



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE ASESORAMIENTO DE PROCESOS PARA EL MANEJO DE
INVENTARIOS DEL SECTOR COMERCIAL”

TUTOR

Dr. Darwin Ordoñez Iturralde

AUTOR:

Karen Andrea Simbaña Reyes

Stephan Alexander Simbaña Reyes

GUAYAQUIL – ECUADOR

2018

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO DE PROCESOS PARA EL MANEJO DE INVENTARIOS DEL SECTOR COMERCIAL

AUTOR/ES:

Karen Andrea Simbaña Reyes
Stephan Alexander Simbaña Reyes

REVISORES:

Darwin Ordoñez Iturralde

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de
Guayaquil

FACULTAD:

Administración

CARRERA:

Ingeniería Comercial

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS:

108

ÁREAS TEMÁTICAS:

Administración, Formulación de Proyectos, Ingeniería Económica, Finanzas, Marketing

PALABRAS CLAVE:

Costos, Inventarios, Plan de Negocios, Viabilidad financiera

RESUMEN:. En el capítulo I se presentaron los aspectos a investigar del tema planteado. Se establecieron la problemática de estudio, el objetivo general y específicos de la investigación, las causas, su justificación y la delimitación del tema. En el capítulo II se redactó un marco teórico que explica las fases, teorías, conceptos y definiciones de los principales términos de la temática. Éstos fueron puntualizados por expertos y teóricos de las diferentes materias involucradas en la redacción de un Plan de Negocio. En el capítulo III se presentó los resultados de la investigación de campo realizada para conocer la percepción del mercado sobre la viabilidad de la idea de negocio. Se empleó los siguientes de investigación una encuesta a propietarios de negocio y una entrevista a un experto en manejo de inventarios. En el capítulo IV se detalló la propuesta del proyecto de investigación donde se agrupó todas las etapas principales que conforman el Plan de Negocios según lo recomiendan los expertos en la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

NO

<p>CONTACTO CON AUTORES/ES:</p> <p>Karen Andrea Simbaña Reyes</p> <p>Stephan Alexander Simbaña Reyes</p>	<p>Teléfono:</p> <p>0993059799</p> <p>0960539376</p>	<p>E-mail:</p> <p>Karen_chica12@hotmail.com</p> <p>ssimbana@samperrrh.com</p>
<p>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</p>	<p>Dr. Darwin Ordoñez Iturralde, DECANO</p> <p>Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO</p> <p>E-mail: dordonezy@ulvr.edu.ec</p> <p>MBA Oscar Machado Álvarez, DIRECTOR DE CARRERA</p> <p>Teléfono: 2596500 EXT. 203</p> <p>E-mail: omachado@ulvr.edu.ec</p>	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y Carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados KAREN ANDREA SIMBAÑA REYES y STEPHAN ALEXANDER SIMBAÑA REYES, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO DE PROCESOS PARA EL MANEJO DE INVENTARIOS DEL SECTOR COMERCIAL

Autores:



KAREN ANDREA SIMBAÑA REYES

C.I. 0926132598



STEPHAN ALEXANDER SIMBAÑA REYES

C.I. 0924592082

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO DE PROCESOS PARA EL MANEJO DE INVENTARIOS DEL SECTOR COMERCIAL, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO DE PROCESOS PARA EL MANEJO DE INVENTARIOS DEL SECTOR COMERCIAL", presentado por los estudiantes KAREN ANDREA SIMBAÑA REYES y STEPHAN ALEXANDER SIMBAÑA REYES, como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de Ingenieros Comerciales, encontrándose apto para su sustentación


Firma

Dr. Darwin Ordoñez Iturralde

C.I. 0912907722

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: KASIRE FINAL.docx (D34868630)
Submitted: 1/20/2018 2:33:00 AM
Submitted By: riturraldes@ulvr.edu.ec
Significance: 8 %

Sources included in the report:

TESIS PAREDES..docx (D13459715)
TESIS ROSADO-NUÑEZ.docx (D13429167)
TESIS-sin graficos.docx (D13730825)
<http://www.monografias.com/trabajos104/nic-2-inventarios/nic-2-inventarios.shtml>
<http://www.monografias.com/docs110/costo-ventas-incidencia-estado-resultado-integral/costo-ventas-incidencia-estado-resultado-integral.shtml>
<http://cursos.aiu.edu/Distribucion%20y%20Logistica.html>
<http://docplayer.es/7153426-Universidad-de-el-salvador-facultad-multidisciplinaria-oriental-departamento-de-ciencias-economicas-seccion-de-contaduria-publica.html>
http://www.nicniif.org/home/descargar_documento/2608-13_inventarios.html
<https://www.gerencie.com/metodo-del-promedio-ponderado.html>
<http://lanacion.com.ec/99-de-tejido-empresarial-en-ecuador-la-conforman-las-pymes/>
<http://repositorio.unan.edu.ni/2058/>
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4181574.pdf>

Instances where selected sources appear:

34

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Rami Rami".

AGRADECIMIENTO

Agradezco por sobre todas las cosas a Dios, por guiarme en cada paso de mi vida en las altas y bajas, por darme la fuerza y valentía para seguir adelante.

A mi madre por brindarme su apoyo, la mejor guía, una excelente educación, sus consejos han sido importante en todo momento de mi vida, su esfuerzo indudable ha reflejado en mí, lo que ella tanto anhelaba y junto a mi padre, les agradezco tanto por ser ellos mi motivación de cada día.

A mi tutor el Mg. Darwin Ordoñez, por haberme brindado la ayuda necesaria, por la paciencia para guiarme en el desarrollo hasta la culminación de esta tesis, gracias por su apoyo.

Karen Andrea Simbaña Reyes

Primero a Dios por la vida y por haber permitido este logro tan importante en mi formación profesional.

A mis padres, porque siempre me apoyaron incondicionalmente, por sus buenos consejos que hicieron de mí una mejor persona.

A mi tutor de tesis el Mg. Darwin Ordoñez, por haberme brindado sus conocimientos, por su paciencia y motivación que fueron fundamentales durante este periodo de tiempo para el desarrollo de este proyecto.

Stephan Alexander Simbaña Reyes

DEDICATORÍA

A mis padres, Sr. Ángel Simbaña y Sra. Reyna Reyes por haberme dado todo su amor, por ser mi apoyo incondicional, por siempre estar ahí, pendiente que todo esté bien, por toda la dedicación que tuvieron conmigo en todos estos años de estudio. Los amo

A mi esposo, Ing. Edgar Herrera por su amor, fe, ayuda y paciencia para poder lograr todo lo que me proponga, a mi hija Emily Valentina que es mi bendición un milagro de Dios, mi motor para no desmayar y seguir adelante para ofrecerle una excelente educación, le dejo esta enseñanza.

A mi abuelita por su gran amor y ayuda para seguir adelante, mis hermanos que siempre han estado en las buenas y malas los quiero demasiado.

Karen Andrea Simbaña Reyes

Dedico este proyecto a Dios, gracias a él he podido concluir esta meta.

A mis padres Reyna Reyes y Ángel Simbaña, que siempre me brindaron su apoyo y paciencia, muchos de mis logros obtenidos son gracias a ellos que siempre están dándome su apoyo incondicional.

A mi familia en general por haber estado pendiente de mi proyecto académico y en especial a mi abuelita que siempre me da consejos y me motiva a cumplir con mi objetivo principal que es graduarme.

Stephan Alexander Simbaña Reyes

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES .	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO (UBICAR INFORME DEL URKUND)	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORÍA	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I PROBLEMA A INVESTIGAR	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del problema.	3
1.3. Formulación del problema.	5
1.4. Sistematización del problema.....	5
1.5. Objetivos de la investigación.....	5
1.5.1 Objetivo general.....	5
1.5.2. Objetivos Específicos.....	5
1.6. Justificación de la investigación.	6
Capítulo II MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes de investigación.....	7
2.2. Fundamentación Teórica.....	9
2.2.1. Negocio.....	9
2.2.2. Plan de negocio.	10
2.2.3. Importancia del plan de negocios.	11
2.2.4. Estructura del plan de negocio.....	12
2.2.4.1. <i>Resumen ejecutivo.</i>	12
2.2.4.2. <i>Descripción de la compañía o formulación de la idea de negocio.</i>	13
2.2.4.3 Formulación de la idea de negocio	13
2.2.4.4. <i>Análisis del entorno.</i>	13
2.2.4.5. <i>Análisis de mercado.</i>	15
2.2.4.6. <i>Plan estratégico de la empresa.</i>	18
2.2.4.7. <i>Plan de marketing.</i>	19

2.2.4.8. Plan de Operaciones.....	19
2.2.4.9. Plan de Recursos Humanos.....	20
2.2.4.10. Plan financiero.....	21
2.2.4.11. Evaluación financiera.....	22
2.2.5. Servicio.....	22
2.2.5.1. Clasificación de los servicios.....	23
2.2.5.2. Características de los servicios.....	24
2.2.6. Asesoramiento.....	25
2.2.6.1. Tipos de asesoramiento.....	26
2.2.7. Inventarios.....	27
2.2.7.1. Tipos de inventarios.....	28
2.2.8. Métodos de valoración de inventarios.....	30
2.2.9 Costos de inventarios.....	31
2.2.10. Administración de inventarios.....	33
2.2.11. Sistemas de control de inventario.....	34
2.2.12. Sistema de inventarios periódico.....	34
2.2.13. Sistema de inventarios perpetuo o continuo.....	35
2.3. Marco conceptual.....	36
2.4. Marco legal.....	36
2.5. Situación de la Pequeña y Mediana Empresa.....	41
Capítulo III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
3.1 Tipo de Investigación.....	43
3.1.1. Investigación Descriptiva.....	43
3.1.2. Investigación Documental.....	43
3.2.3. Investigación de Campo.....	43
3.3. Enfoque de la Investigación.....	44
3.4. Técnicas de investigación.....	44
3.4.1. Cuestionario de preguntas.....	44
3.4.2. Instrumentos de investigación.....	44
3.5. Población.....	45
3.5.1. Muestra.....	45
3.6. Análisis de resultados.....	46
.....	46
3.6 Conclusiones del análisis de resultados de la encuesta.....	56

CAPÍTULO IV PROPUESTA	57
4.1. Tema.....	57
4.1.1. Justificación de la propuesta.....	57
4.1.2. Objetivo general.....	57
4.1.2.1. <i>Objetivos específicos</i>.....	57
4.2. Nombre de la microempresa	58
4.2.1. Clasificación de la microempresa.	59
4.2.2. Visión y misión de la microempresa.....	59
4.2.3. Objetivos estratégicos.	60
4.2.4. Valores.....	60
4.3. Plan de negocios.....	60
Elaborado por: Los autores (2017).....	61
4.4. Organigrama de la empresa	61
4.5. Sector de negocio donde se operará	63
4.6. Análisis PESTEL o PEST.....	64
4.7. Las 5 fuerzas de Porter.....	65
4.8. Responsabilidad Social Empresarial	67
4.9. Análisis FODA	69
4.9.1. Matriz EFE.	70
4.9.2. Matriz EFl.....	71
4.10. Plan de Marketing	71
4.10.1. Estrategia de comunicación.	72
4.10.2. Estrategia de penetración al mercado.	73
4.10.3. Estrategia de crecimiento.	73
4.10.4. Estrategia de publicidad y promoción	74
4.11. Descripción del producto o servicio que se lanzará al mercado.....	74
4.12. Beneficios que se logran con la correcta gestión de los inventarios.	75
4.13. Análisis económico	76
4.13.1. Inversión inicial.....	76
4.13.2 .Depreciación y Amortización de Activos.....	81
4.13.4. Financiamiento del proyecto.	82
4.13.5. Presupuesto de costos y gastos de operación.....	86
4.13.6. Presupuesto de ingresos.....	88

4.13.5. Proyección de Balance General.	89
4.13.6. Proyección de Estado de Resultados.	91
4.13.7. Proyección de flujo de caja a cinco años.	91
4.13.8. Evaluación financiera del proyecto.....	92
4.13.8.1. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	92
4.13.8.2 Análisis de sensibilidad	94
Conclusiones.....	95
Recomendaciones.....	96
Referencias Bibliográficas	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Aspectos situacionales de la Pequeña y Mediana Empresa.....	41
Tabla 2. ¿En su negocio usted mantiene inventarios?	46
Tabla 3. ¿El tipo de ventas que usted realiza son:?.....	47
Tabla 4. ¿Usted realiza inventarios de su mercadería? Si su respuesta es afirmativa especifique con qué frecuencia lo realiza?.....	48
Tabla 5. ¿Personalmente usted realiza la toma de inventarios o lo realizan terceras personas?	49
Tabla 6. ¿Está usted consciente que un inadecuado manejo y administración de inventarios incrementa los costos operacionales de su negocio?	50
Tabla 7. ¿Está usted de acuerdo con los beneficios económicos y operacionales que producen un manejo y administración adecuada de inventarios en las empresas?	51
Tabla 8. ¿Tiene implementado usted en su empresa algún control y sistema de inventario? De ser afirmativa su respuesta indique el sistema, en caso contrario señale la razón por lo que no lo ha implementado?.....	52
Tabla 9. ¿Cree usted que al implementar un control y sistema de inventario mejorarán los indicadores financieros y administrativos de su empresa? ..	53
Tabla 10. ¿Conoce usted de empresas o personas naturales que presten los servicios de control, manejo y administración de inventarios en la ciudad? De ser afirmativa su respuesta indique la razón social	54
Tabla 11. ¿Indique cuáles son los factores críticos que influyen para contratar los servicios de una empresa de servicios de inventarios?	55
Tabla 12. Estructura empresarial	61
Tabla 13. Análisis FODA	69
Tabla 14. Matriz EFE.....	70
Tabla 15. Matriz EFI	71
Tabla 16. Estrategia de publicidad.....	74
Tabla 17. Inversión en el proyecto	77
Tabla 18. Inversión en activos diferidos	77
Tabla 19. Capital de trabajo	78
Tabla 20. Depreciación anual de activos fijos	81
Tabla 21. Amortización de activos diferidos.....	82

Tabla 22. Inversión total del proyecto	82
Tabla 23. Estructura de financiamiento.....	83
Tabla 24. Condiciones del crédito bancario.....	83
Tabla 25. Tabla de amortización del crédito bancario	84
Tabla 26. Información consolidada del crédito bancario.....	85
Tabla 27. Presupuesto de sueldos del personal de la empresa. Año 1	86
Tabla 28. Proyección de sueldos del personal de la empresa	86
Tabla 29. Proyección de gastos generales	87
Tabla 30. Costos operativos generales anuales proyectados.....	87
Tabla 31. Análisis de Costo Unitario	88
Tabla 32. Punto de Equilibrio	88
Tabla 33. Ingresos proyectados por prestación de servicios.	89
Tabla 34. Balance General Proyectado.	90
Tabla 35. Estado de Resultados del proyecto.	91
Tabla 36. Flujo de Caja Proyectado del proyecto	91
Tabla 37. Evaluación financiera del proyecto	92
Tabla 38. Razones Financieras	93
Tabla 39. Análisis de sensibilidad	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pregunta 1	46
Figura 2. Pregunta 2.....	47
Figura 3. Pregunta 3.....	48
Figura 4. Frecuencia de realización de inventarios.....	48
Figura 5. Pregunta 4.....	49
Figura 6. Pregunta 5.....	50
Figura 7. Pregunta 6.....	51
Figura 8. Pregunta 7.....	52
Figura 9. Pregunta 8.....	53
Figura 10. Pregunta 9.....	54
Figura 11. Pregunta 10.....	55
Figura 12. Logotipo de la empresa	58
Figura 13. Edificio "FINANSUR"	58

Figura 14. Organigrama de la empresa	61
Figura 15. Modelo de 5 Fuerzas de Porter.....	66

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problema.....	99
Anexo 2. Cuadro de consistencia	100
Anexo 3. Estado de arte: Libros especializados	101
Anexo 4. Estado de arte: Tesis de grado	102
Anexo 5. Formato de la Encuesta	103
Anexo 6. Formato de Entrevista realizada al dueño del negocio.....	105
Anexo 7. Fotografías de investigación de campo	107

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de graduación se fundamentó en el desarrollo de un plan de negocios para establecer una empresa de servicios profesionales especializada en el manejo de los procesos de inventarios que se dan en las pequeñas y medianas en el sector comercial de Guayaquil. Dentro del manejo estratégico de toda empresa la gestión de inventarios es un punto determinante para lograr los objetivos empresariales. La gestión de inventarios comprende una serie de acciones determinadas por métodos de control de los procesos que se dan en el manejo de inventarios. Donde los objetivos principales del manejo de los procesos de inventarios son: disminuir al mínimo posible los insumos almacenados y garantizar la disponibilidad de existencias sea de producto terminado, en curso, materia prima, insumos, etc.

El interés de realizar el Plan de Negocios está que este instrumento de gestión es una guía útil que sirve a todo emprendedor en su afán de plasmar su idea de negocio en realidad. Hay que considerar que generalmente se detallan estrategias y se evalúan eventuales resultados que se puedan lograr ya en la realidad, por tanto, es una herramienta estática que no puede ser modificada al instante, conforme a los cambios en el entorno de negocio.

Los tipos de investigación aplicados fueron los siguientes: descriptivo, documental y de campo. Con un enfoque investigativo mixto: Cualitativo y cuantitativo. Las técnicas de investigación fueron la encuesta y la entrevista que permitieron la obtención de datos para formular el Plan de Negocios.

El objetivo del estudio fue determinar principalmente la viabilidad económica y financiera de la idea de negocio de los autores.

En el capítulo I se presentaron los aspectos a investigar del tema planteado. Se establecieron la problemática de estudio, el objetivo general y específicos de la investigación, las causas, su justificación y la delimitación del tema.

En el capítulo II se redactó un marco teórico que explica las fases, teorías, conceptos y definiciones de los principales términos de la temática. Éstos fueron puntualizados por expertos y teóricos de las diferentes materias involucradas en la redacción de un Plan de Negocio.

En el capítulo III se presentó los resultados de la investigación de campo realizada para conocer la percepción del mercado sobre la viabilidad de la idea de negocio. Se empleó los siguientes de investigación una encuesta a propietarios de negocio y una entrevista a un experto en manejo de inventarios.

En el capítulo IV se detalló la propuesta del proyecto de investigación donde se agrupó todas las etapas principales que conforman el Plan de Negocios según lo recomiendan los expertos en la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Además, se presentó los resultados de la evaluación financiera empleando las técnicas de Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) y de un análisis de los principales indicadores financieros del proyecto.

Capítulo I PROBLEMA A INVESTIGAR

1.1. Tema.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO DE PROCESOS PARA EL MANEJO DE INVENTARIOS DEL SECTOR COMERCIAL.

1.2. Planteamiento del problema.

Las pequeñas y medianas empresas son un pilar fundamental dentro del crecimiento económico y social de un país, lo que causa que se establezcan planes de acción enfocados en mejorar su desempeño y de implementar estrategias que mejoren su desempeño operacional e incrementen su productividad, todo con el propósito de reducir los costos operacionales, mejorar la eficiencia de los procesos, los niveles de inventarios y la calidad de los productos.

Según el Directorio de Empresas y Establecimientos del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) el 58% de las PYMES se dedica a las actividades de comercio y manufactura, siendo con mayor presencia las del sector comercial. Localizándose la mayoría en las ciudades de Quito y Guayaquil, concentrando casi el 85% de empresas en estas ciudades. A raíz de la implantación de la dolarización en Ecuador este sector de empresas ha mantenido un crecimiento sostenido, gracias a la recuperación económica, después de la adopción de la implementación del dólar americano como moneda de pago.

El mismo estudio del INEC señala que en Guayaquil al año 2015 existen 1318 pymes dedicadas al comercio, tanto al por mayor y menor. Y enfocadas a la importación y/o exportación de bienes, en ciertos casos actúan como distribuidores y en otros como productores de bienes. Debido a que la economía se ha globalizado, gracias a la tecnología, ya no solamente las empresas deben enfrentar la competencia local, sino la externa. Por tanto, deben ser capaces de enfrentar la competencia de un mercado globalizado, lo que las obliga a definir políticas, elaborar estrategias y crear mecanismos, planes de capacitación, que favorezcan la optimización del manejo de su cadena logística y a su vez, que favorezcan el mejoramiento de los índices de productividad y ser más competitivas.

Donde un factor importante que afecta su competitividad es la deficiente gestión y administración del inventario. Actualmente, la oferta supera a la demanda de bienes en un mercado, generando bienes sobrantes en el inventario que no pueden comercializarse e incrementando los costos de almacenamiento, daños, etc. La gestión y administración del inventario es un gran problema para la mayoría de las PYMES, presentando problemas como son diferencias entre el inventario físico y contable; al contar las unidades disponibles en bodega resulta que el número final no es acorde con el que se registró.

Además las PYMES es un dilema, el contar con un exceso genera un problema de liquidez y un déficit de inventario provoca pérdida de clientes y ventas, donde ambas situaciones pueden llevar a la empresa al éxito o fracaso. Todos estos problemas representan costos económicos que se reflejan al final del período comercial en el estado de resultados como ganancia o pérdida.

En la ciudad existe un sin número de empresas de servicios contables y tributarios, pero no brindan manejo y administración de inventarios, lo que acentúa que las pymes no cuenten con soporte externo para corregir esta deficiencia administrativa. Pese a la existencia de técnicas y herramientas que simplifican la gestión de inventarios, con lo que se mejoraría los niveles de productividad de las pymes. Entre estas herramientas están: los sistemas de inventarios, el sistema de radiofrecuencia para la gestión de inventarios, entre otros.

Con la problemática expuesta anteriormente, y los efectos económicos que genera el mal manejo de los inventarios, es necesario que los propietarios de las pymes puedan contar con una empresa especializada en el manejo y gestión de los inventarios de tal forma que les brinde el apoyo técnico necesario para corregir esas deficiencias que presentan las pymes en sus inventarios y brindar asesoría técnica a los administradores para que comprendan que el mantener inventarios no es solamente contar con suficientes cantidades de reserva, sino evaluar los costos ocultos que representa mantener inventarios almacenados.

Por todo lo expuesto, se hace preciso desarrollar un plan de negocios referente a la creación de una empresa de servicios de manejo de inventarios, con la finalidad de contar con un documento que ayude a los inversionistas a contar con

una visión más amplia de lo supondrá la puesta en marcha de este negocio durante los primeros años de vida. Si se justifica invertir en esta potencial oportunidad de negocio que se detectó en el sector de las pymes del sector comercial de Guayaquil.

1.3. Formulación del problema.

¿Cómo minimizan los costos operacionales de manejo de inventarios las empresas del sector comercial?

1.4. Sistematización del problema.

1. ¿Cuáles son las teorías actuales que tienen relación al manejo de los inventarios que permitan minimizar los costos de operación?
2. ¿Cómo se comporta la demanda de servicios de manejo de inventarios?
3. ¿Qué etapas debe seguirse para la realización de un plan de negocios?
4. ¿Cómo se comporta la oferta y demanda de la prestación de servicios de este tipo de empresas?
5. ¿Qué costos financieros involucra el plan de negocios necesarios para determinar su viabilidad financiera?

1.5. Objetivos de la investigación.

1.5.1 Objetivo general.

Analizar el efecto que tiene los inventarios sobre el costo operacional de las empresas del sector comercial, que permita la creación de una empresa del manejo de inventarios en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- 1) Estudio del desarrollo del marco teórico de los costos operacionales y manejo de inventarios.
- 2) Evaluar la situación actual de las empresas del sector comercial en mejorar el manejo de sus inventarios.
- 3) Explicar cada etapa del plan de negocios para la creación del negocio.
- 4) Estructurar los estados financieros del proyecto para determinar la viabilidad de la idea de negocio.

- 5) Estudio de la viabilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa de manejo de inventarios en la ciudad de Guayaquil.

1.6. Justificación de la investigación.

La presente investigación se enfoca en la elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de asesoría en el manejo de procesos de inventarios en la ciudad de Guayaquil, considerando que actualmente las empresas deben minimizar costos con el propósito de ser competitivas, eficientes y rentables para así poder mantenerse en el mercado. Siendo los inventarios de bienes un importante activo dentro de la estructura financiera de costo de la empresa, es necesario que los administradores consideren que un mal manejo acarrea problemas como: exceso de mercadería que en algunos casos llega a dañarse, no saber exactamente cuándo y cuánto comprar y gestionar todos los artículos por igual.

