

El Buzón de Pacioli

Revista del Departamento de Contaduría y Finanzas publicada por el Instituto Tecnológico de Sonora



LA IMPORTANCIA DE MISIÓN Y VISIÓN PARA UNA MICROEMPRESA A TRAVÉS DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA

**THE IMPORTANCE OF MISSION AND VISION FOR A MICROENTERPRISE
THROUGH THE CONSULTING SERVICE.**



ITSON

DISEÑO UN SISTEMA DE COSTOS EN UNA MICROEMPRESA DE CIUDAD OBREGÓN, SONORA

**DESIGN OF A SYSTEM OF COSTS IN
A MICROENTERPRISE OF CIUDAD OBREGÓN, SONORA**

El Buzón de Pacioli

Instituto Tecnológico de Sonora

Dr. Javier José Vales García
Rector
Mtra. Mirna Yudit Chávez Rivera
Dirección de Ciencias Sociales y Administrativas

COMITÉ EDITORIAL

EDITOR GENERAL

María Elvira López Parra

COMISIÓN EDITORIAL

Mtro. Moises Rodríguez Echevarría
Mtro. Oswaldo Alberto Madrid Moreno

COMISIÓN DE DIFUSIÓN Y RELACIONES

Mtra. Nora Edith González Navarro
Mtra. Nereida Aceves López
Mtro. Rodolfo Valenzuela Reynaga

ARBITROS INTERNOS

Mtra. Jesús Nereida Aceves López
Mtra. Nora Edith González Navarro
Mtra. Blanca Ochoa Jaime
Mtra. Ma. Dolores Moreno Millanes
Mtro. Rodolfo Valenzuela Reynaga
Mtra. Ma. Elvira López Parra

ARBITROS EXTERNOS

Dr. Luis Ramón Moreno
Universidad Autónoma de Baja California
Mtra. Lorena Vélez García
Universidad Autónoma de Baja California
Mtra. Norma Aguilar Morales
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Mtra. Edith Georgina Súrdez
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Mtra. Ma. Carmen Sandoval Caraveo
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Mtro. José Luis Rivera Martínez
Instituto Sonorense de Contadores Públicos
Mtro. Gabriel Rueda Delgado
Universidad Javeriana, Bogotá Colombia
Mtra. Ruby González Ascencio
Universidad Autónoma del Carmen, Campeche
Dra. Aida Alvarado Borrego
Universidad Occidental, Sinaloa
Dra. Ana Virginia del Carmen Maldonado Alcudia
Universidad Occidente, Sinaloa
Dra. Mónica Velarde Valdez
Universidad Occidente, Sinaloa
Dra. Laura Esther Jiménez Ferretiz
Universidad Autónoma de Tamaulipas

DISEÑO EDITORIAL

Ebba Isabela Escareño Alvarez

EL BUZÓN DE PACIOLI, Año XVII, No. 99, Julio-Septiembre 2017, es una publicación trimestral editada y publicada por el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), a través del Departamento de Contaduría y Finanzas, con domicilio en 5 de Febrero 818 Sur, Col. Centro, Ciudad Obregón, Sonora, México, Tel. 410-0921, <http://www.itson.mx/Pacioli>. Editor responsable: María Elvira López Parra, mariaelvira.lopez@itson.edu.mx, Reserva de Derecho al Uso Exclusivo 04-2016-041414033200-203 otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la versión electrónica, Departamento de Computación y Diseño del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), responsable técnico Oswaldo Alberto Madrid Moreno con domicilio en 5 de Febrero #818 Sur Col. Centro, C.P. 85000 Cd. Obregón, Sonora, México, fecha de última modificación el 30 de Septiembre de 2017.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del Instituto Tecnológico de Sonora.

EDITORIAL

La consultoría de empresas ha incrementado su relevancia en las organizaciones con el fin de convertirlas en negocios con mayor competitividad, su forma de operar va más allá de la asesoría, el seguimiento en la implementación de las mejoras y la motivación a los líderes de hacer cambios significativos ha sido el factor de éxito de esas organizaciones.

Entre las mejores prácticas que toda pequeña debe retomar se encuentra la implementación de sistemas en el ámbito de los costos, pues son estos controles los que ayudarán a las empresas a identificar mermas y debilidades en la determinación de sus costos, esto les permitirá una visión sobre los precios de venta y sus capacidades para incrementar sus utilidades. Se recomienda que dentro del sistema exista la supervisión y seguimiento para que su flujo de los resultados esperados.



Dra. María Elvira López Parra
Profesora investigadora del Dpto. Contaduría
y Finanzas del Instituto Tecnológico de Sonora

- 3 EDITORIAL
4 ÍNDICE
5 LA IMPORTANCIA DE MISIÓN Y VISIÓN PARA UNA MICROEMPRESA A TRAVÉS DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA

THE IMPORTANCE OF MISSION AND VISION FOR A MICROENTERPRISE THROUGH THE CONSULTING SERVICE

- 18 DISEÑO UN SISTEMA DE COSTOS EN UNA MICROEMPRESA DE CIUDAD OBREGÓN, SONORA

DESIGN OF A SYSTEM OF COSTS IN A MICROENTERPRISE OF CIUDAD OBREGÓN, SONORA

- 28 CONTROL INTERNO EN EL PROCESO DE INGRESOS POR VENTAS A TRAVÉS DE LA CONSULTORIA DE NEGOCIOS

INTERNAL CONTROL IN THE PROCESS OF SALES INCOME THROUGH BUSINESS CONSULTING

LA IMPORTANCIA DE MISIÓN Y VISIÓN PARA UNA MICROEMPRESA A TRAVÉS DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA

***THE IMPORTANCE OF MISSION AND VISION
FOR A MICROENTERPRISE THROUGH THE
CONSULTING SERVICE.***

*Sarai Abigail Gaytan Hernández¹
Jesús Nereida Aceves López²*

¹ Alumna del programa de Lic. en Contaduría Pública, Instituto Tecnológico de Sonora
² Maestra Investigadora del Depto. De Contaduría y Finanzas del Instituto Tecnológico de Sonora

RESUMEN

Urza (2011) define a la consultoría como un servicio prestado por un profesionista en calidad de asesoramiento, el cual implica la toma de decisiones basándose en observaciones pertinentes con la finalidad de ayudar a las organizaciones en la búsqueda de soluciones o al mejoramiento de procedimientos dentro de sus diferentes áreas.

Por lo cual se dio la tarea de realizar una investigación ofreciendo un servicio de consultoría a una microempresa del giro de comercio, papelería, ubicada en Paredón Colorado, Municipalidad de Benito Juárez, Sonora, realizándose un análisis FODA dando como resultado que la microempresa carece de una misión y visión, y se le propone al propietario de la empresa generarlas para buscar la mejora del negocio y de igual forma ofrecer mejor calidad al cliente, por lo cual se tomó la tarea de realizar una encuesta de satisfacción con el consumidor y para así poder implementar la misión y visión elaborada, las cuales le serán útiles para la entidad a futuro, debido a que la entidad tiene marcada y definidas sus metas, y esto la ayudara a no perder de vista su objetivo principal que es brindarle completa satisfacción al cliente.

Palabras clave: Misión, visión, consultoría y microempresa.

ABSTRACT

Urza (2011) define consulting as a service provided by a professional in quality of advice, which involves making decisions based on relevant observations in order to help organizations in the search for solutions or improvement of procedures within their different areas.

Therefore, the task of carrying out an investigation was offered, offering a consulting service to a small business of the commerce and stationery business, located in Paderon Colorado, Municipality of Benito Juárez, Sonora, where the result was that the microenterprise lacks a mission and vision, where the owner of the company is asked to generate them in order to seek the improvement of the business and in the same way offer better quality to the client, for which he took the task of conducting a satisfaction survey with the consumer and thus to be able to implement the elaborated mission and vision, which will be useful for the entity in the future, because the entity has defined and defined its goals, and this will help it to keep track of its main objective which is to provide complete customer satisfaction .

Keywords: Mission, vision, consulting and microenterprise

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Se sabe con el paso del tiempo la consultoría de las empresas ha evolucionado desde su aparición tanto como para aplicarla a las empresas, como las entidades mismas. Según Kubr. M.(2012), la consultoría de las empresas, tienen su origen en la revolución industrial, la aparición de la fábrica moderna y las transformaciones institucionales, y sociales contextos, donde sus raíces son iguales a las de la dirección o administración de las empresas. Además Yañez Z. (2013) comenta que los primeros en impulsar y desarrollar la consultoría fueron Frederick. W. Taylor, Frank y Lillian Gilbreth, Henry L. Gantt y Harrington Emerson. Todos ellos creían en la aplicación del método científico para resolver los problemas de la producción.

Según Kubr. M. (2012), La consultoría se concretó principalmente en la productividad y en la eficiencia en las fábricas y los talleres, la organización racional del trabajo, el estudio de tiempos y movimientos, la eliminación de desperdicios y la reducción de los costos de producción.

Sus raíces son idénticas a la de dirección y administración de una empresa como esfera separada de la actividad humana y campo de aprendizaje. La consultoría por

cuenta de una empresa se hizo posible cuando el proceso de generalización y estructuración de la experiencia gerencial alcanzo una etapa relativa avanzada. Entonces fue preciso determinar y escribir los métodos y principios aplicables a diversas organizaciones y los empresarios fueron incluidos y presionados para buscar una forma mejor de dirigir y controlar su negocio.

En la actualidad se puede observar que la mayoría de los empresarios quieren ser mejor dentro su sector, es por ello que recuren a ayuda profesional, de acuerdo con el autor Kubr. M. (2012) en el párrafo anterior la implementación de mejora para la empresa nació de mano de la consultoría debido a que esta profesión ha ayudado con el paso de tiempo a mejorar las áreas de la empresa donde esta se le presente una carencia.

Las trasformaciones económicas, sociales en la humanidad han ayudado a que las empresas evolucionen según su magnitud y sector en el que se encuentren se enfocara en el sector comercio se conoce que dicho sector no es ajeno a la humanidad.

Economía (2012) menciona lo siguiente el comercio inicia cuando el hombre comienza a vivir en sociedad, una vez que se establece un núcleo familiar y comienzan

a crearse comunidades. En lugar de que un hombre cubriera todas sus necesidades (buscar alimento, vestido, vivienda, etcétera), se especializa en una actividad e intercambia sus bienes por otros con personas que se especialicen en otra actividad. En un principio se utilizaba el sistema de trueque, es decir, el intercambio directo de un bien por otro. Sin embargo, el sistema de trueque presenta un problema. Llega un punto en el que un bien no se puede utilizar como sistema de pago para otros bienes.

Actualmente el comercio es una actividad esencial de cualquier país, ya sea nacional o internacionalmente debido a que permite adquirir un bien o deshacerse de él lo cual se le conoce como compra y venta.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En años recientes se ha sido testigo de cómo es que las empresas y organizaciones que se encuentran dentro de micro empresa, pequeña y la mediana empresas (MiPyMes) carecen de no implementar una misión y visión.

Por lo cual las MiPymes no han estado aprovechando en su totalidad las ventajas de tener una misión y visión la cual se realiza a través de los ejecutivos de las empresas y de la opinión de los clientes.

En este caso se realizó una consultoría a una micro empresa, donde se obtuvo un diagnóstico que mostró como dato que la empresa no presentan misión y visión, lo cual no logra mostrar a sus clientes y público en general cuál es su razón de ser y sus objetivos a perseguir.

Debido a que la empresa no cuentan con estos elementos estratégicos (misión y visión), está sujeta a presentar problemas en los cuales no sean satisfactorios para la organización, los problemas más frecuentes es que no se trasmite al cliente ni a los que forman parte de la organización su razón de ser, esto quiere decir, que saben lo que hacen por inercia, pero en realidad les hace falta saber qué es lo que realizan en el presente para luego poder cumplir con sus estrategias tanto en presente como el futuro y llegar a cumplir sus objetivos y metas que plantean en la visión. Y de seguir así, sin un plan que oriente y dirija a la organización, ésta trabajará a la deriva, descuidando valiosos aspectos que no le permitirían especificar los objetivos de la organización.

JUSTIFICACIÓN

Así como cada individuo tiene una misión y visión en sus vida, cada una de las organizaciones también las tiene, al principio la empresa debe tener una misión clara de que es lo que es, esto posiblemente con el tiempo se pierda a medida que la empresa crezca es por

ellos que la misión y visión van de la mano para cuando la compañía progresa su razón de ser no se olvide y cumpla sus objetivos.

Es importante para las empresas tener a la vista la misión y visión debido a que eso podrá ayudarlos cuando se olvide por los empleados la razón de ser de empresa y que es lo se busca, esto los podrá orientar a cumplan con sus objetivos. De igual manera es significativo tenerla a la vista para los clientes ya que ellos se darán cuenta de que es la empresa en realidad y cuáles son las expectativas a futuro y así podrán elegirla constantemente ya que se identificaran con la empresa.

