos	Detalle
5	COSTOS	Costos	De grupo
5.1	COSTO DE PRODUCCIÓN	Costos	De grupo
5.1.1	Materias Primas	Costos	Detalle
5.1.2	Mano de Obra Directa	Costos	Detalle
5.1.3	Costos Indirectos	Costos	Detalle
5.2	COSTO DE VENTAS	Costos	De grupo
5.2.1	Costo de Mercaderías Vendidas	Costos	Detalle
6	GASTOS	Gastos	De grupo
6.1	OPERACIONALES	Gastos	De grupo
6.1.1	Sueldos y salarios	Gastos	Detalle
6.1.2	Aporte Patronal	Gastos	Detalle
6.1.3	Fondo de Reserva	Gastos	Detalle
6.1.4	Remuneraciones Adicionales	Gastos	De grupo
6.1.4.1	Décimo tercer sueldo	Gastos	Detalle
6.1.4.2	Décimo cuarto sueldo	Gastos	Detalle
6.1.4.3	Vacaciones	Gastos	Detalle
6.1.5	Horas extras	Gastos	Detalle
6.1.6	Gastos de Representación	Gastos	Detalle
6.1.7	Honorarios	Gastos	Detalle
6.1.8	Gastos Generales	Gastos	Detalle
6.1.9	Consumo de suministros de oficina	Gastos	Detalle
6.1.10	Gasto arriendo	Gastos	Detalle
6.1.11	Gasto publicidad	Gastos	Detalle
6.1.12	Servicios Básicos	Gastos	De grupo
6.1.12.1	Agua	Gastos	Detalle
6.1.12.2	Luz	Gastos	Detalle
6.1.12.3	Teléfono	Gastos	Detalle
6.1.13	Gasto Cuentas Incobrables	Gastos	Detalle
6.1.14	Depreciación de edificios	Gastos	Detalle

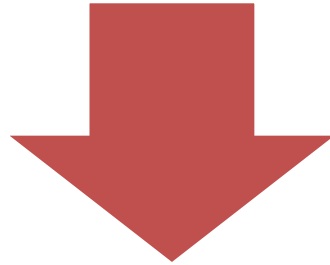
6.1.15	Depreciación de equipo de computación	Gastos	Detalle
6.1.16	Depreciación de muebles y equipos de oficina	Gastos	Detalle
6.1.17	Amortización de derecho de llave	Gastos	Detalle
6.1.18	Amortización de derecho de autor	Gastos	Detalle
6.1.19	Amortización de patentes y franquicias	Gastos	Detalle
6.1.20	Amortización gastos de constitución	Gastos	Detalle
6.1.21	Amortización gastos de organización	Gastos	Detalle
6.1.22	Amortización gastos de investigación de mercados	Gastos	Detalle
6.1.23	Amortización gastos de experimentación y desarrollo	Gastos	Detalle
6.1.24	Amortización gastos de instalación y adecuación	Gastos	Detalle
6.2	NO OPERACIONALES	Gastos	De grupo
6.2.1	Bonificaciones especiales a empleados	Gastos	Detalle
7	GASTOS FINANCIEROS	Gastos	De grupo
7.1	Comisiones Bancarias	Gastos	Detalle
7.2	Multas e Intereses	Gastos	Detalle

DINÁMICA DE LAS CUENTAS

I N V E N T A R I O S



CAJA



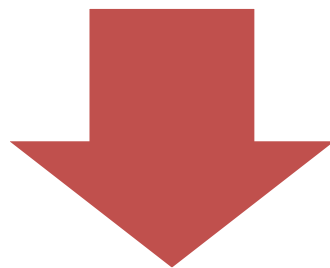
La cuenta se debita por el ingreso de dinero y cheques a la vista, que se obtiene por las ventas diarias del local



La cuenta se acredita por la salida de dinero y cheques a la vista para su respectivo depósito



BANCOS



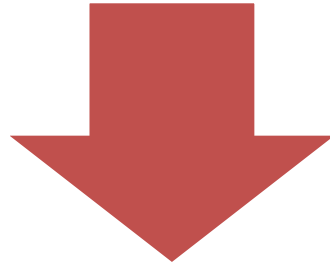
La cuenta se debita por la apertura de una cuenta bancaria, por depósitos realizados, por la emisión de notas bancarias a favor de la empresa



La cuenta se acredita por la emisión de cheques o notas de débito bancarias, con el fin de satisfacer pagos