El entorno de negocios ecuatoriano en estos tiempos de crisis, es necesario innovar con servicios que apoyen al desarrollo de la actividad comercial. Así que la investigación mostró las fases de creación de una empresa de este tipo de servicio de apoyo y también significó para los autores la aplicación de los conocimientos financieros y administrativos para proporcionar una propuesta de solución al problema planteado de investigación.

El plan de negocios implanto un importante aporte académico para la comunidad de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, el público interesado por conocer más sobre la temática y los involucrados en el desarrollo de la idea de negocio.

1.7. Delimitación o alcance de la investigación.

- Campo: Administración de inventarios.
- Área: Emprendimiento.
- Sector Económico: Terciario (prestación de servicios profesionales).
- Unidades de estudio: Empresas del sector comercial de Guayaquil.
- Delimitación espacial: Norte: Parroquia Tarqui.

Capítulo II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

En este capítulo se citó los resultados de la revisión de investigaciones realizadas por diferentes autores y vinculadas con el objetivo de investigación, con el fin de situar el estado del conocimiento del mismo. Los trabajos de investigación revisados tienen menos de cinco años de realización, en ellos se citó datos bibliográficos referentes al tema en cuestión, se describe el fin de la investigación, la metodología empleada, la conclusión principal y la fuente bibliográfica.

Un trabajo de investigación realizado por Montoya y Cervantes (2012) titulado “Importancia del diseño de control interno en los inventarios de materiales (materia prima, suministros, materiales de empaque) de la Empresa “Tabacos del Sol” municipio de Condega, Departamento de Estelí en el periodo de julio a diciembre 2011”, donde se demostró la importancia del control interno en el tratamiento de los inventarios de tal forma que al tener diseñado el control de inventarios permitió un mejor manejo y registro adecuado de los materiales que intervienen en el proceso de producción de puros. La metodología empleada fue un enfoque cualitativo que consistió en el análisis e interpretación de los datos obtenidos durante la investigación. Los autores concluyeron lo siguiente: Un sistema de control interno son primordiales en toda empresa para el buen funcionamiento de la misma y para un manejo y control adecuado de los mismos y recopilación de la información sea eficaz y eficiente en el procesamiento de los datos obtenidos.

Un segundo trabajo de investigación efectuado por Recalde y Cadena (2014) denominado “Modelo de Administración de Inventarios para una Empresa de Telecomunicaciones” donde se implementó un modelo de administración de inventarios para una empresa de telecomunicaciones para su aplicación por medio del área de logística, con el propósito de garantizar el suministro oportuno del inventario comercial a los canales de venta directo e indirecto y con ello disminuir los costos e incrementar los beneficios. La metodología empleada fue una Investigación descriptiva para comprender los procesos de la estibación de sacos de polietileno y el reconocimiento de los procesos de interés y su impacto

dentro de la productividad global de la planta. Y la investigación no experimental con mediciones de las variables como estudio transversal a través de los procesos de producción y abastecimiento de materiales. Los autores concluyeron lo siguiente: Mediante la aplicación del modelo de inventario de la cantidad económica de inventarios (EOQ) se pudo identificar por fabricante cuándo comprar, cuánto comprar, que cantidad de inventario mantener y el punto de hacer pedido o de reorden.

Un tercer trabajo de investigación elaborado por Loja y Serrano (2015) nombrado “Propuesta de un Sistema de Gestión de Inventarios para la empresa Fermape Cía. Ltda.” donde se diseñó un sistema de gestión de inventarios aplicando las 5S japonesas. La metodología usada fue de tipo no experimental dado que las variables no se vieron afectadas. De tipo transaccional porque el instrumento de investigación que se empleó para la obtención de información se lo aplicó en un solo momento del tiempo. Los autores concluyeron lo siguiente: Mediante la implementación del sistema de las 5S japonesas la empresa podrá distinguir los materiales que son necesarios, lo que permitió contar con un área de trabajo más segura, liberar espacio útil en la bodega, reducir tiempos de despacho y mejorar el control visual de la mercadería.

En lo referente, a libros que abordan la temática que se investigó están los siguientes:

La Fundación Iberoamericana de Altos Estudios Profesionales (2014) redactó un libro denominado “Control y Manejo de Inventarios de Almacén” donde se presentó las herramientas para el almacenaje y manejo de inventarios, busca profundizar en la concientización de los entes y factores que intervienen en la administración y manejo de inventarios. La metodología empleada fue una investigación de tipo no experimental. El autor concluyó lo siguiente: El solo hecho que las existencias de un producto vendible que no posee un control o administración adecuada puede hacer que una empresa pequeña o mediana baje sus utilidades de forma brusca, por otra parte la mala fluidez en el manejo de los productos de necesidad básica para los consumidores de dichas empresas pueden llevar a la pérdida de utilidades o hasta pérdida de clientes. Es por eso

que es de vital importancia el conocer los inventarios así como también es de vital importancia el saber administrarlos.

El autor Guerrero Salas Humberto (2014) realizó un libro denominado “Inventarios. Manejo y control” donde se dan conceptos y políticas fundamentales del control de inventarios en las organizaciones del siglo XXI. Además, utilizó los modelos matemáticos para describir y analizar un sistema de inventarios, sus relaciones intrínsecas y de optimización en la relación de compra o producción, estados minimización de costes, etc., deduciendo de esta manera políticas de inventarios que regulen tiempos para hacerlos, cantidades a almacenar y procesos de reabastecimiento. La metodología empleada fueron los métodos de investigación: cualitativo y el cuantitativo, esto para poder cuantificar los valores necesarios para sustentar la tesis, pero sin dejar de lado otros factores (blandos), que también son de importancia. Además que el empleo de ambos procedimientos probablemente podría ayudar a corregir los sesgos propios de cada método. El autor concluyó lo siguiente: Resaltar el orden con el que aborda los temas y, sobre todo, la claridad en el manejo de los procedimientos empleados en la aplicación de los modelos de inventarios.

El autor Lacayo (2012) en su obra titulada “Ingeniería de producción: técnicas de manejo de inventarios” donde se presentó el impacto que las técnicas de gestión de inventarios tienen sobre la cadena de suministro. Estas técnicas lograrán una eficiente administración de bodega e inventario, con el fin de mejorar la productividad y rentabilidad de la empresa. La metodología empleada fue la investigación de campo y documental. El autor concluyó lo siguiente: Un manejo eficiente de sus inventarios significa costos menores de inventario, posible reducción de espacio requerido, incremento de productividad al prescindir de material faltante para producción y mayor flexibilidad en el departamento de compras y un enfoque hacia el inventario de mayor impacto.

2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1. Negocio.

La Norma Internacional de Información Financiera (NIIF) 3 define a un negocio como “ un conjunto integrado de actividades y activos susceptibles de ser

dirigidos y gestionados con el propósito de proporcionar una rentabilidad en forma de dividendos, menores costes u otros beneficios económicos directamente a los inversores u otros propietarios, miembros o partícipes”. Adicionalmente, identifica tres elementos en un negocio: insumos, procesos aplicados a los insumos y productos”. (Cañal, 2015, p. 3)

Un negocio representa una operación con un grado de complejidad, relacionada con la producción, distribución y comercialización de servicios y bienes con el fin de satisfacer las diversas necesidades de los consumidores y proporcionando beneficio a los productores. Esta actividad puede ser efectuada por una persona o varias personas formando una empresa.

Un negocio también significa una ocupación, quehacer o trabajo que se efectúa con el propósito de tener un beneficio de efecto lucrativo, a través de actividades de producción, comercialización o prestación de servicios.

2.2.2. Plan de negocio.

Toda persona natural o jurídica que quiera desarrollar una idea de negocio deberá contar con una herramienta de gestión denominada plan de negocio. Que es un documento que detalla, de forma general, un negocio y la serie de estrategias que se adoptarán para alcanzar el éxito. El plan de negocios contiene un análisis del mercado y define el plan de acciones que se tomará para lograr la serie de objetivos empresariales que se han definido.

El plan de negocios tiene una utilidad interna, desde el punto de planificación y de gestión, y otro externo, como instrumento de comunicación y promoción de la idea del negocio, bien sea para comercializarla, bien para captar inversionistas que aporten con capital al negocio.

Fleitman, lo define:

Como un instrumento clave y fundamental para el éxito empresarial, que comprende una secuencia de actividades vinculadas entre sí para el inicio o desarrollo de un negocio. Así también, como una guía que posibilita la creación o el crecimiento de una empresa. (Fleitman, 2012, p. 26)

Un plan de negocios debe estar redactado de manera clara, precisa y sencilla, que es una consecuencia de un proceso de planeación. Este documento permite:

- La identificación, descripción y análisis de una oportunidad de negocio en el mercado, pudiendo presentarse en esta etapa cuestiones decisivas sobre las que en un momento no se reparó.
- Analiza su viabilidad técnica, económica y financiera, convirtiéndose en un pilar fundamental en la puesta o no del proyecto de negocio.
- Crea procedimientos y estrategias para transformar esa oportunidad de negocio en un proyecto empresarial, al tratarse de una definición previa de políticas de marketing, de talento humano, de adquisición de insumos, financieras, fundamentadas en el estudio de mercado.

A través del plan de negocios se analiza teóricamente una variedad de características del proyecto de negocios previo al ingreso a la realidad de cambiante entorno empresarial, donde puede ser que no se acoplen los principios teóricos que se planteó al comienzo. Contar con un plan de negocios permitirá resolver todas las eventualidades que tenga afrontar el inicio del negocio.

2.2.3. Importancia del plan de negocios.

El plan de negocios es importante porque permite contar con la siguiente información:

- Se define el servicio o producto que se pretende lanzar al mercado.
- Presupuestar el capital necesario para cada fase del proyecto.
- Posibilita conocer la visión del proyecto de inversión.
- Precisar la estructura física y organización de la empresa.
- Analizar el mercado de interés.
- Definir las estrategias de marketing mix que se implementarán.
- Determinar el tiempo que se requiere para generar ganancias.

- Seleccionar las fuentes de financiamiento más convenientes.
- Contar con inversionistas importantes que aporten capital.
- Encarar las adversidades que se pueden presentar en un futuro y de esta manera poderse adaptar fácilmente a los cambios sin que afecte demasiado.
- Demostrar la viabilidad financiera del proyecto.

2.2.4. Estructura del plan de negocio.

Un plan de negocios se estructura con la siguiente información relevante:

2.2.4.1. Resumen ejecutivo.

Contiene una síntesis de los aspectos más sobresalientes del plan de negocios que se ha redactado. No debe sobrepasar las tres páginas, constituye la sección más importante del plan de negocios, dado que muchas veces es la única que leen los potenciales inversionistas. En el grado de que logre causar curiosidad del inversionista y lo incentive a conocer más sobre la idea de negocio, logrará que continúe con la lectura del documento.

El resumen ejecutivo debe contener la siguiente información:

- Nombre de la empresa.
- Tipo de sociedad o empresa.
- Estructura empresarial: Número de accionistas.
- Sector de negocio donde se operará.
- Necesidades del mercado que se va a satisfacer.
- Descripción del producto o servicio que se lanzará al mercado.
- Análisis del mercado.
- Análisis técnico del producto o servicio.

- Análisis económico.
- Evaluación financiera del proyecto.

2.2.4.2. Descripción de la compañía o formulación de la idea de negocio.

Contiene información sobre el surgimiento de la idea de negocio, del tiempo de existencia, los motivos para su creación, y los hechos más destacados que hayan transcurrido durante su evolución y desarrollo.

2.2.4.3 Formulación de la idea de negocio

Se inicia con la recopilación, sintetización y análisis de la información del entorno, en base a eso es detectada una oportunidad que permitirá la creación de la empresa. Suele empezar con un estudio de algún sector que se encuentre en franco crecimiento o donde se detecte una oportunidad de negocio en el corto plazo.

Una vez que se identificó la necesidad, el empresario empleará su capacidad de innovación y creación para convertir esa necesidad insatisfecha en una oportunidad de negocio.

2.2.4.4. Análisis del entorno.

Facilitará al empresario la identificación de las amenazas que impedirían su acceso al mercado o la necesidad de modificar el rumbo de su empresa. Dentro del análisis del entorno se consideran los siguientes factores: económicos, sociales políticos y legales, tecnológicos y ambientales. Se considera de cuáles serán las variables que significan una oportunidad o una amenaza para el nuevo negocio.

Factores económicos

El inversionista deberá conocer los siguientes aspectos del entorno económico:

- El comportamiento de variables macroeconómicas como: inflación, desempleo, Producto Interno Bruto (PIB), tasas de interés, etc.

- Del ingreso promedio de la población y su capacidad de ahorro.

Factores socioeconómicos

Están los siguientes factores:

- El tamaño de la población y la conformación de los niveles socioeconómicos.
- La distribución geográfica de la población.
- La calificación de la mano de obra disponible y la capacidad técnica y profesional de los trabajadores.
- El nivel educativo de la población.
- El poder adquisitivo y hábitos de consumo de la población.
- Las modificaciones que sufre la estructura social y demográfica de la nación.

Factores políticos y legales

Se deberá considerar los siguientes aspectos:

- El pago que se deberá realizar en impuestos directos e indirectos.
- Las leyes antimonopolios.
- El marco legal de lo que se puede o no se puede hacer en el país.
- El marco regulatorio y desregulatorio del país.
- El nivel de corrupción.

Factores tecnológicos

Con el propósito de incrementar su competitividad, el empresario deberá considerar los siguientes aspectos:

- Dentro de la industria que niveles de inversión y desarrollo se están dando.
- Existencia de tecnología de punta en el país donde se realiza la producción.
- Los costos de cambio y adopción de nueva tecnología.
- El nivel de competitividad del país.
- El monto de inversión y período de retorno de la inversión, antes que sea obsoleta la tecnología actual.

Factores ambientales

Actualmente se manifiesta una gran preocupación por el impacto de la producción en las condiciones ambientales del planeta. Se detallan algunos de estos impactos que el desarrollo mundial ha provocado:

- El calentamiento global.
- Insuficiente cantidades de alimentos y agua dulce.
- La contaminación de las aguas y suelos.
- Los cambios climatológicos que desencadenan grandes desastres naturales.
- La transformación de zonas verdes en zonas poblacionales y agrícolas, en ciertos casos.

2.2.4.5. Análisis de mercado.

Se trata de demostrar la viabilidad comercial del proyecto. Por lo que se debe cuantificar el mercado potencial, reunir el mercado en grupos homogéneos o segmentos con similar perfil de cliente, repartir los segmentos en subgrupos denominados nichos, escoger los nichos en lo que se quiere lograr posicionamiento y estimar su demanda potencial y de ventas. Se estudiarán las

motivaciones y comportamientos de compra de los clientes y sus necesidades. Y en base a la información recogida se proyectará las perspectivas del mercado.

Segmentos de mercado de la empresa

Segmentos de Mercado: Perfil del Consumidor

La división del mercado en grupos homogéneos y diferenciados constituye la segmentación; cada segmento de mercado posee su propio perfil de consumidor que detalla sus características específicas.

Los criterios en los que se puede un mercado son:

Geográfico: Se divide al mercado por su localización geográfica de los clientes: por calles, barrios, ciudadelas, parroquias, islas, regiones, etc.

Demográfico: División de los clientes por: edad, sexo, número de hijos, etc.

Socioeconómico: Se divide a los clientes considerando su: clase social, nivel de estudios, poder adquisitivo, etc.

Psicográfico: Los clientes se dividen por: comportamiento, hábitos, estilos de vida, etc.

Público Objetivo

Necesidades del cliente

Determinar las necesidades del cliente para luego analizar lo que lo motiva a comprar y poder ofrecérselo. Aquí se identificará cada segmento o nicho de mercado seleccionando las necesidades generales y específicas que pretende satisfacer el producto o servicio.

Demanda potencial y tendencias

La demanda potencial corresponde al atractivo de mercado. Es necesario, determinar para cada nicho o segmento de mercado la demanda potencial que se espera.

Tendencias en la demanda

Se refiere al análisis de los comportamientos de cada segmento de mercado y para cada ámbito geográfico. Las variaciones de tendencia pueden originarse por cambios en los ciclos económicos, tecnológicos o de moda.

Estacionalidad de la demanda

Determinar los meses de alta y baja ventas para establecer un plan de acción para incrementarlas.

Análisis de la Competencia

Competencia directa

Consiste en la identificación de la competencia directa o empresas que comercializan el mismo o similar producto o servicio, se debe analizar su maneja de trabajar y cómo se vende, la existencia de un competidor directo importante a ser considerado, etc. y cuáles son los puntos débiles y fuertes de la competencia.

Competencia Indirecta y Productos Sustitutivos

Identificar empresas que ofrezcan un producto o servicio que desempeñe una función similar para el mismo grupo de clientes al que se enfocará la empresa.

Competencia Potencial y Barreras de Entrada

El impedimento o viabilidad de entrada de nuevos competidores en el mercado dependerá de una serie de factores intrínsecos del sector, barreras levantadas por las propias empresas o por el efecto combinado de las acciones individuales de los que operan en el sector.

Análisis de los Proveedores

Identificar y Clasificación de los Proveedores

Realizar un listado de proveedores especificando los productos que ofrece, % del mercado que controla, precios, calidades, condiciones de pago y plazos de entrega.

Posteriormente, se debe clasificar por orden de importancia donde se considera si los insumos que suministra si son críticos para el proceso, si existen productos alternativos, o si el volumen previsto de sus suministros es muy significativo en función del total.

Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

Escoger a los proveedores más importantes con el propósito de fijar una relación preferencial con ellos. Estos proveedores deben de cumplir con los siguientes requisitos: precios competitivos, ser especializados en los productos que venden, contar con servicio técnico, proximidad y cercanía a la empresa.

2.2.4.6. Plan estratégico de la empresa.

Inicia con una relación de las variables que representen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) para la empresa. Se debe hacer una lista de las oportunidades y amenazas identificadas en el análisis del entorno y en el análisis de la industria. Luego son presentadas las debilidades y las fortalezas de la empresa.

Visión

Responde a lo que la empresa quiere ser en el futuro.

Misión

Corresponde a la razón de ser de la empresa.

Objetivos estratégicos

Son las metas y estrategias definidas por una empresa para alcanzar determinadas metas, alcanzar en el largo plazo (más de 1 año), el posicionamiento del negocio en un mercado específico.

Estrategias del negocio

Son las acciones que se darán para lograr los objetivos definidos y cuál será la reacción ante la competencia. Un empresario cuenta con cuatro opciones para acceder a un mercado. Estas son:

- Estrategia de liderazgo en costos.
- Estrategia de diferenciación.
- Estrategia de enfoque en costos.
- Estrategia de enfoque en diferenciación.

2.2.4.7. Plan de marketing.

Consiste en un documento que contiene todos los estudios de mercado efectuados por la empresa, los objetivos de marketing a lograr, las estrategias que se implementarán y la planificación que se aplicará.

La mezcla de marketing

Es una serie de variables controlables que se combinan para alcanzar un determinado resultado en el mercado meta, como influir positivamente en la demanda, incrementar ventas, etc.

Las variables de la mezcla de marketing son: Producto, Precio, Plaza y Promoción conocidos como las 4 P's del marketing

2.2.4.8. Plan de Operaciones.

Abarca de forma integral los aspectos técnicos y organizativos pertinentes a la producción de un producto o a la prestación de un servicio. Consta de cuatro partes: el producto o servicio, los procesos de producción o prestación, programa de producción y aprovisionamiento y gestión de existencias.

Productos o Servicios

Se trata de una descripción técnica del bien o servicio, como:

- Las características técnicas del bien o servicio que se ofrece al mercado.
- Las comparaciones existentes con productos o servicios competitivos.
- La organización y gestión de los productos o servicios.
- Consideraciones legales de los productos.
- Diseño del producto.

Procesos

Comprende la identificación de aquellos procesos de la futura empresa, que sean más relevantes para su viabilidad, señalando de quién procede la entrada y quién es el destinatario; posterior tratar de enlazar todos los procesos según las indicaciones.

2.2.4.9. Plan de Recursos Humanos.

Comprende a los factores relacionados con la política de personal: la definición de capacidades, la organización funcional, la dimensión y estructura de la plantilla, la selección, contratación y formación del personal.

Organización

Establece la manera de estructurar de la manera más conveniente los recursos humanos e integrarlos con los recursos materiales y financieros con el propósito de aplicar eficazmente las estrategias diseñadas y los medios disponibles, y lograr los objetivos propuestos.

Entre estos objetivos están:

- Seleccionar el tipo de organización que tendrá la empresa: sus áreas, relaciones, jerarquía y dependencia.
- Definir las tareas que desempeñará cada empleado.
- Establecer el perfil de cada puesto laboral.

- Fijar la importancia de cada una de las labores en términos absolutos y en comparación con el resto.

Plan de contratación

La administración tendrá que fijar el tipo de contrato que vinculará a cada uno de los empleados con la empresa, las condiciones generales de trabajo y su costo. Cuántas personas tendrán una contratación indefinida y/o parcial

Política salarial

Fijar los salarios para cada categoría de empleado, para ello tendrá que considerar el mercado de trabajo, el nivel de cualificación y la experiencia de cada empleado, los contratos colectivos, etc. Así también fijar una provisión anual del incremento salarial en términos porcentuales y los regímenes de Seguridad Social para cada categoría de empleado.

Plan de externalización de funciones

Ciertas tareas como: jurídicas, tecnológicas, comerciales, etc. pueden ser tercerizadas a empresas externas. Se debe establecer claramente las funciones a externalizar, seleccionando los consultores externos adecuados y cuantificando sus costos.

2.2.4.10. Plan financiero

Consiste en la determinación de todas las inversiones que necesita el negocio para empezar, así como las que posteriormente considere necesarias para el crecimiento y afianzamiento de la misma, tasando la vida útil de dichas inversiones.

Se debe identificar las probables fuentes de financiamiento a las que se deba y puede recurrir, tanto propias como ajenas, para efectuar todas las inversiones necesarias; señalando la forma de cómo se prevé cancelar dichos préstamos financieros.

Presupuestar las ventas estimadas, por línea de negocio o artículo a vender. Y a estos ingresos previstos, habrá que deducirles todos los gastos presupuestados (costos operativos, costos financieros y de explotación).

Calcular el punto de equilibrio de la empresa, y demostrar si con las ventas presupuestadas se lo sobrepasa o no se lo logra.

2.2.4.11. Evaluación financiera.

“Comprende los presupuestos de los planes de marketing, operaciones y gestión e implementación”. (Paredes, 2016)

Toda la información contable de estos presupuestos indicados se tiene que organizar y ser estudiados para calcular si el proyecto generará la rentabilidad que se espera del mismo. Por lo cual se usa el Flujo de Caja.

El flujo de caja es un estado financiero que presenta los flujos de ingreso y egreso de efectivo que tiene una empresa en un período dado. La diferencia entre los ingresos y los egresos es denominada saldo o flujo neto, por lo que representa un indicador de liquidez de la empresa. Si es positivo el saldo significa que los ingresos fueron superiores a los egresos; si es negativo significa que los egresos fueron superiores a los ingresos.

Para evaluar la viabilidad financiera del proyecto, se calcula el Valor Actual Neto (VAN) (que debe ser positivo) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) (que debe ser igual o mayor a la rentabilidad esperada).

“El valor actual neto, calcula, a valor presente, el dinero que una inversión generará en el futuro, teniendo en cuenta que el valor real del dinero cambia con el tiempo”. (Tarquin & Blank, 2016, p .47)

2.2.5. Servicio.

Definir y conceptuar lo qué es un servicio no es una labor sencilla pues el término comprende una serie variada de productos y actividades de tipo intangibles que son complicados de abarcar en una definición simple. En muchas veces es

complicado separar los servicios de los productos con los que pueden estar relacionados en diferentes grados.

Al conjunto de actividades económicas sumamente heterogéneas han sido denominados como “servicios” o “sector servicio”. Las actividades que comprenden los servicios se agrupan dentro del sector terciario de la economía que se refiere a las actividades que no producen bienes. Dentro del ámbito económico se encuentran servicios de distribución, de telecomunicaciones, de transporte, financieros y los servicios que se ofrecen a las empresas como asesoría, capacitación, profesionales, etc.