De acuerdo con Rodríguez V., J. (2005) menciona los beneficios de tener una misión en la organización, la cual dice que sirve en tres niveles de la empresa (directivo, administrativo, operativo). A nivel directivo, le es de utilidad para aumentar la capacidad de respuesta de la organización ante las oportunidades que se generan en las diferentes dimensiones del medio ambiente. Así se evitan costosas desviaciones de la empresa hacia negocios poco conocidos y con mucho riesgo lo cual puede ser probable que afecte al logro de sus objetivos. A nivel administrativo le permite orientar sus programas de trabajo en una dirección clara y conocida, lo que le ayudara a mejorar el rendimiento de los recursos en la organización. A nivel operativo le facilita comprender su papel en los procesos de trabajo y la importancia de su participación creativa en el desarrollo de su actividad diaria.

La visión es una ideal realista o sueño que al que se requiere llevar a la organización o corporación y que se motiva a sus miembros a realizarse comenta Bernal y Sierra (2013) debido a esto la visión debe presentar un horizonte a donde se dirige la empresa y cuál será su objetivo a perseguir para Thomson, Strickland y Gamble. (2008) una visión estratégica presenta los siguientes beneficios

- Cristalizar las propias visiones de los ejecutivos sobre la dirección de largo plazo de la empresa.
- Reducir el riesgo de tomar decisiones a ciegas.
- Es una herramienta para ganar el apoyo de los miembros de la organización en los cambios internos que contribuirán a hacer realidad la visión.
- Ofrece un estímulo a los agentes de menor jerarquía para formar misiones departamentales, establecer objetivos e idear estrategias departamentales en sincronía con las estrategias general de la empresa.
- Ayuda a prepararse para el futuro

OBJETIVO

Implementar planeación estratégica a través de misión y visión, para contribuir a la satisfacción de los clientes

de la empresa.

MARCO TEÓRICO

En el mundo empresarial hoy en día es importante la creación de un enunciado de misión y visión los cuales son los pilares sobre los que trabajan las compañías que se basarán y conformarán su estrategia empresarial, delimitarán sus metas y planearán sus objetivos al corto, mediano y largo plazo. El primero de ellos es como se verá la empresa en el tiempo, mientras el segundo se relaciona con su accionar presente.

Ambos conceptos (misión y visión) juegan un papel importante como aspectos psicológicos y organizativos en cualquier estrategia a largo plazo, sea esta empresarial, política, personal.

Dichos conceptos se encuentran dentro de la primera fase del proceso administrativo la cual es planeación, Much y García (2012) mencionan que la planeación es un proceso complejo la cual involucra una serie de etapas del proceso administrativo, debido a que planear implica elegir más adecuadas acerca de que habrá que realizarse en el presente y futuro.

Lo primero es indagar cual es la misión, para ello es necesario saber el motivo o la razón de la existencia de la organización, lo que le da sentido y orientación a las actividades; es lo que se pretende realizar para lograr la complacencia del público, del personal, de la competencia.

La misión de una empresa se basa de la actividad que la organización realice, así como del medio en donde se encuentra y de los patrimonios de los que dispone. Si se trata de una empresa, la misión dependerá del tipo de negocio del que se trate, de las necesidades de la población en ese momento dado y la situación del mercado.

La misión es la que da identidad a una empresa mostrando a los clientes o proveedores, el ámbito en el cuál se desarrolla, y permitiendo distinguirla de otras empresas similares.

Según Much y García (2015) definen a la misión organizacional en cuanto describe la actividad o función básica de producción o servicio que desarrolla la empresa y que es la razón de su existencia; expone a lo que se dedica la empresa.

Para Hitt, Itrland y Hoskisson (2008), la misión organizacional específica o las líneas del negocio en las cuales pretende competir la entidad, así como cuáles

son los clientes que quiere atender.

La misión de la empresa debe de contestar a las preguntas ¿Cuál es tipo de producción, ocupación lucrativa o prestación de servicios de la empresa, cuando se responde a las siguientes preguntas la empresa tiene mejor rendimiento en el grado que los ejecutivos y los empleados se involucran para el de desarrollo del crecimiento de la empresa positivamente.

Beneficios de contar con una misión

Fred R. (2013) recomienda que las organizaciones desarrollen una declaración por escrito de la misión para así poder obtener los siguientes beneficios: Asegurar la unanimidad de propósito dentro de la organización, Proveer una base o estándar para asignar los recursos organizacionales, establecer un tono o clima organizacional general, contar con un punto focal que los individuos se identifiquen con el propósito y la dirección de la organización, y disuadir aquellos que no lo logren de seguir participando en las actividades en la organización facilitar la traducción de los objetivos a una estructura de trabajo que implique la asignación tareas entre los elementos responsables de la organización, especificar propósitos organizacionales y luego traducirlos en objetivos, de manera que los parámetros de costo tiempo y desempeño puedan evaluarse y controlarse.

Características de una declaración de misión organizacional

Una correcta declaración de misión no solo describe los propósitos de la organización si no también se enfoca a quienes son sus clientes, productos o servicios, mercados y tecnología básica. Un escrito correcto de quien es la empresa debe contener: Que aspira la organización., Ser lo bastante limitada para excluir ciertas iniciativas del negocio y lo bastante amplia para permitir el crecimiento del negocio distinguir una organización en particular de todas las demás ser enunciada en términos los suficientemente claros que se comprenda exactitud en toda la organización.

El escrito de una misión debe cumplir con las siguientes características según Fred R. (2013), tener un amplio alcance se refiere a no incluir montos monetarios porcentajes, su extensión debe ser menor a 250 palabras.

Kloter P. Y Armstrong G. (2013) identificaron las siguientes características de la misión: deben de estar orientadas al mercado y definidas en términos de

satisfacer las necesidades básicas de los clientes, deberá ser específica, pero al mismo tiempo motivadora: resaltar las fortalezas de la empresa dentro del mercado.

Las declaraciones de misión según los autores lo mencionaron deberán estar orientadas hacia el mercado y definir las necesidades que el cliente presente. Los productos y las tecnologías poco a poco se irán haciendo obsoletos, pero las necesidades del mercado podrán durar para siempre, de tal manera que será necesario evolucionar constantemente según el cliente lo requiera.

Elementos de la declaración de misión organizacional

Para que el desarrollo de la misión puede variar en cuanto a la extinción del contenido y especificadas, una declaración efectiva debe de tomar en cuenta los componentes siguientes: clientes ¿Quiénes son los clientes de la empresa?; productos o servicios ¿cuáles son los principales?; mercados ¿en donde compete la empresa?; tecnología ¿la empresa está al día con ella?; preocupación por la supervivencia el crecimiento y rentabilidad de la empresa; filosofía ¿Cuáles son las creencias, valores, aspiraciones, y prioridades éticas básicas de la empresa?; auto concepto ¿Cuál es la competencia distintiva o la ventaja competitiva más importante?; preocupación por imagen pública y preocupación por los empleados

Proceso para preparar una misión

El procedimiento para realizar un escrito de misión puede variar según el autor que se trate en este caso para Koontz, Weihrich y Cannice (2012) los pasos son los siguientes:

- Evaluación del perfil pasado y presente de la empresa.
- Contribución de los participantes en la empresa a la dirección futura.
- Consenso de las necesidades opuestas de los grupos interesados.
- Elaboración del enunciado de la misión que describa la dirección general de la organización sus valores y filosofías, ámbito geográfico y contribución a la sociedad.
- Discusión de la declaración de la misión con grupos interesados
- Comunicación con los que requieran conocer la declaración.

De acuerdo a lo anterior se puede decir, que una declaración de misión y visión bien diseñada resulta esencial para formular y poner en práctica y evaluar la estrategia de la empresa.

Ejemplos de misión

Grupo lala (2013) "Alimentamos toda la vida" Con un equipo humano, capaz y comprometido elaboramos y

comercializamos productos de la más alta calidad."

Grupo Herdez (2015) "Poner al alcance de los consumidores alimentos, bebidas y productos de calidad, con marcas de prestigio y valor crecientes."

Visión

Una vez analizada la misión se considera de gran importancia el estudio de la visión como una herramienta que proporciona la organización en el sentido de la dirección.

Se conoce que la visión es una imagen realista para la empresa una condición que induce a las personas a asumir compromisos y alcanzar sus metas que visualiza en un estado futuro.

Thompson, Peteraf, Gamble y Strickland (2012) señala que una visión constituye las opiniones y conclusiones de la alta administración, sobre el rumbo de la compañía en el largo plazo y sobre la mezcla de productos, mercado, cliente y tecnología que parezca óptima para el futuro.

Una visión debe contener las habilidades básicas para poder lograr lo que se plasmó en la misión, la cual se debe de formar por medio de los valores fundamentales de la empresa, debido a que la visión es una guía y sirve cuando los indicadores de dirección parezcan haberse perdido, ya que esta puede ayudar a enfatizar en las aptitudes centrales de cómo trabajar en las mejoras constantemente.

Según Thomson y Strickland (2004) para poder realizar una visión de manera correcta se requiere llevar a cabo tres tareas.

Poner una declaración de la misión que defina en que negocio está actualmente la empresa y que exprese la esencia de "quienes somos, lo que queremos hacer y donde estamos ahora". Utilizar la declaración de la misión como base para indicar el curso a largo plazo; elegir hacia dónde vamos y planear una ruta estratégica que la empresa debe recorrer y deberá comunicar la visión estratégica en términos claros, apasionantes que propicien el compromiso de toda organización.

Una organización con visión posee una idea clara de lo que quiere ser en el futuro, para que esta sea de manera correcta es necesario imaginar el futuro de acuerdo al enunciado de la misión debido a que es de ahí donde debe partir la visión la cual debe estar por escrito deberá ser clara, inspiradora y tendrá que poder hacer que la gente lleve el camino en la dirección correcta para crear beneficios a la organización.

BENEFICIOS DE LA VISIÓN

Para Thomson, Strickland y Gamble. (2008) una visión realizada de una manera correcta deberá presentar los siguientes beneficios: Cristalizar las propias visiones de los ejecutivos sobre la dirección de largo plazo de la empresa, reducir el riesgo de tomar decisiones a ciegas es una herramienta para ganar el apoyo de los miembros de la organización en los cambios internos que contribuirán a hacer realidad la visión, ofrece un estímulo a los agentes de menor jerarquía para formar

misiones departamentales, establecer objetivos e idear estrategias departamentales en sincronía con las estrategias general de la empresa y ayuda a prepararse para el futuro.

CARACTERÍSTICAS DE LA VISIÓN

Para que la visión funcione como una herramienta valiosa para la compañía deberá cumplir con lo siguiente, ver cuadro No.1

Cuadro No. 1 Qué hacer y evitar en una estructura de la visión

Que hacer	Que evitar
Ser grafica presentar una imagen clara del rumbo de la empresa de la posición o posiciones en el mercado que se pretende conseguir	Evitar que sea ambigua o incompleta. No escatimar al especificar hacia donde se dirige la empresa ni como se prepara para el futuro
Ver el futuro con sentido de dirección describir el curso estratégico que trazo la directiva y las clases de cambios.	No atarse al presente. Una visión no trata de lo que la compañía alguna vez hizo o hace ahora, sino de “hacia dónde vamos”
Mantener el tema. Ser lo bastante específico para ofrecer a los administradores una guía con la que tomen decisiones y asignen recursos.	No emplear un tono demasiado alto. Se debe evitar un lenguaje tan general que permita que la empresa tome casi cualquier dirección.
Conservar un margen de maniobra. La flexibilidad también es buena; el curso que se trazó la directiva quizá deba ejecutarse conforme las circunstancias que se presenten	No expresar la visión en términos pocos inspiradores. Las mejores declaraciones de visión tienen el poder de motivar al personal e inspirar confianza en los inversionistas sobre la dirección de la empresa.
Asegurar su viabilidad La ruta y la dirección deben plantearse dentro de las posibilidades razonables de lo que la empresa es capaz.	No ser genérica. Una declaración de visión aplicable a compañías de varias industrias.
Mencionar que la ruta es sensata respeto de los negocios. El rumbo elegido debe beneficiar los intereses de largo plazo de todos los interesados.	No recurrir solo a los superlativos. Las visiones que sostienen que el curso estratégico de la compañía es el mejor, el mas existo o un líder reconocido, suelen ser engañosos al soslayar la esencial y no revelar aspectos específicos
Procurar que sea fácil recordar. Para dar a la organización un sentido de dirección y propósito, la visión tiene que comunicarse con facilidad.	No ser farragosa. las declaraciones de visión demasiado extensas tienen a perder enfoque y significado, una declaración de visión que no sea breve ni directa tendrá que alejar a su audiencia

Fuente: Thompson. Peteraf, Gamble y Strickland (2012)

Elementos de la visión

Blanchard y Stoner (2003), se enfocan en tres elementos clave para la visión organizacional los cuales dicen lo siguiente: El propósito es la razón por la cual existe la empresa, aclara desde el punto de vista que es realmente el negocio, valores proveen las pautas sobre cómo debe proceder mientras se persigue el propósito y la imagen del futuro es algo que resulta al final algo que realmente se pueda visualizar, es importante concentrarse en lo que se quiere crear.

Una vez definida la declaración de la visión, se debe publicar en lugares visibles para todos los miembros de la empresa, y así lograr que tengan siempre presente hacia donde se dirige la organización pero también en lugares visibles para clientes, proveedores y público en general para que observen las metas a cumplir de la compañía.