CAJA CHICA



La cuenta se debito inicialmente con el valor que corresponde a la creacion del fondo, actualmente se debita mensualmente por la reposicion del fondo

La cuenta se acredita por gastos menores como por ejemplo compra de formularios, material de oficina, transporte, servicios de grabado, entre los rubros mas importantes



CUENTAS POR COBRAR

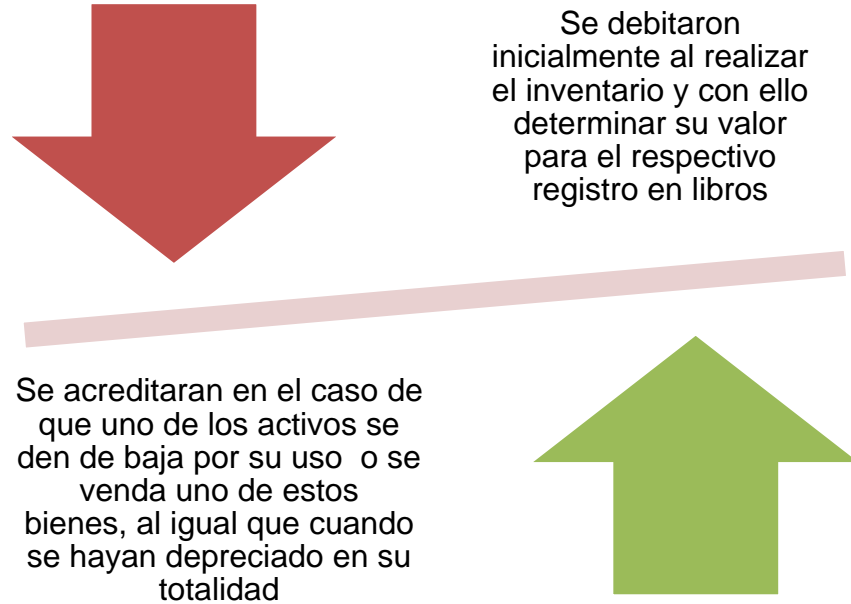


La cuenta se debita por la venta de mercadería o prestación de servicios a crédito

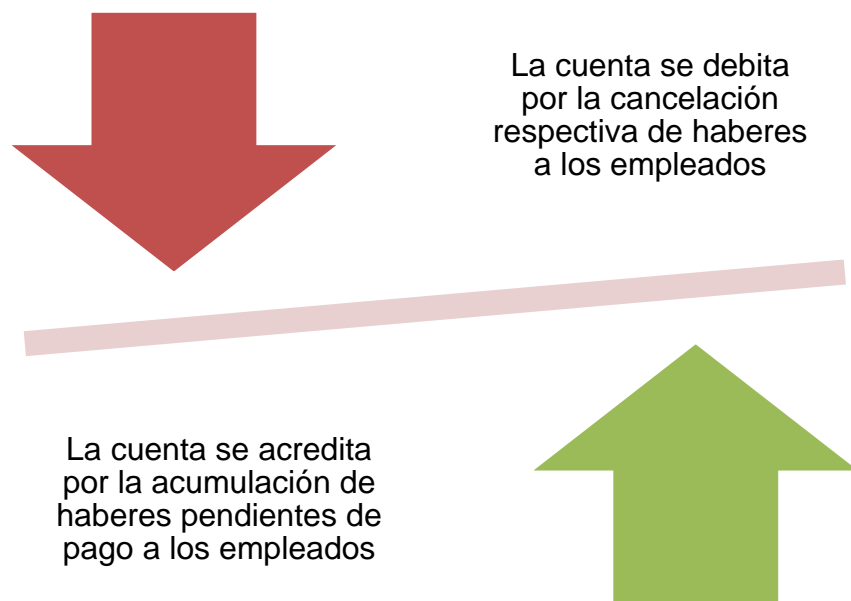
La cuenta se acredita por cobranzas efectuadas



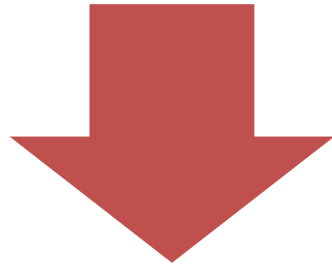
ACTIVOS FIJOS



SUELDOS Y SALARIOS



OTROS INGRESOS



Esta cuenta se debitará al final del periodo contable, al realizar el cierre de ingresos y gastos



Esta cuenta se acredita cuando se reciben ingresos que son ajenos a las transacciones propias de la joyería, como es el caso de los arriendos