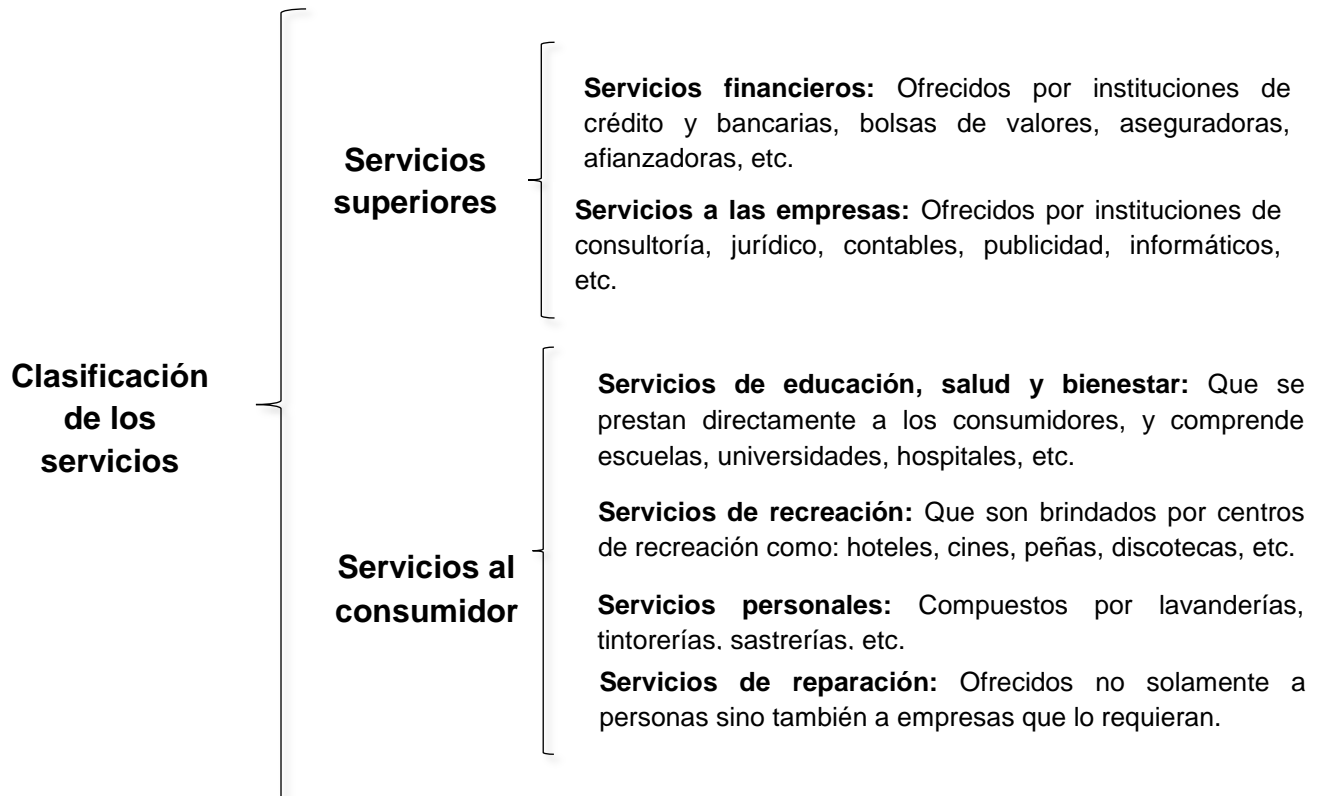
Stanton, Etzel y Walker han definido a los servicios “como tareas identificables e intangibles que son el propósito fundamental de una transacción concebida para ofrecer a los clientes satisfacción de deseos o necesidades.” Esta definición se acopla a las características correspondientes al sector terciario. (Stanton William, 2014,p.333- 334)

Sandhusen, los define como “actividades, satisfacciones o beneficios que se entregan en renta o a la venta, y que son esencialmente no tangibles y producen como resultado la propiedad de algo”. Donde el beneficio implica dar o recibir algún bien, es decir que satisfaga alguna necesidad. Estos beneficios pueden ser económicos o morales. Cuando se trata de fidelizar clientes, la empresa efectúa acciones, procesos y ejecuciones correspondientes a un servicio.

2.2.5.1. Clasificación de los servicios.

Se clasifican en dos grandes grupos como se visualiza en el siguiente cuadro sinóptico:

Cuadro 1. Clasificación de los servicios



Fuente: Modelos de Análisis y de Planificación Urbana de Pérez y Salvador

2.2.5.2. Características de los servicios.

Los servicios se diferencian de los bienes por las siguientes características fundamentales: “Intangibilidad, Inseparabilidad, Heterogeneidad y Carácter perecedero”. (Thompson, 2016, p. 64)

Intangibilidad: Señala que los servicios se caracterizan por su invisibilidad, es decir, no pueden ser observados, degustados, tocados, escuchados u olidos antes de ser adquiridos, por tanto no se los puede almacenar, no ser exhibidos en una vitrina de un almacén para su compra y llevados por el comprador. Es por esta característica principal de los servicios, que se genera incertidumbre entre el adquirente, por no poder establecer con anticipación y exactitud el grado de satisfacción al adquirir cierto servicio.

Inseparabilidad: Todo tipo de servicio es producido, vendido y consumido al mismo tiempo, dicho de otra forma, su producción y consumo son actividades inseparables.

Heterogeneidad: todo servicio debe estar estandarizado o uniformado que los bienes. Es decir, el servicio depende del factor humano, de quién lo presta, cuando y donde; el prestador del servicio está dentro del proceso de producción y entrega del servicio.

Carácter Perecedero o imperdurabilidad: Los servicios no pueden guardados como inventarios. Esta característica hace que los servicios no representen un problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero si la demanda es oscilante puede originar problemas.

2.2.6. Asesoramiento.

Es la actividad que consiste en ofrecer conocimiento en algún tema particular a una persona natural o jurídica. Este apoyo abarca temas de gran importancia que pueden requerir un conocimiento teórico o práctico muy específico.

Personas del sector estatal o privado pueden requerir en algún momento asesoría en un tema en particular. Las personas dedicadas a la asesoría pueden tener salarios elevados dentro del mercado de servicios, como consecuencia de los temas que dominan.

Los autores Lippit y Aubrey (2013) señalan las siguientes características del asesoramiento:

- Es un proceso de asistencia y soporte.
- Con orientación hacia el cambio o el mejoramiento.
- Los asesorados llevan la responsabilidad de realizar las acciones fijadas por los asesores.
- La habilidad del agente de apoyo.
- La credibilidad del asesor de apoyo y la colegialidad.

Actualmente, que las empresas requieran asesoramiento, se ha convertido en una práctica sumamente común, debido por el surgimiento de una serie de asuntos y cuestiones que aparecen por el constante desarrollo que en todos los niveles producen las nuevas tecnologías, y entonces, como el avance, es tan vertiginoso, muchas veces se torna imposible aprender los recientes

conocimientos sobre la marcha y de ahí se origina la necesidad de buscar un asesor que nos de soporte

El asesor es un especialista en un tema específico, por lo cual cobra por los servicios que ofreció para diferentes clientes. El asesoramiento se fundamenta en gran medida en el análisis situacional del estado de las cosas, este análisis se efectúa para poder tomar decisiones más eficientes. A partir del análisis servirá para la comprensión de los hechos que aclaren la visión del asesorado. En conclusión, se busca que el conocimiento que busca el asesorado sea accesible, simplificándolo, sea comprensible y funcional a sus necesidades.

2.2.6.1. Tipos de asesoramiento.

El autor Caplan (citado por Rodríguez Romero, 2012: 34-35) estableció la siguiente clasificación, centrándose en los tres intervinientes vinculados en los tres participantes involucrados con el asesoramiento: el asesor, el profesional y el cliente:

- **El asesoramiento centrado en el cliente:** Se basa en la comunicación entre asesorado/profesional de como éste puede ayudar a su cliente. Bajo este aspecto, el asesoramiento tiene un aspecto secundario en brindar habilidades o capacidades para en su futuro solucionar situaciones parecidas.
- **El asesoramiento centrado en el asesorado:** Centrado en la búsqueda del origen del problema para el asesorado, este tipo de asesoramiento se enfoca en el cambio de las capacidades del asesorado para cualquier situación similar a la que se tenga que abordar.
- **El asesoramiento administrativo centrado en el programa:** Enfocada en el análisis de los problemas de la empresa, como pueden ser: problemas de gestión o implementación, por lo que su actuación vincula a diversos grupos de sujetos.

- **El asesoramiento administrativo centrado en el asesorado:**
Dirigido a los miembros de la organización. Se busca solucionar problemas vinculados a las relaciones interpersonales, la comunicación entre sujetos, la participación, el entorno laboral, etc.(p.148)

Los autores Nieto y Portela (2014) han establecido la siguiente clasificación para el asesoramiento:

Externo: A una petición concreta y puntual de la institución responde el asesor y no existe ningún tipo de vínculo con dicha institución.

Interno: Donde el asesor está involucrado dentro del sistema, se desempeña dentro de la misma empresa y depende orgánica y administrativamente de ella.

Interno – Externo: El asesor pertenece a una entidad independiente pero labora periódicamente en una institución determinada, colabora con ésta, sin que exista una dependencia administrativa, pero sí funcional de la misma.(p.63)

2.2.7. Inventarios.

La presencia de bienes materiales almacenados destinados para efectuar una operación, sea de compra, alquiler, venta, uso o transformación constituye un inventario. Este inventario debe registrarse contablemente, dentro de las cuentas de activo como un activo circulante.

Son inventarios para las empresas las materias primas, sus productos en proceso, los insumos que usa en sus operaciones y los productos terminados. “Estos bienes corpóreos en inventarios son de naturaleza tangible y en existencia, propios y de disponibilidad inmediata para su consumo (materia prima), transformación (productos en proceso) y venta (mercancías y productos terminados).” (Perdomo, 2015, p. 77)

“La acumulación de diversos materiales como: productos en proceso, materias primas, productos terminados o bienes en mantenimiento que luego serán empleados para satisfacer una demanda, es un inventario”.(Moya Navarro, 2013, p. 52)

Otra concepción al concepto de inventario corresponde, al registro documental que se realiza a bienes y de más insumos que pertenecen a una persona natural o jurídica, y que se encuentra efectuado a partir de mucha precisión y minuciosidad en la plasmación de los datos.

Desde un punto de vista contable, el inventario es una relación secuencial, pormenorizada y valorada del conjunto de bienes o pertenencias que representan el patrimonio de una persona natural o empresa en un momento específico.

El objetivo final de inventario es sostener siempre un equilibrio entre el flujo real de entrada y de salida de mercancías que se dan dentro de una empresa.

2.2.7.1. Tipos de inventarios.

Se clasifican según los siguientes criterios:

Según su forma

Inventarios de materias primas: Insumos con los que elaboran los procesos, pero no han sido sometidos a proceso.

Inventarios de Productos en Proceso de Fabricación: Son los bienes comprados por las empresas manufactureras o industriales, los que están en proceso de manufactura.

Inventarios de Productos Terminados: Son los bienes comprados por las empresas manufactureras o industriales, los que son transformados para ser comercializados como productos elaborados.

Inventarios de Suministros de Fábrica: Son los insumos con los que se elaboran los productos, pero no se pueden cuantificar de forma precisa.

Inventario de Mercancías: Son los bienes que son propiedad de la empresa, los que son comprados para ser vendidos posteriormente sin ser modificados.

Fuente: Modelos de Análisis y de Planificación Urbana de Pérez y Salvador

De acuerdo a Castillo (2013):

**Según su
función**

Inventario de seguridad o reserva: Son unidades que mantiene la empresa para compensar los riesgos de paros no previstos de la producción o aumentos inesperados en la demanda de los clientes.

Inventario de desacoplamiento: Que se emplea entre dos procesos u operaciones adyacentes cuyas tasas de producción no pueden ser sincronizadas.

Inventario en tránsito: Son materiales que continúan en la cadena de valor. Generalmente, son artículos que se han solicitado pero no han sido recibidos aún.

Inventario de ciclo: Se genera cuando la cantidad de bienes comprados (o producidos) con el propósito de aminorar los costos por unidad de compra (o aumentar la eficiencia de la producción) es superior que los requerimientos inmediatos de la empresa.

Inventario de previsión o estacional: Se incrementa cuando el negocio produce más de lo necesario inmediatamente durante los períodos de demanda baja para satisfacer las de demanda alta. Frecuentemente, este se incrementa cuando la demanda es estacional.

Fuente: Política de inventarios de Karla Castillo

Para Ballou (2014) se pueden clasificar de la siguiente forma:

**Desde el
punto de
vista
logístico**

En ductos: Corresponde a los inventarios en tránsito entre los niveles del canal de suministros

Existencias para especulación: Cuando se compra materias primas para especular en el mercado con su precio, así obtener ganancias. Ejemplo: el cobre, el oro, etc.

De naturaleza cíclica: Son inventarios que se necesitan para satisfacer la demanda promedio durante el tiempo de reaprovisionamiento continuos.

Existencias de seguridad: El inventario puede crearse como una protección contra la variabilidad en la demanda de existencias y el tiempo total de reaprovisionamiento.

Existencias obsoletas, muertas o pérdidas: Cuando el inventario es mantenido por mucho tiempo, se deteriora, caduca o se pierde o es robado.

Fuente: Administración de la cadena de suministro de Ronald Ballaou

2.2.8. Métodos de valoración de inventarios.

Los métodos de valoración de inventarios o de fórmula de costo establecidos por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) son:

- Identificación Específica de sus Costos Individuales
- Método Promedio Ponderado
- Método FIFO o PEPS (Primeras en entrar Primeras en Salir)

Por tanto, si se aplica la contabilidad con NIIF no se puede emplear los siguientes métodos de valoración:

- Método LIFO o UEPS (Últimas en Entrar Primeras en Salir)
- Método del Último Precio de Mercado.
- Método Promedio Simple

Identificación Específica de sus Costos Individuales

Las normas NIIF para PYMES establecen lo siguiente sobre el método de identificación específica de sus costos individuales, en los siguientes párrafos:

Párrafo 13.17. Una entidad medirá el costo de los inventarios de partidas que no son habitualmente intercambiables y de los bienes y servicios producidos y segregados para proyectos específicos, utilizando identificación específica de sus costos individuales. (International Financial Reporting Standards, 2013)

Párrafo 13.18. Una entidad medirá el costo de los inventarios, distintos de los tratados en el párrafo 13.17, utilizando los métodos de primera entrada primera salida (FIFO) o costo promedio ponderado. Una entidad utilizará la misma fórmula de costo para todos los inventarios que tenga una naturaleza y uso similares. Para los inventarios con una naturaleza o uso diferente, puede estar justificada la utilización de fórmulas de costo distintas. (International Financial Reporting Standards, 2013)

Método Promedio Ponderado

Este método consiste “en calcular un promedio, sumando los valores existentes en el inventario con los correspondientes de las nuevas compras, para luego proceder a dividirlos entre el número de unidades existentes en el inventario incluyendo tanto los inicialmente existentes, como los de la nueva compra.” (Godoy, 2016)

Método FIFO o PEPS (Primeras en entrar Primeras en Salir)

Señala que los primeros productos que se adquieren también serán los primeros en ser vendidos. Este tipo de método permite el cálculo de la antigüedad del stock, así como identificar inventario de baja rotación o muerto.

2.2.9 Costos de inventarios

“Están relacionados con el almacenamiento y el mantenimiento del inventario durante un determinado período de tiempo”. (Vermorel, 2013) Generalmente, estos costos corresponden a un porcentaje del valor del inventario en base anualizada. En el caso, de bienes que han sido sometidos a un tipo de transformación en la empresa, como puede ser de los productos en curso o de los productos terminados, el valor del costo de los inventarios es más complicado determinar y dependerá del sistema que se emplee para conocer esos costos.

El rubro donde las empresas tienen mayores desembolsos económicos es en inventarios, por lo que es fundamental la realización de una evaluación de dichos costos, así concertar el beneficio máximo que se puede lograr del inventario, además de la detección y realización de cambios, que podrían aminorar costos, bien sea en proveedores o productos.

En el manejo de inventarios se busca equilibrar la disponibilidad del producto con los costos de abastecer un nivel determinado de disponibilidad del producto. Se trata de minimizar los costos vinculados con el inventario para cada nivel de servicio. El objetivo principal del análisis del inventario en empresas manufactureras y de servicio es especificar **cuándo** se deben de solicitar los artículos y el tamaño o **cuánto** solicitar en cada pedido.

Los costos de inventario

Se agrupan en los siguientes: costos de hacer un pedido, costos de mantener el inventario y costos de falta de existencias.

1. Los costos de hacer un pedido

Están vinculados con la compra de bienes para el reaprovisionamiento del inventario. Cuando se envía un pedido se incurre en costos relacionados con el procedimiento, ejecución, transmisión, manejo y compra del pedido.

2. Los costos de mantener el inventario

Se relacionan con el almacenamiento de artículos durante un período de tiempo y son proporcionales a la cantidad de artículos a disposición. Estos se pueden clasificar en:

Costo de espacio: Surgen por el uso del volumen dentro de la bodega. Cuando el local es alquilado, la renta mensual se distribuye en función del volumen. Si el local es propio, estos costos se establecen a través de la distribución de los costos operacionales vinculados con el espacio, así como los costos fijos, como costos de mantenimiento de bodega, servicios básicos y de almacenamiento sobre una base de volumen guardado.

Costo de capital: Es el costo de oportunidad en relación con el inventario.

Costo de seguros e impuestos: Por la contratación de seguros y los impuestos, que dependen de la cantidad de inventario disponible.

3. Costos de falta de existencias

Surgen por la carencia de existencias o quiebres de stock cuando se emite un pedido pero este no pudo ser cumplido desde el inventario al cual está normalmente asignado. Se encuentran dentro de los costos de quiebre los siguientes:

Costo por pérdida de ventas Se dan cuando el cliente, ante una situación de carencia de existencias decide cancelar su pedido del producto.

Costo de pedido pendiente: Se originan cuando el cliente espera a que su pedido sea atendido, por lo que la venta no está perdida, solo retrasada.

2.2.10. Administración de inventarios.

Los aspectos básicos de la administración de inventarios son:

¿Qué número de unidades debe producirse en un momento dado?

¿Cuál es el momento oportuno que debe producirse el inventario?

¿Cuál(es) artículos merecen atención especial?

¿Es posible protegerse de los cambios en los costos de los artículos en inventario?

La administración de inventarios consiste en dotar de los inventarios que se necesitan para sostener la operación al costo más reducido posible.

Son dos los aspectos que se contraponen dentro del objetivo de la administración de inventarios: la necesidad de reducir la inversión del inventario, dado que los recursos que no se destinan a ese fin, se pueden invertir en otros proyectos que de otra forma no se podrían financiar. Por otra parte, cuando la demanda sea alta se debe cerciorarse de que la empresa contará con inventario suficiente para atenderla y que las operaciones de producción y venta no se paralicen.

Ambos puntos son conflictivos, ya que minimizando los montos de inversión se reduce el inventario, pero se puede presentar el inconveniente de no poder satisfacer la demanda de las operaciones de la empresa. Si se poseen grandes cantidades de inventario, la probabilidad es baja de no poder satisfacer la demanda y de interrumpir las operaciones de producción y venta, pero se incrementa la producción.

La administración de inventarios tiene entonces como meta, conciliar o equilibrar los siguientes objetivos:

- Maximizar el servicio al cliente. (Jhonson, 2016, p. 84)

- Maximizar la eficiencia de las unidades de compra y producción, y(Jhonson, 2016, p. 84)
- Minimizar la inversión en inventarios. (Jhonson, 2016, p. 84)

2.2.11. Sistemas de control de inventario.

Son sistemas de contabilidad que se emplean para el registro de las cantidades de mercancías existentes y para el establecimiento del costo de las mercancías vendidas.

Son dos los sistemas básicos para registrar inventarios: el sistema periódico y el sistema perpetuo.

2.2.12. Sistema de inventarios periódico.

Se efectúa un control de inventario cada cierto tiempo o período, y se complementa con un conteo físico. Para tener una exactitud de la cantidad de inventarios disponibles en una fecha específica. Entre las desventajas de este sistema están que la empresa no puede conocer en determinado momento cuántos son sus mercancías, ni cuánto es el costo de los productos vendidos.

Al terminado de un período de tiempo, que puede ser mensual o anual, la empresa conocerá el inventario exacto como el costo de venta, en el momento de hacer un conteo físico.

Con la realización de un conteo físico; la empresa puede determinar el costo de ventas realizadas en un período; que consiste en tomar el inventario inicial, y agregarles las compras, disminuirles las devoluciones en compras y el inventario final. El resultado es el costo de las ventas del período.

Bajo este sistema, no son contabilizadas en el inventario, las compras de mercancía o de materia prima. Al fin del período, con el valor allí acumulado, se efectúa el conteo físico de inventarios para determinar el costo de las ventas.

En la cuenta de compras son contabilizadas las devoluciones de mercancías compradas.

La devolución en ventas y las ventas se contabilizan por igual en la cuneta de ingresos.

El conteo físico es realizado al final del período y se establece el inventario final, éste inventario final si es contabilizado en la cuneta de activos (inventarios).

2.2.13. Sistema de inventarios perpetuo o continuo.

Se mantiene un registro continuo de cada artículo del inventario, de esta manera los registros presentan las mercancías disponibles en todo momento. Directamente de las cuentas la empresa puede establecer el costo del inventario final y del costo de las mercancías vendidas.

Este sistema, también permite el establecimiento del costo la momento de efectuar la venta, debido a que en cada salida de un bien, es registrada su cantidad y costo.

Entre las desventajas que este sistema tiene para la determinación del costo de venta, es su inconveniente con los valores de las mercancías, dado que éstas son adquiridas en fechas diferentes con precios diferentes, “por lo que es imposible tener una homogeneidad en los valores de las mercancías compradas”. (Homgen, 2014, p. 42)

Para evitar este problema, la valoración de los inventarios se ejecuta a través de diversos métodos que buscan establecer el costo de la forma más real, dependiendo del tipo de empresa.

En el sistema perpetuo, en un debito a la cuneta de Inventarios (Activo) se contabilizan las compras de mercancías o materia prima. La cuneta de inventarios es afectada por la devolución de compras de mercaderías, es decir, se contabiliza como un crédito a la respectiva subcuenta de inventarios. En la cuneta de ingresos, son contabilizadas las ventas, y a la vez se registra el costo de venta, puesto que al momento de cada venta, se establece su costo.

2.3. Marco conceptual

Asesoramiento: Conceder información a una persona natural o jurídica sobre una materia de la que se posee conocimientos especiales.

Costo: Desembolso económico que se efectúa en la fabricación de un producto o prestación de un servicio.

Negocio: Actividad comercial que se tiene pensada y que se quiere efectuar.

Proceso: Serie de actividades debidamente planificadas que incluye la participación de un conjunto de personas y de recursos materiales coordinados para alcanzar un objetivo previamente reconocido.

Segmento de mercado: Conjunto de clientes con diversos deseos, preferencias de compra o estilo de empleo de productos.

2.4. Marco legal

Tomado de la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades que establecen lo siguiente sobre el manejo de los inventarios:

Medición de los inventarios

13.4 Una entidad medirá los inventarios al importe menor entre el costo [véase: párrafos 13.5 al 13.18] y el precio de venta estimado menos los costos de terminación y venta [véase: párrafos 13.19 y párrafos 27.2 al 27.4]. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p. 6)

Los inventarios que mantenga una empresa no deben ser registrados en la contabilidad, a un coste superior del que se vaya a obtener a través de su venta. Por medio de la medición de inventarios se identifica si los inventarios o existencias han tenido algún daño, y de presentarse, efectuar el respectivo ajuste.

Costo de los inventarios

13.5 Una entidad incluirá en el costo de los inventarios todos los costos de adquisición [véase: párrafos 13.6 y 13.7], costos de transformación [véase: párrafos 13.8 a 13.10] y otros costos [véase: párrafos 13.11 y 13.12]

incurridos para dar a los inventarios su condición y ubicación actuales. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p. 6)

La administración debe estimar correctamente los costos asociados con mantener inventarios, para poder calcular correctamente el tamaño de lote óptimo y así lograr menores costos totales de forma eficiente.