Ejemplos

Grupo lala (2013) “Ser una empresa líder de

alimentos, considerada como la mejor opción para sus consumidores, clientes, colaboradores y accionistas”

Grupo herdez (2015) “Grupo Herdez quiere consolidarse, crecer y posicionarse como una organización líder en el negocio de alimentos, bebidas y productos de bienestar, reconocida por la calidad de los mismos y por la efectividad de sus esfuerzos orientados a asegurar la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes y consumidores, en un marco de atención y servicio competitivos, bajo estrictos criterios de rentabilidad, potencial estratégico y sustentabilidad.”

Se sabe que con el paso del tiempo las empresas han tenido evolución en cuanto a su entorno desde su tamaño, los productos que algunas ofrecen y sus estrategias para ganar mercado cambian constantemente.

El concepto de empresa se puede visualizar diferente puntos de vista es decir se puede ver desde los siguientes puntos

- Punto de vista económico: unidad capaz de formar un conjunto de insumos (materia prima, fuerza de trabajo, dinero, tecnología) un conjunto de bienes y servicios determinados al consumo, ya sea de individuos o de otras empresas. Como lo indica T. Naylor Citado por Rodríguez J. (2010).
- Punto de vista administrativo: es la unión productiva o de servicio constituida según aspectos prácticos o legales y que se integra por recursos, valiéndose de la administración para lograr sus objetivos. Como lo menciona A. Fernández Citado por Rodríguez J. (2010)
- Punto de vista jurídico: una persona moral sujeta de derechos y obligaciones con una personalidad distinta a los que los individuos que la componen. Según A. Cervantes, Citado por Rodríguez J. (2010).
- Punto de vista sociológico: un organismo social en que el trabajo, el capital y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en que la propia empresa actúan como lo menciona V. Guzmán Citado por Rodríguez J. (2010).

En mundo de las empresas es puede ser muy variable debido a que se clasifican en distintas maneras según Soto B.(2011)

Clasificación de las empresas según su actividad o giro

- Empresas Industriales: Son aquellas empresas en donde la actividad es la producción de bienes por medio de la transformación o extracción de las materias primas
- Empresas Comerciales: Se trata de empresas intermediarias entre el productor y el consumidor en donde su principal función es la compra y venta de productos terminados aptos para la comercialización.
- Empresas de servicios: Son empresas que brindan servicios a la comunidad, pudiendo tener o no fines de lucro

Clasificación de las empresas según el origen del capital

- Públicas: Se trata de empresas en donde el capital pertenece al estado y en las que se pretende satisfacer las necesidades sociales.
- Privadas: Se trata de empresas en donde el capital es propiedad de inversionistas privados y son lucrativas en su totalidad
- Semipública: Las empresas semipúblicas, mixtas o semiprivadas utilizan capital público para su funcionamiento pero su gestión es privada.

Clasificación de las empresas según la magnitud de la empresa

- Pequeñas empresas: su capital, ingresos y número de

trabajadores son reducidos, de hecho no trabajan más de 20 personas.

- Microempresas: con un capital, número de trabajadores e ingresos en cuantías personales, de hecho no hay más de 10 personas entre empleados y trabajadores.
- Famiempresas: en que la familia es el motor del negocio. Son empresas familiares.

En este caso se enfocara en que es una microempresa para Rodríguez J. (2010) dice que es el ente donde sea riqueza debido a que permite que se pongan en operaciones recursos organizacionales, para transformar insumos en bienes o servicios terminado con base en los objetivos establecidos por una administración.

Se considera que las empresas de esta magnitud como factores fundamentales debido a que se desarrollan muy bien dentro del área económico y desempeñas diversas funciones en la sociedad como: Responder a las demandas concretas de los consumidos, crear nuevos productos o servicios, genera empleos, contribuir al crecimiento económico y reforzar la productividad.

Según Mónica (1970) “Las microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan”. De tal manera que menciona que las ventajas y desventajas que tiene crear una microempresa

Ventajas de la Microempresa:

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.
- Desventajas de la microempresa:
- Utilizan tecnología ya superada.
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno

Rodríguez J. (2010) indica que las características de una micro empresa son las siguientes: Cuenta con propietarios y administración independiente, no domina el sector de actividad en la que opera, su estructura organizacional es muy sencilla, no ocupa más de 15 empleados y sus ventas anuales no sobrepasan a más de los 30 millones de pesos.

Las microempresas según Secretaria de Administración

Tributaria (2010) se encuentran tributando dentro del siguiente régimen:

Régimen de incorporación fiscal : “Los contribuyentes personas físicas que realicen actividades empresariales, que vendan bienes o presten servicios por los que no se requiera para su realización título profesional, así como aquellos que realicen las actividades señaladas y que además obtengan ingresos por sueldos o salarios, asimilados a salarios o ingresos por intereses, siempre que el total de los ingresos obtenidos en el ejercicio inmediato anterior por los conceptos mencionados, en su conjunto no hubiera excedido de la cantidad de dos millones de pesos”.

Como ejemplo de actividades empresariales: Fondas, misceláneas, salones de belleza, refaccionarias, talleres mecánicos, tintorerías, carnicerías, papelerías, fruterías, ente otras.

Se sabe que para una empresa de cualquiera que sea su magnitud alguna de las veces requiere de un consultor para este pueda ofrecerle alguna mejoría.

Para Castro C. (2016) reconoce lo siguiente la consultoría es un servicio profesional prestado por empresas, o por profesionales en forma individual con experiencia o conocimiento específico en un área, asesorando personas, asesorando a otras empresas, a grupos de empresas, a países o a organizaciones en general.

La consultoría de empresas puede enfocarse como un servicio profesional o como un método de prestar asesoramiento y ayuda prácticos. Es indudable que se ha transformado en un sector específico de actividad profesional y debe tratarse como tal. Simultáneamente, es también un método de coadyuvar con las organizaciones y el personal de dirección en el mejoramiento de la gestión y las prácticas empresariales, así como del desempeño individual y colectivo.

METODOLOGÍA

SUJETO

Durante un periodo determinado se trabajó con una empresa que se dedica a la comercialización de productos de papelería y también ofrece diferentes tipos de servicios, como copiado, engargolado, enmicado, impresiones, entre otros; es considerada como una microempresa por las características que reúne por el número de empleados, ya que son dos, misma que fue creada en el año 2002, en la actualidad la empresa se encuentra tributando bajo el régimen de incorporación fiscal. La microempresa se encuentra ubicada en la comunidad de paredón colorado, Municipio. De Benito Juárez, sonora.

MATERIALES

Primeramente para efectuar el desarrollo de cada una de las actividades requeridas en el trabajo de consultoría se realizó el siguiente:

Un diagnostico interno de la empresa, el cual tenía por objetivo conocer las fuerzas y debilidades que afronta la empresa en el mercado

Se realizó un estudio a la empresa después de haber obtenido los resultados del diagnóstico lo cual se obtuvo como resultado el análisis foda donde se muestras las fortalezas y debilidades de la empresa.

Se preparó un documento enlistando las propuestas que mejorarían a la empresa en las áreas donde carece (Propuestas de mejora)

Una vez seleccionada la propuesta se elaboró una encuesta de satisfacción al cliente donde se evaluaría si se la empresa cumple con lo que el cliente desea

Cuando las encuestas estuvieran listas se realizó un formato de Excel donde tabulo y grafico cada una de las respuestas obtenidas.

Por último se realizó reportes semanales en la evolución que llevaba la implementación de la propuesta de mejora.

PROCEDIMIENTO

El procedimiento que se llevó a cabo durante el periodo Enero – Junio que fue cuando se realizó el trabajo fue el siguiente:

1. Se tomó la tarea de buscar una empresa a la cual se pudiera aplicar las fases de consultoría.
2. Una vez identificada la empresa se aplicó un diagnóstico para encontrar las áreas donde carece la empresa.
3. Se realizó un análisis de debilidades y fortaleza, amenazas y oportunidades que pudiera tener la empresa.
4. Propuestas de mejora a través de los resultados obtenidos del paso anterior.
5. Implementación de propuestas de misión y visión debido a que eso fue el resultado del análisis foda.
- 6.- Análisis de resultados

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se Identificó la empresa con la cual se pudo trabajar en el servicio de consultoría, una vez que se habló con el empresario y se tomaron los acuerdos para trabajar, se realizó un diagnóstico el cual se divide en las siguientes áreas: administrativa, financiera, medio ambiente,

mercadotecnia y recursos humanos, dicho instrumentó sirvió para identificar las áreas de oportunidad de la empresa, para lo cual se realizó un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas (FODA), ver (cuadro 2)

Cuadro 2: análisis foda

<p>FORTALEZAS: Implementa estrategias para alcanzar los objetivos de la organización Mejora la atención al cliente Abierto al cambio</p>	<p>DEBILIDADES: Falta de capacitación Capital de trabajo mal utilizado Desconocimiento del grado de satisfacción del cliente. Falta de planeación para la obtención de objetivos claros</p>
<p>OPORTUNIDADES: Ser líder dentro de la comunidad Creación de nuevos empleos Mayor crecimiento en el mercado</p>	<p>AMENAZAS: Competencia en el ramo Desaparecer del mercado</p>

Tomando en cuenta los resultados obtenidos se llega a la conclusión de la empresa no tiene plasmado el hacia dónde quiere llegar en el negocio, y eso podría causar que no cumpla con las expectativas y que la

competencia ocupe su lugar es por ello que se le presento al empresario la propuesta de mejora para que estuviera informado que era lo más conveniente para la empresa en donde las recomendaciones fueron las siguientes

RECOMENDACIÓN

- Establecer una misión y visión
- Buscar estrategias para alcanzar los objetivos
- Implementar un plan de capacitación para obtener resultados positivos

El empresario selecciono la propuesta de establecer una misión y visión, para publicarlas a la vista y que el cliente observe cual es la razón de ser y cual es visión a futuro

Se analizó la propuesta más a fondo y se llegó a la solución de que es importante para todas las empresas ya que les permite ver cuál es su razón de ser y que es lo que quieren alcanzar a la empresa le ayudaría a establecer el ser líder en su comunidad en sus ventas. Estableciendo como indicador de mejora de lo propuesto, el 100% de satisfacción al cliente, lo que permitirá a la empresa crecer y convertirse en líder, creando fuentes de empleo en su comunidad.

Una vez que se le dio a conocer al empresario la importancia de la misión y visión, se tomó la tarea de implementar dicha propuesta para lo cual se estuvo realizando lo siguiente:

Primero.- Se realizó una reunión con el consultante donde se le dio a conocer que era la misión y visión a través de una imagen (ver figura 1), la cual muestra qué es lo que busca cada uno de estos elementos, y se le explico cada una a detalle, donde se le hizo mención de

la importancia de cada uno de estos elementos.

Figura 1. Elementos de visión y visión



Fuente: Romero Xelo. (2015).

Segundo.- se le dio a conocer al empresario la misión y visión que se puede realizar según la información que obtuvo en la primera vez, se le capacitó dándole a conocer que incluía la misión y visión, la propuesta que le presento le pareció muy satisfactoria.

La misión y visión elaborada fue la siguiente:

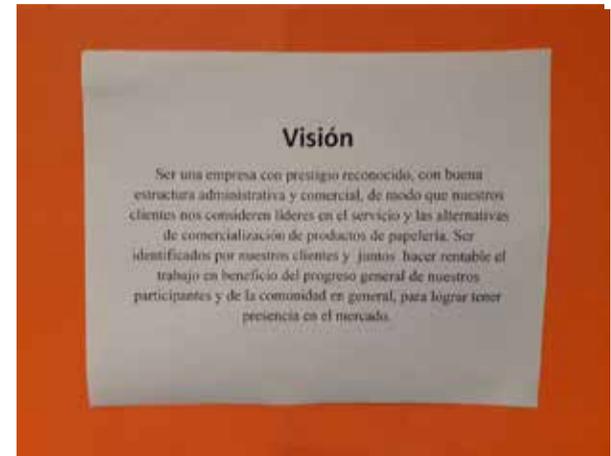
Misión

Brindar un servicio de calidad destinado a satisfacer las necesidades de los clientes a través de la comercialización y de artículos de papelería, oficina, útiles escolares, servicio de copiado, impresión y encuadernación,

contando con personal debidamente capacitado, los equipos, la tecnología y la infraestructura necesaria para lograr permanecer en el mercado

Visión

Ser una empresa con prestigio reconocido, con buena estructura administrativa y comercial, de modo que nuestros clientes nos consideren líderes en el servicio y las alternativas de comercialización de productos de papelería. Ser identificados por nuestros clientes y juntos hacer rentable el trabajo en beneficio del progreso general de nuestros participantes y de la comunidad en general, para lograr tener presencia en el mercado.

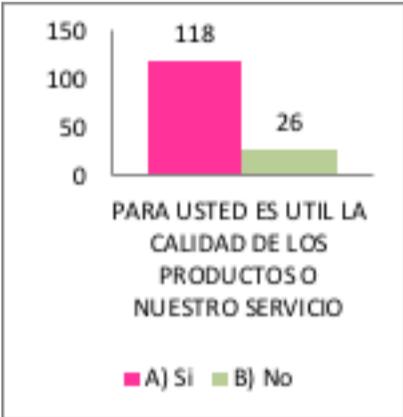


El período que se trabajó en la implementación y evaluación de la propuesta fue de Enero a Junio de 2017. La misión y visión fue publicada en la empresa (ver figura 2).

