



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

VIII SEMINARIO DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CPA.

TRABAJO DE GRADUACION PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO
DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.

Tema:

“ANALISIS DE LOS GASTOS OPERATIVOS Y SU INCIDENCIA EN LA
RENTABILIDAD DEL SUPERMERCADO SUPERSKANDINAVO CIA.
LTDA. PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010.”

Autor: Mauricio Eduardo Medina Cárdenas

Tutor: Dr. Elvis Vásquez Coloma

AMBATO – ECUADOR

2011

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Dr. Elvis Vásquez Coloma, con C.I. #020099044-8 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema “Análisis de los Gastos Operativos y su Incidencia en la Rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda. para el Segundo Semestre del año 2010”, estudiante de VIII Seminario de Graduación de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, modalidad Seminarios de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión de Calificadores designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 19 de Octubre de 2011

Dr. Elvis Vásquez Coloma

C.I.: 020099044-8

AUTORÍA DE TESIS

Yo Mauricio Eduardo Medina Cárdenas, con C.I. # 180395143-1, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo de Graduación “Análisis de los Gastos Operativos y su Incidencia en la Rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda. para el Segundo Semestre del año 2010”, es original, autentico y personal, en tal virtud la responsabilidad del contenido de esta investigación, para efectos legales y académicos son de exclusiva responsabilidad del autor y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Técnica de Ambato; por lo que autorizo a la biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoria para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura y publicación según las Normas de la Universidad.

Ambato, 19 de Octubre de 2011

Mauricio Eduardo Medina Cárdenas
C.I.: 180395143-1

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema: “Análisis de los Gastos Operativos y su Incidencia en la Rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda. para el Segundo Semestre del año 2010”, elaborado por Mauricio Eduardo Medina Cárdenas, estudiante del VIII Seminario de Graduación, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 19 de Octubre de 2011

Para constancia firman

DR. KLEVER PALMA

DRA. JAZMINA SALAZAR

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

A mis padres Carlos Medina y María Cárdenas quienes han hecho lo posible para llegar a cumplir mis objetivos y a mis hermanos que me han apoyado en todo momento.

A mi esposa Sandra Castillo e hija, quienes han sido un pilar fundamental en toda esta etapa, brindándome su amor y comprensión incondicional.

Mauricio Medina

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento principalmente para Dios por brindarme la sabiduría necesaria para asimilar el conocimiento impartido por cada uno de los Docentes de la Facultad de Contabilidad y Auditoria a lo largo de mi vida estudiantil; a la Sra. Sonia Naranjo, propietaria de Superskandinavo Cía. Ltda., y a todos quienes colaboraron para la realización de este trabajo de investigación.

INDICE GENERAL.	Pág.
Página de Título o Portada.....	i
Página de Aprobación por el Tutor.....	ii
Página de Autoría de la Tesis.....	iii
Página de aprobación del Tribunal de Grado.....	iv
Página de Dedicatoria (opcional).....	v
Página de Agradecimiento (opcional).....	vi
Índice General de contenidos.....	vii
Índice de cuadros y gráficos.....	xiv
Resumen Ejecutivo.....	xvii
INTRODUCCIÓN	

CAPÍTULO I

El Problema

Tema de Investigación.....	1
Planteamiento del problema.....	1
Contextualización.....	1
Contexto Macro.....	1
Contexto Meso.....	3
Contexto Micro.....	4
Análisis Crítico.....	4
Prognosis.....	7
Formulación del problema.....	8
Preguntas Directrices.....	8

Delimitación.....	9
Justificación.....	10
Objetivos.....	11
Objetivos Generales.....	11
Objetivos Específicos.....	11

CAPÍTULO II

Marco Teórico

Antecedentes Investigativos.....	12
Fundamentación Filosófica.....	13
Fundamentación Legal.....	16
Categorías Fundamentales.....	19
Gastos Operativos.....	20
Ventas Brutas y Ventas Netas.....	21
Costo de Ventas.....	21
Utilidad Bruta.....	21
Gastos de Operación.....	22
Gastos de Venta.....	22
Gastos Generales y Administrativos.....	22
Utilidad de Operación.....	22
Otros Ingresos y Otros Gastos.....	23
Utilidad Antes de Gastos Financieros.....	23
Gastos Financieros.....	23
Estructura de Gastos.....	24
Estados de Resultados.....	27

Contabilidad.....	29
Gestión Contable-Administrativa.....	32
Control Interno.....	33
Procedimientos de Control.....	33
Rentabilidad de la Empresa.....	34
Subordinación Conceptual.....	37
Gastos Operativos.....	38
Gastos de Administración.....	39
Gastos de Personal.....	39
Contribuciones y Afiliaciones.....	39
Impuesto.....	40
Gastos de Venta.....	40
Gastos por Sueldos.....	41
Gastos por Arriendos.....	41
Rentabilidad.....	43
Beneficio.....	45
Control de deudores.....	45
Control de acreedores.....	46
Costos.....	47
Tipos de costos.....	48
Costo de Producción.....	48
Costo de Administración.....	49
Costo de financiación.....	49
Costos Fijos.....	50
Costos Variables.....	50
Costos Directos.....	51
Costos Indirectos.....	51

Costo Variable Unitario.....	51
Costo Variable Total.....	51
Costo Fijo Total.....	52
Costo Fijo Unitario.....	52
Costo Total.....	52
Ratios Financieros.....	52
Ratio de liquidez.....	53
Ratio de Solvencia.....	54
Operatividad.....	54
Historia de la operatividad.....	55
Hipótesis.....	56
Señalamiento de Variables.....	56

CAPÍTULO III

Metodología

Enfoque.....	57
Modalidad Básica de la Investigación.....	57
Investigación de Bibliográfica.....	57
Investigación Campo.....	58
Nivel o tipo de Investigación.....	58
Investigación Exploratorio.....	58
Investigación Descriptiva.....	58
Población y Muestra.....	58
Población.....	58
Muestra.....	59

Formula de la Muestra.....	59
Operalización de las Variables.....	61
Plan de recolección de la Información.....	63
Plan de procesamiento de la Información.....	64