Costos de adquisición

13.6 Los costos de adquisición de los inventarios comprenderán el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), el transporte, la manipulación y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, materiales o servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el costo de adquisición. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p. 6)

13.7 Una entidad puede adquirir inventarios con pago aplazado. En algunos casos, el acuerdo contiene de hecho un elemento de financiación implícito, por ejemplo, una diferencia entre el precio de compra para condiciones normales de crédito y el importe de pago aplazado. En estos casos, la diferencia se reconocerá como gasto por intereses a lo largo del periodo de financiación y no se añadirá al costo de los inventarios. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p. 6)

Este costo de adquisición debe ser considerado a partir del precio pagado al contado. Es así, que la diferencia con dicho precio será admitida como un componente implícito y el descuento que se obtenga por pronto pago representará una reducción del cargo financiero.

Costos de transformación

13.8 Los costos de transformación de los inventarios incluirán los costos directamente relacionados con las unidades de producción, tales como la mano de obra directa. También incluirán una distribución sistemática de los costos indirectos de producción variables o fijos, en los que se haya incurrido para

transformar las materias primas en productos terminados. Son costos indirectos de producción fijos los que permanecen relativamente constantes, con independencia del volumen de producción, tales como la depreciación y mantenimiento de los edificios y equipos de la fábrica, así como el costo de gestión y administración de la fábrica. Son costos indirectos variables los que varían directamente, o casi directamente, con el volumen de producción, tales como los materiales y la mano de obra indirecta. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p. 6)

En el proceso productivo existen una variedad de costos como son los costos directos (variables) e indirectos (fijos). Por tanto, esta clase de costos deben estar concretamente identificados, de ahí, su importancia, radica en que contando la empresa con la materia prima necesaria para producir podrá determinar las consecuencias de la toma de decisiones y ejercer control sobre el proceso productivo, cuál es el impacto de los costos de la mano de obra directa y de los indirectos de fabricación, en la conversión de esas materias primas en el producto final.

Distribución de los costos indirectos de producción

13.9 Una entidad distribuirá los costos indirectos fijos de producción entre los costos de transformación sobre la base de la capacidad normal de los medios de producción. Capacidad normal es la producción que se espera conseguir en promedio, a lo largo de un número de periodos o temporadas en circunstancias normales, teniendo en cuenta la pérdida de capacidad procedente de las operaciones previstas de mantenimiento. Puede usarse el nivel real de producción si se aproxima a la capacidad normal. El importe de costo indirecto fijo distribuido a cada unidad de producción no se incrementará como consecuencia de un nivel bajo de producción, ni por la existencia de capacidad ociosa. Los costos indirectos no distribuidos se reconocerán como gastos en el periodo en que hayan sido incurridos. En periodos de producción anormalmente alta, el importe de costo indirecto fijo distribuido a cada unidad de producción disminuirá, de manera que los inventarios no se midan por encima del costo. Los costos indirectos variables se distribuirán a cada unidad de producción sobre la base del

nivel real de uso de los medios de producción. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p. 6)

Este tipo de costos son prorrateados para que cada una de las áreas de la empresa sean productivos como de los servicios, considerando una base razonable que tenga que ver con la causa y efecto del costo, a través de la selección de una idónea base de distribución del costo. Escogiendo la base de distribución y calculada la tasa de costos indirectos de fabricación, se procede a calcular el costo a cada uno de los productos.

Producción conjunta y subproductos

13.10 El proceso de producción puede dar lugar a la fabricación simultánea de más de un producto. Este es el caso, por ejemplo, de la producción conjunta o de la producción de productos principales junto a subproductos. Cuando los costos de las materias primas o los costos de transformación de cada producto no sean identificables por separado, una entidad los distribuirá entre los productos utilizando bases coherentes y racionales. La distribución puede basarse, por ejemplo, en el valor de mercado relativo de cada producto, ya sea como producción en proceso, en el momento en que los productos pasan a identificarse por separado, o cuando se termine el proceso de producción. La mayoría de los subproductos, por su propia naturaleza, no son significativos. Cuando este sea el caso, la entidad los medirá al precio de venta, menos el costo de terminación y venta, deduciendo este importe del costo del producto principal. Como resultado, el importe en libros del producto principal no resultará significativamente diferente de su costo. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p. 6)

De producirse de manera inexorable más de un producto, la asignación que se haga de los costos que no son imputables inequívocamente a un producto específico se fundamentará en indicadores o criterios que sean lo más objetivos posibles con la orientación, con carácter general, de que los costos imputados a cada productos sean lo más paralelo o proporcionales al valor neto realizable de cada producto.

Otros costos incluidos en los inventarios

13.11 Una entidad incluirá otros costos en el costo de los inventarios solo en la medida en que se haya incurrido en ellos para dar a los mismos su condición y ubicación actuales. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p. 6)

Tener una valoración de los inventarios es importante, y ésta tiene repercusiones en la estructura financiera de la empresa, así como en su gestión administrativa. Así también, contribuye a la administración a cuantificar cuánto beneficio pueden lograr del inventario, de qué formas pueden aminorar costos, donde se pueden efectuar modificaciones, qué proveedores o qué artículos se deben escoger, cómo se debe asignar el capital, etc.

Técnicas de medición del costo, tales como el costo estándar, el método de los minoristas y el precio de compra más reciente

13.16 Una entidad puede utilizar técnicas tales como el método del costo estándar, el método de los minoristas o el precio de compra más reciente para medir el costo de los inventarios, si los resultados se aproximan al costo. Los costos estándares tendrán en cuenta los niveles normales de materias primas, suministros, mano de obra, eficiencia y utilización de la capacidad. Estos se revisarán de forma regular y, si es necesario, se cambiarán en función de las condiciones actuales. El método de los minoristas mide el costo reduciendo el precio de venta del inventario por un porcentaje apropiado de margen bruto. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p. 6)

Estas técnicas serán convenientes siempre que el resultado de su aplicación se aproxime al costo. Donde los costos estándares se fijan a partir de niveles normales de consumo de insumos, mano de obra, suministros, utilización de la capacidad y eficiencia. En esta situación, las condiciones de cálculo se tendrán que revisar de manera continua y, si es necesario, se modificarán los estándares siempre y cuando esas condiciones hayan modificado.

Fórmulas de cálculo del costo

13.17 Una entidad medirá el costo de los inventarios de partidas que no son

habitualmente intercambiables y de los bienes y servicios producidos y segregados para proyectos específicos, utilizando identificación específica de sus costos individuales. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p. 6)

13.18 Una entidad medirá el costo de los inventarios, distintos de los tratados en el párrafo 13.17, utilizando los métodos de primera entrada primera salida (FIFO) o costo promedio ponderado. Una entidad utilizará la misma fórmula de costo para todos los inventarios que tengan una naturaleza y uso similares. Para los inventarios con una naturaleza o uso diferente, puede estar justificada la utilización de fórmulas de costo distintas. El método última entrada primera salida (LIFO) no está permitido en esta NIIF. (La Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009, p.21)

La NIFF únicamente acepta determinados métodos de valoración de inventarios que han sido escogidos con el fin tener un control de los costos de inventarios, fijar el costo de los inventarios disponibles y determinar el costo de los inventarios vendidos.

2.5. Situación de la Pequeña y Mediana Empresa

La Pequeña y Mediana Empresa (PYMES) se caracteriza por los siguientes aspectos. (Instituto de Estadísticas y Censos, 2016)

Tabla 1

Aspectos situacionales de la Pequeña y Mediana Empresa

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Uso intensivo de la mano de obra.	Escasa aplicación de tecnología. Baja división del trabajo. Reducido capital de trabajo Baja productividad. Mínima capacidad de ahorro. Limitado uso de los servicios financieros y no financieros.

Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos de Ecuador del Instituto de Estadística y Censos (2015). **Elaborado por:** Los autores.

La Cámara de la Pequeña Industria (CAPEIPI) cuenta con 1700 empresas afiliadas que generan alrededor de 65000 puestos de trabajo directo e igualmente de plazas indirectas, es decir de forma general alrededor de 520 mil familias de este tipo de actividad empresarial. (Diario “Nación”, 2015)

Según el INEC existían 733.970 empresas en Ecuador, tomando en cuenta aquellas que no cerraron formalmente sus puertas. De las cuales el 55,0% corresponden a microempresas, el 29,0 % a pequeñas, el 13,0% a medianas y el 3,0% a grandes empresas, predominando entre ellas el sector del comercio con el 39% seguido por el de servicios con el 38,4%. El 6% de sus ventas se destina a mercados internacionales. El 65% de las plazas de empleo existentes en Ecuador proviene de una PYME. (Instituto de Estadística y Censos, 2015)

Las provincias con mayor concentración de PYMES son: Guayas, Pichincha, Manabí, Azuay y El Oro. Siendo la actividad económica principal de éstas: el comercio, seguida por la manufactura, agricultura, transporte, científico-técnico, minas y canteras, financieras, construcción, información, actividades administrativas y otros.

Su estado posicional y evolución está fuertemente vinculada al ciclo que se encuentre atravesando la economía. Durante las fases de crecimiento y expansión se crean nuevas empresas, incrementa el consumo y, por tanto, las ventas. Mientras en una etapa recesiva, las PYMES son las primeras en ser afectadas por la desaceleración y reducción del consumo, por no contar con una estructura de capital ni la liquidez suficiente de una empresa grande para mantenerse en los malos momentos que atraviesa la economía.

Capítulo III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

Los tipos de investigación utilizados en la elaboración del Plan de Negocio fueron los siguientes:

3.1.1. Investigación Descriptiva.

Este tipo de investigación se empleó para la descripción de las diferentes etapas que componen el plan de negocio: El análisis de mercado para conocer el potencial número de clientes existentes, el valor que el mercado está dispuesto a pagar por el servicio, cuántos son los competidores, qué servicios requieren los clientes, etc.; la fase operacional de como se lo realiza el servicio; el análisis económico que comprendió una descripción de las inversiones en activos fijos y diferidos necesarios para comenzar a operar, el monto a invertir y las fuentes de financiamiento, la aportación de los socios y la evaluación financiera que demostró la viabilidad financiera del proyecto de negocio.

3.1.2. Investigación Documental.

Para la redacción del Plan de Negocios se buscó información de autores especializados en fuentes primarias de información como: libros de evaluación de proyectos, guías de planes de negocios, investigación de mercado, finanzas e ingeniería económica, monografías, proyectos de graduación, etc.

3.2.3. Investigación de Campo.

Consistió en la recolección de información directamente del campo para lo cual se realizó una encuesta a la población definida de estudio (pequeñas y medianas empresas del sector comercial de la parroquia Tarqui de Guayaquil) y una entrevista a expertos vinculados con la administración de inventarios y auditoría de empresas que mantengan inventarios. Con el fin de obtener información real sobre la necesidad de contar con una empresa que ofrezca asesoría de manejo y administración de inventarios y de su viabilidad operacional.

3.3. Enfoque de la Investigación

El enfoque de esta investigación es de tipo mixto: cuantitativo y cualitativo. En el ámbito cuantitativo se recogió información estadística de la investigación de campo que se procedió a tabular con la aplicación de técnicas de estadística descriptiva. Se cuantificó en términos monetarios la inversión en el negocio, la proyección de los presupuestos de gastos operacionales y de estados financieros proyectados, así como también se obtuvieron los indicadores financieros que indicaron si es rentable o no esta idea de negocio.

En el ámbito cualitativo se obtuvo información de expertos y propietarios de negocios que opinaron sobre la importancia del manejo adecuado de inventarios y de las posibilidades de éxito de una empresa que preste servicios en esta área a los negocios.

3.4. Técnicas de investigación

3.4.1. Cuestionario de preguntas.

Es un instrumento compuesto por un conjunto de preguntas escritas y de opciones múltiples como respuestas para ser contestadas por los encuestados y entrevistados.

La información que se obtenga servirá para lograr los objetivos de investigación.

3.4.2. Instrumentos de investigación.

La encuesta: Sirvió para conocer del mercado objetivo la factibilidad operacional de la empresa de servicio de manejo y administración de inventarios, si hay un mercado potencial que asegure la operatividad de la empresa, de la existencia de problemas de administración de inventarios y de saber si los encuestados contratarían los servicios de ésta. Para lo cual se diseñó un cuestionario de preguntas de respuestas cerradas (Ver Anexo 4).

La entrevista: Se efectuó para contar con información oral de parte de las autores de esta investigación y los entrevistados (expertos y propietarios de negocios); que respondieron a preguntas enfocadas a la obtención de información

exigidas por los objetivos planteados de la investigación que se efectuó. Contó con un cuestionario de preguntas abiertas donde los entrevistados indicaban sus puntos de vista sobre las interrogantes. (Ver Anexo 5)

3.5. Población

La población tomada para estudio fueron las pequeñas y medianas empresas del sector comercial de la ciudad de Guayaquil que según el Directorio de Empresas y Establecimientos (INEC, 2015) fueron de 852 empresas PYMES en la parroquia Tarqui de Guayaquil.

3.5.1. Muestra.

Se empleó la técnica de muestreo aleatorio simple para establecer el número de personas e encuestar. La fórmula de poblaciones finitas fue utilizada en el cálculo. (Mason, 2013, p. 35)

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N - 1)e^2 + pqZ^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población = 852

p = Probabilidad de éxito= 0,5

q = probabilidad de fracaso= 0,5

Z = Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96.

e =0,05. El error muestral.

$$n = \frac{(852). (1,96)^2. (0,5). (0,5)}{(852 - 1). (0,05)^2 + (0,5). (0,5). (1,96)^2}$$

n = 265 empresas a encuestar

3.6. Análisis de resultados

A continuación la tabulación y análisis de la información obtenida por medio de las encuestas efectuadas.

Tabla 2. ¿En su negocio usted mantiene inventarios?

Respuestas	Frecuencia	%
Sí	177	66,79%
No	88	33,21%
TOTAL	265	100,00%

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.

Elaborado por: Los autores (2017)

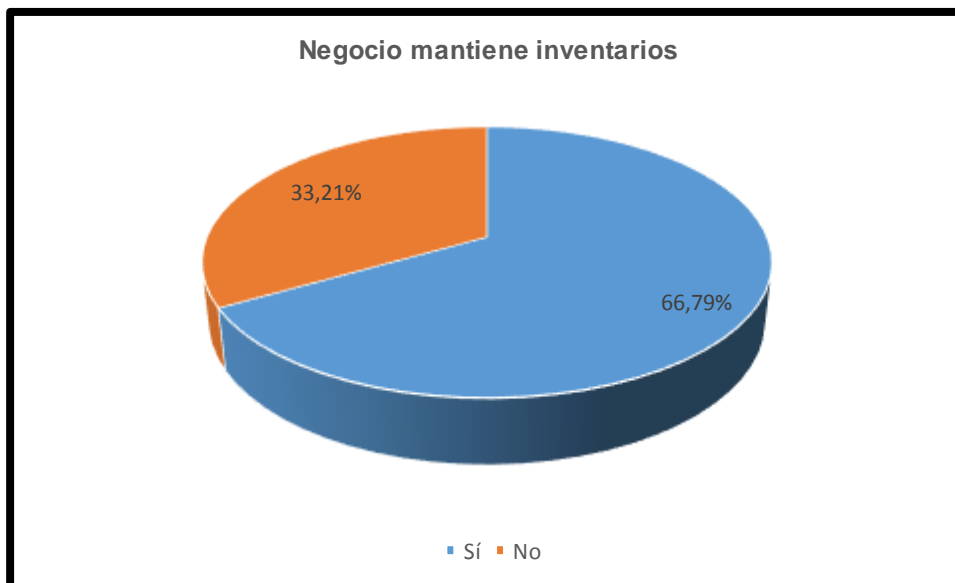


Figura 1. Pregunta 1

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.

Elaborado por: Los autores (2017)

Análisis: En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que el 66,79% de los encuestados respondió que mantiene inventarios por como una medida para evitar pérdidas de ventas, para cumplir con la demanda durante el período de compra, reposición o adquisición de mercadería, para evitar el incremento de precios y para apoyar los requerimientos del cliente. Pero estas cantidades de inventario no son determinadas de manera técnica y los empresarios no conocen de los costos ocultos que representa tener inventarios en bodega.

Tabla 3. ¿El tipo de ventas que usted realiza son:?

Respuestas	Frecuencia	%
Al mayoreo	160	60,38%
Al menudeo	105	39,62%
TOTAL	265	100,00%

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.

Elaborado por: Los autores (2017)



Figura 2. Pregunta 2

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.

Elaborado por: Los autores (2017)

Análisis: En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que el 60,38% de los encuestados efectuados realiza ventas al por mayor y, por ende, son los que mantiene en bodega inventario de mercaderías. Esto representa que existe un número considerable de empresas a lo que se podría ofrecer los servicios de control y manejo de inventarios.

Tabla 4. ¿Usted realiza inventarios de su mercadería? Si su respuesta es afirmativa especifique con qué frecuencia lo realiza?

Respuestas	Frecuencia	%
Sí	156	58,87%
No	109	41,13%
TOTAL	265	100,00%

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores ores (2017)

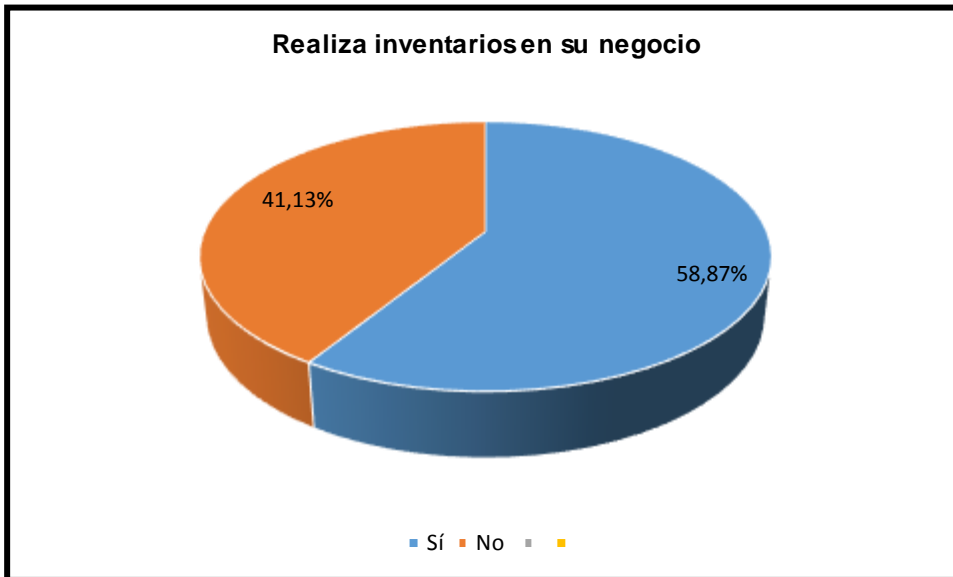


Figura 3. Pregunta 3
Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

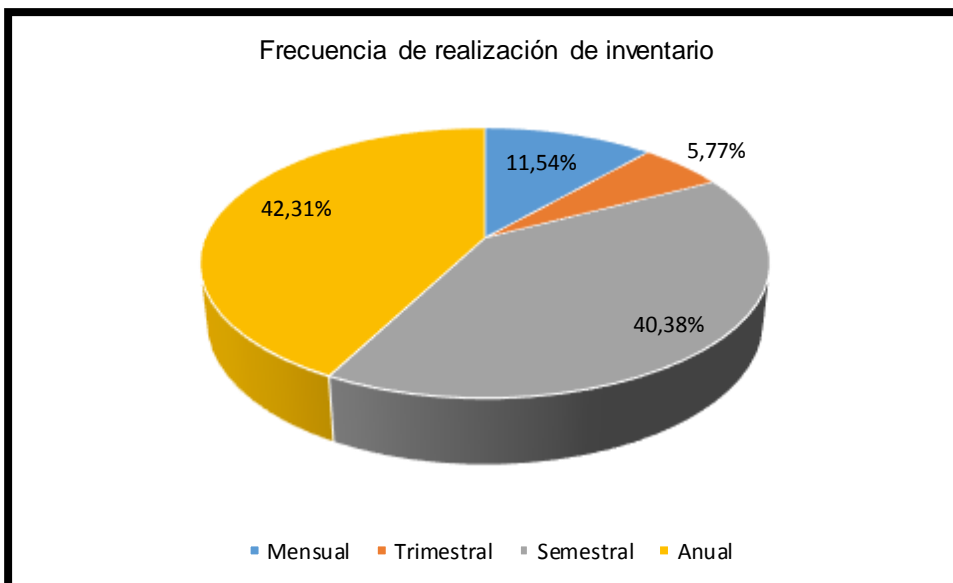


Figura 4. Frecuencia de realización de inventarios

Análisis: En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que el 58,67% de los encuestados realiza inventario de su mercadería, con el fin de contar con un stock de mercadería para evitar quedar desabastecido, ni retrasos, en los pedidos de los clientes, conocer cuánto dinero inmovilizado hay de mercadería en bodega, minimizar los costos por mantenimiento de inventarios. Así también, para detectar las variaciones existentes entre lo registrado en libros y lo que realmente existe físicamente en mercaderías. Y que un 42,31% de los encuestados lo realiza de forma anual la labor de inventarios.

Pregunta 4

Tabla 5. ¿Personalmente usted realiza la toma de inventarios o lo realizan terceras personas?

Respuestas	Frecuencia	%
Sí	76	28,68%
No	189	71,32%
TOTAL	265	100,00%

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

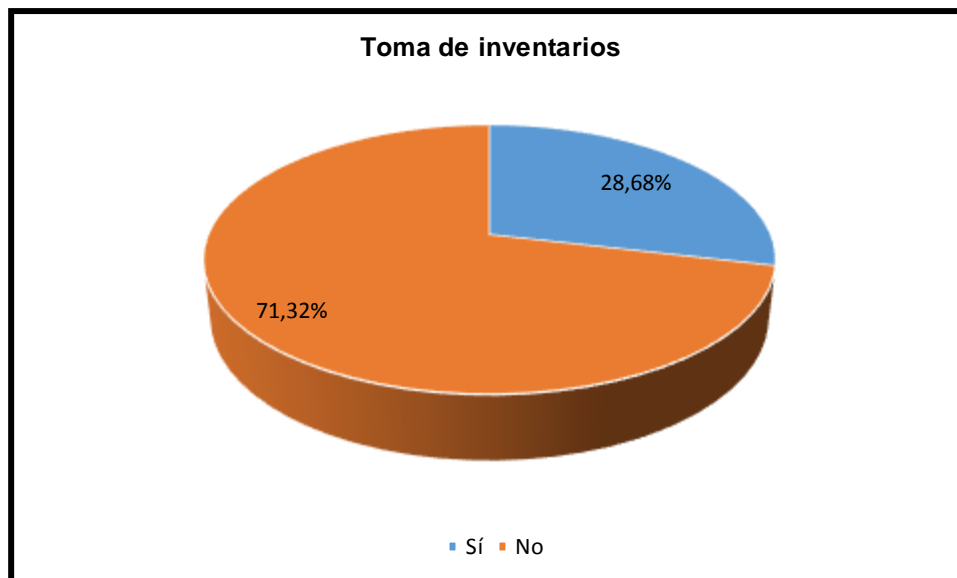


Figura 5. Pregunta 4
Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

Análisis: En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que el 71,32% de los encuestados no realiza la toma de inventarios, debido a que no cuentan con los conocimientos técnicos para efectuar un correcto procedimiento de control de inventarios. La toma de inventarios proporcionará información importante para cargar al sistema de inventarios. Aquí, se verifica los bienes en bodega a una fecha determinada. Este procedimiento debe ser realizado por toda empresa sin considerar su tamaño.

Pregunta 5

Tabla 6. ¿Está usted consciente que un inadecuado manejo y administración de inventarios incrementa los costos operacionales de su negocio?

Respuestas	Frecuencia	%
Mucho	65	24,53%
Bastante	98	36,98%
Algo	4	1,51%
Muy poco	89	33,58%
Nada	9	3,40%
TOTAL	265	100,00%

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.