Figura 2: Misión y visión papelería.

Tercero. Una vez publicada la misión y visión en el negocio, se procedió a evaluar cada semana el impacto de la publicación, recordando que el objetivo de ello es identificar la satisfacción de los clientes que asisten al negocio. El período de evaluación fue de Enero - Junio 2017, para obtener un resultado y saber si se cumple con el indicador establecido, el cual es tener al cliente 100% satisfecho, se llevó a cabo la tarea de aplicar un instrumento de evaluación al cliente (ver anexo 1), para lo cual se aplicaron 144 encuestas a los clientes que visitaban la empresa durante el periodo de evaluación, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Gráficos	Resultados
<p>LA ATENCION QUE SE LE BRINDO FUE</p> <p>■ A) Excelente ■ B) Buena ■ C) Regular ■ D) Mala</p>	<p>Los resultados obtenidos 36 personas encuestadas manifestaron que la atención brindada es excelente, 52 personas encuestadas respondieron que la atención es buena, 50 personas reconocieron es regular y 6 de las personas contestaron que es mala porque tardan en atender, atienden de mala manera.</p>
<p>ENCONTRO LOS PRODUCTOS QUE BUSCABA</p> <p>■ A) Si ■ B) No</p>	<p>Los resultados obtenidos son de la siguiente manera 107 de las personas encuestadas respondieron que si encontraron lo que buscaban y 37 personas contestaron que no encontraron lo que buscaban.</p>

 <p>¿COMO LE PARECIERON LAS INSTALACIONES DE PAPELERIA JANETH?</p> <p>■ A) Excelente ■ B) Buena ■ C) Regular ■ D) Mala</p>	<p>La grafica puede expresar que 24 personas respondieron que las instalaciones son excelentes, y 63 personas dieron como respuesta que era buena, 57 personas proporcionaron como respuesta que es regular.</p>
 <p>PARA USTED ES UTIL LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS O NUESTRO SERVICIO</p> <p>■ A) Si ■ B) No</p>	<p>Dio como resultado que 118 de las personas respondieron que si les útil la calidad de los productos, y 26 de las personas reconocieron que no es útil.</p>
 <p>¿QUE ES LO QUE NOS HACE DIFERENTES AL MOMENTO DE PREFERIRNOS?</p> <p>■ A) Servicio ■ B) Horario ■ C) Precio ■ D) Que peinsan en los clientes</p>	<p>Los resultados fueron los siguiente 44 de las personas respondieron que es el servicio, 48 de las personas contestaron que por el horario, 40 de las personas respondieron que el precio de sus productos, 12 de las personas contestaron que porque piensan en los clientes.</p>

Análisis de resultados fue el paso final donde se pudo observar si lo realizado en la implementación de la

propuesta de mejora había cumplido con el indicador de 100 % de satisfacción al cliente.

CONCLUSIÓN

Tener una misión y visión dentro de una entidad es cultura empresarial ya que esto ayuda al empresario para tener pilares de los planes estratégicos de toda organización de tal forma que la misión es importante, ya que constituye el eje central del que se desprenden la identidad de la empresa, define la razón de ser de la misma al especificar el área en la que se mueve, los clientes que pretende atender, las estrategias a seguir, entre otras. Por otro lado la visión ofrece un panorama general e ideal de lo que la empresa desea ser en el futuro, sirviendo de brújula en la planeación estratégica y proporcionando inspiración y motivación a los miembros de la organización al brindar significado a sus actividades laborales.

Para medir el impacto de la propuesta: misión y visión, se realizó una encuesta de satisfacción a los clientes de la empresa donde se obtuvieron resultados muy relevantes para el negocio, para lo cual se tomaron en cuenta las respuestas favorables proporcionadas por los clientes, en cada uno rubros (atención al cliente, los productos, instalaciones, utilidad del producto y preferencia), donde se sumaron las respuestas favorables de cada uno de los rubros. Siendo un total de 144 encuestas aplicadas. Lo cual dio como resultado de satisfacción de un 90.41%, del 100% del indicador establecido, siendo la atención y la falta de productos no encontrados por el cliente, los aspectos de no satisfacción del cliente.

Por lo cual se determina que la misión y visión elaborada, serán útiles para la entidad a futuro, debido a que la entidad tiene marcada y definidas sus metas, y esto la ayudara a no perder de vista su objetivo principal que es brindarle completa satisfacción al cliente.

RECOMENDACIÓN

Se recomienda seguir evaluando la satisfacción del cliente cada que el empresario lo requiera necesario y de esa manera podrá saber si se cumple con los objetivos establecidos en los enunciados de misión y visión pues esto le ayudara a motivar al empleado a cumplir sus metas y también mejorar el servicio de atención al cliente, y el surtido de productos para así atender las opiniones levantadas en las encuestas y cumplir en este período el 100% de satisfacción del cliente

ANEXO 1

BUEN DIA

ME REGALARIAS UNOS MINUTOS DE SU TIEMPO PARA SABER TU OPINION ACERCA DEL SERVICIO QUE OFRECE LA PAPELERIA ESTO CON EL FIN DE SABER SI USTED ESTÁ SATISFECHO CON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SE LE OFRECEN.

DE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS SUBRAYAR LA RESPUESTA QUE USTED CONSIDERRE CORRECTA.

1.- LA ATENCION QUE SE LE BRINDO FUE:

A) EXCELENTE B) BUENA C) REGULAR D) MALA, ¿PORQUE?

2.- ENCONTRO LOS PRODUCTOS QUE BUSCABA

A) SI B) NO

3.- ¿COMO LE PARECIERON LAS INSTALACIONES DE PAPELERIA JANETH?

A) EXCELENTE B) BUENA C) REGULAR D) MALA

4.- PARA USTED ES UTIL EN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS NUESTRO SERVICIO

A) SI B) NO

5.- ¿QUE ES LO QUE NOS HACE DIFERENTES AL MOMENTO DE PREFERIRNOS?

A) EL SERVICIO B) HORARIO C) PRECIO D) QUE PIENSAN EN LOS CLIENTES

¡Gracias Por Su Atención!

BIBLIOGRAFÍA

- Bernal T., C. A. y Sierra A., H. D. (2013) proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI 2ª edición. Colombia. Editorial Pearson Educación.
- Blanchard, K. y Stoner J, (2003). ¡a todo vapor! Como liberar el poder de la visión en su empresa y en su vida. Colombia. Editorial Grupo Editorial Norma.
- Castro David. (2016)¿Qué es la consultoría especializada?. Recuperado 22 de junio 2017, de Utel Sitio web: <http://www.utel.edu.mx/blog/dia-a-dia/retos-profesionales/que-es-la-consultoria-especializada/>
- Economía. (2012). Historia del comercio. Recuperado 25 junio 2017, de Economía General Sitio web: <http://economiaes.com/comercio/historia-del-comercio.html>
- Fred R, David. (2013) Conceptos de administración estratégica, 14ª edición, México, Editorial Pearson Educación paginas 45- 53.
- Grupo Herdez. (2015). Filosofía, Misión. Consultado 20 junio 2017, de Grupo Herdez Sitio web: <http://grupoherdez.com.mx/>
- Grupo lala. (2013). filosofia. Consultado 21 de junio 2017, de Grupo lala Sitio web: <http://www.grupolala.com/Filosofia.php>
- Hitt, A. M., Ireland R. y Hoskkison R. (2008). Administración estratégica competitiva y globalización (conceptos y casos) 6º Edición. Perú. Editorial McGraw Hill.
- Kloter P. Y Armstrong G. (2013) fundamentos del marketing 11ª Edición. Mexico. Editorial Pearson Education.
- Koontz, H. Weihrich. H. y Cannice, M. (2012) Administración: una perspectiva global y empresarial 14ª Edición. Perú. Editorial McGraw Hill.
- Kurb Milan (2012) La consultoria de las empresas, guía para la profesión 3ª edición. México Editorial limusa
- Munch G.L. y García M,J (2012) Fundamentos de la administración 9ª edición, México. Editorial Trillas.
- Munch G.L. y García M,J (2015), Fundamentos de la administración 11ª edición México, Editorial Trilla.
- Profesora Monica. (1970). Administración Análisis de la Realidad Nacional La microempresa. Recuperado 23 de junio 2017, de Marco Teórico Sitio web: <http://www.marcoteorico.com/curso/52/analisis-de-la-realidad-nacional/476/la-microempresas>. pagina 85 – 89.
- Rodríguez Valencia Joaquín (2010) Administración de pequeñas y medianas empresas 6ª Edición. México. Editorial Cengage Learning.
- Rodríguez Valencia Joaquín. (2005). Como aplicar la planeación estratégica a la empresa pequeña y mediana empresa 5ª Edición. México. Editorial International Thomson Editores.
- Secretaria de Administración Tributaria. (2010). Obligaciones fiscales. recuperado 22 de junio 2017, de Secretaria de Administración Tributaria Sitio web: http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/obligaciones_fiscales/Paginas/quienes_tributanrif.aspx
- Soto Beatriz (2011). clasificación de las empresas. Recuperado 22 de junio 2017, de Gestion.Org Sitio web: <https://www.gestion.org/econo->

- ma-empresa/creacion-de-empresas/3985/clasificacion-de-las-empresas/
Thomson A. A., Peteraf M. A., Gamble, J. E. Y Strickland, A. J. (2012). Administración estratégica: teoría y casos, 18ª edición. México. Editorial McGraw Hill Interamericana editores.
Thomson, A. A., Strickland, A. J. y Gamble J. E (2008). Administración estratégica: teoría y casos 15ª edición. India Editorial McGraw Hill.
Thomson, A. A. y Strickland, A. J. (2004). Administración estratégica: textos y casos 13ª edición. México. Editorial McGraw Hill.
Urza D. (2011) Que es la consultoría. Administración y Consultoría. Recuperado el 29 de octubre de 2017 de <https://administracionyconsultoria.blogspot.mx/2011/02/que-es-la-consultoria.html>
Xelo Romero. (2015). Cómo definir la Visión, Misión y Valores de tu Empresa. Recuperado 03 de Abril 2017, de <http://xeloromero.com/como-definir-la-vision-mision-y-valores-de-tu-empresa>
Yañez Z. (2013) historia de la consultoría. Consultoría. Recuperado el 29 octubre de 2017 de <http://lie164consultoria.blogspot.mx/>

DISEÑO UN SISTEMA DE COSTOS EN UNA MICROEMPRESA DE CIUDAD OBREGÓN, SONORA

***DESIGN OF A SYSTEM OF COSTS IN A
MICROENTERPRISE OF CIUDAD OBREGÓN,
SONORA***

Carlos Alberto Valdez Nieblas, María Dolores Moreno Millanes y Rodolfo Valenzuela Reynaga

RESUMEN

En la actualidad, cualquier entidad industrial requiere de un manejo exacto, oportuno y completo de las operaciones que realiza, según el proceso productivo que estas lleven a cabo, por tanto, se debe adaptar un sistema de contabilidad de costos, que se adecúe de manera plena a las características, necesidades y procesos del ente, de manera que éste, logre una mayor eficiencia en las operaciones que realiza y en la obtención de información exacta y oportuna, útil para la toma de decisiones.

El no implementar un sistema de costos, produce resultados inexactos e inoportunos, respecto a la obtención del costo unitario de los productos, problemas al realizar presupuestos, planeaciones y proyecciones de las utilidades y además, se tiene la incapacidad de establecer controles eficientes en el ente.

La utilización de un Sistema de Contabilidad de Costos, representa para la entidad una importante inversión que proporcionará mayores beneficios económicos, administrativos y financieros, dentro de cierto plazo, a través de la correcta cuantificación, control y manejo de las operaciones realizadas en un periodo.

Proponerle y proporcionarle al propietario de la entidad un sistema de costos adecuado específicamente a su empresa, impactará de manera positiva y efectiva, en el registro y control de los elementos del costo total, lo cual, es un área de oportunidad que, de la correcta implementación, se obtendrán mejoras en las áreas que conforman al ente.

Dicho lo anterior, se elaboró una propuesta a partir de identificar las características de la empresa, se realizaron formatos de control para la administración de los elementos del costo unitario. Finalmente, fue posible determinar el costo de producción de los principales productos que fabrica la empresa.

Finalizado el proceso que se llevó a cabo, el cual consistió en diagnosticar e intervenir contablemente en la entidad para implementar el sistema de contabilidad de costos, se lograron resultados correctos, exactos, oportunos y positivos.

Palabras clave: sistema de contabilidad de costos, contabilidad de costos, costos.

ABSTRACT

Currently, any industrial sector requires accurate, timely and complete management of the operations performed, according to the production process that they carry out, therefore, must be adapted to a cost accounting system, which is suitable for full way to the characteristics, needs and processes of entity, so that this, achieve greater efficiency in the operations performed and in obtaining accurate and timely information, useful for making decisions.

Failure to implement a cost system produces inaccurate and inaccurate results, with respect to obtaining the unit cost of the products, problems when making budgets, planning and projections of the profits and also, the inability to establish efficient controls in the entity.