CAPÍTULO IV

Análisis e Interpretación de Resultados

Análisis e Interpretación de Resultados.....	65
Verificación de la Hipótesis.....	75
Planteamiento de la Hipótesis.....	75
Formulación de la hipótesis nula y la hipótesis alternativa.....	76
Hipótesis Nula H_0	76
Hipótesis Alternativa H_1	76
Nivel de significación.....	76
Descripción de la población.....	76
Selección del estadístico para verificar la hipótesis	77
El estadístico pertinente.....	77
Decisión Estadística.....	81
Conclusión.....	82

CAPÍTULO V

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones.....	83
Recomendaciones.....	84

CAPÍTULO VI

Propuesta

Datos Informativos.....	85
Antecedentes de la Propuesta.....	86
Justificación.....	87
Objetivos de la Propuesta.....	87
Objetivo General.....	87
Objetivos Específicos.....	88
Análisis de Factibilidad.....	88
Organizacional.....	88
Económico- social.....	88
Legal.....	89
Fundamentación Científica.....	91
Generalidades sobre el Plan de Negocios.....	91
Objetivos del Plan de Negocios.....	92
Estructura de un Plan de Negocios.....	93
Resumen del Negocio.....	94
Estudio de Mercado.....	96
Definición del Perfil de Mercado.....	96
Análisis y Pronóstico de la Demanda.....	96
Análisis de la Competencia.....	97
Análisis de la Comercialización.	97
Análisis del Mercado Proveedor.....	97
Estudio Técnico.....	98
Estudio de la Inversión.....	98

Activos.....	98
Capital de Trabajo.....	99
Estudio de Ingresos y Egresos.....	99
Estudio Financiero.....	100
Modelo Operativo.....	101
Plan de Negocios.....	104
Administración de la Propuesta.....	119
Previsión de la Evaluación.....	121

MATERIALES DE REFERENCIA

Bibliografía.....	123
Anexos.....	124

INDICE DE GRÁFICOS

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Relación Causa-Efecto.....	6
Superordinación Conceptual.....	19
Subordinación Conceptual V. Independiente.....	37
Subordinación Conceptual V. Dependiente.....	42
¿Consta la numeración del cheque que se emite en el documento de egreso?..	65
¿Se detalla claramente por qué se emite en el egreso correspondiente?.....	66
¿Los egresos de bancos constan con su respectiva numeración?.....	67
¿Los egresos presentan tachones o borrones?.....	68
¿Se detalla la fecha de emisión del egreso?.....	69
¿Existen firmas de autorización en el documento de egreso?.....	70
¿Los comprobantes de gastos están relacionados con la operatividad?.....	71
¿Consta la identificación del beneficiario?.....	72
¿Existe firma de responsabilidad por quien cobra el egreso?.....	73
¿Los comprobantes tiene el documento de respaldo para el gasto?.....	74
Representación grafica de la hipótesis.....	81
Organigrama Estructural.....	119
Organigrama Funcional.....	120

INDICE DE TABLAS

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Operacionalización de la Variable Independiente.....	61
Operacionalización de la Variable Dependiente.....	62
Plan de Recolección de Información.....	63
¿Consta la numeración del cheque que se emite en el documento de egreso?..	65
¿Se detalla claramente por qué se emite en el egreso correspondiente?.....	66
¿Los egresos de bancos constan con su respectiva numeración?.....	67
¿Los egresos presentan tachones o borrones?.....	68
¿Se detalla la fecha de emisión del egreso?.....	69
¿Existen firmas de autorización en el documento de egreso?.....	70
¿Los comprobantes de gastos están relacionados con la operatividad?.....	71
¿Consta la identificación del beneficiario?.....	72
¿Existe firma de responsabilidad por quien cobra el egreso?.....	73
¿Los comprobantes tiene el documento de respaldo para el gasto?.....	74
Frecuencia Observada	78
Tabla Frecuencia Esperada.....	78
Tabla para el cálculo de chi – cuadrado.....	79
Distribución chi – cuadrado.....	80
Modelo Operativo.....	101
Capacidad Instalada.....	110

Capital de Inversión.....	112
Proyección de Ingresos.....	112
Proyección de Gastos.....	113
Estado De Resultados Proyectado.....	115
Numero de Clientes.....	116
Modelo en Excel para controlar el crecimiento de los ingresos y gastos en Metas.....	118

RESUMEN EJECUTIVO

El principal motivo para la realización del presente trabajo, se detalla en la estructura de los gastos de operación que posee una empresa para realizar sus actividades, y los rubros que se encuentran dentro de los mismos inflando de manera considerable el valor monetario que desembolsa la entidad para cubrir sus necesidades comerciales.

Se refleja un declinación de utilidades en Superskandinavo Cía. Ltda. debido a que se encuentran gastos que no son parte del giro normal de la empresa pero se encuentran incluidos en los rubros por gastos operativos, a los cuales se los puede denominar gastos hundidos o gastos ocultos de comercialización, los mismos que representan decisiones administrativas incorrectas y control inadecuado de los mismos.

Para el efectivo control empresarial se propone la elaboración de un plan de negocios; si bien estos modelos se los utiliza en su mayoría para el inicio de una empresa, también se lo puede utilizar para tomar correctivos sobre la marcha de un negocio, puesto que en dicho documento se detalla con claridad los políticas o aspectos a corregirse, dentro de la parte administrativa u operacional, dependiendo las acciones correctivas y el área en la que se pretende tener mayor eficacia y ser eficientes.

Para la realización de dicha herramienta hay que tomar en cuenta el análisis previo de documentos y políticas de desempeño dentro de la empresa, la afectación que causan los componentes que se requiere sufran modificaciones y de que manera afectan a los objetivos de la empresa, como en este caso los gastos de operatividad afectan directamente al rendimiento económico de la empresa Superskandinavo Cía. Ltda.

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación “Análisis de los Gastos Operativos y su Incidencia en la Rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda. para el Segundo Semestre del año 2010”

Hoy en día toda empresa tiene que incurrir en gastos para poder realizar sus operaciones normalmente, así que son inevitables, pero en la actualidad se busca ser más eficiente, para el caso de las compañías significa que tienen que producir más y mejor con menos gastos.

Algunos de estos consumos son fijos y difíciles de disminuir pero hay otros que no se pueden desaparecer pero sí controlar y uno de ellos son los Gastos por operatividad.