Elaborado por: Los autores (2017)

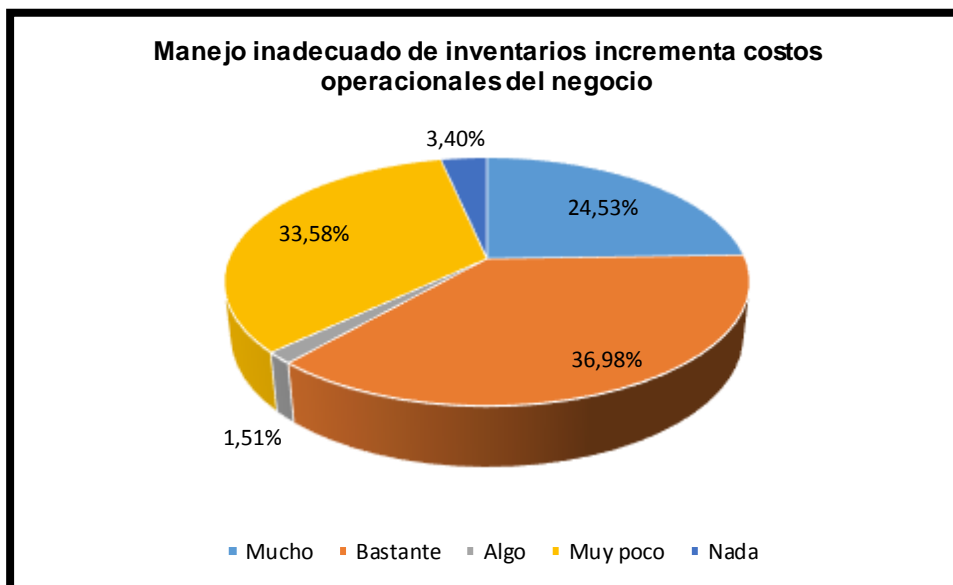


Figura 6. Pregunta 5

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.

Elaborado por: Los autores (2017)

Análisis: En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que casi el 63,02% reconoce que el inadecuado manejo y control de inventarios aumenta los costos operacionales de su negocio. En el mantenimiento de inventarios existen una serie de costos que los empresarios no conocen que están involucrados, entre los que están la disminución de los niveles de producción, costos laborales más elevados y desperdicios de las existencias, además, de perder ingresos por ventas potenciales. Son de gran alcance los costos ocultos por la carencia de existencias y se presentan frecuentemente. La gestión manual de inventarios resulta complicado, por tanto, se hace necesario con la asesoría

Tabla 7. ¿Está usted de acuerdo con los beneficios económicos y operacionales que producen un manejo y administración adecuada de inventarios en las empresas?

Respuestas	Frecuencia	%
Totalmente desacuerdo	58	21,89%
En desacuerdo	59	22,26%
Neutro	11	4,15%
De acuerdo	72	27,17%
Totalmente de acuerdo	65	24,53%
TOTAL	265	100,00%

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

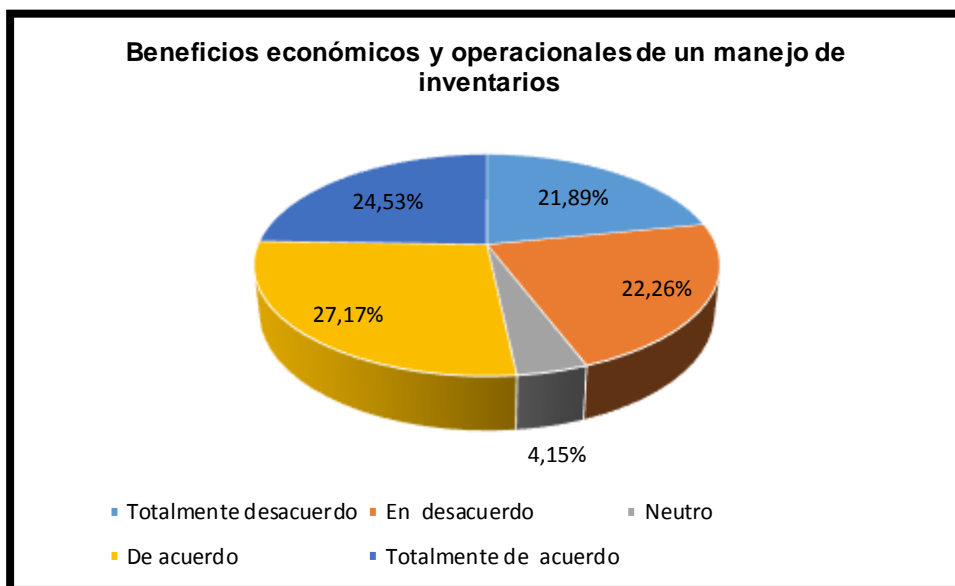


Figura 7. Pregunta 6
Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

Análisis: En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que casi el 51,70% de los encuestados considera que con un control y manejo adecuado de inventarios representará beneficios económicos y operacionales al negocio. Esto ratifica la importancia para las empresas de contar con un inventario bien controlado y administrado. El enfoque en este aspecto debe ser el de lograr un nivel óptimo para no producir costos innecesarios.

Tabla 8. ¿Tiene implementado usted en su empresa algún control y sistema de inventario? De ser afirmativa su respuesta indique el sistema, en caso contrario señale la razón por lo que no lo ha implementado?

Respuestas	Frecuencia	%
Sí	97	36,60%
No	168	63,40%
TOTAL	265	100,00%

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

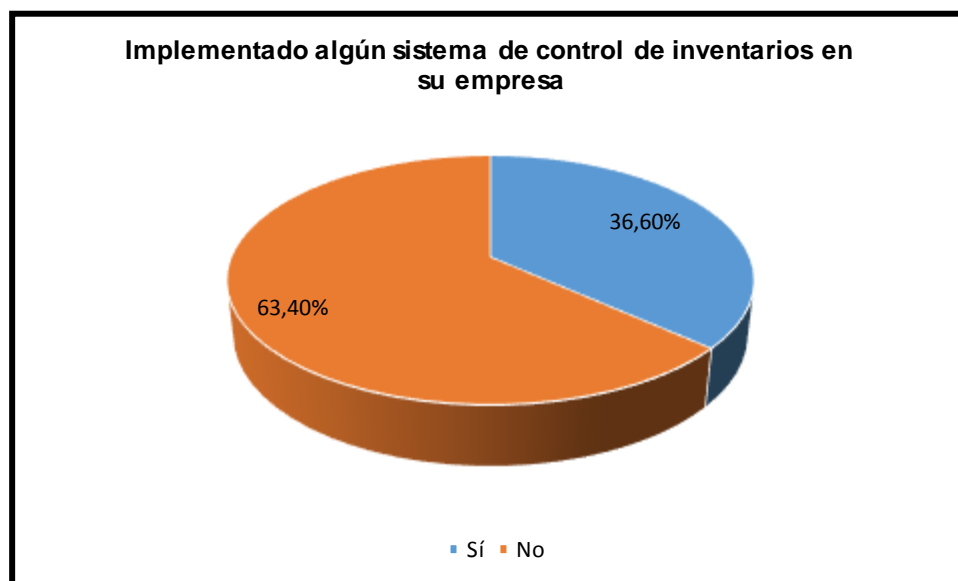


Figura 8. Pregunta 7
Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

Análisis: En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que el 63,40% de los encuestados no posee de inventarios estructurado de una manera organizada y técnica y que llevan el registro de manera, donde no puede contar con otra clase de indicadores que les permita optimizar la gestión de inventarios. Del 36,60% de los encuestados que respondió tener un sistema de inventarios el 21,79% dijo que aplicaba un sistema de inventario perpetuo, y el 14,81% de los

encuestados manifestó manejaban un sistema de inventarios global. Entre las principales causas están: desconocimiento de los beneficios del sistema, los costos de implementar los sistemas de inventarios, no entender cómo se interpretan los resultados que indica el sistema, etc.

Tabla 9. ¿Cree usted que al implementar un control y sistema de inventario mejorarán los indicadores financieros y administrativos de su empresa?

Respuestas	Frecuencia	%
Sí	193	72,83%
No	72	27,17%
TOTAL	265	100,00%

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

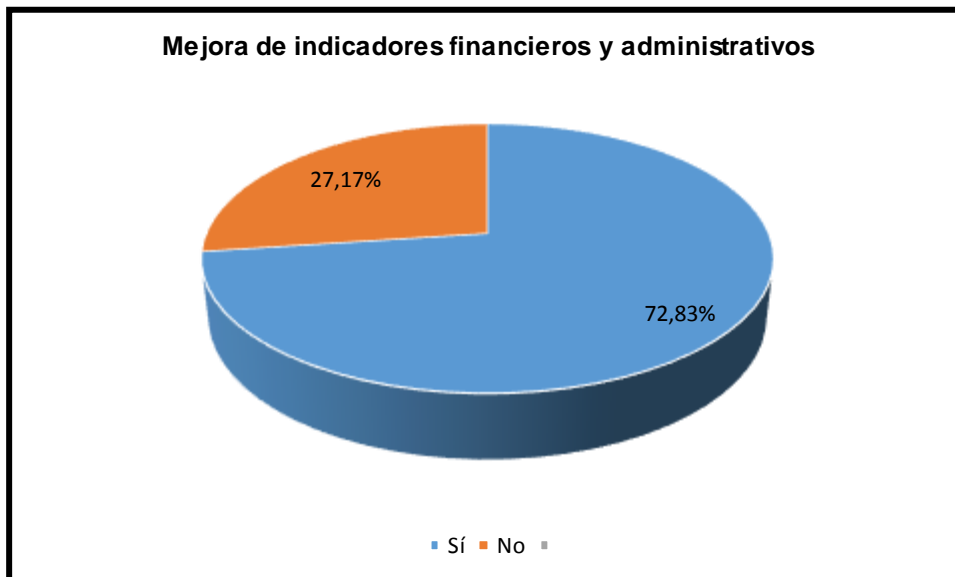


Figura 9. Pregunta 8
Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

Análisis: En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que el 72,83% de los encuestados consideraron que la implementación de un control y sistema de inventarios si mejoraría los indicadores de gestión administrativos y financieros. Esta implementación de un sistema de inventarios permite optimizar los recursos económicos al disminuir los costos ocultos de mantener inventario innecesario. En lo administrativo, se podrá administrar más eficientemente los

pedidos de inventarios y evitar el elevado almacenamiento de mercaderías en bodega.

Tabla 10. ¿Conoce usted de empresas o personas naturales que presten los servicios de control, manejo y administración de inventarios en la ciudad? De ser afirmativa su respuesta indique la razón social

Respuestas	Frecuencia	%
Sí	87	32,83%
No	178	67,17%
TOTAL	265	100,00%

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

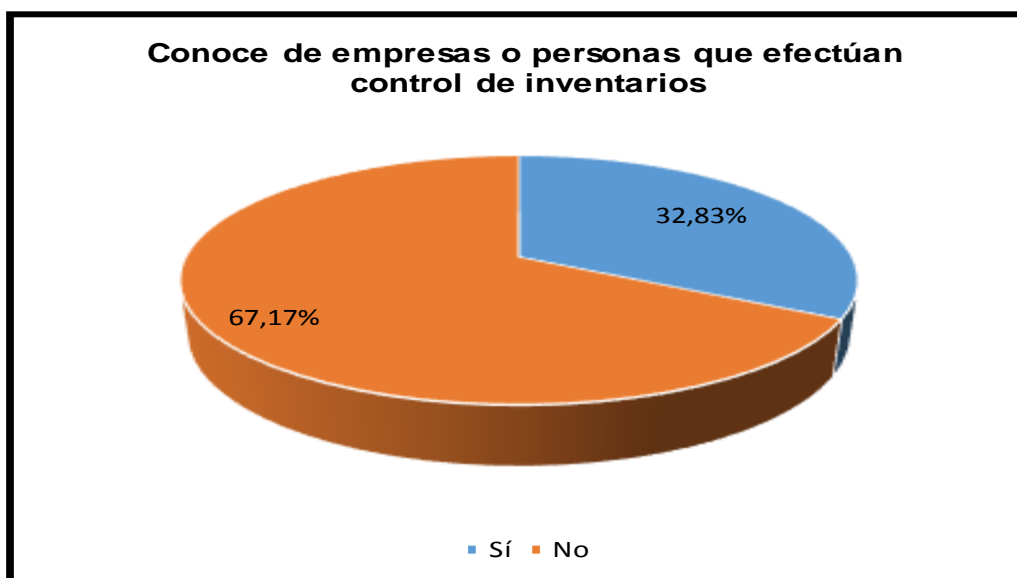


Figura 10. Pregunta 9
Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

Análisis: En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que el 67,17% de los encuestados respondió que no conocen de personas naturales o jurídicas que presten los servicios de inventarios. Mientras que, el 32,83% de los encuestados manifestó conocer de empresas o personas que prestan de manera independiente los servicios de marketing digital, entre éstas empresas están: Inventario digital, SISMODE, etc.

Tabla 11. ¿Indique cuáles son los factores críticos que influyen para contratar los servicios de una empresa de servicios de inventarios?

Respuestas	Frecuencia	%
Asesoría personalizada para cada cliente	21	7,92%
Portafolio diversificado de servicios en el ramo del control, manejo y administración de inventarios	98	36,98%
Paquetes especiales de contratación de servicios profesionales	101	38,11%
Manejo e implementación de tecnología de punta	45	16,98%
TOTAL	265	100,00%

Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

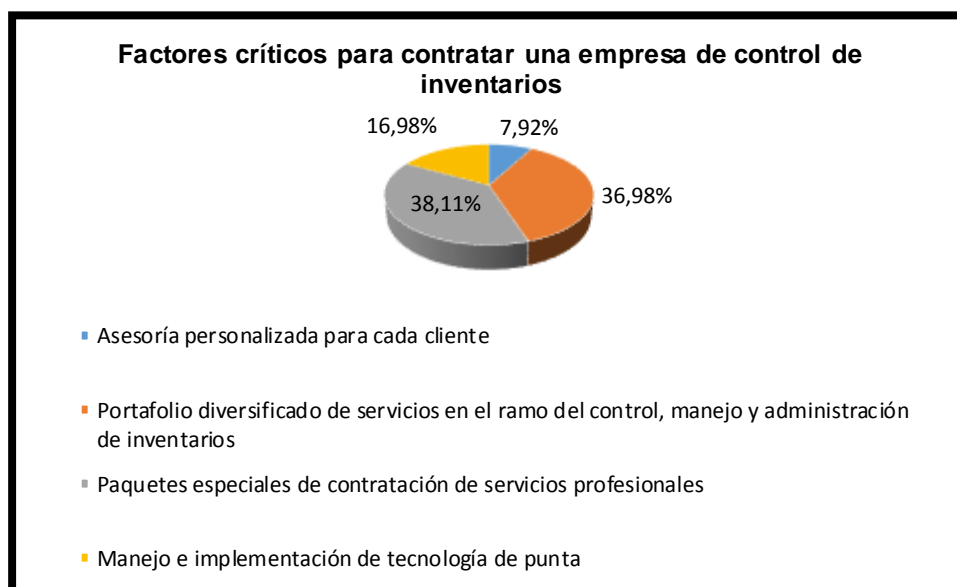


Figura 11. Pregunta 10
Fuente: Datos obtenidos de encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores (2017)

Análisis: En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que el 38,11% de los encuestados respondió que la oferta de paquetes de servicios profesionales sería lo que más les inclinaría a contratar a una empresa de servicios de inventarios, el 36,98% de los encuestados respondió que le interesa la prestación de servicios profesionales de manera independiente, el 16,98% dijo que el tipo de tecnología que pueda aportar a la empresa les resultaría

interesante y un 7,92% por la prestación personalizada de asesoría en el control y manejo de inventarios.

3.6 Conclusiones del análisis de resultados de la encuesta

En base a la información obtenida por medio de la encuesta se concluyó:

Las pymes especialmente del sector comercial mantienen inventarios en sus bodegas, pero sin ningún criterio técnico.

Las empresas realizan un mix en lo referente a los tipos de ventas que efectúan: al por mayor y menor.

Los empresarios realizan inventarios pero de forma no técnica que les permita aprovechar los beneficios de un control y manejo adecuado de inventarios.

Existe conciencia en este sector empresarial que no contar con asesoramiento técnico en un aspecto tan importante como es el de mantener las cantidades apropiadas de inventarios influye en los costos operacionales del negocio.

Existe un potencial de mercado para ofertar los servicios de la empresa, promoviendo la aplicación de un control y manejo de inventarios adecuado.

Todo lo que implique una optimización de gestión repercutirá en el mejoramiento de indicadores de gestión, en un medio competitivo que se desenvuelven las empresas y que necesitan contar con todas las herramientas necesarias que les facilite lograr competitividad.

Establecer un adecuado plan de marketing digital que le permita penetrar y captar clientes en el mercado.

Estructurar convenientes paquetes de servicios enfocados a cada tipo de empresas.

CAPÍTULO IV PROPUESTA

4.1. Tema

Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoramiento de procesos para el manejo de inventarios del sector comercial.

4.1.1. Justificación de la propuesta.

Esta propuesta detalla las etapas para la creación de una empresa de servicios profesionales enfocada en el manejo de procesos de inventarios para el sector de las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Esta empresa estará conformada por jóvenes profesionales que ante la carencia de plazas de empleo han decidido emprender en un negocio que monetice el conocimiento aprendido en las aulas universitarias. Considerando que las PYMES es un segmento mayoritario en la rama del comercio, y que mantienen inventarios en altas cantidades que no registradas de forma técnica y organizada. Ante esta oportunidad en este plan de negocio se detalla la viabilidad económica y financiera de esta idea de negocio.

4.1.2. Objetivo general.

Estructurar una propuesta que comprenda las etapas de un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios profesionales especializados en el manejo de procesos de inventarios dirigida a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la ciudad de Guayaquil.

4.1.2.1. Objetivos específicos.

Definir un conjunto de estrategias que permitan el posicionamiento del negocio y el cumplimiento de los objetivos empresariales de la empresa.

Establecer el tipo de empresa que adoptarán los inversionistas para administrarla.

Definir la inversión económica para comenzar el negocio.

Evaluar financieramente la idea de negocio para los inversionistas.

4.2. Nombre de la microempresa

La empresa se denominará “Aseproinv S.A”

A continuación se presenta el logotipo de la empresa.



Figura 12. Logotipo de la empresa
Elaborado por: Los autores (2017)

La empresa estará localizada en 9 de Octubre y Esmeraldas (Edificio Finansur) en el cantón Guayaquil. Piso 8. Oficina #809

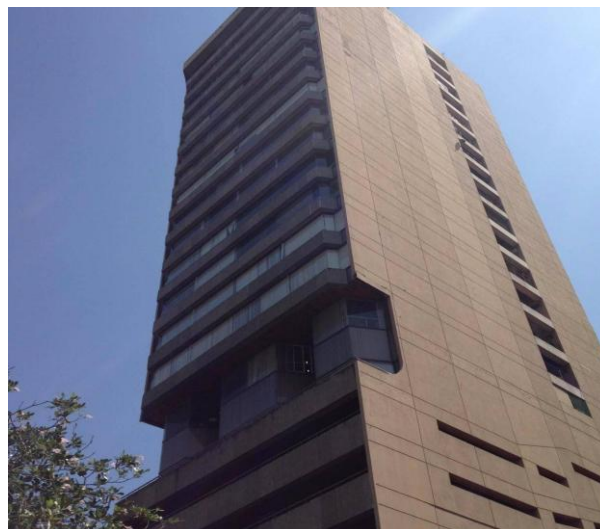


Figura 13. Edificio "FINANSUR"
Fuente: <https://www.google.com.ec>

4.2.1. Clasificación de la microempresa.

De acuerdo con Hermosilla (2015) la empresa de prestación de servicios de asesoramiento de procesos para el manejo de inventarios se encuentra bajo la siguiente categoría de microempresa.

a. Propiedad del capital

El capital de la empresa se constituirá por la aportación de dos socios que aportarán los recursos económicos para la puesta en marcha. Y los beneficios se distribuirán entre ellos. Por tanto, es una microempresa asociativa.

b. Por la actividad que desarrollan

Será una empresa comercial dedicada a la prestación de un servicio calificado de procesos para el manejo de inventarios.

c. Cantidad de funciones que desarrolla

La nueva empresa solamente se dedicará en la prestación de servicios profesionales, por tanto, será una microempresa de función única.

4.2.2. Visión y misión de la microempresa.

a. Visión

Estar entre las líderes en el mercado de la pequeña y mediana empresa (PYMES) en el asesoramiento de manejo de procesos de inventarios ofreciendo un servicio eficiente y confiable a nuestros clientes, quienes contarán con el respaldo y compromiso de un equipo de profesionales comprometido, sustentado en elevados estándares éticos y morales.

b. Misión

Ofrecer al segmento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) soluciones en el manejo de sus inventarios bajo la modalidad de externalización, de manera flexible acorde las necesidades específicas y presupuesto de los empresarios.

4.2.3. Objetivos estratégicos.

Posicionar nuestra empresa de servicios dentro del segmento de las líderes en su campo.

Incorporar personal altamente capacitado y experimentado en la rama de manejo de procesos de inventarios.

Contar con tecnología de punta que facilite el manejo de procesos de inventarios.

Establecer alianzas estratégicas con entidades gremiales, para ofertar los servicios que la empresa comercializa.

Planificar e implementar un programa de capacitaciones al personal, fortaleciendo los valores de calidad, profesionalismo y servicio.

4.2.4. Valores.

Enfocados a satisfacer a nuestros clientes.

Brindar excelencia en la calidad del servicio.

Actuar con integridad en la prestación del servicio contratado.

Destacar el profesionalismo del equipo de trabajo.

Ofrecer un ambiente laboral grato y respetuoso.

Innovar constantemente es un objetivo de la empresa.

Apoyar la conservación del medio ambiente.

4.3. Plan de negocios

4.3.1. Tipo de sociedad o empresa.

La empresa de servicios de manejo de procesos de inventarios se operará como una sociedad anónima como lo establece la superintendencia de Compañías de Ecuador.

4.3.2. Estructura empresarial: Número de accionistas.

En la tabla 12 se detalló la composición accionaria de la empresa en capital y activos.

Tabla 12. Estructura empresarial

Número de accionistas	Aportación de capital	Aportación en activos	% de aportación
Accionista 1	\$1.700,00	\$4.620,00	50,00
Accionista 2	\$1.700,00	\$4.620,00	50,00

Elaborado por: Los autores (2017)

4.4. Organigrama de la empresa

En la figura 12 se presenta el organigrama de la empresa “AseProInv”.

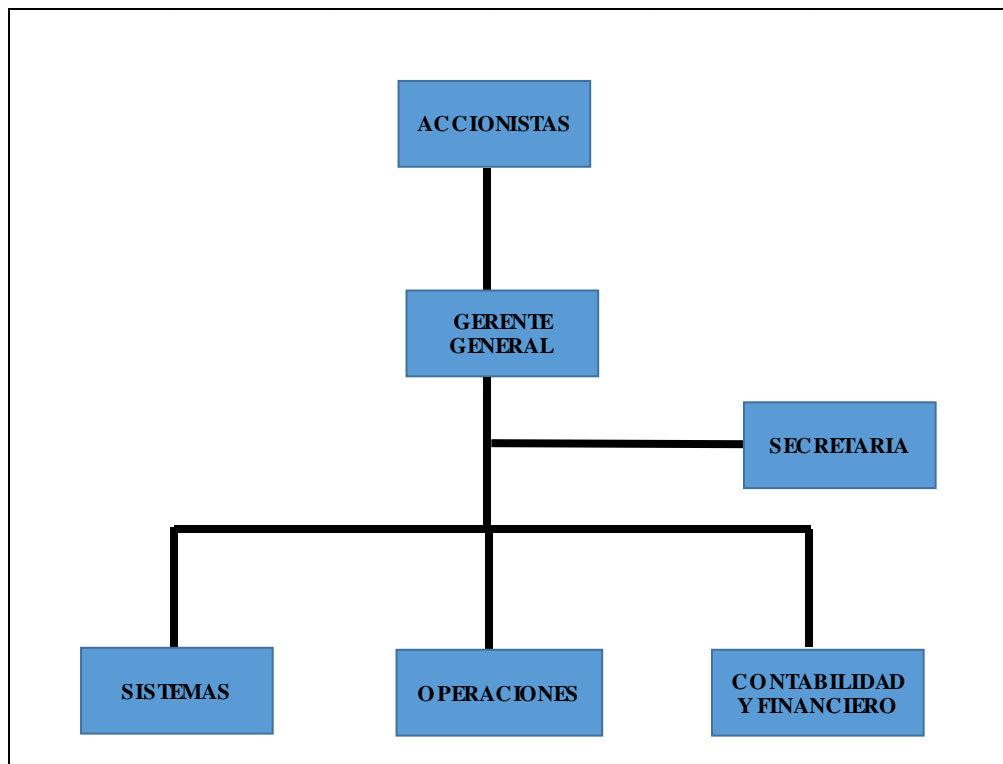


Figura 14. Organigrama de la empresa

Elaborado por: Los autores (2017)

Funciones de Gerente General

Es el representante legal de la empresa.