The use of a Cost Accounting System represents an important investment for the entity that will provide greater economic, administrative and financial benefits, within a certain period, through the correct quantification, control and management of the operations carried out in a period.

Propose and provide the owner of the entity with a cost system appropriate to your company, will impact positively and effectively, in the registration and control of the elements of the total cost, which is an area of opportunity that, of the correct implementation, improvements will be obtained in the areas that make up the entity.

Said the above, a proposal was elaborated from identifying the characteristics of the company, control formats were made for the administration of the unit cost elements. Finally, it was possible to determine the cost of production of the main products manufactured by the company.

After the process that was carried out, which consisted in diagnosing and intervening in the entity to implement the cost accounting system, correct, accurate, timely and positive results were achieved.

Key words: cost accounting system, cost accounting, costs.

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Se cree que en la antigüedad las civilizaciones del Medio Oriente, fueron las pioneras en la utilización de los Sistemas de Contabilidad de Costos ya que seguían procedimientos estrictos para la elaboración de sus productos, la producción iniciaba con la adquisición de materia prima, la cual posteriormente era trabajada en un taller por artesanos los cuales representaban a la mano de obra y finalmente terminaban el artículo, el cual era ofrecido al público en general.

Sin embargo, los registros más antiguos que se tienen de la implementación de los sistemas de costos, ocurrieron durante los años de 1485 y 1510, en algunas industrias de países europeos, dedicadas a la producción en viñedos, impresión de libros y las acerías, donde estas, llevaban algunos libros en donde se hacían los registros de los costos obtenidos durante el proceso productivo, estos libros recopilaban las memorias de la producción y se podrían considerar como los actuales manuales de costos.

En esos tiempos, la finalidad de la utilización de la contabilidad de costos, era proporcionar un informe general de los pasos en el proceso productivo, en el cual no se diferenciaban ingresos y egresos, no se contribuía a la fijación de los precios de venta y no determinaba el resultado económico de las operaciones.

La llegada de la revolución industrial trajo consigo grandes fábricas, por lo cual, se pasó de una producción artesanal a una industrial, los cambios que surgieron crearon un ambiente adecuado para el desarrollo necesario de la nueva contabilidad de costos.

Lo anterior, significaba un gran estancamiento para la contabilidad de costos, con relación a otras ramas de la contabilidad, puesto que, la información emitida por las entidades no reflejaba las operaciones, transacciones y otros eventos relacionados con el proceso productivo, sin embargo, cuando se aprobó su aplicación producía grandes beneficios.

Para las microempresas la utilización de sistemas de costos asegura estabilidad en sus procesos, registros y controles, además de que esto se ve impactado en su economía.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, cualquier entidad industrial requiere de un manejo exacto, oportuno y completo de las operaciones que realiza, según el proceso productivo que éstas lleven a cabo. Por tanto, se debe adoptar un sistema de contabilidad de costos que se ajuste de manera plena a las características, necesidades y procesos de la empresa de manera que ésta logre una mayor eficiencia en las operaciones y en la obtención de información financiera exacta, que sirva para la toma de decisiones.

El no implementar un sistema de costos produce resultados inexactos e inoportunos respecto a la obtención del costo unitario de los productos, problemas al realizar presupuestos, planeaciones y proyecciones de las utilidades y, además, se tiene la incapacidad de establecer controles eficientes en el ente.

La empresa que representa el sujeto de estudio en la presente investigación carece de un sistema de contabilidad de costos apropiado para cuantificar de manera correcta y exacta los elementos del costo de producción y, con esto, determinar con precisión los

costos unitarios, además de que no utiliza documentos fuentes y formatos de control, los cuales sirven para tener control sobre los conceptos que tengan incidencia en el proceso productivo; tampoco no registra correctamente su información financiera y por tanto no la presenta en estados financieros.

Dada la relevancia ya expuesta sobre el correcto control de las erogaciones que realiza la empresa, es conveniente plantear ¿Cuál sería el sistema de diseño de costos adecuado para establecer un mecanismo de información referente a los costos de la micro empresa?

OBJETIVO

determinar cuáles son los formatos deben diseñarse para establecer los mecanismos de control para la implementación de un sistema de costos apropiado para una microempresa de Ciudad Obregón, Sonora mediante la evaluación de los resultados que inciden en el proceso productivo a partir de la información financiera que sea obtenida.

JUSTIFICACIÓN

La utilización de un sistema de contabilidad de costos representa para la empresa una importante inversión que proporcionará mayores beneficios económicos, administrativos y financieros, dentro de cierto plazo a través de la correcta cuantificación, control y manejo de las operaciones realizadas en un período específico.

Proponerle al propietario de la entidad un sistema de costos adecuado específicamente a su empresa, impactará de manera positiva y efectiva, en el registro y control de los elementos del costo total, lo cual, es un área de oportunidad que, de la correcta implementación, se obtendrán mejoras en las áreas que conforman al ente.

Por lo anterior, se pretende que el propietario alcance dichos resultados mediante la implementación del sistema, lo cual incluye, la utilización de documentos fuentes y formatos de control, así como también el registro de las operaciones realizadas durante el proceso productivo.

Cualquier análisis que se realice en una entidad, es relevante, debido a que permite que se suministren herramientas necesarias para un correcto manejo de todos los procesos y que además sea de utilidad y proporcione mayores beneficios de manera general.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En este apartado se encuentra la base teórica, sobre los términos relacionados a la contabilidad de costos y los sistemas de costos, con lo que se fundamenta esta

investigación.

Según Del Rio (2011), la contabilidad es la disciplina

social, de carácter científico, que logra, obtiene, aplica, controla, verifica la información financiera, estudia y aplica las leyes hacendarias o tributarias respecto a transacciones de todos esos aspectos, realizados por las entidades, fundamentada en una teoría específica y a través de un proceso.

La contabilidad de costos es un sistema de información empleado para predeterminar, registrar, acumular, controlar analizar, direccionar, interpretar e informar todo lo relacionado con los objetivos de la empresa (García, 2014).

Para Don R. Hansen, (2012), la contabilidad de costos es un sistema de administración de costos ofrece beneficios significativos, los cuales comprenden mayor exactitud en el costeo del producto, mejores tomas de decisiones, aumento en la planeación estratégica y más habilidad para administrar las actividades.

La contabilidad de costos, es un sistema aplicable a las empresas, las cuales según Münch, L. (2015), son una fuentes de ingresos, para trabajadores, proveedores, gobierno y empresarios, promueven el desarrollo económico de la sociedad, contribuyen al sostenimiento de servicios públicos, representan un medio para la realización o satisfacción personal y fomentan la capacitación y desarrollo de habilidades, así como la inversión y formación de capital.

Los sistemas de costos únicamente son aplicable dentro de unos conceptos específicos que emanan de las empresas, las cuales son empresas del sector industrial, las cuales se dividen en extractivas y de extracción. Hernández y Rodríguez, S. (2011).

Dentro de los conceptos que integran la contabilidad de costos tenemos los costos y los gastos.

La diferencia entre costos y gastos, es que el costo se acumula en el costo neto del producto o bien se ve reflejado en el costo de venta, mientras que el gasto se aplica a los resultados del periodo.

En cuanto a la integración de los costos, ésta se basa en tres componentes elementales: materia prima, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación.

La materia prima para es el elemento susceptible a transformación por yuxtaposición, ensamble, mezcla, etcétera. La mano de obra es el esfuerzo humano indispensable para la transformación de la materia prima. Y los gastos indirectos de fabricación agrupan las erogaciones necesarias para lograr la transformación, tales como: espacio, equipo, herramientas, fuerza motriz, etcétera (Reyes, 2016).

Para Calleja, F. (2013), los gastos indirectos de fabricación es el elemento más difícil de controlar, puesto que, es un trabajo rastreable hasta los bienes o servicios en producción. Como sucede con los materiales directos, la observación física permite medir la cantidad de trabajo utilizada en la elaboración del producto o servicio

Dentro de los costos, existen una clasificación para identificar correctamente los costos con el producto que se está fabricando, dichas clasificaciones son: de acuerdo con la función que los originan, siendo los costos de producción, que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados. Los costos de distribución o venta, los cuales se realizan en el área que se encarga de comercializar los productos terminados. Los costos de administración que se originan en el área administrativa, o sea los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa. Costos financieros que se originan con la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento. Y por último, los otros costos que son aquellos que sí forman parte del costo total, pero no son indispensables para el desarrollo de las actividades de la empresa. García, J. (2014),

Un sistema es el conjunto de procedimientos, técnicas y métodos. Un procedimiento es la secuencia metodológica y ordenada a llevar a cabo algo. Una técnica es la expresión de lo humano o de la actividad humana. Son los medios para superar las dificultades; es decir, la aplicación de lo práctico. Y un método es un modo razonado de actuar, conjunto de reglas. Del Río, C. (2011).

Un sistema de contabilidad de costos es el conjunto de procedimientos, técnicas, registros e informes estructurados sobre la base de la teoría de la partida doble y otros principios técnicos, que tiene por objeto la determinación de los costos unitarios de producción y el control de las operaciones fabriles efectuadas. Ortega, A. (2014).

Mientras que para Reyes, E. (2016), los sistemas contables para determinar los costos de producción están condicionados a las características de producción de la industria de que se trate, lo que quiere decir que el sistema contable deberá adaptarse a las necesidades de la empresa en cuestión.

Los sistemas de contabilidad de costos tienen como objetivo presentar oportunamente informes analíticos a los ejecutivos para la toma de decisiones en distintas opciones (absorción de costos, utilidad por artículos, eficiencia, etc. Huicochea, E. (2010).

Por otra parte, los sistemas de costos habrán de adaptarse

a la naturaleza productiva y económica de la empresa. Esto es relevante pues en la medida en que el diseño del sistema reconozca los atributos individuales del ente, la información será precisa y pertinente.

El objetivo de los sistemas de costos es presentar oportunamente informes analíticos a los ejecutivos para la toma de decisiones en distintas opciones (absorción de costos, utilidad por artículos, eficiencia, etcétera. (Huicochea, (2010).

Dentro de los sistemas de costos existen dos clasificaciones, las cuales son, Sistemas de Costos por Órdenes de Producción que opera en aquellas empresas cuya producción se basa en pedidos o lotes de trabajo, ya sea utilizando datos históricos o predeterminados, como sería el caso de empresas que fabrican muebles, zapatos, etc. Y Sistema por Procesos, el cual se emplea con datos históricos o predeterminados, se justifica en aquellas empresas cuya producción es continua, donde las partes específicas del artículo, o el mismo artículo, se producen

en forma continua en un determinado periodo. Blocher, E., S out, D., Cokins, G. y Chen, K. (2008).

Hasta la fecha hay una gran discrepancia entre diversos autores en cuanto a la definición e interpretación de los sistemas de costos, ya que al parecer no hay una base que determine y diferencie un sistema de un procedimiento, y este último de un método, y esto es, precisamente, otro objetivo que se debe plantear, el unificar el criterio en la interpretación (y, por lo tanto en el manejo) de los sistemas de costos entre los profesionales dedicados a ellos (contadores, ingenieros, administradores, etcétera).

En esta investigación se propone implementar un sistema de costos por órdenes de producción. En este sistema se expide una orden numerada para la fabricación de determinada cantidad de productos, en la cual se van acumulando los materiales utilizados, la mano de obra directa y los gastos indirectos correspondientes (Reyes, 2016).

METODOLOGÍA

A continuación se presenta detalladamente el proceso que se llevó a cabo, así como también, los materiales que fueron utilizados para lograr el cumplimiento del objetivo planteado para esta investigación.

SUJETO

Se trata de una microempresa industrial del sector alimentario, dedicada a la fabricación de pizzas, establecida en Ciudad Obregón, Sonora y se encuentra bajo la dirección de su propietario.

MATERIALES Y PROCEDIMIENTO

Inicialmente, se realizó una visita a la empresa para realizar un recorrido guiado en las áreas que la conforman y, con esto, se recopiló información general, respecto al giro de la entidad, historia, antecedentes, actividad económica, entre otras.

Posteriormente, se estructuró un instrumento en forma de cuestionario, mismo que fue aplicado al propietario, con la intención de obtener información más precisa de la entidad, como lo es la estructura administrativa, estructura organizacional, áreas del proceso productivo, entre otras, dicha información fue documentada.

Se clasificó a la empresa, como entidad industrial del sector alimentario, dedicada a la fabricación de pizzas, puesto que transforma la materia prima, mediante la mano de obra y la aplicación de los gastos incurridos, a artículo terminado.

Después, se realizó un examen físico de ciertos aspectos, los cuales fueron documentados, dichos aspectos incluían el plano estructural del establecimiento, el almacenamiento de las materias primas, las líneas de producción, proceso de entrega de los artículos terminados, las ventas diarias que se realizaban, entre otros.

También, se obtuvo información de la persona encargada de llevar a cabo el proceso contable, tales datos eran referentes a la forma de realizar los registros, el cálculo para el pago de impuestos, además del sistema contable utilizado. En este aspecto, se detectó que la entidad no llevaba un registro y control de sus operaciones y por tanto no emitía información financiera.