Para la investigación se desarrollaron seis capítulos, que se detallan a continuación:

CAPITULO I con el problema “Análisis de los Gastos Operativos y su Incidencia en la Rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda. para el Segundo Semestre del año 2010”), planteamiento del problema, contextualización (macro-campo latinoamericano, meso-a nivel del país, micro-empresa), análisis crítico, prognosis, formulación del problema, interrogantes de la investigación (de acuerdo a las variables dependientes e independientes pueden ser tres), delimitación del objetivo de investigación (área, campo, aspecto, tiempo y espacial), justificación y objetivos.

EL CAPÍTULO II, se desarrollará los antecedentes investigativos (comprobar si ya se han realizado los temas en la zona centro), fundamentaciones (filosófica, legal, epistemológica), categorías fundamentales, hipótesis, y señalamiento de variables (dependiente e independiente).

CAPÍTULO III, trabaja la metodología de investigación, modalidades de investigación, niveles de investigación, población y muestra, Operacionalización de variables, plan de recolección de información, plan de procesamiento de información.

CAPITULO IV, realizará el análisis e interpretación de resultados, interpretación de datos, verificación de hipótesis.

En cuanto al CAPITULO V, se sintetizará con las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente el CAPITULO VI, se desarrollará una propuesta al problema planteado (mi problema-datos informativos-antecedentes de la propuesta), el está constituido por Datos informativos (Distribuidora Superskandinavo Cía. Ltda. domiciliada en la provincia de Tungurahua, ciudad Ambato inicia sus actividades, 27 de Noviembre del 2001), antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos, análisis de la factibilidad fundamentaciones, metodología, administración, bibliografía y anexos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA

“Análisis de los Gastos Operativos y su Incidencia en la Rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda. para el Segundo Semestre del año 2010”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Contextualización

Macro

Hoy en día, vivimos en una situación socio-económica exigente por lo que el mundo de los negocios requiere de personas capaces y actualizadas para el manejo de las organizaciones y así tomar las decisiones adecuadas para no afectar a los resultados y la permanencia de las empresas en el mercado competitivo.

La crisis económica, política y social de nuestro país se manifiesta a través de un alto índice de globalización generalizado, el incremento de desempleo, el alto costo de la canasta básica familiar, la migración y la baja en la entrada de divisas da opción a la crisis económica del país.

Este panorama da oportunidad a pensar que las esperanzas económicas de diversos sectores se ven amenazadas, es este el caso del sector comercial y a la misma vez las empresas productoras y distribuidoras de productos de primera necesidad y cárnicos como lo es el supermercado Superskandinavo Cía. Ltda.

La determinación de los gastos de operación en la empresa son de vital importancia porque en mucho de los casos es el pulmón de los desembolsos económicos, muchas de las veces sin existir un registro contable ordenado y un plan de estrategias de negocios responsable y de una forma oportuna, para poder tomar decisiones importantes sobre la liquides y el nivel de endeudamiento y gasto que debe tener la empresa, y, poder comunicar a quienes son usuarios de dicha información para decidir el porcentaje de utilidad que se planea obtener.

Como una idea de evolución comenzó una pequeña bodega en el centro histórico de Quito fue el inicio del imperio de la cadena nacional de supermercados La Favorita en 1945. Para 1957 ya se inauguraba el primer autoservicio del país. Pero, la historia no termina ahí. En 1997, la firma visualizó su futuro hacia los hipermercados, es por eso que creó el Megamaxi ubicado en el Mall del Sol en Guayaquil, para luego abrir otros siete en esta y otras ciudades como Quito y Ambato. De hecho, el área de ventas se incrementó un 181%, cuadruplicando así el número de locales a escala nacional, según explicó Xavier Vásquez, Gerente de Marketing de la compañía. Al momento, Supermaxi cuenta con 16 mil ítems mientras que el Megamaxi alcanza los 42 mil en todos los locales, dijo el ejecutivo. Y es que a diferencia del primer autoservicio, el hipermercado ofrece una amplia variedad de productos como electrodomésticos, audio, video, ferreterías, además de víveres. Con esa oferta, las transacciones de

Supermaxi en sus 29 locales sumaron \$18 472 000. Megamaxi alcanzó \$7 289 000 en sus ocho locales durante el periodo 2007-2008. Pero la diversificación de los productos de los autoservicios no solo pasa por Supermaxi y Megamaxi, la cadena de ferreterías Kywi también vivió un cambio parecido cuando abrió el primer Megakywi al norte de Quito. Y en efecto, el número de ítems se incrementó pasando de 28 mil en 11 locales a 40 mil ítems en un solo local. De todas maneras los auto servicios, apenas captan el 27% del mercado de consumo en comparación a las tiendas que tienen el 73%. (APB-DB).

Meso

La creación de supermercados se ven reflejadas de acuerdo al número de habitantes, gracias al empuje tesonero de los empresarios, que han resuelto invertir con el único propósito de servir a la colectividad de manera especial a la clase económica media baja; Los supermercados de esta ciudad en su gran mayoría están a nivel de cualquier supermercado de las grandes ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, y Latacunga.

Ambato tiene un flujo de compradores con otra posición económica que les permite movilizarse a las diferentes ciudades y visitar supermercados de gran oferta dentro de la ciudad, como Megamaxi, Supermaxi, Laboral, Biogourmet, Superskandinavo, etc., y no realizar sus compras en los supermercados convencionales; pero tan solo en un porcentaje menor realiza sus actividades fuera de su tierra y la mayor parte de la población restante lo realiza en los supermercados antes mencionados y al hacerlo comparan precios, peso y calidad de los productos sin tomar en cuenta la atención al cliente, por lo que es menester hacer un recalcu de lo que cuesta la capacitación de los empleados con respecto a la atención al público y definir los gastos a devengarse de las cuentas de operatividad de la empresa.

Micro

Superskandinavo Cía. Ltda.; es una empresa dedicada a la compra-venta de productos cárnicos, embutidos y de primera necesidad, se encuentra en el mercado y al servicio de la comunidad por alrededor de veinte y cinco años, esta se encuentra en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, en las calle Manuela Cañizares y Primera Imprenta.

Superskandinavo se encuentra considerada como uno de los supermercados líderes en la venta de los productos descritos en el párrafo anterior, por cuanto su principal objetivo es satisfacer las necesidades de los consumidores con productos de altísima calidad y con excelente servicio al público.