Dirigir la gestión estratégica.

Guiar y controlar las labores de los departamentos de la empresa.

Presentar a los accionistas informes administrativos y de situación financiera del negocio.

Cumplir con los objetivos empresariales fijados por los accionistas en el plan de negocio.

Funciones de Secretaria

Llevar la agenda del gerente y del resto de áreas de la empresa.

Manejar la caja chica.

Redactar informes finales para los clientes.

Efectuar y contestar llamadas telefónicas para tener informado a los superiores y demás asuntos.

Obedecer y llevar a cabo las instrucciones que le sean asignados.

Funciones del Departamento de Sistemas

Manejar y procesar la información que genere la empresa.

Brindar soporte informático a las áreas de la empresa que lo soliciten.

Poner en marcha medidas de seguridad tecnológica en los equipos de la empresa.

Elaborar diapositivas para presentaciones del Gerente General y las áreas que lo requieran.

Controlar el desarrollo y la puesta en marcha de los sistemas que los clientes necesiten así como su correcto funcionamiento.

Monitorear frecuentemente el empleo y desempeño de los sistemas informático de manejo de inventarios instalados en los negocios de los clientes.

Funciones del Departamento de Operaciones

Garantizar el desarrollo operacional, contando con los recursos necesarios, para facilitar las labores del resto de departamentos, asegurar la operatividad de la organización para futuras contrataciones con clientes, proveedores, etc.

Fijar las estrategias de desarrollo de servicios para el mercado de clientes donde la empresa desea penetrar, con la responsabilidad de establecer los medios necesarios y considerando principalmente los objetivos generales.

Manejar los recursos internos de prestación, administración y talento humano para el desarrollo conveniente de los servicios. Todo esto coordinado con los jefes de cada área.

Funciones del Departamento de Contabilidad y Financiero

Llevar un registro de las cuentas contables de la empresa.

Registrar y controlar los movimientos correspondientes a los ingresos que genere la empresa por servicios prestados.

Elaborar los estados financieros y las liquidaciones de impuestos a pagar.

Chequear las variaciones correspondientes a los presupuestos fijados.

Efectuar las demás funciones relacionadas con su competencia.

4.5. Sector de negocio donde se operará

El mercado objetivo de la empresa serán principalmente las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil. Sin embargo, se aceptarán los requerimientos de negocios de fuera de la ciudad.

4.6. Análisis PESTEL o PEST

Es un análisis de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que rodean a la empresa y que pueden incidir de alguna forma al negocio.

Factores Políticos

El Ecuador desde el año 2007 goza una estabilidad política continua, dejando atrás esos años donde los cambios de Gobierno eran frecuentes, por el descontento popular del pueblo por la mala administración de los gobernantes en esa era. Hoy, los políticos saben que la economía ecuatoriana no es la misma de la era de la bonanza petrolera, y que deben de aprobar leyes que favorezcan un entorno atractivo para la inversión extranjera; para el fortalecimiento del sistema monetario vigente: la dolarización. No obstante, los casos de corrupción han significado que el país tenga una mala imagen ante la comunidad internacional con lo que se afecta el interés de los inversionistas extranjeros por traer sus capitales al país.

Factores Económicos

La adopción del dólar americano como moneda de curso legal ha significado una estabilidad de precios en la economía ecuatoriana, lo que se refleja en las bajas tasas de inflación. Sin embargo, la falta de contar con una política monetaria propia ha influido para que el país pierda competitividad ante otros países cercanos de la región. Esto se refleja en los elevados costos de producción que tienen que afrontar los empresarios. La alta dependencia en las exportaciones petroleras ha influido en el estancamiento económico que enfrenta el país, causado por el modelo económico vigente que se sostuvo en un alto gasto público que fue efectivo cuando el Estado contaba con inmensos recursos por los altos precios del barril del petróleo en el mercado internacional. El ritmo de producción de las empresas ha disminuido por la baja en la demanda, dado que gran parte de la población ha perdido sus empleos como consecuencia de la recesión económica.

Factores Socio-económicos

La sociedad ecuatoriana ha modificado sus paradigmas como consecuencia del acceso al Internet que ha permitido que conozca los hechos que suceden en el resto del mundo. La bonanza económica que vivió el país le permitió a la población acceder a un mejoramiento de su nivel de vida. La población ecuatoriana sigue mejorando su nivel de educación, el gobierno de Rafael Correa impulsó el cambio de Matriz Productiva con el propósito de que el país deje ser una economía extractivista por una donde predomine el conocimiento con la generación de bienes con valor agregado que compitan en el mercado internacional.

Factores Tecnológicos

En los últimos años la tecnología ha avanzado a pasos agigantados en casi todos los ámbitos de la humanidad. Y esta se ha fundamentado en la aparición de aparatos tecnológicos y programas que han facilitado las labores en todos los ámbitos. En el área de inventarios el apoyo tecnológico ha posibilitado la automatización de tareas, disminuir los plazos de realización, contar con una trazabilidad de la ruta que siguen las mercaderías a lo largo de la cadena de suministro, tener una conectividad completa y valerse de datos en tiempo real que posibilite la toma de decisiones y optimizar los procesos de negocios para ser más competitivos.

4.7. Las 5 fuerzas de Porter

El modelo de las cinco fuerzas de Porter permitió el análisis estratégico del entorno basado en los siguientes aspectos:



Figura 15. Modelo de 5 Fuerzas de Porter
Fuente: Libro “Las 5 fuerzas de Porter”. Michael Porter
Elaborado por: Los autores

La competencia actual

El creciente número de empresas existentes y profesionales independientes que actúan en el sector de gestión de inventarios son factores importantes a considerar, ya que el mercado consumidor tendrá muchas opciones para elegir dependiendo de precio y calidad de servicio. Por tanto, se tendrá que estructurar un plan de marketing que permita el posicionamiento del negocio de forma creciente y sólida. La administración tendrá que considerar que el desembolso que realiza en el plan de publicidad es una inversión dará sus créditos en el mediano y largo plazo, descartar la idea de que es un gasto innecesario.

Competidores potenciales y barreras de entrada

Ante la carencia de plazas de empleo en Ecuador y el resto del mundo, tanto para personal cualificado y no cualificado y las nuevas tendencias laborales que han aparecido en este mundo que está más conectado por los medios tecnológicos.

Hace que surjan grupo de profesionales que se asocian para formar empresas de servicios administrativos y de todo tipo que actúan bajo la modalidad de outsourcing para grandes empresas. Por tanto, la competencia es cada más tenaz entre empresas medianas y profesionales de clientes por captar clientela. Es ahí, donde los competidores se impondrán por sus estrategias de servicio que apliquen.

Amenazas de productos sustitutivos

Aseproinv ofrece un servicio profesional de asesoramiento de procesos de inventarios. El mismo que no puede ser remplazado por ningún programa informático, más bien, el apoyo de tecnología se manifiesta en la potenciación del rendimiento, la productividad y el mejoramiento de la calidad de los procesos que se requieren auditar en una empresa. La tecnología permite agilizar los procesos de revisión. Por tanto, no existe el riesgo de una sustitución integral del servicio, sino, de una complementariedad entre tecnología y el factor humano.

Poder de negociación de los clientes

En este segmento de clientes que se enfoca la empresa los clientes gozan de un gran poder de negociación. Por cuánto, si existe una gran oferta de proveedores del servicio, la competencia entre éstos es ardua y tendrán que diferenciarse entre ellas por otros factores como atención al cliente, cartera de servicios, precios, etc. para no perder clientes.

Poder de negociación de los proveedores

Dentro del sector de servicios profesionales no se requieren una gran cantidad de proveedores de insumos, por tanto, éstos no están en esa puja constante de ser abastecedores de oficinas de servicios profesionales, como en el caso del sector de la producción de bienes que requieren una infinidad de insumos para sus procesos productivos.

4.8. Responsabilidad Social Empresarial

La empresa se compromete en efectuar negocios apoyados en principios éticos y regidos bajo la ley. Basados en estos principios se espera lograr:

Mayor productividad: Con el establecimiento de mejores condiciones para el talento humano que conduce a mejor retención del personal de alto rendimiento y por ende bajos índices de rotación.

Lealtad del cliente: Atendiendo sus dudas y necesidades, iniciando con proveerlos los respectivos canales de comunicación con la empresa. Además de precio, calidad, los clientes empezarán a demandar información referente a los beneficios reales que obtendrán del servicio que contraten.

Acceso a personas: Se dará por el cumplimiento de normas y principios de contabilidad y de certificaciones exigidas por entidades competentes.

Credibilidad: La empresa respetará a los clientes, gremios empresariales, medio ambiente y la sociedad generando una reputación que asegurará una mayor sostenibilidad en el tiempo, disminuyendo riesgos, previendo situaciones que puedan impactar en la empresa, mayor dinámica para reaccionar y adaptarse y suscitar confianza.

4.9. Análisis FODA

Se efectuó el respectivo análisis FODA para la empresa.

Tabla 13. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Sólida formación profesional de jóvenes profesionales graduados en esta rama de la Auditoría y Contabilidad.</p> <p>Ser un negocio de una estructura de csotos flexibles que se incrementará a medida que creaca la cartera de clientes.</p> <p>Crear una relación cercana con el cliente para poder ofrecerle adicionalmente otros servicios de la empresa.</p>	<p>Incremento de la concientización de la importancia sobre el tema de manejar y controlar eficientemente los inventarios en las pymes.</p> <p>El ambiente competitivo empresarial obliga a las empresas a tomar medidas para reducir costos y administrar correctamente el dinero en la compra de mercadería.</p> <p>La mayoría de competidores similares ofrecen servicios más enfocados al área contable y tributaria, por tanto, hay un área desatendida.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Equipo de servicio limitado cuando recién inicia operaciones la empresa.</p> <p>El crecimiento empresarial del negocio toma su tiempo dado que somos una empresa nueva en el mercado.</p> <p>No tener un posicionamiento previo en el mercado, por tanto, es necesario implementar un plan para posicionarnos.</p> <p>Cartera de negocios conformada por pequeños y medianos empresarios que probablemente no demanden continuamente nuestros servicios.</p> <p>No poder ofrecer grandes incentivos laborales para retener en un inicio a la plantilla de profesionales.</p>	<p>Percepción en los empresarios que los inventarios almacenados sin criterio técnico no influyen en la estructura de costos de los negocios.</p> <p>Empresas grandes y otras posicionadas comienzen a ofrecer este servicio a similares o menores precios.</p> <p>La estacionalidad en la demanda del servicio.</p> <p>El estado recesivo de la economía obliga al cierre de los negocios.</p> <p>Presencia de programas informáticos que realizan el control de inventarios lo que limita la contratación de expertos en el tema.</p>

Elaborado por: Los autores (2017)

4.9.1. Matriz EFE.

A continuación se presenta la Matriz EFE que evaluó las oportunidades y amenazas para el emprendimiento.

Tabla 14. Matriz EFE

Factores determinantes del éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fortalezas			
Incremento de la concientización de la importancia sobre el tema de manejar y controlar eficientemente los inventarios en las pymes.	0,10	4	0,40
El ambiente competitivo empresarial obliga a las empresas a tomar medidas para reducir costos y administrar correctamente el dinero en la compra de mercadería.	0,08	3	0,24
La mayoría de competidores similares ofrecen servicios más enfocados al área contable y tributaria, por tanto, hay un área desatendida.	0,11	3	0,33
Una leve recuperación económica del país.	0,09	4	0,36
			0,00
Amenazas			
Percepción en los empresarios que los inventarios almacenados sin criterio técnico no influyen en la estructura de costos de los negocios.	0,14	1	0,14
Empresas grandes y otras posicionadas comiencen a ofrecer este servicio a similares o menores precios.	0,12	2	0,24
La estacionalidad en la demanda del servicio.	0,09	3	0,27
El estado recesivo de la economía obliga al cierre de los negocios.	0,13	2	0,26
Presencia de programas informáticos que realizan el control de inventarios lo que limita la contratación de expertos en el tema.	0,14	2	0,28
TOTAL	1,00		2,52

Elaborado por: Los autores (2017)

El total ponderado de 2,52 establece que la organización está justo por arriba de la media de su esfuerzo por continuar con estrategias que capitalicen las oportunidades externas y eludan las amenazas.

4.9.2. Matriz EFI.

A continuación se presenta la Matriz EFI que evaluó las oportunidades y amenazas para el emprendimiento.

Tabla 15. Matriz EFI

Factores determinantes del éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fortalezas			
Sólida formación profesional de jóvenes profesionales graduados en esta rama de la Auditoría y Contabilidad.	0,15	4	0,60
Ser un negocio de una estructura de costos flexibles que se incrementará a medida que crezca la cartera de clientes.	0,13	3	0,39
Crear una relación cercana con el cliente para poder ofrecerle adicionalmente otros servicios de la empresa.	0,20	3	0,60
Debilidades			
Equipo de servicio limitado cuando recién inicia operaciones la empresa.	0,09	2	0,18
El crecimiento empresarial del negocio toma su tiempo dado que somos una empresa nueva en el mercado.	0,07	2	0,14
No tener un posicionamiento previo en el mercado, por tanto, es necesario implementar un plan para posicionarnos.	0,11	1	0,11
Cartera de negocios conformada por pequeños y medianos empresarios que probablemente no demanden continuamente nuestros servicios.	0,15	1	0,15
No poder ofrecer grandes incentivos laborales para retener en un inicio a la plantilla de profesionales.	0,10	2	0,20
TOTAL	1,00		2,37

Elaborado por: Los autores (2017)

4.10. Plan de Marketing

Se detalla las estrategias de marketing a efectuar para lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado objetivo.

Mercado objetivo

Son todos los tipos de empresas pertenecientes al grupo de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que necesiten el asesoramiento para controlar,

manejar y administrar sus inventarios de mercadería. Localizadas principalmente en la ciudad de Guayaquil pero no se descarta prestar servicios a negocios asentados fuera de la ciudad.

Se establecieron las siguientes políticas de servicio para el cliente.

Política de servicio al cliente

Proporcionar un servicio de asesoramiento en manejo de procesos de inventarios con estándares de calidad, eficiencia y a precios competitivos.

Entregar una solución oportuna al cliente en los plazos estimados.

Cumplir con la terminación del servicio en la fecha fijada.

Emplear el diálogo con el cliente como instrumento para ofrecer un mejor servicio.

Brindar información completa y detallada al cliente de los resultados de la contratación de nuestros servicios.

Se definieron las siguientes estrategias para lograr los objetivos comerciales de la naciente empresa.

Política de atención al cliente

La excelencia en relación con los clientes y su fidelización son uno de los pilares sobre los que debemos fundamentar nuestro éxito y diferenciarnos de los posibles competidores.

4.10.1. Estrategia de comunicación.

Se fundamenta en una promoción de los siguientes valores estratégicos de la empresa:

Profesionalismo: Somos un grupo de profesionales que ofrecemos soluciones precisas, innovadores y oportunas en el manejo de procesos de inventarios.

Servicio diferenciado: Fundamentado en lograr la satisfacción del cliente en el servicio que recibe. Asesoría y seguimiento constante de los resultados que va logrando el cliente.

Calidad en el servicio: Satisfaciendo las necesidades y expectativas del cliente.

4.10.2. Estrategia de penetración al mercado.

Visitar a las empresas PYMES de Guayaquil dando a conocer los beneficios de un manejo profesional de los procesos de inventarios en los negocios.

Participar en ferias de negocios que organizan los gremios empresariales de las pymes.

Diseñar planes de servicios a precios convenientes.

Definir un plan de publicidad para la empresa.

Ofrecer conferencias informativas gratuitas sobre el tema.

Establecer alianzas estratégicas para la prestación de servicios profesional con la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa del Guayas. (CAPIG)

4.10.3. Estrategia de crecimiento.

Para lograr el crecimiento sostenido dentro del segmento de clientes que se enfocará el negocio es la aplicación del marketing de “boca a boca” es decir, la recomendación entre los propios clientes satisfechos del servicio que han recibido. Para lo cual se plantea ofrecer un servicio de tipo personalizado y con calidad. Se debe seguir un procedimiento de atención al cliente en todas las fases del servicio.

Además, se plantea la participación en ferias empresariales del sector de las pequeñas y medianas empresas (pymes) dando charlas sobre los beneficios de nuestro servicio como estrategia de crecimiento en el mediano y largo plazo.

Establecer los suficientes canales de comunicación para penetrar al mercado por medio de las herramientas tecnológicas que ofrece el internet como las redes sociales, blogs, emails, videos conferencias, etc.

Evaluar la posibilidad de establecer una alianza estratégica con otras empresas de servicios similares. Esto puede representar un rápido crecimiento en el volumen de ventas y expandir la cartera de clientes.

4.10.4. Estrategia de publicidad y promoción

En la tabla 14 se definen las acciones de marketing a implementarse.

Tabla 16. Estrategia de publicidad

No	Medio publicitario	Especificación	Frecuencia	Costo Anual
1.	Marketing digital	Contratación de los servicios de una agencia de marketing que se encargue de la difusión de la empresa por medios digitales como creación de website, redes sociales y blog.	Mensual por 1 año	\$3.600,00
2.	Eventos del sector PYMES	Participación en ferias y eventos del sector con la instalación de un stand informativo	4veces al año	\$2.000,00

Elaborado por: Los autores (2017)

4.11. Descripción del producto o servicio que se lanzará al mercado.

A continuación se detalla los servicios que ofrecerá la empresa:

Venta e instalación de software para el control de inventarios.

Levantamiento de inventarios: Conteo físico de bienes almacenados en las bodegas de la empresa.

Levantamiento de inventarios de activo fijo: Los activos fijos de la empresa serán sometidos a una auditoría, identificación, localización y especificación de éstos.

Inventarios compartidos: Apoyo continuo de la empresa a sus clientes en el levantamiento de inventario físico, con lo que se asegura la confiabilidad, veracidad y velocidad del proceso.

Maquila de Placas y Etiquetas de identificación del activo fijo: Verificación del estado de los procesos operativos relacionados con los inventarios.

Estudio y depuración de inventarios: Detección de ítems obsoletos o que se encuentren inmovilizados.

Valorización del inventario: Consiste en determinar el valor económico de los inventarios almacenados.

Conciliación de inventarios: Comprobación entre las cantidades registradas en el sistema contable de activos y el inventario realizado, ítem por ítem. Estableciéndose los faltantes y sobrantes con lo que se logra un registro actualizado de los bienes.

4.12. Beneficios que se logran con la correcta gestión de los inventarios.

La idónea gestión de inventarios proporciona los siguientes beneficios en las empresas que la aplican.

Carencia de inventarios críticos.

Dar de baja cantidades de inventarios que ya no emplea la empresa.

Inventario almacenado sin movimiento.

Tener órdenes de compras efectuadas después que la mercadería es recibida.

Insuficiente conocimiento de la localización, niveles y rotación del inventario.

Fijación de puntos de reorden, máximos y mínimos y cantidades económicas no fijadas.

Carencia de alianzas competitivas con proveedores.

Tener en bodega mercadería comprada pero nunca empleada o sin un registro de uso.

Embodegar la mercadería inadecuadamente.

Demasiadas partes de mercaderías por fuera de la bodega o almacenes satélites.

Ignorar el valor real del inventario.

No contar con análisis de los activos para estimar las reposiciones necesarias.

No presupuestar las cantidades necesarias para alguna labor.

Reiteradas llamadas a o por pedidos de emergencia.

Variación en el diseño de los activos no registrados en las listas de las partes.

Deficientes relaciones entre almacén, compras y mantenimiento.

4.13. Análisis económico

4.13.1. Inversión inicial.

A continuación en la tabla 17 se detalló los rubros de inversión en activos fijos y diferidos y el capital de trabajo para la puesta en marcha del negocio.

Tabla 17. Inversión en el proyecto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
PAGOS ANTICIPADOS			
Arriendos pagados por adelantados	3	\$ 600	\$ 1.800,00
Seguros pagados por adelantados	1	\$ 1.500	\$ 1.500,00
TOTAL POR PAGOS ANTICIPADOS			\$ 3.300,00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios	6	\$ 180,00	\$ 1.080,00
Sillas de oficina	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Aire Acondicionado	3	\$ 450,00	\$ 1.350,00
Muebles de sala de espera	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Surtidor de agua	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Televisor Led de 32"	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Cuadros decorativos	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Archivador de documentos	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Planta decorativa	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Escritorio con dos sillas	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
Teléfonos	6	\$ 50,00	\$ 300,00
TOTAL POR MUEBLES Y ENSERES			\$ 7.180,00
ADECUACIONES DE LOCAL			
Remodelación de instalaciones	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TOTAL POR ADECUACIONES DE LOCAL			\$ 1.200,00
EQUIPOS DE COMPUTACION			
PC de escritorio	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Laptop	5	\$ 400,00	\$ 2.000,00
Impresora Multifunción	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Cámara de seguridad	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Software informático de manejo de inventarios	1	1200	\$ 1.200,00
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS			\$ 27.400,00
CAPITAL DE TRABAJO			
Caja chica			\$ 500,00
Servicios Básicos			\$ 400,00
Pago de salarios (Primera quincena)			\$ 2.500,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 3.400,00
TOTAL INVERSIÓN EN EL PROYECTO			\$ 30.800,00

Elaborado por: Los autores (2017)

En la tabla 18 se detalla la inversión realizada en activos diferidos del proyecto.

Tabla 18. Inversión en activos diferidos

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO
Contitucion Cia	\$ 700,00
Permisos y patentes	\$ 1.500,00
TOTAL	\$ 2.200,00

Elaborado por: Los autores (2017)

En la tabla 19 se detalla el capital de trabajo para que la empresa empiece a funcionar hasta obtener recursos provenientes de su actividad económica.

Tabla 19. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	MONTO
Caja chica	\$ 500,00
Servicios Básicos	\$ 400,00
Pago de salarios (Primera quincena)	\$ 2.500,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3.400,00

Elaborado por: Los autores (2017)

En la tabla 20 se detalla el monto de la depreciación anual de los activos fijos para un período de cinco años.

4.13.2 .Depreciación y Amortización de Activos.

Tabla 20. Depreciación anual de activos fijos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	INVERSIÓN INICIAL	% DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Escritorios	\$ 1.080,00	10,00%	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00
Sillas de oficina	\$ 500,00	10,00%	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Aire Acondicionado	\$ 1.350,00	10,00%	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00
Muebles de sala de espera	\$ 600,00	10,00%	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Surtidor de agua	\$ 100,00	10,00%	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Televisor Led de 32"	\$ 700,00	10,00%	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00
Cuadros decorativos	\$ 90,00	10,00%	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
Archivador de documentos	\$ 360,00	10,00%	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00
Planta decorativa	\$ 100,00	10,00%	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Escritorio con dos sillas	\$ 2.000,00	10,00%	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Teléfonos	\$ 300,00	10,00%	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
PC de escritorio	\$ 450,00	33,00%	\$ 148,50	\$ 148,50	\$ 148,50	\$ 148,50	\$ 148,50
Laptop	\$ 2.000,00	33,00%	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00
Impresora Multifunción	\$ 150,00	33,00%	\$ 49,50	\$ 49,50	\$ 49,50	\$ 49,50	\$ 49,50
Cámara de seguridad	\$ 240,00	33,00%	\$ 79,20	\$ 79,20	\$ 79,20	\$ 79,20	\$ 79,20
Software informático de manejo de in	\$ 1.200,00	33,00%	\$ 396,00	\$ 396,00	\$ 396,00	\$ 396,00	\$ 396,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			\$ 2.051,20	\$ 2.051,20	\$ 2.051,20	\$ 2.051,20	\$ 2.051,20
TOTAL DEPRECIACIÓN ACUMULADA			\$ 2.051,20	\$ 4.102,40	\$ 6.153,60	\$ 8.204,80	\$ 10.256,00

Elaborado por: Los autores (2017)

Tabla 21. Amortización de activos diferidos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MONTO DE AMORTIZACION	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00
AMORTIZACION ACUMULADA	\$ 440,00	\$ 880,00	\$ 1.320,00	\$ 1.760,00	\$ 2.200,00
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
(-)AMORTIZACION ACUMULADA	-\$ 440,00	-\$ 880,00	-\$ 1.320,00	-\$ 1.760,00	-\$ 2.200,00
GASTOS PREOPERATIVOS NETOS	\$ 1.760,00	\$ 1.320,00	\$ 880,00	\$ 440,00	\$ 0,00

Elaborado por: Los autores (2017)

4.13.4. Financiamiento del proyecto.

La inversión total del proyecto es de \$ 36.400,00 cuyo está desglosado de la siguiente manera.