Por medio de la consulta de información bibliográfica se tuvo conocimiento del proceso que se debe llevar a cabo para implementar el sistema de costos, así mismo, de los documentos de control de los elementos del costo de producción que se deben aplicar, como lo son solicitudes de compra, solicitudes de pedido, tarjetas de almacén, nóminas, recibo de nóminas, tarjeta de control de los gastos indirectos de fabricación, entre otros.

Además, se hizo un concentrado de información referente al proceso de producción, lo cual incluye el promedio de artículos fabricados en el periodo seleccionado para esta investigación, volumen de materia prima utilizado, materiales generales consumidos, promedio de ventas en el mes, entre otros.

Se seleccionó el sistema de costos más conveniente y efectivo para la entidad, mismo que permitirá obtener un mejor control en las operaciones, además de exactitud en la obtención del costo unitario y en la fijación del precio de venta.

El sistema de contabilidad de costos seleccionado es por órdenes de producción, ya que identifica los costos exactos para cada orden o lote, éste se eligió basándose en las características y necesidades de la empresa.

Se diseñó el sistema de costos con base en el análisis intensivo del flujo de las operaciones que realiza la entidad, mismo que fue adaptado estrictamente en las áreas que inciden en el proceso productivo.

Por consiguiente, considerando la información bibliográfica consultada, se eligieron los documentos fuente para la captación y registro de datos, mismos que son de gran utilidad para diseñar y aplicar el sistema, y con esto, lograr el objetivo planteado para la implementación de éste.

Con la recopilación total de la información respectiva

al proceso productivo, se registraron los datos de las operaciones realizadas en el periodo seleccionado, en un software contable (SuperContabilidad), en los libros de diario y libros de mayor, además se hizo uso de formatos de control, como lo son tarjetas de almacén, solicitudes de compra, solicitudes de pedido, nóminas, recibo de nóminas, tarjeta de control de los gastos indirectos de fabricación, entre otros.

Como última fase en el proceso, se comunican los resultados de la implementación del sistema de costos y se hacen recomendaciones para este, al propietario de la entidad, con la finalidad de que el objetivo de esta investigación se cumpla en su totalidad y se obtengan los mejores resultados.

También se recopiló información por medio de los empleados que laboran en la entidad, mismos que son los encargados de llevar a cabo el proceso productivo.

Los recursos descritos anteriormente, fueron necesarios en todas las etapas de la investigación, desde la recopilación de información, hasta la implementación del sistema de costos.

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos, considerando la metodología presentada anteriormente, una vez que se analizó la situación de la empresa, se seleccionó el sistema de contabilidad de costos aplicable a la entidad y se realizó el diseño del mismo, y posteriormente, se aplicó dicho sistema, con lo cual se obtuvieron resultados, los cuales serán evaluados, para conocer si se logró el cumplimiento del objetivo planteado en esta investigación.

Para lo anterior, se debe considerar que los resultados que se presentarán, se dividen en dos grupos. El primer grupo como información cualitativa, ya que, contiene los formatos de control que se implementaron para el correcto uso de los elementos del costo y el correcto manejo de los almacenes. Mientras que, el segundo grupo, contiene información cuantitativa, puesto que, en éste se muestran los resultados totales obtenidos de la implementación del sistema de costos.

RESULTADOS CUALITATIVOS

Documentos de captación de información y formatos de control de elementos del costo.

Formato de requisición de materia prima: es una hoja especial que se hace por triplicado, exigida por el almacenista para entregar la materia prima con destino a un trabajo específico.

REQUISICION DE MATERIA PRIMA Y MATERIALES				
FECHA DE SOLICITUD			No.	
DEPARTAMENTO QUE SOLICITA: PRODUCCION			FECHA DE ENTREGA:	
CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
			TOTAL	

APROBADO POR: _____

RECIBIDO POR: _____

Vale de salida del almacén de materias primas: con este formato se lleva un mejor control de las materias primas que se necesitan en el proceso de producción, toda salida de materia prima deberá estar amparada por una requisición.

VALE DE SALIDA DEL ALMACÉN DE MATERIALES O REQUISICIÓN						
Fecha _____						No. _____
Sírvese suministrar los siguientes materiales:						
ARTICULO	UNID	CANT.	PRECIO	IMPORTE	ORDEN	OBSERVACIONES

Autoriza el Superintendente _____ Solicitado por el Jefe de Departamento _____

RESULTADOS CUANTITATIVOS

Resultados obtenidos al finalizar el proceso de implementar el un sistema de costos por órdenes de producción a la empresa.

Costos unitarios obtenidos de las operaciones realizadas ya en funcionamiento el sistema de costos.

CONCEPTO	UNIDADES	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO	PRECIO VENTA	UTILIDAD UNIDAD
Pizza peperoni	150.00	\$6,954.66	\$46.36	170.00	\$123.64
Pizza ranchera	140.00	\$8,333.28	\$59.52	170.00	\$110.48
Pizza peperoni y jamón	200.00	\$10,666.35	\$53.33	170.00	\$116.67
Pizza carne asada	170.00	\$13,024.51	\$76.61	200.00	\$123.39
Pizza mixta	180.00	\$13,321.30	\$74.01	180.00	\$105.99
Pizza de jamón	120.00	\$5,852.23	\$48.77	170.00	\$121.23

Documento elaborado por la contabilidad de costos y que muestra claramente la determinación o proceso del costo de producción, así como otras erogaciones que se realizaron para llegar al costo de ventas de un periodo determinado.

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTA DEL 01 AL 31 AGOSTO DE 2016			
	Compras de materia prima neta	\$25,609.40	
Más	Inventario inicial de materia prima	\$35,625.58	
Menos	Inventario final de materia prima	\$15,202.56	
Igual	Materia prima utilizada		\$46,032.42
Más	Mano de obra directa		\$8,000.00
Igual	Costo primo		\$54,032.42
Más	Gastos indirectos de fabricación		\$4,120.01
Igual	Costo total de manufactura		\$58,152.43
Más	Inventario inicial de producción en proceso	\$	
Menos	Inventario final de producción en proceso	\$-	
Igual	Costo total de artículos producidos		\$58,152.43
Más	Inventario inicial de productos terminados	\$-	
Menos	Inventario final de productos terminados	\$-	
Igual	Costo de venta		\$58,152.43

Documento que revela los resultados obtenidos en un periodo determinado, muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio.

ESTADO DE RESULTADOS EL 01 AL 31 DE AGOSTO DE 2016		
Ventas al público en general	\$ 170,100.00	
Costo de venta	\$ 58,152.43	
Utilidad bruta		\$ 111,947.57
Gastos de venta	\$ 3,717.24	
Gastos de administración	\$ 2,029.62	\$ 5,746.86
Utilidad neta		\$ 106,200.71

Documento que refleja la posición financiera del ente económico a una fecha determinada, y está conformado por

las cuentas de activo, pasivo y capital o patrimonio contable.

KROMY'S PIZZA		ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	
AL 31 DE AGOSTO DE 2016			
ACTIVO		PASIVO	
CIRCULANTE		CORTO PLAZO	
EFFECTIVO		Crédito hipotecario	\$ 167,400.00
Caja	\$ 175,147.92	TOTAL CORTO PLAZO	
Bancos	\$ 47,400.00	TOTAL PASIVO	\$ 167,400.00
CUENTAS POR COBRAR		PATRIMONIO CONTABLE	
IVA acreditable	\$ 2,875.11	Patrimonio contable	\$ 91,258.08
INVENTARIOS		Utilidad del ejercicio	\$ 106,200.71
Almacén general	\$ 8,000.00	TOTAL PATRIMONIO CONTABLE	\$ 197,458.79
Almacén de materia prima	\$ 15,202.56		
TOTAL CIRCULANTE	\$ 248,625.60		
NO CIRCULANTE			
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			
Maquinaria	\$ 35,325.00		
Depreciación acumulada maquinaria	-\$ 3,532.50		
Mobiliario y equipo	\$ 21,120.69		
Depreciación acumulada mobiliario	-\$ 2,000.00		
Equipo de cómputo	\$ 7,600.00		
Depreciación acumulada eq. Cómputo	-\$ 2,280.00		
INTANGIBLES			
Crédito mercantil	\$ 60,000.00		
TOTAL NO CIRCULANTE	\$ 116,233.19		
TOTAL ACTIVO	\$ 364,858.79	TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 364,858.79

Cabe mencionar que los resultados presentados se obtuvieron mediante la aplicación de un caso de diagnóstico e intervención contable, el cual incluye la elaboración del catálogo de cuentas, libro de diario y de mayor, pólizas de diario, ingreso y egreso, utilización de software contable, y emisión de estado de costos de producción y venta, estado de resultados y estado de cambios en el capital.

Considerando lo anterior, para efectos prácticos, se enfocó en obtener el costo unitario de los productos principales de la empresa, los cuales resultan ser los

mayormente vendidos, estos costos se identificaron y determinaron de la siguiente manera:

- Pizza de pepperoni \$ 46.36
- Pizza mixta \$74.01
- Pizza ranchera \$ 59.52
- Pizza de pepperoni y jamón \$53.33
- Pizza de carne asada \$76.62
- Pizza de jamón \$48.77

CONCLUSIONES

Cuando se decidió llevar a cabo esta investigación, no se contaba con información necesaria de una entidad industrial, por lo cual se debió seleccionar al ente y recopilar información necesaria, lo cual es de necesario para poder aplicar la metodología y con eso, obtener resultados.

En las microempresas uno de los aspectos más importantes para su correcto funcionamiento, es conocer el costo real de sus productos, es por esto que, se convirtió en una necesidad el seleccionar y diseñar sistemas de costos apropiados para éstas que le proporcionen información exacta y oportuna.

Para satisfacer dicha necesidad, lo más adecuado es aplicar la contabilidad de costos al ente, lo cual permite identificar con precisión los elementos que inciden en el proceso productivo y además de relacionar la erogación efectuada, con el artículo correspondiente.

En este caso, la implementación del sistema de costos en la microempresa permitió obtener resultados exactos y oportunos, respecto al costo unitario, además de que, se eficientizan los procesos y mejoran las áreas que conforman a la entidad, y se tiene la manera de establecer controles eficientes al entre, además favorece la capacidad de planear y proyectar, y de una manera muy general, es sumamente benéfico, puesto que impacta de manera positiva en los resultados.

Finalmente, es fundamental que se continúe el registro y control de los elementos del costo, en los documentos fuentes y en los formatos de control, ya que esto permite recopilar información y a su vez controlarla.

BIBLIOGRAFÍA

- Blocher, E., Stout, D., Cokins, G. y Chen, K. (2008). Administración de costos. Un enfoque estratégico. Cuarta edición. McGrawHill Interamericana
- Calleja, F. (2013). Contabilidad financiera. México: Addison Wesley Longman, Pearson.
- Del Río, C. (2011). Costos I. Históricos: Introducción al estudio de la contabilidad y control de los costos industriales. Cengage Learning Editores S.A de C.V.
- Don R. Hansen, (2012). Administración de costos. Contabilidad y control. 5ta Edición.
- García, J. (2014). Contabilidad de costos. 4ta Edición. México. Mc Graw-Hill Education, Editorial.
- Hernández y Rodríguez, S. (2011). Introducción a la administración. Cuartaedición. McGraw Hill interamericana.
- Huicochea, E. (2010). Contabilidad de costos. Alsina. Edition, 2. Publisher, Editorial Trillas.
- Münch, L. (2015). Fundamentos de la administración. Editorial trillas.
- Ortega, A. (2014). Contabilidad de costos. México. Editorial Limusa.
- Reyes, E. (2016). Contabilidad de costos. México, Ed. Limusa.

CONTROL INTERNO EN EL PROCESO DE INGRESOS POR VENTAS A TRAVES DE LA CONSULTORIA DE NEGOCIOS

**INTERNAL CONTROL IN THE PROCESS
OF SALES INCOME THROUGH BUSINESS
CONSULTING**

Mario Alberto Valenzuela Valenzuela

RESUMEN

Hoy en día es de mucha importancia no descuidar el funcionamiento de una empresa, existen herramientas administrativas, contables y tecnológicas formalmente establecidas, que permiten a una empresa funcionar de una manera más eficaz y así ser más competente ante las demás empresas

En la presente investigación se realizó un estudio a una empresa dedicada a brindar Servicios de Automóviles por medio de la consultoría de negocios con el fin de mejorar algunos aspectos de la administración en la organización. Los controles internos son de mucha importancia, ya que ayudan al crecimiento de la empresa por lo que es preciso mejorar los sistemas de plantación y control aplicables a los procesos operativos de la organización (Rodríguez, 2009). Aplicado el procedimiento de la consultoría de negocios, dio como resultado que es necesario llevar un control interno en el proceso de ingresos por ventas. Para llegar a ese resultado fue necesario recopilar la información y documentación referente a la empresa, suficiente para llevar a cabo este procedimiento, como antecedentes, organigrama y descripción de puestos, objetivos de la empresa, misión, visión, las cuales ayudaron para conocer como está estructurada la empresa al igual que entrevistarse con el empresario para la elaboración de un cuestionario.

Palabras clave: consultoría de negocios, herramientas administrativas, control interno.