Con estos antecedentes se quiere seguir manteniendo esta imagen y sirviendo de la mejor manera a las familias ambateñas, pero se ha detectado que las utilidades de la empresa han venido descendiendo cómo se lo nota en los estados de situación de la empresa, debido a que se han venido presentando gastos que no corresponden a la operatividad o giro del negocio, excesivos desembolsos de dinero y la gerencia no se explica el por qué de los gastos es mas no se los tiene identificados.

1.1.2 Análisis Crítico

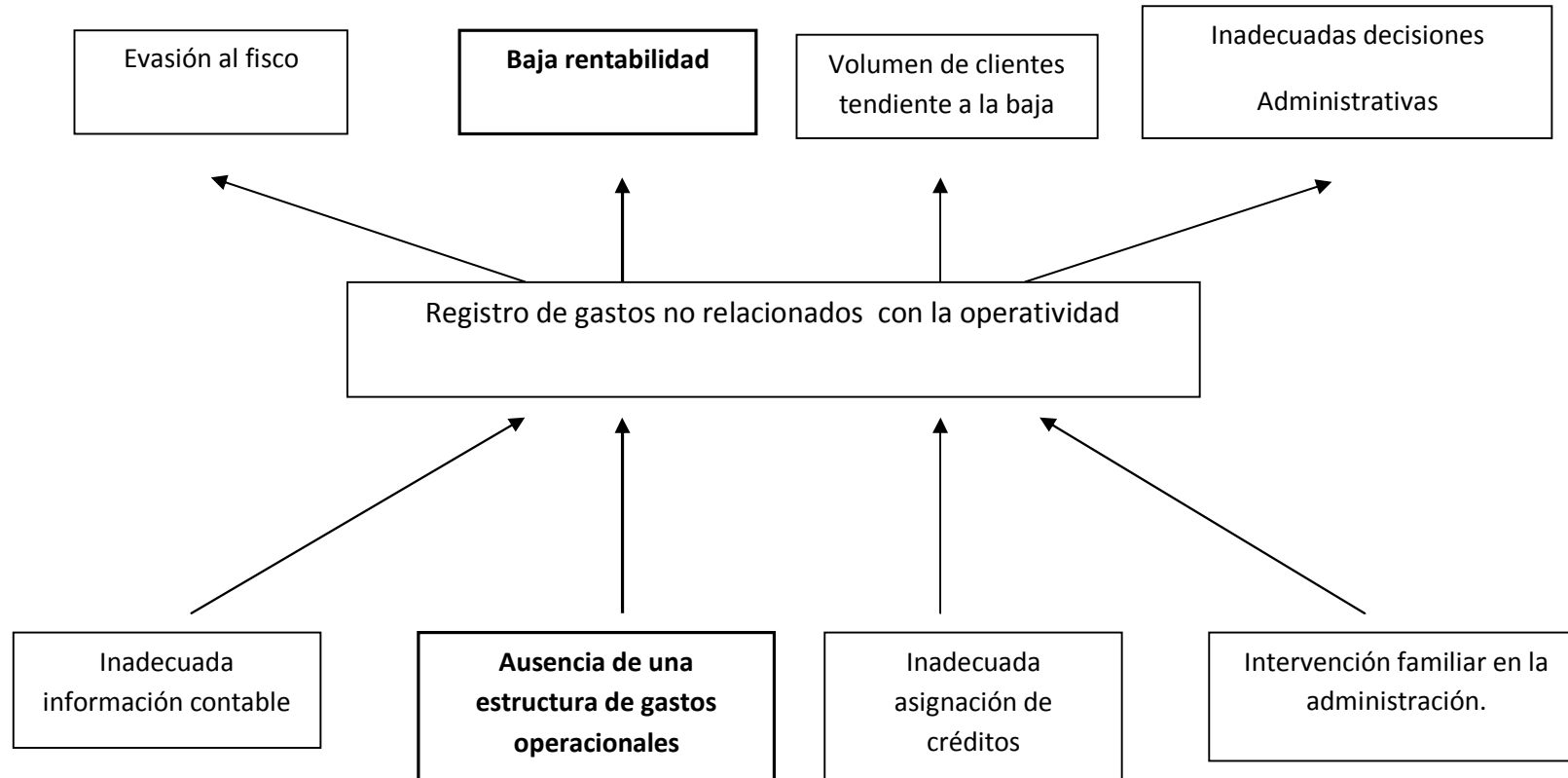
Se incurre en gastos de operación con el fin de producir ingresos Frecuentemente.

Los gastos se subdividen en gastos de venta y gastos generales y administrativos. La subdivisión de los gastos de operación en clasificaciones funcionales ayuda a la gerencia y a otros usuarios de los estados financieros a evaluar separadamente aspectos diferentes de las operaciones de la empresa. Por ejemplo, los gastos de venta aumentan con frecuencia y se reducen en forma directa con los cambios en las ventas netas. Por otra parte los gastos administrativos, generalmente permanecen constantes de un periodo al siguiente.

Existen los llamados gastos ocultos en las operaciones logísticas y la distribución, donde surgen gastos adicionales, por la falta de despacho, tiempos de entrega, sobre costos de almacenamiento, seguros, seguridad, pérdida en inventario y otros males semejantes. La falta de sincronización en las interrelaciones y uniones en la cadena de valor de las empresas, ocasionan tiempos muertos, desperdicios de todo tipo de recursos, falta de entrega del producto a tiempo, problemas en el servicio al consumidor, etc., los cuales son, en mucha ocasiones, gastos ocultos no identificados con las unidades vendidas o producidas.

Los gastos por mal servicio es uno de los gastos más significativos y menos cuantificados en la pérdida de imagen o de clientes. Pocas empresas manejan el concepto del PyG del mal servicio, es común que muchas de las empresas no saben ni siquiera que los clientes se fueron y a donde se fueron este concepto significa por concepto de oportunidades perdidas o de la necesidad de reposición de clientes y negocios.