Tabla 22. Inversión total del proyecto

DESCRIPCIÓN	MONTO	%
Inversión en Activos Fijos	\$ 30.800,00	84,62%
Inversión en Activos Diferidos	\$ 2.200,00	6,04%
Capital de trabajo	\$ 3.400,00	9,34%
TOTAL	\$ 36.400,00	100,00%

Elaborado por: Los autores (2017)

Se requerirá financiamiento para la inversión en activos fijos y diferidos. El proyecto tendrá la siguiente estructura de financiamiento: 70% con un préstamo bancario y 30% con la aportación de los accionistas. En la tabla 23 se detalló el financiamiento del proyecto.

Tabla 23. Estructura de financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
MONTO A FINANCIAR	\$ 30.800
BANCO 70%	\$ 21.560
APORTE ACCIONISTA 30%	\$ 9.240
TASA INTERES	11,20%
PERIODO PAGO CAPITAL	MENSUAL
PERIODO PAGO INTERES	MENSUAL
DIVIDENDO	\$ 470,92
PLAZO	5 AÑOS

Elaborado por: Los autores (2017)

A continuación en las tablas 24 y 25 se detallan las condiciones del crédito bancario y tabla de amortización respectivamente.

Tabla 24. Condiciones del crédito bancario

Tasa de interés	11,20%
Período de pago de capital	Mensual
Período de pago de interés	Mensual
Período de gracia	Sin período de gracia
Dividendo mensual	\$ 470,92
Plazo de pago	5 años

Elaborado por: Los autores (2017)

Tabla 25. Tabla de amortización del crédito bancario

PAGO	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO
0				\$ 21.560
1	\$ 201,23	\$ 269,69	\$ 470,92	\$ 21.290
2	\$ 198,71	\$ 272,21	\$ 470,92	\$ 21.018
3	\$ 196,17	\$ 274,75	\$ 470,92	\$ 20.743
4	\$ 193,60	\$ 277,32	\$ 470,92	\$ 20.466
5	\$ 191,02	\$ 279,90	\$ 470,92	\$ 20.186
6	\$ 188,40	\$ 282,52	\$ 470,92	\$ 19.904
7	\$ 185,77	\$ 285,15	\$ 470,92	\$ 19.618
8	\$ 183,11	\$ 287,81	\$ 470,92	\$ 19.331
9	\$ 180,42	\$ 290,50	\$ 470,92	\$ 19.040
10	\$ 177,71	\$ 293,21	\$ 470,92	\$ 18.747
11	\$ 174,97	\$ 295,95	\$ 470,92	\$ 18.451
12	\$ 172,21	\$ 298,71	\$ 470,92	\$ 18.152
13	\$ 169,42	\$ 301,50	\$ 470,92	\$ 17.851
14	\$ 166,61	\$ 304,31	\$ 470,92	\$ 17.546
15	\$ 163,77	\$ 307,15	\$ 470,92	\$ 17.239
16	\$ 160,90	\$ 310,02	\$ 470,92	\$ 16.929
17	\$ 158,01	\$ 312,91	\$ 470,92	\$ 16.616
18	\$ 155,09	\$ 315,83	\$ 470,92	\$ 16.301
19	\$ 152,14	\$ 318,78	\$ 470,92	\$ 15.982
20	\$ 149,16	\$ 321,76	\$ 470,92	\$ 15.660
21	\$ 146,16	\$ 324,76	\$ 470,92	\$ 15.335
22	\$ 143,13	\$ 327,79	\$ 470,92	\$ 15.007
23	\$ 140,07	\$ 330,85	\$ 470,92	\$ 14.677
24	\$ 136,98	\$ 333,94	\$ 470,92	\$ 14.343
25	\$ 133,86	\$ 337,06	\$ 470,92	\$ 14.006
26	\$ 130,72	\$ 340,20	\$ 470,92	\$ 13.665
27	\$ 127,54	\$ 343,38	\$ 470,92	\$ 13.322
28	\$ 124,34	\$ 346,58	\$ 470,92	\$ 12.975
29	\$ 121,10	\$ 349,82	\$ 470,92	\$ 12.626
30	\$ 117,84	\$ 353,08	\$ 470,92	\$ 12.273

31	\$ 114,54	\$ 356,38	\$ 470,92	\$ 11.916
32	\$ 111,22	\$ 359,70	\$ 470,92	\$ 11.556
33	\$ 107,86	\$ 363,06	\$ 470,92	\$ 11.193
34	\$ 104,47	\$ 366,45	\$ 470,92	\$ 10.827
35	\$ 101,05	\$ 369,87	\$ 470,92	\$ 10.457
36	\$ 97,60	\$ 373,32	\$ 470,92	\$ 10.084
37	\$ 94,12	\$ 376,80	\$ 470,92	\$ 9.707
38	\$ 90,60	\$ 380,32	\$ 470,92	\$ 9.327
39	\$ 87,05	\$ 383,87	\$ 470,92	\$ 8.943
40	\$ 83,47	\$ 387,45	\$ 470,92	\$ 8.555
41	\$ 79,85	\$ 391,07	\$ 470,92	\$ 8.164
42	\$ 76,20	\$ 394,72	\$ 470,92	\$ 7.770
43	\$ 72,52	\$ 398,40	\$ 470,92	\$ 7.371
44	\$ 68,80	\$ 402,12	\$ 470,92	\$ 6.969
45	\$ 65,04	\$ 405,88	\$ 470,92	\$ 6.563
46	\$ 61,26	\$ 409,66	\$ 470,92	\$ 6.153
47	\$ 57,43	\$ 413,49	\$ 470,92	\$ 5.740
48	\$ 53,57	\$ 417,35	\$ 470,92	\$ 5.323
49	\$ 49,68	\$ 421,24	\$ 470,92	\$ 4.901
50	\$ 45,75	\$ 425,17	\$ 470,92	\$ 4.476
51	\$ 41,78	\$ 429,14	\$ 470,92	\$ 4.047
52	\$ 37,77	\$ 433,15	\$ 470,92	\$ 3.614
53	\$ 33,73	\$ 437,19	\$ 470,92	\$ 3.177
54	\$ 29,65	\$ 441,27	\$ 470,92	\$ 2.735
55	\$ 25,53	\$ 445,39	\$ 470,92	\$ 2.290
56	\$ 21,37	\$ 449,55	\$ 470,92	\$ 1.841
57	\$ 17,18	\$ 453,74	\$ 470,92	\$ 1.387
58	\$ 12,94	\$ 457,98	\$ 470,92	\$ 929
59	\$ 8,67	\$ 462,25	\$ 470,92	\$ 467
60	\$ 4,35	\$ 466,57	\$ 470,92	\$ 0,00

Elaborado por: Los autores (2017)

En la tabla 26 se presenta información consolidada del pago de capital e intereses durante los cinco años de plazo de pago.

Tabla 26. Información consolidada del crédito bancario

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	\$ 2.243,31	\$ 1.841,43	\$ 1.392,15	\$ 889,90	\$ 328,40
Capital	\$ 3.407,73	\$ 3.809,61	\$ 4.258,88	\$ 4.761,14	\$ 5.322,63
TOTAL	\$ 5.651,04	\$ 5.651,04	\$ 5.651,04	\$ 5.651,04	\$ 5.651,04

Elaborado por: Los autores (2017)

4.13.5. Presupuesto de costos y gastos de operación.

En la tabla 27 se presentó el presupuesto de sueldos del personal de la empresa.

Tabla 27. Presupuesto de sueldos del personal de la empresa. Año 1

NO.	CARGOS LABORALES	SUELDO	13ro	14to	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL	TOTAL ANUAL
1	Gerente General	\$ 850,00	\$ 70,83	\$ 26,50	\$ 35,42	\$ 103,28		\$ 1.086,03	\$ 13.032,30
2	Secretaria	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 26,50	\$ 18,75	\$ 54,68		\$ 587,43	\$ 7.049,10
3	Jefe de Sistemas	\$ 750,00	\$ 62,50	\$ 26,50	\$ 31,25	\$ 91,13		\$ 961,38	\$ 11.536,50
4	Jefe de Contabilidad	\$ 750,00	\$ 62,50	\$ 26,50	\$ 31,25	\$ 91,13		\$ 961,38	\$ 11.536,50
5	Jefe de Operaciones	\$ 750,00	\$ 62,50	\$ 26,50	\$ 31,25	\$ 91,13		\$ 961,38	\$ 11.536,50
6	Auditor Jr.	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 26,50	\$ 25,00	\$ 72,90		\$ 774,40	\$ 9.292,80
7	Auditor Jr.	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 26,50	\$ 25,00	\$ 72,90		\$ 774,40	\$ 9.292,80
8	Mensajero	\$ 386,00	\$ 32,17	\$ 26,50	\$ 16,08	\$ 46,90		\$ 507,65	\$ 6.091,79
TOTAL								\$ 6.614,02	\$ 79.368,29

Elaborado por: Los autores (2017)

La tabla 28 presenta una proyección de pago de sueldos al personal de la empresa por los próximos cinco años.

Tabla 28. Proyección de sueldos del personal de la empresa

NO.	GASTOS DE SUELDOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente General	\$ 1.086,03	\$ 13.032,30	\$ 14.289,23	\$ 14.625,03	\$ 14.968,71	\$ 15.320,48
2	Secretaria	\$ 587,43	\$ 7.049,10	\$ 7.714,53	\$ 7.895,82	\$ 8.081,38	\$ 8.271,29
3	Jefe de Sistemas	\$ 961,38	\$ 11.536,50	\$ 12.645,56	\$ 12.942,73	\$ 13.246,88	\$ 13.558,18
4	Jefe de Contabilidad	\$ 961,38	\$ 11.536,50	\$ 12.645,56	\$ 12.942,73	\$ 13.246,88	\$ 13.558,18
5	Jefe de Operaciones	\$ 961,38	\$ 11.536,50	\$ 12.645,56	\$ 12.942,73	\$ 13.246,88	\$ 13.558,18
6	Auditor Jr.	\$ 774,40	\$ 9.292,80	\$ 10.180,04	\$ 10.419,28	\$ 10.664,13	\$ 10.914,74
7	Auditor Jr.	\$ 774,40	\$ 9.292,80	\$ 10.180,04	\$ 10.419,28	\$ 10.664,13	\$ 10.914,74
8	Mensajero	\$ 507,65	\$ 6.091,79	\$ 6.662,58	\$ 6.819,15	\$ 6.979,40	\$ 7.143,42
TOTAL		\$ 6.614,02	\$ 79.368,29	\$ 86.963,10	\$ 89.006,73	\$ 91.098,39	\$ 93.239,20

Elaborado por: Los autores (2017)

En la tabla 29 se presenta una proyección de los gastos generales de la empresa por los próximos cinco años. Se consideró un incremento porcentual anual de 1,05% para cada rubro señalado.

Tabla 29. Proyección de gastos generales

GASTOS GENERALES	MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Internet	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 505,68	\$ 532,73	\$ 561,24	\$ 591,26
Teléfono	\$ 80,00	\$ 960,00	\$ 1.011,36	\$ 1.065,47	\$ 1.122,47	\$ 1.182,52
Energía	\$ 80,00	\$ 960,00	\$ 1.011,36	\$ 1.065,47	\$ 1.122,47	\$ 1.182,52
Agua	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 379,26	\$ 399,55	\$ 420,93	\$ 443,45
Suministros de oficina	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 632,10	\$ 665,92	\$ 701,54	\$ 739,08
Publicidad	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.528,40	\$ 2.663,67	\$ 2.806,18	\$ 2.956,31
Alquiler de oficina	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 6.321,00	\$ 6.659,17	\$ 7.015,44	\$ 7.390,77
TOTAL	\$ 780,00	\$ 9.360,00	\$ 9.860,76	\$ 10.388,31	\$ 10.944,09	\$ 11.529,59

Elaborado por: Los autores (2017)

En la tabla 30 se presenta un cuadro consolidado de los costos operativos generales anuales proyectados de la empresa.

Tabla 30. Costos operativos generales anuales proyectados

COSTOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMINA DE PERSONAL	\$ 79.368,29	\$ 86.963,10	\$ 89.006,73	\$ 91.098,39	\$ 93.239,20
+ SERVICIOS BÁSICOS	\$ 2.760,00	\$ 2.907,66	\$ 3.063,22	\$ 3.227,10	\$ 3.399,75
+ SUMINISTROS	\$ 600,00	\$ 632,10	\$ 665,92	\$ 701,54	\$ 739,08
+ PUBLICIDAD	\$ 5.600,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
+ ALQUILER DE OFICINA	\$ 6.000,00	\$ 6.321,00	\$ 6.659,17	\$ 7.015,44	\$ 7.390,77
+ SEGUROS	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
+ TASAS E IMPUESTOS	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
= TOTAL COSTOS	\$ 97.128,29	\$ 102.623,86	\$ 105.195,04	\$ 107.842,47	\$ 110.568,79
DEPRECIACIÓN	\$ 2.051,20	\$ 2.051,20	\$ 2.051,20	\$ 2.051,20	\$ 2.051,20
+ AMORTIZACIÓN	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00
+ GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.243,31	\$ 1.841,43	\$ 1.392,15	\$ 889,90	\$ 328,40
= TOTAL OTROS GASTOS	\$ 4.734,51	\$ 4.332,63	\$ 3.883,35	\$ 3.381,10	\$ 2.819,60
TOTAL GASTOS Y COSTOS	\$ 101.862,80	\$ 106.956,49	\$ 109.078,40	\$ 111.223,57	\$ 113.388,40

Elaborado por: Los autores (2017)

La tabla 31 presenta un análisis de costo unitario de los servicios que ofrecerá la empresa.

Tabla 31. Análisis de Costo Unitario

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Directos	\$ 79.368,29	\$ 86.963,10	\$ 89.006,73	\$ 91.098,39	\$ 93.239,20
Costos Indirectos	\$ 17.760,00	\$ 15.660,76	\$ 16.188,31	\$ 16.744,09	\$ 17.329,59
Depreciación&Amortizacion	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20
Gastos Financieros	\$ 2.243,31	\$ 1.841,43	\$ 1.392,15	\$ 889,90	\$ 328,40
COSTOS TOTALES	\$ 101.862,80	\$ 106.956,49	\$ 109.078,40	\$ 111.223,57	\$ 113.388,40
Unidades Anuales (Servicio)	500	600	650	700	750
Costo Unitario	\$ 203,73	\$ 178,26	\$ 167,81	\$ 158,89	\$ 151,18
Precio de Venta	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 700,00	\$ 800,00	\$ 900,00
Utilidad Unitaria	\$ 296,27	\$ 421,74	\$ 532,19	\$ 641,11	\$ 748,82
Margen Unitario	59%	70%	76%	80%	83%

Elaborado por: Los autores (2017)

La tabla 32 presenta el cálculo de punto de equilibrio general del proyecto.

Tabla 32. Punto de Equilibrio

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS	\$ 79.368,29	\$ 86.963,10	\$ 89.006,73	\$ 91.098,39	\$ 93.239,20
+ COSTOS INDIRECTOS	\$ 22.494,51	\$ 19.993,39	\$ 20.071,67	\$ 20.125,18	\$ 20.149,20
= TOTAL	\$ 101.862,80	\$ 106.956,49	\$ 109.078,40	\$ 111.223,57	\$ 113.388,40
PRECIO UNITARIO	500	600	650	700	750
COSTO UNITARIO	\$ 203,73	\$ 178,26	\$ 167,81	\$ 158,89	\$ 151,18
PUNTO DE EQUILIBRIO	76	47	42	37	34
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	\$ 37.962,29	\$ 28.444,20	\$ 27.057,10	\$ 26.034,72	\$ 25.236,32

Elaborado por: Los autores (2017)

4.13.6. Presupuesto de ingresos.

La tabla 33 presenta un presupuesto de ingresos proyectados por la prestación de servicios de la empresa para los próximos cinco años. Se consideró un crecimiento porcentual anual de 22,5%.

Tabla 33. Ingresos proyectados por prestación de servicios.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS	\$ 90.000,00	\$ 112.500,00	\$ 135.000,00	\$ 162.000,00	\$ 194.400,00
- COSTOS DIRECTOS	\$ 79.368,29	\$ 86.963,10	\$ 89.006,73	\$ 91.098,39	\$ 93.239,20
= UTILIDAD BRUTA	\$ 10.631,71	\$ 25.536,90	\$ 45.993,27	\$ 70.901,61	\$ 101.160,80
- COSTOS INDIRECTOS	\$ 17.760,00	\$ 15.660,76	\$ 16.188,31	\$ 16.744,09	\$ 17.329,59
= UTILIDAD OPERATIVA	-\$ 7.128,29	\$ 9.876,14	\$ 29.804,96	\$ 54.157,53	\$ 83.831,21
- DEPRECIACION&AMORTIZACION	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20
- GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.243,31	\$ 1.841,43	\$ 1.392,15	\$ 889,90	\$ 328,40
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 11.862,80	\$ 5.543,51	\$ 25.921,60	\$ 50.776,43	\$ 81.011,60
- PART TRABAJADORES	\$ 0,00	\$ 831,53	\$ 3.888,24	\$ 7.616,46	\$ 12.151,74
- IMPUESTO RENTA	\$ 0,00	\$ 1.083,76	\$ 4.847,34	\$ 9.495,19	\$ 15.149,17
= UTILIDAD NETA	-\$ 11.862,80	\$ 3.628,23	\$ 17.186,02	\$ 33.664,77	\$ 53.710,69

Elaborado por: Los autores (2017)

4.13.5. Proyección de Balance General.

En la tabla 34 se presenta el Balance General Proyectado de la empresa para los próximos cinco años.

Tabla 34. Balance General Proyectado.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 2.383,47	\$ 2.642,09	\$ 16.009,23	\$ 45.352,86	\$ 94.180,92
Cuentas por cobrar	\$ 1.383,47	\$ 1.642,09	\$ 7.009,23	\$ 27.352,86	\$ 58.180,92
Bancos	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 9.000,00	\$ 18.000,00	\$ 36.000,00
ACTIVOS FIJOS	\$ 27.500,00	\$ 27.500,00	\$ 27.500,00	\$ 27.500,00	\$ 27.500,00
(-) DEP. ACUMULADA	-\$ 2.051,20	-\$ 2.051,20	-\$ 2.051,20	-\$ 2.051,20	-\$ 2.051,20
ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 25.448,80	\$ 25.448,80	\$ 25.448,80	\$ 25.448,80	\$ 25.448,80
ACTIVOS DIFERIDOS O PREOPERATIVOS	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
(-) AMORTI. ACUMULADA	-\$ 440,00	-\$ 880,00	-\$ 1.320,00	-\$ 1.760,00	-\$ 2.200,00
ACTIVOS DIFERIDOS NETOS	\$ 1.760,00	\$ 1.320,00	\$ 880,00	\$ 440,00	\$ 0,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 29.592,27	\$ 29.410,89	\$ 42.338,03	\$ 71.241,66	\$ 119.629,72
TOTAL PASIVOS	\$ 18.152,27	\$ 14.342,66	\$ 10.083,78	\$ 5.322,63	\$ 0,00
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	\$ 11.440,00	\$ 11.440,00	\$ 11.440,00	\$ 11.440,00	\$ 11.440,00
UTILIDAD RETENIDA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 3.628,23	\$ 20.814,25	\$ 54.479,03
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 3.628,23	\$ 17.186,02	\$ 33.664,77	\$ 53.710,69
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11.440,00	\$ 15.068,23	\$ 32.254,25	\$ 65.919,03	\$ 119.629,72
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 29.592,27	\$ 29.410,89	\$ 42.338,03	\$ 71.241,66	\$ 119.629,72
Prueba	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

Elaborado por: Los autores (2017)

4.13.6. Proyección de Estado de Resultados.

En la tabla 34 se presenta el Balance General Proyectado de la empresa para los próximos cinco años.

Tabla 35. Estado de Resultados del proyecto.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR PRESTACIÓN DE SERVICI	\$ 90.000,00	\$ 112.500,00	\$ 135.000,00	\$ 162.000,00	\$ 194.400,00
- COSTOS DIRECTOS	\$ 79.368,29	\$ 86.963,10	\$ 89.006,73	\$ 91.098,39	\$ 93.239,20
= UTILIDAD BRUTA	\$ 10.631,71	\$ 25.536,90	\$ 45.993,27	\$ 70.901,61	\$ 101.160,80
- COSTOS INDIRECTOS	\$ 17.760,00	\$ 15.660,76	\$ 16.188,31	\$ 16.744,09	\$ 17.329,59
= UTILIDAD OPERATIVA	-\$ 7.128,29	\$ 9.876,14	\$ 29.804,96	\$ 54.157,53	\$ 83.831,21
- DEPRECIACION&AMORTIZACION	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20
- GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.243,31	\$ 1.841,43	\$ 1.392,15	\$ 889,90	\$ 328,40
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 11.862,80	\$ 5.543,51	\$ 25.921,60	\$ 50.776,43	\$ 81.011,60
- PART TRABAJADORES	\$ 0,00	\$ 831,53	\$ 3.888,24	\$ 7.616,46	\$ 12.151,74
- IMPUESTO RENTA	\$ 0,00	\$ 1.083,76	\$ 4.847,34	\$ 9.495,19	\$ 15.149,17
= UTILIDAD NETA	-\$ 11.862,80	\$ 3.628,23	\$ 17.186,02	\$ 33.664,77	\$ 53.710,69

Elaborado por: Los autores (2017)

4.13.7. Proyección de flujo de caja a cinco años.

En la tabla 36 se presenta el Flujo de Caja del proyecto de la empresa para los próximos cinco años.

Tabla 36. Flujo de Caja Proyectado del proyecto

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS	\$ 90.000,00	\$ 112.500,00	\$ 135.000,00	\$ 162.000,00	\$ 194.400,00
- COSTOS DIRECTOS	\$ 79.368,29	\$ 86.963,10	\$ 89.006,73	\$ 91.098,39	\$ 93.239,20
= UTILIDAD BRUTA	\$ 10.631,71	\$ 25.536,90	\$ 45.993,27	\$ 70.901,61	\$ 101.160,80
- COSTOS INDIRECTOS	\$ 17.760,00	\$ 15.660,76	\$ 16.188,31	\$ 16.744,09	\$ 17.329,59
= UTILIDAD OPERATIVA	-\$ 7.128,29	\$ 9.876,14	\$ 29.804,96	\$ 54.157,53	\$ 83.831,21
- DEPRECIACION&AMORTIZACION	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20	\$ 2.491,20
- GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.243,31	\$ 1.841,43	\$ 1.392,15	\$ 889,90	\$ 328,40
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 11.862,80	\$ 5.543,51	\$ 25.921,60	\$ 50.776,43	\$ 81.011,60
- PART TRABAJADORES	\$ 0,00	\$ 831,53	\$ 3.888,24	\$ 7.616,46	\$ 12.151,74
- IMPUESTO RENTA	\$ 0,00	\$ 1.083,76	\$ 4.847,34	\$ 9.495,19	\$ 15.149,17
= UTILIDAD NETA	-\$ 11.862,80	\$ 3.628,23	\$ 17.186,02	\$ 33.664,77	\$ 53.710,69

Elaborado por: Los autores (2017)

4.13.8. Evaluación financiera del proyecto

4.13.8.1. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

En la tabla 37 se efectuó la evaluación financiera del proyecto aplicando las técnicas de Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 37. Evaluación financiera del proyecto

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO	-\$ 36.400,00	-\$ 12.779,33	\$ 2.309,82	\$ 15.418,34	\$ 31.394,83	\$ 50.879,26
FLUJO ACUMULADO	-\$ 36.400,00	-\$ 49.179,33	-\$ 46.869,51	-\$ 31.451,17	-\$ 56,34	\$ 50.822,92
VALOR ACTUAL FLUJO	\$ 49.851,07	\$ 87.222,92				
INVERSION DE CAPITAL	(\$ 36.400)					
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ 13.451,07					
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	19,39%					
PERIODO DE RECUPERACION	AÑO 4					
TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR)	12,17%					

Elaborado por: Los autores (2017)

Según la regla de decisión del Van, como resultó mayor que cero se acepta la inversión en el proyecto de creación de la empresa. Así también la técnica de la TIR supera a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) ratifica la decisión obtenida con el cálculo del VAN.