ABSTRACT

Nowadays it is very important not to neglect the operation of a company, there are formally established administrative, accounting and technological tools that allow a company to function in a more efficient way and thus be more competent before other companies. In the present investigation, a study was made to a company dedicated to provide Automobile Services through business consulting in order to improve some aspects of the administration in the organization. Internal controls are very important, as they help the company grow, so it is necessary to improve the plantation and control systems applicable to the organization's operational processes. Applying the business consulting procedure, resulted in the need to maintain an internal control in the sales revenue process. To reach this result it was necessary to collect the information and documentation referring to the company, enough to carry out this procedure, as background, organizational chart and job description, company objectives, mission, vision, which helped to know how is structured the company as well as interview with the employer for the preparation of a questionnaire.

Key words: business consulting, administrative tools, internal control.

INTRODUCCION

ANTECEDENTES

Toda organización independientemente de cualquier giro, requiere conocer el contexto en el que está establecida, ya que con esto podrá identificar sus fortalezas, debilidades, capacidades, oportunidades y riesgos que conlleva con el fin de establecer estrategias que le permitan lograr sus objetivos. Porter (1995), considera que existen tres vías por las cuales las organizaciones pueden obtener ventaja competitiva en el mercado, las cuales son el liderazgo por costos, la diferenciación y el enfoque. Hoy en día las empresas se enfrentan a cambios sobre la manera de comercializar o en la forma de ofrecer sus servicios, esto se debe al alto nivel de competitividad que ejercen las demás organizaciones en un mismo mercado. Para obtener una ventaja competitiva respecto a las demás empresas, la organización requiere entrar en una serie de procesos administrativos que le permitan alcanzar sus objetivos y metas.

En 2008 Kubr menciona que la consultoría de empresas se enfoca como un servicio o método de prestar servicios de asesoramiento de manera profesional. Los servicios de consultoría abarcan un amplio abanico de actividades, que van desde llevar a cabo estudios de

mercado hasta trabajar en el diseño de las instalaciones. Los consultores están normalmente especializados en alguna área y énfasis en todas aquellas áreas que necesitan ser asesoradas, pero esta función no se puede realizar con la experiencia adquirida dentro de la organización. Algunas veces, la experiencia interna existe, pero el punto de vista de alguien ajeno a la organización es necesario para aportar una perspectiva diferente. La mayoría de los consultores desarrollan procedimientos a través de los años que les permite generalizar principios, ver el problema de su entorno y decidir la perspectiva apropiada para cada momento. Una investigación inicial es necesaria para el consultor, con la intención de entender las circunstancias del cliente en comparación con otras operaciones y determinar qué soluciones pueden ser más efectivas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el mercado siempre ha sido importante el poder ganar una buena posición como empresa, esto se puede lograr llevando a cabo técnicas que ayuden a darle más categoría al negocio.

En 2007 Longenecker, Petty, Moore, Palich, mencionan que los empresarios necesitan tomar decisiones

acertadas y eficientes para llevar a cabo estrategias de mejora para su empresa maximizando sus ganancias y minimizando los riesgos que pudieran llegar a surgir. Actualmente la pequeña y la mediana empresa están posicionadas en una situación difícil al enfrentar diversos factores del país ya sea internos como externos. Algunos de los factores más importantes que afectan a las Pymes son la inflación, el costo de los recursos, la globalización, la inestabilidad económica entre otros factores.

Actualmente, en México las pequeñas y medianas empresas fungen como un importante motor de desarrollo económico del país, ya que poseen una amplia movilidad que les permite ampliar o disminuir su trabajo y cambiar sus procesos técnicos, según les convenga.

Las pequeñas y medianas empresas se encuentran limitadas al competir con las grandes empresas, hace falta equidad entre el posicionamiento, esto hace que las Pymes tengan limitantes como son el conseguir clientes, contratar trabajadores calificados para el puesto, financiamientos, conseguir proveedores, obtener el equipo necesario, adaptar sus productos al cliente, información de mercado, calidad del producto, productividad y administración de la empresa (Hernández, 2007).

Las limitantes que enfrentan las Pymes principalmente se debe a la falta de conocimiento del empresario de cómo se debe llevar a cabo la administración de una empresa, esto hace que no tenga un soporte para lograr posicionar a la empresa, se limita a la obtención de créditos, tecnología, conocimiento del mercado en el que se encuentra, esto afecta el competir con otras empresas ya que conseguir nuevos clientes se vuelve cada vez más difícil (Hernández, 2007).

En la actualidad las empresas tienen un gran reto el cual es utilizar los recursos disponibles para conseguir con máxima efectividad y economía los bienes y servicios que los clientes demandan, para esto se requieren diferentes tipos de actividad empresarial (Hernández, 2008).

En la presente investigación se realizó la práctica de una consultoría de negocios a una empresa dedicada a

brindar servicios de automóviles en donde se aplicó un diagnóstico encontrando que en el área administrativa no cuenta con un control interno que lleve un orden de los ingresos, el gerente de la empresa no tenía claro la manera de cómo llevar el control de la cartera de clientes para que no existiera algún error en el momento de realizar los cobros.

Por lo anterior se desea conocer la forma en la que la empresa pudiera tener un control interno en el proceso de ingresos por ventas, para realizar los cobros en tiempo y forma. La pregunta de investigación es ¿De qué manera la empresa podrá identificar el status de las cuentas de sus clientes, para no cobrar ni antes ni después y para tener ordenada las finanzas del negocio?

JUSTIFICACION

La mala administración de los ingresos en una empresa puede provocar una falta de liquidez y, por consiguiente, que se tenga que acudir a financiamiento externo, asumiendo los costos que esto implica.

En el área de operaciones, conforme al diagnóstico, se encontró que la empresa puede tener establecido un número de referencia que indique las facturas a liquidar, y este es una necesidad para la empresa, ya que muchas veces hay confusiones con los clientes y se acreditan los pagos a otras facturas.

El mantener un buen control interno en un área tan importante como son los ingresos por ventas, es de gran importancia para la empresa ya que se llevará a la administración de los ingresos por cliente, especificando la factura o documento a pagar evitando confusiones. El realizar la práctica de una consultoría de negocios será de mucha ayuda ya que los resultados de esta investigación podrán ser utilizados por el empresario y sus empleados para lograr un excelente control en esta área evitando errores al acreditar pagos de los clientes.

OBJETIVO

Establecer políticas para un mejor manejo de control interno en el proceso de ingresos por ventas que le permita el control de los ingresos por venta de manera más detallada evitando errores al acreditar los pagos.

MARCO TEORICO

PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Al ser una mayoría de empresas en los países en la actualidad, las PYME juegan un rol de vital importancia en el llamado desarrollo económico de un país, el cual es la medida en que el país es capaz de generar riquezas y que estas sean repartidas de manera equitativa entre todos sus habitantes.

En 2002 Anzola menciona que las empresas micro, pequeña y mediana, desempeñan un papel de primera importancia en nuestro país, ya que representan el 95% de todas las empresas. Estas constituyen la principal fuente de empleo y en muchas ocasiones nos sirven como capacitación del recurso humano, que las empresas de mayor tamaño contratan con base en la

experiencia. Unas de las características de las Pequeñas y Medianas empresas en México es que no crecen por la falta de financiamiento, falta de capacitación a su personal, no cuentan con una cultura organizacional y, en consecuencia, se justifica que los servicios de los proveedores públicos y privados se orienten a cubrir estas áreas de oportunidad.

Existen características predominantes para justificar la problemática de estas empresas, las cuales comúnmente

son el componente familiar, la falta de formalidad y liquidez y problemas de solvencia. Según reportes que se presentan sobre las pequeñas y medianas empresas, se pueden clasificar de dos tipos, los reportes que son por estadísticas y los reportes que son sobre política industrial, reconociendo en ellos que las pymes son de mucha importancia para el desarrollo de la economía y el desarrollo de un país, ya que estas generan un gran número de empleos (Carrasco, 2005).

Tabla 1. Clasificación de las PYMES en México.

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.1 hasta \$250
	Servicios	Desde 51 hasta 100	
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.1 hasta \$250

Fuente: Nacional Financiera (NAFIN)

CONSULTORIA DE NEGOCIOS

Existen distintos enfoques referidos a la consultoría, algunas de estas definiciones son las siguientes, en 2002 Kubr define la consultoría de las empresas como un método para mejorar las prácticas de gestión. Este método puede ser empleado por una empresa privada independiente, una empresa dependencia interna de consultoría (o algo análogo), en una organización privada o pública, un instituto de perfeccionamiento del personal de dirección, de productividad o de fomento de la pequeña empresa, un servicio de extensión o un particular.

En 1983 Greiner y Metzger hacen mención que la consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento contratado por y proporcionado a organizaciones por personas especialmente capacitadas y calificadas que prestan asistencia, de manera objetiva e independiente, a la organización cliente para poner al descubierto los problemas de gestión, analizarlos, recomendar soluciones a dichos problemas y coadyuvar, si así se les solicita, en la aplicación de soluciones.

Cabe destacar que en 2002 Kubr comenta que la consultoría de empresas puede enfocarse como un servicio profesional o como un método para prestar asesoramiento y ayuda prácticos. Es indudable que se ha transformado en un sector específico de actividad

profesional y debe tratarse como tal. Simultáneamente, es también un método de coadyuvar con las organizaciones y el personal de dirección en el mejoramiento de la gestión y las prácticas empresariales, así como del desempeño individual y colectivo.

La consultoría de negocios cumple un papel importante en el desarrollo de las empresas. El consultor tiene la función de proporcionar mejoras en el desempeño y en la competitividad de la empresa-cliente, ya sea por medio de observaciones consistentes, investigaciones, análisis concentrados, aplicación de técnicas como por la integración de ideas creativas que interactúen antes y durante la toma de decisiones. Todo proceso de consultoría tiene inicio, medio y fin, además de una duración variable. El inicio del esquema acontece cuando se elige la consultora o el consultor, los contactos iniciales, el relevamiento de datos sobre la empresa-cliente, la elaboración de la propuesta de trabajo acompañada del presupuesto correspondiente y el contrato formal en el caso de que exista acuerdo entre las partes. El medio o núcleo esencial del proyecto radica en la realización del diagnóstico, en la planificación estratégica de mudanzas e implementación de acciones previamente acordadas entre el consultor y el empresario.

El proceso de consultoría en una organización es extremadamente útil, dado que las empresas precisan

constantemente mejorar su desempeño, productividad, su orientación estratégica y sus planes de acción, innovando y/o agregando valor a servicios o productos, proporcionando mejoras en los procesos internos como en los más diversos aspectos.

CONTROL INTERNO

El control interno es un proceso, ejecutado por la Junta Directiva o Consejo de Administración de una entidad, por su grupo directivo y por el resto del personal, diseñado específicamente para proporcionarles seguridad razonable de conseguir en la empresa. El control interno se enfoca a cumplir objetivos que son de mucha importancia para la administración de una empresa los cuales son el cumplir con efectividad y eficiencia de las operaciones realizadas, suficiencia y confiabilidad de la información financiera generada y el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

El control interno es una herramienta surgida de la necesidad de accionar proactivamente a los efectos de suprimir o disminuir significativamente la multitud de riesgos a las cuales se hayan afectadas los distintos tipos de organizaciones, sean estos privados o públicos, con o sin fines de lucro. Es la base donde descansan las actividades y operaciones de una entidad, es decir, que las actividades de producción, distribución, financiamiento, administración, entre otras, son regidas por el Control Interno, es un instrumento de eficiencia.

El mejor sistema de Control Interno, es aquel que no daña las relaciones de empresa a clientes y mantiene en un nivel de alta dignidad humana las relaciones de dirigentes y subordinados, su función es aplicable a todas las áreas de operación de los negocios, de su efectividad depende que la administración obtenga la información necesaria para seleccionar de las alternativas y las que mejor convengan a los intereses de la entidad.

METODOLOGIA

SUJETO

El sujeto de estudio es una pequeña empresa dedicada a brindar servicios de automóviles ubicada en Ciudad Obregón Sonora, constituida el 10 de junio de 2010. La investigación es cuantitativa y aplicada pues se busca proponer mejoras en sus procesos de desempeño a través del diagnóstico empresarial.

MATERIALES

Para el desarrollo de esta investigación se trabajó con las fases de la consultoría de negocios y se elaboraron diversos formatos que permiten formalizar la relación entre el empresario y el investigador, los cuales son los siguientes:

FASE I Diagnóstico.

El formato de diagnóstico desarrolla una evaluación de la empresa para conocer cuál es su situación actual, hace un análisis general conociendo los aspectos generales, sus principales funciones y se hace un estudio de las áreas de trabajo.

FASE II Propuesta.

El formato de propuesta tiene como objetivo el determinar opciones de ayuda para el mejor funcionamiento de la empresa, se toma como base la información que arroja el estudio de las áreas de trabajo detectando los puntos débiles.

FASE III Proceso de Implantación.

El formato de Proceso de implantación, debe mostrar el plan de trabajo diseñado para la implementación de la propuesta seleccionada.

FASE IV Cierre de Proyecto de Consultoría.

El formato de cierre tiene como objetivo servir como un recibo de aceptación de los resultados obtenidos de la consultoría en el proceso de implantación del sistema de ayuda.