Árbol de Problemas



Elaborado por: Mauricio Medina

Relación causa – efecto

Relación Causa-Efecto

La presencia de gastos no relacionados con la operatividad de la empresa se debe a la ausencia de una estructura de costos operacionales, lo que provoca que exista una baja en la rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda., durante el segundo semestre del año 2010 (Ver anexo N° 1)

1.1.3 Prognosis

En la Cía. Ltda. Superskandinavo se presenta un inadecuado control sobre los gastos de operación, lo que provoca que la misma presente una baja en la rentabilidad, esto se evidencia en el alto desembolso de gastos y la irreal planificación de los negocios, negligencia por parte de los administradores de la empresa y de los empleados, de persistir y no tomar acciones correctivas la Cía. Ltda. Superskandinavo llegaría a la quiebra y tendría a desaparecer, sin dejar de lado que los representantes legales de de la misma presentarían juicios por valores que se deberán pagar a quienes hayan realizado inversiones en la empresa tales como accionistas y empresas relacionadas como Distribuidora Skandinavo.

Muchas empresas usualmente fijan el precio de sus productos en función de los costes o de la competencia. Pero realmente el precio debería fijarse según las ventajas percibidas o el valor económico percibido por el comprador. Si el precio puesto es superior al valor económico, es muy posible que la empresa pierda clientes. Así pues, se debe llevar a cabo la fijación táctica del precio y otros factores determinantes del valor, como la calidad del producto, fiabilidad y servicio posventa donde generalmente no se pone mucha atención incurriendo en gasto que la empresa no detecta llevándola a tener un incremento en los gastos y disminuyendo la rentabilidad, para en mucho de los casos despedir empleados, o en extremas decisiones cerrar el negocio.

Al no aplicarse el plan de negocios propuesto en el presente trabajo de investigación, el supermercado Superskandinavo Cía. Ltda. No tendrá control sobre el proceso de comercialización de sus productos los gastos no operativos crecerán y por ende sus utilidades pasaran a ser pérdidas económicas

teniendo que buscar alternativas de financiamiento, solución para eliminar sus gastos.

1.1.4 Formulación del problema

¿Es la ausencia de una estructura de gastos operacionales la principal causa para que se registren gastos no relacionados con la operatividad en Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda., lo que refleja en la rentabilidad en el segundo semestre del período económico 2010?

- **Variable Independiente:** estructura de gastos operacionales.

- **Variable Dependiente:** rentabilidad

1.1.5 Preguntas directrices

- ✓ ¿Cuál es la principal causa para que se provoque una baja en la rentabilidad en Superskandinavo Cía. Ltda. en el segundo semestre del año 2010?

- ✓ ¿Qué provoca que exista gastos ocultos en Superskandinavo Cía. Ltda.?

- ✓ ¿La elaboración de un plan de negocios permitirá reducir los gastos de operación y mejorar la utilidad en Superskandinavo Cía. Ltda.?

1.1.6 Delimitaciones

La investigación se encuentra enmarcada en la siguiente delimitación que contiene:

Campo: Contabilidad y Auditoría

Área: Contabilidad

Aspecto: Gastos no relacionados con la Operatividad

Delimitación Espacial:

La investigación será llevada a cabo dentro del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda., de la Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato

Delimitación Temporal:

Está previsto realizar el trabajo de investigación en el segundo semestre del periodo económico 2010.

Unidades de Observación

Para la presente investigación se utilizara dos tipos de unidades de observación como lo son de personas y documentos.

- Administradora
- Contadora
- Auxiliar de contabilidad
- Documentos de egreso

1.2 JUSTIFICACIÓN

La investigación es factible gracias al interés que tiene la empresa por reducir las causas por las cuales no se tiene una adecuada rentabilidad y a su vez tomar decisiones oportunas para obtener un nivel mínimo en los gastos de operación en la misma, mejorando el control de liquidez y logrando no desembolsar dinero en gastos innecesarios.

Hoy en día las empresas y muy en particular la Cía. Ltda. Superskandinavo necesitan de una correcta determinación de los gastos de operación, para lograr mejorar el índice de rentabilidad y el nivel de liquidez óptimo.

La valía de los resultados que arroje esta investigación es incalculable ya que empresas que tengan mayor información y control de los gastos de sus operaciones de comercializar sus productos, podrán tomar oportunamente decisiones que sean de mucha ayuda no solo para las entidades si no para el sector consumista de las mismas.

Esta investigación es factible de realizarse gracias al interés de los empresarios como ya lo explicamos anteriormente, ya que prestara la facilidad para acceder a información y desplazarnos por las instalaciones de la empresa, además se permite que los empleados presten las facilidades de trabajo conjuntamente con ellos.

Con facilidad se podrá manejar los papeles de trabajo que se utiliza en la empresa tanto en el departamento de contabilidad y ventas como en el departamento de administración.

Las empresas requieren de información oportuna y veraz en los tiempos actuales de crisis en la que nos encontramos para estar siempre en un nivel de mercado en el que pueda competir, a su vez proteger la salud de nuestros consumidores con productos de excelencia y calidad.

Al aplicar el plan de negocios permitirá definir estrategias operativas y de gestión en la actividad del supermercado, así como tener un control eficaz y ordenado de los gastos, determinando y priorizando los que se producen para el proceso de comercialización sin exceder el desembolso de dinero.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Estudiar la incidencia de los gastos ocultos de operación en SUPERSKANDINAVO CIA. LTDA., para mejorar la rentabilidad.

1.3.2 Objetivos específicos

- ✓ Analizar la composición de gastos para determinar su relación con el giro del negocio.

- ✓ Precisar el nivel de gastos necesarios de operación para definir estándares de comercialización y generación de mejores réditos.

- ✓ Definir un plan de negocios para establecer los procedimientos de comercialización de los productos sin tener que incurrir en gastos que afecten la operatividad y utilidad de la empresa.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Toda empresa tiene que incurrir en gastos para poder realizar sus operaciones normalmente, así que son inevitables, pero en la actualidad se busca cada día ser más eficiente, para el caso de las compañías significa que tienen que producir más y mejor con menos gastos. Algunos de estos consumos son fijos y difíciles de disminuir pero hay otros que no se pueden desaparecer pero sí controlar y uno de ellos son los Gastos por operatividad.

El presente trabajo de investigación, el análisis de los gastos operativos y su incidencia en la utilidad de Superskandinavo Cía. Ltda., como tal no registra investigaciones anteriores, pero si en la biblioteca de la facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, reposa la tesis sobre el control de los gastos operativos de Insofec-Agencia Pelileo, realizada por el Sr. Barrionuevo Edwin, en la cual basaremos algunos argumentos de sustento para nuestro trabajo, en el cual concluye.