El monto de inversión realizada en el proyecto se recupera en el año 4 de funcionamiento del proyecto.

En la tabla 38 se presenta el análisis financiero por medio del cálculo de las razones financieras.

Tabla 38. Razones Financieras

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ratios Financieros					
Capital de Trabajo	-\$ 15.768,80	-\$ 11.700,57	\$ 5.925,45	\$ 40.030,23	\$ 94.180,92
Indice de liquidez	0,13	0,18	1,59	8,52	N/A
Valor agregado sobre ventas	90,68%	78,94%	66,96%	56,78%	48,13%
Indice de empleo	311,87%	341,72%	349,75%	357,97%	366,38%
Riesgo					
Indice de insolvencia	91,95%	91,02%	62,19%	36,34%	21,27%
Rendimiento corriente	-40,09%	12,34%	40,59%	47,25%	44,90%
Razones:					
Cobertura financiera	-3,18	5,36	21,41	60,86	255,27
Inversion Total	-0,20	0,27	0,82	1,49	2,30
Monto Credito	-0,55	0,17	0,80	1,56	2,49
Margen Neto de Utilidad	13,88%				
Rotación de Activos	580,04%				
Dupont	80,52%				

Elaborado por: Los autores (2017)

4.13.8.2 Análisis de sensibilidad

En la tabla 39 se presenta el análisis de sensibilidad del proyecto.

Tabla 39. Análisis de sensibilidad

<i>ESCENARIO 1: INCREMENTO DE 10% EN LA CANTIDAD</i>			
<i>ESCENARIO 2: DECREMENTO DE 10% EN LA CANTIDAD</i>			
	ORIGINAL	ESCENARIO 1	ESCENARIO 2
PRECIO PROMEDIO	\$ 500,00	\$ 468,98	\$ 537,92
CANTIDAD	500	550	450
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 158,74	\$ 158,74	\$ 158,74
COSTO FIJO O INDIRECTO	\$ 17.760	\$ 17.760	\$ 17.760
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 152.871,71	\$ 152.871,71	\$ 152.871,71
<i>ESCENARIO 1: INCREMENTO DE 10% EN EL PRECIO</i>			
<i>ESCENARIO 2: DECREMENTO DE 10% EN EL PRECIO</i>			
	ORIGINAL	ESCENARIO 1	ESCENARIO 2
PRECIO PROMEDIO	\$ 500,00	\$ 550,00	\$ 450,00
CANTIDAD	500	436	586
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 158,74	\$ 158,74	\$ 158,74
COSTO FIJO O INDIRECTO	\$ 17.760	\$ 17.760	\$ 17.760
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 152.871,71	\$ 152.871,71	\$ 152.871,71

Elaborado por: Los autores (2017)

CONCLUSIONES

En base a los resultados de la investigación se concluyó que:

Es importante para la empresa que mantiene activos fijos conocer, entender y saber aplicar las Normas NIIF para inventarios para poder medir correctamente las mercaderías, y efectuar el ajuste respectivo.

Los resultados de la investigación de mercado demostraron las falencias que presentan los negocios en el manejo de procesos de inventarios y la existencia del interés de contar con asesoría profesional que colabore en la reducción de costos de inventarios para incrementar su competitividad.

El Plan de Negocios es un una guía de gestión que se explicó de acuerdo a los criterios teóricos de autores de la materia, y se aplicó de manera práctica en el desarrollo de la propuesta.

Los estados financieros se construyeron según parámetros establecidos por los autores como fueron el incremento porcentual anual de ventas, la tasa de inflación, etc. Esto fue importante para la realización de las proyecciones financieras que condujeron a contar con los flujos de caja proyectados del negocio para su posterior evaluación financiera.

Según los resultados de la evaluación financiera apoyados en las técnicas del Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno el proyecto de negocio es rentable bajo las condiciones planteadas, por tanto, se recomienda que los inversionistas procedan en su emprendimiento contando con una base sólida que asegura su rentabilidad económica.

RECOMENDACIONES

En base a los resultados de la investigación se recomendó que:

Los inversionistas deben insistir en la importancia de los beneficios de un adecuado manejo de procesos de inventarios en los propietarios de negocio, demostrando a través de cifras las pérdidas que pueden traer un exceso o deficiencia de mercadería.

Las universidades deben incentivar talleres de emprendimientos donde los futuros graduados sepan cómo monetizar el conocimiento adquirido de manera independiente ante la escasez de empleo para todo tipo de persona. Es importante que el graduado sepa gestionar su propia empresa de servicios profesionales.

La banca estatal para proyectos de este tipo que contribuyen al mejoramiento de la competitividad de las PYMES debe ser más flexible en los requisitos de crédito y tasas de interés. Considerando que se están creando fuentes de empleo con estos emprendimientos académicos.

Los propietarios de PYMES deben considerar que el asesoramiento profesional es más conveniente que lo manejado de forma empírica, por tanto, la Cámara del ramo debe impulsar la importancia de evitar mantener inventarios de forma no técnica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ballou, R. (2014). Administración de la cadena de suministro. México: Pearson.

Borello, A. (2014). El plan de negocios. México: Ediciones Díaz de Santos,.

Cañal, L. (2015). Definición de un negocio según la NIIF 3 revisada. Madrid.

Castillo Gómez, K. (2013). Propuesta de política de inventarios para productos "A" de la empresa REFA Mexicana S.A. . México.

Instituto de Estadística y Censos, I. d. (2015). Directorio de Empresas y Establecimientos de Ecuador. Recuperado de <http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec>

Daniel, R. S. (2014). Modelo de Administración de Inventarios para una Empresa de Telecomunicaciones. Quito: Escuela Politécnica Nacional.

Fundación IASC (2009). Material de formación sobre la NIIF para las PYMES. Londres: NIIF.

Ferrín, A. (2013). Gestión de stocks en la logística de almacenes. FC.

Fleitman, J. (2012). Negocios Exitosos. México: Mc Graw Hill.

Godoy, R. (2016). Método de valuación de inventarios promedio ponderado. Recuperado de <https://www.gerencie.com/metodo-del-promedio-ponderado.html>

Guerrero, Humberto (2014). Inventarios. Manejo y control. México: Starbook.

Homgen. (2014). Contabilidad. La Habana: Varela.

Montoya, E. y. (2012). "Importancia del diseño de control interno en los inventarios de materiales (materia prima, suministros, materiales de empaque) de la Empresa "Tabacos del Sol" municipio de Condega, Departamento de Estelí en el periodo de julio a diciembre 2011. Managua: UNAN.

Moya Navarro, M. (2013). Control de inventarios y teoría de colas. México: Pearson.

Nación, L. (30 de Mayo de 2015). 99% de tejido empresarial en Ecuador la conforman las Pymes. págs. <http://lanacion.com.ec/99-de-tejido-empresarial-en-ecuador-la-conforman-las-pymes/>.

Paredes, E. (2016). Evaluación financiera. Obtenido de <http://gestionando-empresas.blogspot.com/2011/02/recomendaciones-para-la-evaluacion.html>

Profesionales, F. I. (2014). Control y Manejo de Inventarios de Almacén. Barcelona: FIAP.

Rodríguez, I. (2014). La dirección de marketing. Recuperado de <http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/28536/chap19.xhtml>

Standards, I. F. (2013). NIIF para PYMES. Londres.

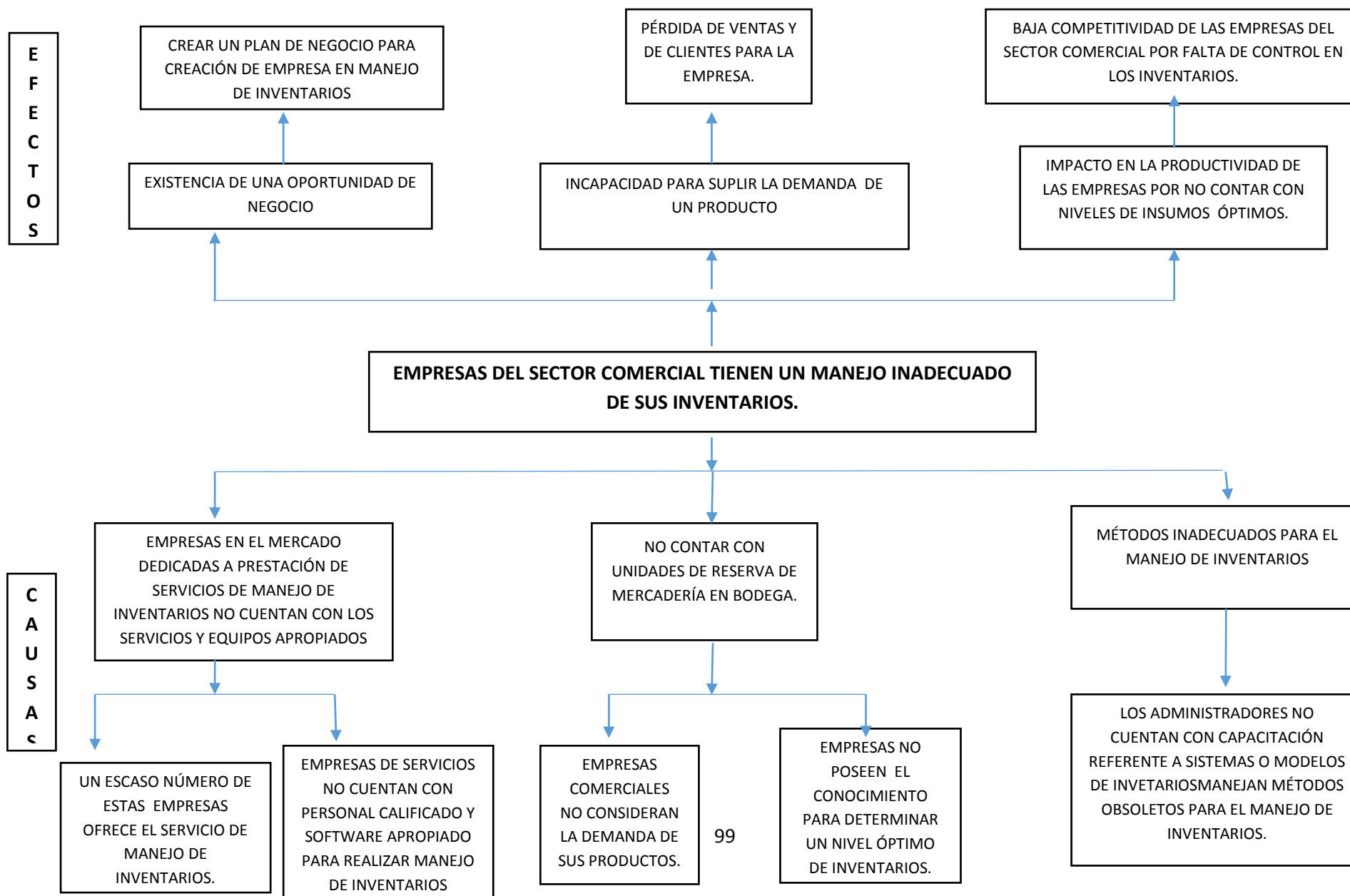
Stanton William, E. M. (2014). Fundamentos de Marketing. México: Mc Graw Hill.

Tarquin, A., & Blank, L. (2016). Ingeniería Económica. México: Mc Graw Hill.

Thompson, I. (2016). Características de los Servicios. México: Mc Graw Hill.

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problema



Anexo 2. Cuadro de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables
<p>¿Cómo minimiza los costos operacionales del manejo de inventarios de las empresas del sector comercial?</p>	<p>Objetivo general: Analizar el efecto que tiene los inventarios sobre el costo operacional de las empresas del sector comercial, que permitan la creación de una empresa de manejo de inventarios en la ciudad de Guayaquil.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estudio del desarrollo del marco teórico de los costos operacionales y manejo de los inventarios. 2. Evaluar la situación actual de las empresas del sector comercial en mejorar el manejo de sus inventarios 3. Estructurar los estados financieros el proyecto para determinar la viabilidad de la idea de negocio. 4. Estructurar los estados financieros del proyecto para determinar la viabilidad de la idea de negocio. 5. Estudio de la viabilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa de manejo de inventarios en la ciudad de Guayaquil. 	<p>La creación de una compañía de manejo de inventarios que utilice métodos actualizados minimizará los costos operacionales de las empresas del sector comercial.</p>	<p>X(DEPENDIENTE): Costos operacionales</p> <p>Y(INDEPENDIENTE): Métodos actualizados del manejo de inventarios</p>

Elaborado: Los autores (2017)

Anexo 3. Estado de arte: Libros especializados

AÑO	AUTOR	TEMA	DESCRIPCIÓN	METODOLOGÍA	CONCLUSIÓN	BIBLIOGRAFÍA
2014	Fundación Iberoamericana de Altos Estudios Profesionales	Control y Manejo de Inventarios de Almacén	Dotar de herramientas para el almacenaje y manejo de inventarios, busca profundizar en la concientización de los entes y factores que intervienen en la administración y manejo de inventarios.	Investigación no experimental	El solo hecho que las existencias de un producto vendible que no posee un control o administración adecuada puede hacer que una empresa pequeña o mediana baje sus utilidades de forma brusca, por otra parte la mala fluidez en el manejo de los productos de dichas empresas pueden llevar a la pérdida de utilidades o hasta pérdida de clientes. Es por eso que es de vital importancia el conocer los inventarios así como también es de vital importancia el saber administrarlos.	https://libros-gratis.com/leer-libro-online/?pdf=http://www.fiaep.org/inventario/controlymanejodeinventarios.pdf&pdf-title=CONTROL%20Y%20MANEJO%20DE%20INVENTARIO%20Y%20ALMACEN%20C3%89N%20-%20fiaep.org&title=inventarios
2014	Guerrero Salas Humberto	Inventarios. Manejo y control	Dar conceptos y políticas fundamentales del control de inventarios en las organizaciones del siglo XXI. Además, utiliza los modelos matemáticos para describir y analizar un sistema de inventarios, sus relaciones intrínsecas y de optimización en la relación de compra o producción, estados minimización de costes, etc., deduciendo de esta manera políticas de inventarios que regulen tiempos para hacerlos, cantidades a almacenar y procesos de reabastecimiento.	Los métodos de investigación: cualitativo y el cuantitativo, esto para poder cuantificar los valores necesarios para sustentar la tesis, pero sin dejar de lado otros factores (blandos), que también son de importancia. Además que el empleo de ambos procedimientos probablemente podría ayudar a corregir los sesgos propios de cada método.	El autor resalta el orden con el que aborda los temas y, sobre todo, la claridad en el manejo de los procedimientos empleados en la aplicación de los modelos de inventarios.	Starbook Editorial, S.A., 2010 SBN 8492650346, 9788492650347 N.º de páginas 192 páginas
2012	Lacayo Torres Oscar	Ingeniería de producción: técnicas de manejo de inventarios	Conocer el impacto que las técnicas de gestión de inventarios tienen sobre la cadena de suministro. Estas técnicas lograrán una eficiente administración de bodega e inventario, con el fin de mejorar la productividad y rentabilidad de la empresa.	Investigación de campo y documental	Un manejo eficiente de sus inventarios significa costos menores de inventario, posible reducción de espacio requerido, incremento de productividad al prescindir de material faltante para producción y mayor flexibilidad en el departamento de compras y un enfoque hacia el inventario de mayor impacto.	Editor: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

Elaborado: Los autores (2017)

Anexo 4. Estado de arte: Tesis de grado

AÑO	AUTOR	TEMA	DESCRIPCIÓN	METODOLOGÍA	CONCLUSIÓN	BIBLIOGRAFÍA
2012	Montoya Díaz Eleem y Cervantes Sanabria Sandra	"Importancia del diseño de control interno en los inventarios de materiales (materia prima, suministros, materiales de empaque) de la Empresa "Tabacos del Sol" municipio de Condega, Departamento de Estelí en el periodo de julio a diciembre 2011	Demostrar la importancia del control interno en el tratamiento de los inventarios de tal forma que al tener diseñado el control de inventarios permitió un mejor manejo y registro adecuado de los materiales que intervienen en el proceso de producción de puros.	Enfoque cualitativo que consistió en el análisis e interpretación de los datos obtenidos durante la investigación.	Un sistema de control interno es primordial en toda empresa para el buen funcionamiento de la misma y para un manejo y control adecuado de los mismos y recopilación de la información sea eficaz y eficiente en el procesamiento de los datos obtenidos.	Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Facultad de Ciencias Económicas. Departamento de Contaduría Pública y Finanzas. Núcleo Farem Estelí. http://repositorio.unan.edu.ni/2058/
2014	Recalde Suárez Daniel y Cadena Echeverría Daniel	Modelo de Administración de Inventarios para una Empresa de Telecomunicaciones	Implementar un modelo de administración de inventarios para una empresa de telecomunicaciones para su aplicación por medio del área de logística, con el propósito de garantizar el suministro oportuno del inventario comercial a los canales de venta directo e indirecto y con ello disminuir los costos e incrementar los beneficios.	Investigación descriptiva para comprender los procesos de la estibación de sacos de polietileno y el reconocimiento de los procesos de interés y su impacto dentro de la productividad global de la planta. Investigación no experimental con mediciones de las variables como estudio transversal a través de los procesos de producción y abastecimiento de materiales.	Mediante la aplicación del modelo de inventario de la cantidad económica de inventarios (EOQ) se pudo identificar por fabricante cuándo comprar, cuánto comprar, que cantidad de inventario mantener y el punto de hacer pedido o de reorden.	Repositorio Institucional de la Escuela Politécnica Nacional . Facultad de Ciencias Administrativas. http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/11995/1/CD-5307.pdf
2015	Loja Guarango Carolina y Serrano Santiago	Propuesta de un Sistema de Gestión de Inventarios para la empresa Femape Cia Ltda.	Diseñar un sistema de gestión de inventarios aplicando las 5S japonesas	De tipo no experimental dado que las variables no se vieron afectadas. De tipo transaccional porque el instrumento de investigación que se empleó para la obtención de información se lo aplicó en un solo momento del tiempo.	Mediante la implementación del sistema de las 5S japonesas la empresa podrá distinguir los materiales que son necesarios , lo que permitió contar con un área de trabajo más segura, liberar espacio útil en la bodega, reducir tiempos de despacho y mejorar el control visual de la mercadería.	Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana . Carrera de Contabilidad y Auditoría. http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7805/1/UPS-CT004654.pdf

Elaborado: Los autores (2017)

Anexo 5. Formato de la Encuesta



**Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Facultad de Administración**

Tema: Creación de una empresa de asesoramiento de procesos para el manejo de inventario del sector comercial.

Encuestas a personas de la parroquia Tarqui ciudad de Guayaquil.

El objetivo de la presente encuesta es determinar la viabilidad de aceptación de una empresa que preste servicios de manejo y control de inventarios a las pequeñas y medianas empresas, la información que se obtenga es con fines estrictamente académicos y como parte de la tesis de grado previa la obtención del título de Ingeniera Comercial.

Los resultados aquí obtenidos son rigurosamente confidenciales.

1. ¿En su negocio usted mantiene inventarios?

- a) Sí
- b) No

2. ¿El tipo de ventas que usted realiza son:?

- a) Al mayoreo
- b) Al menudeo

3. ¿Usted realiza inventarios de su mercadería? Si su respuesta es afirmativa especifique con qué frecuencia lo realiza?

- a) Sí _____
- b) No

4. ¿Personalmente usted realiza la toma de inventarios o lo realizan terceras personas?

- a) Sí
- b) No

5. ¿Está usted consciente que un inadecuado manejo y administración de inventarios incrementa los costos operacionales de su negocio?

- a) Mucho
- b) Bastante
- c) Algo
- d) Poco

6. ¿Está usted de acuerdo con los beneficios económicos y operacionales que producen un manejo y administración adecuada de inventarios en las empresas?

- a) Totalmente desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Neutro
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

7. ¿Tiene implementado usted en su empresa algún control y sistema de inventario? De ser afirmativa su respuesta indique el sistema, en caso contrario señale la razón por lo que no lo ha implementado?

- a) Sí _____
- b) No _____

8. ¿Cree usted que al implementar un control y sistema de inventario mejorarán los indicadores financieros y administrativos de su empresa?

- a. Si
- b. No

9. ¿Conoce usted de empresas o personas naturales que presten los servicios de control, manejo y administración de inventarios en la ciudad? De ser afirmativa su respuesta indique la razón social

- a) Sí _____
- b) No

10. ¿Indique cuáles son los factores críticos que influyen para contratar los servicios de una empresa de servicios de inventarios?

- a) Asesoría personalizada para cada cliente
- b) Portafolio diversificado de servicios en el ramo del control, manejo y administración de inventarios
- c) Paquetes especiales de contratación de servicios profesionales
- d) Manejo e implementación de tecnología de punta
- e) Otros _____

Anexo 6. Formato de Entrevista realizada al dueño del negocio



Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Facultad de Administración
Ingeniería Comercial

Tema: Creación de una empresa de asesoramiento de procesos para el manejo de inventario del sector comercial.

Nombre: Master en Auditoría y Contabilidad Mónica Bourne

Cargo: Contadora en TECNIPRINT S.A.

1. ¿Cree usted que existen en el país las condiciones suficientes para la creación de empresas de servicios profesionales?

En términos profesionales tenemos la capacitación suficiente, en lo que es tecnología también, considero que tenemos los recursos para poder crear una empresa.

2. ¿Cuáles son las razones por las que las PYMES carecen de métodos para revisar los procesos de gestión internos e implementar sistemas orientados a la optimización de procesos?

En el caso de las PYMES yo considero que tienen en este momento una prioridad que es el crecer comercialmente y esto como empieza de pequeño es poco complicado establecer procesos, procedimientos así no se preocupan mucho.

3. ¿Considera usted que el pequeño y mediano empresario está consciente de la importancia de la aplicación de herramientas administrativas de inventario en su negocio?

Considero que si por que los inventarios es un rubro muy importante dentro de los activos de la empresa, bueno yo como empresario cuido mi inversión

4. ¿En el actual entorno económico que enfrentan las empresas. Considera usted que la gestión de los inventarios tiene un impacto considerable en todas las áreas operativas de una empresa?

Si es muy importante la gestión porque tú tienes que ir midiendo, tú no puedes tener mucho dinero estacionado más que todo en las empresas que manejan mucho lo que es tecnología, si se quedan con inventario en stock se pierde valor. Deben mantener los niveles adecuados, tener las herramientas para poder hacer una revisión y tomar decisiones.

5. ¿Considera usted beneficioso la presencia en el mercado de empresas que ofrezcan servicios de manejo de inventarios a las PYMES?

Si es beneficioso ya que hay empresas como las PYMES que llevan muchas cosas manualmente entonces esto si les ayudaría.

Anexo 7. Fotografías de investigación de campo



[Fotografía de Karen Andrea Simbaña Reyes y Stephan Alexander Simbaña Reyes. (Guayaquil. 2017). Archivos fotográficos de los autores.



[Fotografía de Karen Andrea Simbaña Reyes y Stephan Alexander Simbaña Reyes. (Guayaquil. 2017). Archivos fotográficos de los autores.



Fotografía de Karen Andrea Simbaña Reyes y Stephan Alexander Simbaña Reyes.(Guayaquil. 2017). Archivos fotográficos de los autores.

[



[Fotografía de Karen Andrea Simbaña Reyes y Stephan Alexander Simbaña Reyes. (Guayaquil. 2017). Archivos fotográficos de los autores.