PROCEDIMIENTO

Para llevar a cabo esta intervención en la empresa se siguió el proceso de consultoría de negocios en sus cuatro etapas:

Etapa I Diagnóstico. - Se realizó un estudio a la empresa en sus distintas áreas de trabajo para conocer su situación actual.

Etapa II Propuesta. - Investigación y recopilación de información para conocer las actividades de la compañía, en la cual se aplicó cuestionarios e instrumentos de investigación para la obtención de oportunidades y las debilidades y fortalezas, para con ello implementar un plan de trabajo para presentar propuestas y con ellas describiendo que ventajas y desventajas tendrían en aplicarlas en las áreas seleccionadas.

Etapa III Proceso de Implantación. - implementación de la propuesta seleccionada por el empresario, seguimiento y posteriormente realizarla.

Etapa IV Cierre de Proyecto de Consultoría. - presentación de los resultados obtenidos y entrega del papel de trabajo.

RESULTADOS Y DISCUSIONES

Etapa I Diagnostico

A continuación se observa información que se obtuvo en el análisis de la situación actual de la empresa objeto de estudio:

DEBILIDADES DE LA EMPRESA

La empresa específicamente en el área financiera y contable tenía problemas en llevar a cabo la administración de las cuentas por cobrar, un área delicada ya que es donde se obtienen los ingresos para que esta pueda seguir operando. Al momento de acreditar los pagos no se estaba realizando de manera correcta ya que existía confusión al detectar la factura a liquidar por cliente al no contar con una referencia.

Etapa II Propuesta

Considerando las aportaciones del empresario se propuso mejorar las políticas en las cuentas por cobrar además de la instalación de un programa que ayude al proceso de cobranza.

POLITICAS DE LA EMPRESA

La instalación del programa MyAdminXML, es una herramienta que será de gran ayuda para el proceso de cobranza de la empresa. Este programa tiene una función que es el control de las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar de la empresa, mostrando la información de los comprobantes fiscales donde detecta si la factura emitida está vigente o cancelada, muestra los datos del cliente, los datos fiscales del comprobante como folio fiscal, método de pago, subtotales, descuentos, impuestos, totales, al igual que las condiciones de pago del documento, principalmente tiene un apartado donde muestra si la factura ya fue efectivamente pagada o aún no tiene acreditado el pago y es ahí donde se aplica el principal objetivo.

Etapa III Proceso de Implantación

Con la propuesta presentada, se instaló la herramienta debida en el área de ventas, esta herramienta es el programa de Descarga y Administración Masiva de XML "MyAdminXML", que fue instalado y del cual se pudo obtener el control de facturas pudiendo identificar cuantas facturas deben los clientes a la empresa y cuales han sido pagadas oportunamente.

Se aplicaron las nuevas formas de trabajo de operación en el área de ventas las cuales son el trabajar directamente con el programa instalado al igual que la hoja de Excel que genera, los cuales se dieron a conocer a los trabajadores que están involucrados en esa área, también se obtuvo toda la información necesaria y con

ello se identificó una necesidad muy visible en el área de ventas ya que se tenían muchas facturas pendientes de cobrar.

CAPACITACION DEL PROGRAMA

El personal administrativo aprendió el manejo rápido de consulta de facturas, se resolvieron dudas como el no encontrar una factura ante el SAT, dándose cuenta que no se podía obtener del SAT porque su RFC estaba mal escrito dentro de la factura enviada por el proveedor, entonces se comprendió la importancia de consulta rápida de facturas ante el SAT para proceder con el proveedor para una nueva re facturación y así poder hacerla deducible en el mes para que la empresa no se viera afectada fiscalmente.

Después de obtener el debido control de las facturas de ingresos, también se obtuvo la conciliación bancaria tanto de ingresos y egresos, una cobranza oportuna proporcionando la entrada del efectivo a la empresa sin tener pendiente de cartera vencida, en los egresos el gerente administrativo podrá dejar de gestionar las facturas ya que si algunas no se las mandan al correo oportunamente con el programa podrá darse cuenta si le fue facturado o no y en caso de no haber sido facturado procede a marcar a su proveedor para recordar de su factura.

A continuación, se muestra un diagrama de flujo del proceso para acreditar los pagos de clientes que debe realizar la empresa.



Etapa IV Cierre de Proyecto de Consultoría.
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES OBTENIDOS
POR LOS PARTICIPANTES DE LA EMPRESA

El buscar nuevas alternativas, ahorrar tiempo en gestión de facturas, la identificación de facturas cobradas y pendientes de cobrar, esto para llevar una mejor administración de los ingresos de la empresa. Toda empresa debe tener claro el establecer políticas en todas las áreas de la organización, tanto en el área de administración como en las operacionales, es de mucha importancia los controles internos ya que sin ellos no se podría llevar un orden de todas las actividades que se realizan en la empresa.

Es importante mencionar, cada empresa deberá contar con personal idóneo, que cumplan a la par con los objetivos de la empresa o sus dueños, ya que el solo hecho de contar con un control interno establecido, no significa que la empresa lo esté llevando a cabo, es por eso la importancia de vigilar, evaluar y dar seguimiento al mismo ya que no existe una fórmula para establecer un control interno exitoso, eso dependerá mayormente de las personas que lo ejecutan y evalúan.

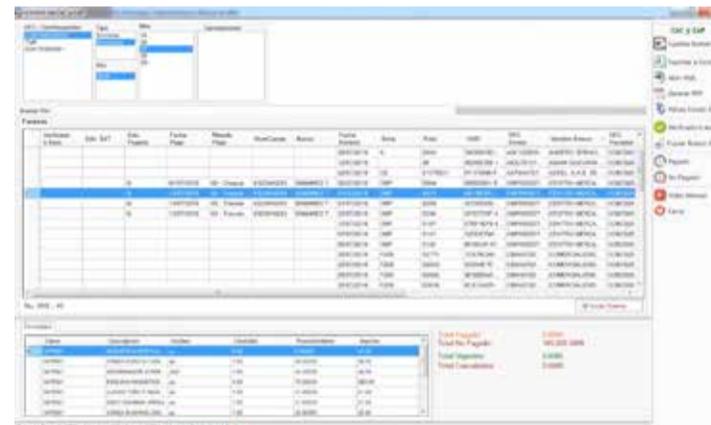
El conocimiento del personal administrativo contribuye a la seguridad del sistema contable que se utiliza en la empresa, fijando y evaluando los procedimientos administrativos, contables y financieros que ayudan a que la empresa realice su objeto. Detecta las irregularidades y errores y propugna por la solución factible evaluando todos los niveles de autoridad, la administración del personal, los métodos y sistemas contables para que así el auditor pueda dar cuenta veraz de las transacciones y manejos empresariales.

El Control Interno debe ser empleado por todas las empresas independientemente de su tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, y diseñado de tal manera, que permita proporcionar una razonable seguridad en lo referente a la efectividad y eficiencia de las operaciones y la confiabilidad de la información financiera.

EVALUACIÓN DEL SISTEMA EN TÉRMINOS DEL APRENDIZAJE DE LOS USUARIOS

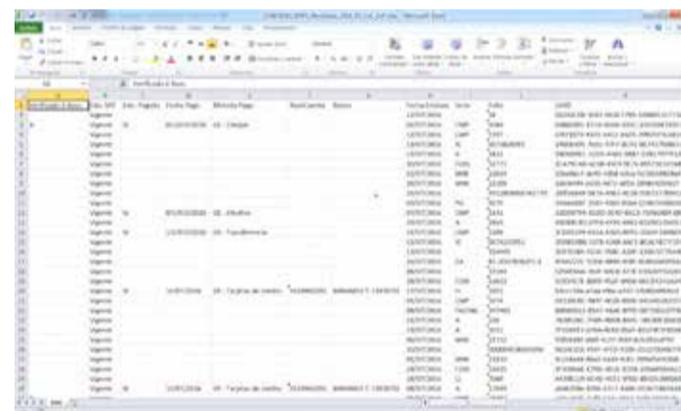
El usuario aprendió a realizar un papel de trabajo con la herramienta de Excel en cual surgió como resultado del sistema que se investigó y se implementó en la empresa en el cual se pudo tener un mejor control en el área de ingresos, en la cual se detectaron aquellos ingresos por anticipos de clientes, ingresos por créditos así como los ingresos de contado, y todas aquellas facturas canceladas y las pendientes de cobro, el sistema también ayuda al usuario a detectar en el área de egresos facturas que se encuentran efectivamente pagadas y aquellas que están pendientes de pago, evitando así presentar mediante

las declaraciones mensuales, ingresos no efectivamente cobrados y los egresos no efectivamente pagados.



PRODUCTO

Elaboración de una hoja de trabajo en Excel, en la cual se muestra todos los ingresos y los egresos generados en meses en los cuales se desglosan cuales ingresos fueron por anticipos de clientes, ingresos por ventas de crédito y de contado, así como los egresos efectivamente pagados y pendientes de pago.



RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PROCESO DE INSTALACIÓN

- Obtención de controles en ingresos (anticipos de clientes, contado y crédito).
- Departamento de egresos (localización de facturas efectivamente pagadas a proveedores y todas aquellas que se encuentran en tránsito).

Tanto en estas dos áreas también se conciliaron todas aquellas facturas canceladas y vigentes, la verificación de los datos fiscales y folios fiscales sean los correctos (RFC, Domicilio fiscal y razón social).

- Conciliaciones bancarias y cierres de mes.

EVALUACION (RESUMEN)

Indicador	Antes de la Intervención	Después de la Intervención
Control interno en el proceso de ingresos por ventas.	Antes de la implementación del control interno, la empresa tenía posibilidades de que al momento de registrar ingresos, algunos no fueran válidos.	Con la ayuda del control interno la empresa podrá verificar que los comprobantes recibidos estén elaborados con los datos correctos y puedan ser registrados de manera correcta.

CONCLUSIONES

El resultado esperado con la implementación de un control interno en el proceso de ingresos por ventas, es que la empresa lleve un control detallado de las operaciones que se realizan dentro de ella, con esto se logra conocer el status de las cuentas por cobrar evitando cualquier error al momento de recibir facturas por ventas, de manera que evite recibir comprobantes que estén mal elaborados y tenga la oportunidad de corregirlos para su registro contable.

Considerando las necesidades de la empresa, se propuso un programa adecuado para control interno de facturas, además se dio capacitación al personal administrativo para facilitar el uso del mismo y se identificaron los siguientes beneficios:

- Conocimiento del monto total de facturación de ingresos, con ello se cuenta con una relación que permita día a día conocer el monto de cada factura y el monto total facturado.

- Conocimiento de facturas pendientes de cobrar de meses anteriores y actuales, mismas que podrán cobrarse según las políticas de cobro propuestas.
- Disminución de cuentas incobrables por causa de cartera vencida de clientes, debido a que se tendrá pleno conocimiento de cuáles cuentas son las que se están quedando rezagadas y los datos de cada una de ellas como son: el cliente, monto, etc.
- Almacenamiento masivo de XML.
- Conocimiento de gastos y detección de facturas recibidas mal elaboradas por el proveedor.
- Conocimiento de IVA acreditable e IVA por pagar.
- Papel de trabajo oportuno para conciliación bancaria y Declaración Informativa con operaciones de Terceros (DIOT).

Con ello el empresario tendrá oportunidad de disminuir sus cuentas por cobrar y convertirlas en flujo de efectivo para beneficio

BIBLIOGRAFIA

Anzola S. (2002). Administración de Pequeñas Empresas. 2da Edición. México, McGraw – Hill.

Carrasco, A. (2005). La micro y pequeña empresa mexicana. Número 45. México: Observatorio de la Economía Latinoamericana.

Greiner L., Metzger R. (1983). Consulting With Human Service Systems. Massachusetts, Addison – Wesley.

Hernández, U. (2007). Crecimiento Económico, Información Asimétrica en Mercados Financieros y Microcréditos. Economía, Sociedad y Territorio. 7ma Edición. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Hernández, Y. (2008). Caracterización e Importancia de las MIPYMES en Latinoamérica. 11va Edición. Revista Actualidad Contable FACES.

Kubr, M. (2002). La Consultoría de Empresas, Guía para la Profesión. 3ra Edición. México: Oficina Internacional del Trabajo GINEBRA.

Kubr, M. (2008). La Consultoría de Empresas. 3ra Edición. México: Ed. Limusa

Longenecker, J., Petty, J., Moore, C., Palich, L. (2008), Administración de Pequeñas Empresas, Lanzamiento y Crecimiento de Iniciativas Em-prendedoras. 16va Edición. México: Cengage Learning Editores.

Nacional Financiera (NAFIN). Programas empresariales y clasificación de las PYMES. Página consultada en Octubre 2017 de <http://www.nafin.com.mx/portalfn/content/productos-y-servicios/programas-empresariales/clasificacion-pymes.html>

Porter, M. (1995). Ventaja Competitiva. México: Compañía Editorial Continental, décima primera reimpresión.

Rodríguez, J. (2009). Control Interno: un efectivo sistema para la empresa. 1ra Edición. México: Ed. Trillas.

El Buzón de Pacioli

Año XVII | Número 99 | Julio-Septiembre 2017
Instituto Tecnológico de Sonora
www.itson.mx/pacioli