“Las políticas y procedimientos que existen la institución; no son difundidas oportunamente, para asegurar el cumplimiento de las disposiciones de gerencia.

No existen políticas ni procedimientos de control interno, debidamente estructurados que contribuyan a la eficiencia y eficacia en las operaciones de la agencia.

Los pocos controles existentes de control interno, no ayudan a controlar y disminuir los gastos operativos de la agencia”

En las principales bibliotecas del país se encuentran trabajos relacionados de los cuales en la ESPOL, se encuentra el siguiente aporte.

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/2012/1/3925.pdf> “El análisis de correlación entre la variable ingresos y gastos demostró que no existe una relación lineal entre las dos variables, es un resultado lógico dado que los ingresos y gastos son variables que no tienen una relación directa, es así como, mensualmente se incurrirá en gastos de sueldos, servicios básicos, alquiler, etc., dado que son gastos fijos e independientes del margen de ingresos”.

Jenny Viteri Vincas (2009), pág. 6. “Evaluar constantemente el cumplimiento de las políticas, ejercer un mayor control, en el caso de los gastos de viaje, que el Contador realice una revisión mensual sobre los gastos de los vendedores. Que el personal de Contabilidad se asegure de no pagar los reembolsos hasta verificar correctamente los gastos.

Sería recomendable realizar un mayor control en los consumos en combustible, no solamente fiarse en lo que indica el vendedor en las reposiciones, para esto podría constatar el kilometraje recorrido por cada carro esto da una guía de cuánto debe ser el consumo por combustible, el recorrido debe de ser un aproximado de lo utilizado para realizar el viaje.”

2.2 Fundamentación Filosófica

En el desarrollo de la presente investigación propuesta se utilizará el enfoque del paradigma positivista, ya que en esta predomina el entorno de investigación cuantitativa, debido a que el objetivo, procesos y resultado de la investigación solo son conocidos por los técnicos y los investigadores con respecto al análisis de los gastos de operatividad para la comercialización en Superskandinavo Cía. Ltda.

El paradigma positivista la realidad es única, puede ser fragmentada para su análisis y las partes pueden ser manipuladas independientemente. De acuerdo con la concepción dialéctica del conocimiento existen múltiples realidades construidas por cada persona, por lo tanto, el estudio de una parte está influido por el estudio de las otras partes de esa realidad.

Para el paradigma positivista el sujeto y el objeto son independientes. En la concepción dialéctica del conocimiento el sujeto y el objeto interactúan de manera dialéctica, es decir, se modifican mutuamente y por tanto, son inseparables.

El enfoque positivista considera que es posible establecer leyes generales, que son permanentes independientemente del tiempo. En la concepción dialéctica del conocimiento no podemos admitir la posibilidad de hacer generalizaciones. Tenemos que trabajar con hipótesis de trabajo limitadas a un tiempo y a un espacio particular. El contexto, por tanto, juega un papel muy relevante según la concepción dialéctica del conocimiento.

El enfoque positivista asume que es posible establecer las causas de los hechos. En la concepción dialéctica del conocimiento se parte de que los fenómenos tienen múltiples factores asociados y no unas pocas causas, por esta razón, no interesa enfocar el estudio en la óptica causa-efecto. Interesa en este enfoque más bien el abordaje de los procesos y sus propias particularidades, estudiando los esquemas de relaciones complejas y no tanto la búsqueda de relaciones determinadas de causa y efecto.

El enfoque positivista asume que es posible desarrollar una investigación libre de valores. En la concepción dialéctica del conocimiento tenemos que aceptar que los valores del investigador, del contexto particular en la que se realiza y de las teorías que la fundamentan, etc., tienen importancia y determinan los resultados.

La investigación positivista tiene un enfoque metodológico predominantemente cuantitativo, mientras que la investigación que se deriva de la concepción dialéctica del conocimiento debe privilegiar los enfoques cualitativos.

En el enfoque positivista se parte de teorías previamente seleccionadas de la cual se extraen, por un enfoque hipotético-deductivo, hipótesis que se desea contrastar en la investigación para confirmarlas o desecharlas. En la concepción dialéctica del conocimiento la teoría que se acepta en el marco de la investigación es la que tiene relación más directa con el tema investigado o la que se desprende de ello.

La investigación en el enfoque positivista se realiza en laboratorios especialmente diseñados o ajustándose a condiciones previamente establecidas, como la selección de muestras estadísticas. La investigación que se orienta por la concepción dialéctica del conocimiento se debe desarrollar directamente en el sitio en el que se da ordinariamente el fenómeno.

Para Kolakowski (1988:45), el positivismo es un conjunto de reglamentaciones que rigen el saber humano y que tiende a reservar el nombre de “ciencia” a las operaciones observables en la evolución de las ciencias modernas de la naturaleza. Durante su historia, dice este autor, el positivismo ha dirigido en particular sus críticas contra los desarrollos metafísicos de toda clase, por tanto, contra la reflexión que no puede fundar enteramente sus resultados sobre datos empíricos, o que formula sus juicios de modo que los datos empíricos no puedan nunca refutarlos.

De acuerdo con Dobles, Zúñiga y García (1998:177), la teoría de la ciencia que sostiene el positivismo se caracteriza por afirmar que el único conocimiento verdadero es aquel que es producido por la ciencia, particularmente con el empleo de su método¹. En consecuencia, el positivismo asume que sólo las ciencias empíricas son fuente aceptable de conocimiento.

Otra de las características relevantes del positivismo tiene que ver con su posición epistemológica central. En efecto, el positivismo supone que la realidad está dada y que puede ser conocida de manera absoluta por el sujeto cognoscente, y que por tanto, de lo único que había que preocuparse, indican Dobles, Zúñiga y García (1998:177), era de encontrar el método adecuado y válido para “descubrir” esa realidad.

En particular, asume la existencia de un método específico para conocer esa realidad y propone el uso de dicho método como garantía de verdad y legitimidad para el conocimiento. Por tanto, la ciencia positivista se cimienta sobre el supuesto de que el sujeto tiene una posibilidad absoluta de conocer la realidad mediante un método específico.

Otro aspecto importante del positivismo es el supuesto de que tanto las ciencias naturales como las sociales pueden hacer uso del mismo método para desarrollar la investigación. De acuerdo con Tejedor (1986:55), citado por Dobles, Zúñiga y García (1998), los científicos positivistas suponen que se puede obtener un conocimiento objetivo del estudio del mundo natural y social. Para ellos las ciencias naturales y las ciencias sociales utilizan una metodología básica similar por emplear la misma lógica y procedimientos de investigación similares. Desde esta perspectiva se considera que el método científico es único y el mismo en todos los campos del saber, por lo que la unidad de todas las ciencias se fundamenta en el método: lo que hace a la ciencia es el método con el que tratan los “hechos”.

2.3 Fundamentación Legal

La fundamentación legal para el presente proyecto de investigación se respalda en:

Ley de Régimen Tributario Interno (Reglamento)

DE-1051. RO-S 337: 15 mayo 2008

En el Capítulo VI Depuración de los Ingresos, Art. 25: Gastos Generales Deducibles, en sus numerales:

1 Remuneraciones y beneficios sociales

Literal. a)

Las remuneraciones pagadas a los trabajadores en retribución a sus servicios, como sueldos y salarios, comisiones, bonificaciones legales y demás

remuneraciones complementarias, así como el valor de la alimentación que se les proporcione, pague o reembolse cuan así lo requiera su jornada de trabajo.

Literal. j)

Los costos de movilización del empleado o trabajador y su familia y traslado de menaje de casa, cuando el trabajador haya sido contratado para prestar servicios en un lugar distinto al de su residencia habitual, así como los gastos de retorno del trabajador y su familia a su lugar de origen y los de menaje de casa y movilización.

NEC N°5 R.O. 273; Capitulo: Utilidad o Pérdida Neta por el Período, Errores Fundamentales y Cambios en Políticas Contables, numerales 6.7, 8 Pérdidas

Todas las partidas de ingreso y gastos reconocidas en un período deben ser incluidas en la determinación de la ganancia o pérdida neta por el período a menos que una Norma Ecuatoriana de Contabilidad requiera o permita algo diferente.

Normalmente todas las partidas de ingreso o gastos reconocidas en un período se incluyen en la determinación de la ganancia o pérdida neta por el período. Esto incluye partidas extraordinarias y los efectos de cambios en los estimados contables. Sin embargo pueden existir circunstancias en que ciertas partidas puedan ser excluidas de la ganancia o pérdida neta por el período actual. Esta Norma trata de estas dos circunstancias: la corrección de errores fundamentales y el efecto de los cambios en políticas contables.

Otras Normas Ecuatorianas de Contabilidad se refieren a temas que pueden cumplir con las definiciones de ingreso o gastos pero que generalmente se excluyen de la determinación de la ganancia o pérdida neta. Los ejemplos incluyen superávits por revaluación (ver Norma Ecuatoriana de Contabilidad NEC No. 12 referente a Propiedades, Planta y Equipo) y ganancias y pérdidas originadas por la conversión de los estados financieros de una entidad extranjera (ver Norma Ecuatoriana de Contabilidad NEC No. 7

referente a Efectos de las Variaciones en Tipos de Cambio de Moneda Extranjera).

La ganancia o pérdida neta por el período comprende los componentes siguientes, cada uno de los cuales debe revelarse en la carátula del estado de resultados:

- a) ganancia o pérdida por actividades ordinarias; y
- b) partidas extraordinarias

2.4 Categorías Fundamentales

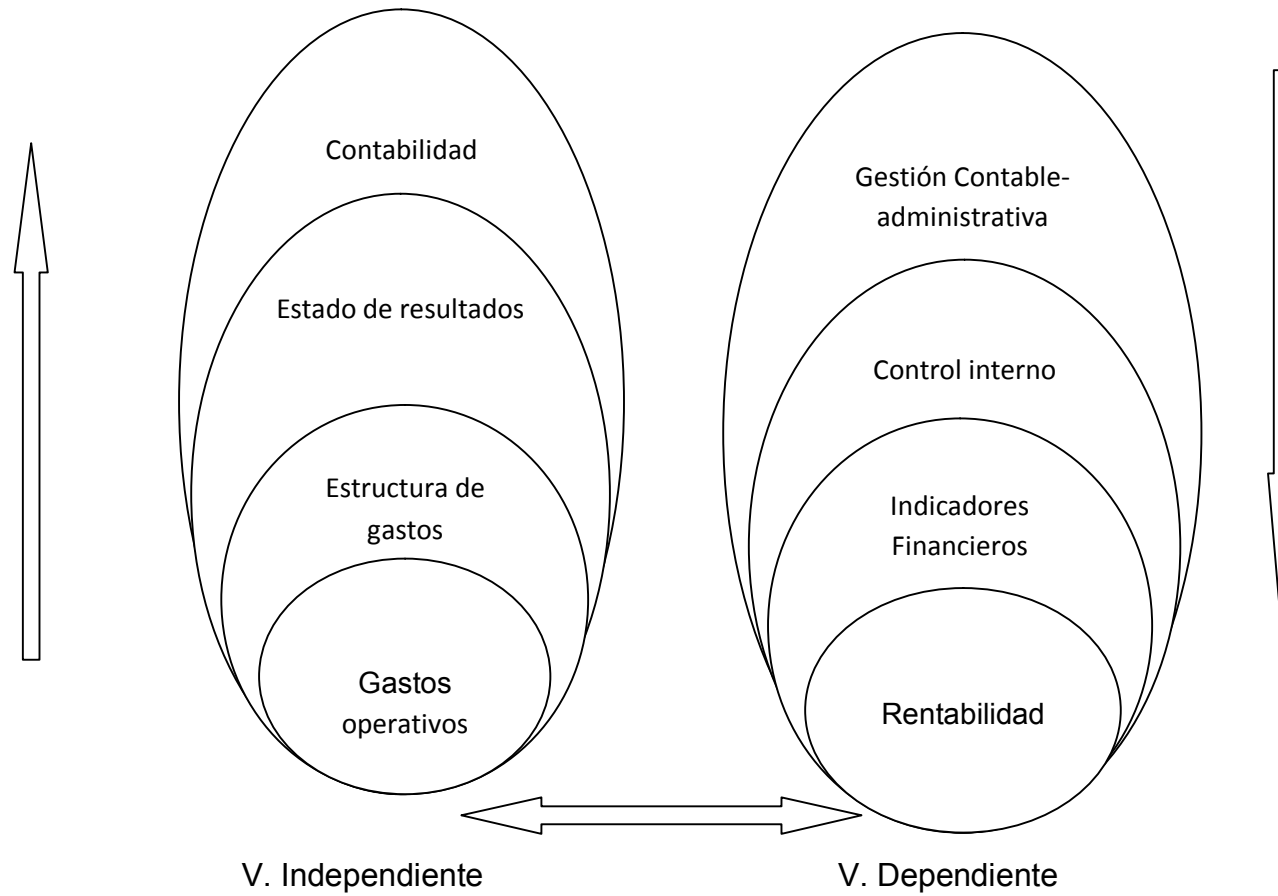


Gráfico N° 2

Elaborado por: Mauricio Medina

2.4.1 Variable Independiente

Gastos Operativos.

Desde el punto de vista contable los gastos de operación son como su nombre lo dice, los gastos que realiza una entidad económica para poder existir y obviamente operar.

Los gastos de operación se dividen básicamente en tres grupos principales o más conocidos que son:

- Gastos de Venta
- Gastos de Administración
- Gastos de fabricación

En los gastos de venta incluye todos aquellos gastos que realizas para poder vender ejemplo aparadores comisiones luz renta publicidad etc.

En los gastos de administración incluye todos los gastos que ocupa la empresa para administrar por ejemplo honorarios nominas de oficina etc. Y por último los gastos de fabricación se aplican en empresas de producción donde aplicas costos mano de obra materias primas etc.

Se incurre en gastos de operación con el fin de producir ingresos. Frecuentemente, los gastos se subdividen en las clasificaciones de gastos de venta y gastos de generales y administrativos. La subdivisión de los gastos de operación en clasificaciones funcionales ayuda a la gerencia y a otros usuarios de los estados financieros a evaluar separadamente aspectos diferentes de las operaciones de la empresa. Por ejemplo, los gastos de venta aumentan con frecuencia y se reducen en forma directa con los cambios en las ventas netas. Por otra parte los gastos administrativos, generalmente permanecen constantes de un periodo al siguiente.

A continuación se explicará cada una de las partidas:

Ventas brutas y Ventas netas

Únicamente los ingresos provenientes de las operaciones normales deben mostrar sección. Las ventas brutas de mercancías o servicios deben mostrarse con deducción (devoluciones y descuentos sobre las ventas enunciados específicamente, obteniendo como resultado las ventas netas.

Los ingresos derivados de las operaciones ordinarias o principales de un negocio comprenden la venta de mercancías y/o servicios al público tanto en una empresa comercial como en una manufacturera.

Es importante tener presente que este renglón es, en principio, determinante de la existencia de utilidades. Las ventas deben guardar cierta proporción con la inversión en activos y viceversa. El analista deberá conceder gran importancia a este aspecto al evaluar la situación financiera y resultados de operación de una empresa.

Costo de Ventas

En una empresa esta sección muestra las compras de mercancías y las devoluciones y descuentos sobre las mismas, los inventarios iniciales y finales, así como las cuentas relacionadas con las mercancías adquiridas tales como gastos de transportación sobre las compras e impuestos sobre la transportación.

Utilidad Bruta

El excedente de las ventas netas sobre el costo de ventas se denomina utilidad bruta. Si el costo de ventas fuera mayor que las ventas netas, la cantidad resultante podrá titularse "Excedente del costo de ventas sobre las ventas netas" o "Pérdida bruta".

La cifra de utilidad bruta permite al analista calcular el margen de utilidad bruta (utilidad bruta/ventas netas) para conocer la proporción que de las ventas netas representa la utilidad. Generalmente, el costo de ventas es un renglón muy importante dentro del Estado de Resultados.

Gastos de Operación

Representan todos aquellos gastos ocasionados por las funciones de compras, ventas y administración del negocio en general. Los estados de resultados muestran generalmente dos categorías de gastos de operación.

Gastos de Venta

Comprenden los gastos relacionados directamente con la venta y la entrega de mercancías, ejemplos de éstos son: los gastos de publicidad, gastos de entrega como salarios, gasolina, depreciación del equipo de reparto, gastos del edificio destinado a ventas, sueldos a los gerentes de ventas, gastos de la oficina de ventas, sueldos a vendedores, gastos de embarques, transportación sobre ventas, gastos de viaje de los vendedores, etcétera.

Gastos generales y administrativos

Comprenden los gastos de supervisión y administración en general, los de llevar los registros y el control contable, gastos de correspondencia, compras, etcétera. Algunos ejemplos son los honorarios de auditoría y contabilidad, gastos de crédito y cobranzas, depreciación del equipo y mobiliario de oficina, gastos de edificio y oficinas de la administración, nómina de oficina, artículos de escritorio, papelería y correo, teléfono y telégrafo, etcétera.

Utilidad de operación

El excedente de la utilidad bruta sobre los gastos de operación se denomina utilidad de operación. Esta cantidad representa la utilidad generada por las operaciones normales de la compañía antes de deducir otros gastos y sumar otros ingresos.

A este nivel del estado de resultados se calcula el margen de utilidad de operación (utilidad de operación/ventas netas). De acuerdo con el formato presentado al principio de este capítulo, este renglón representa el resultado neto de las operaciones normales, es decir de la explotación del giro de la empresa.

Otros ingresos y otros gastos

Otros ingresos comprenden el ingreso por renta, ingresos por dividendos, ingreso por intereses, utilidades en cambios, comisiones, regalías, etc., y son ocasionados por activos no operativos como es el caso de las inversiones permanentes.

Otros gastos comprenden todas las partidas de gastos que no son generados por las operaciones regulares de la compañía.

Utilidad antes de gastos financieros

Una vez que los otros ingresos y gastos han sido involucrados en los resultados de las operaciones de un negocio surge la cifra de utilidad antes de gastos financieros. Hasta este renglón, los costos y gastos que han sido restados de las ventas son los que surgen de los activos que la empresa posee, tanto operativos como no operativos y, por lo tanto, son consecuencia de las decisiones de inversión, mismas que son diferentes de las decisiones de financiamiento.

Gastos financieros

Comprenden los gastos en que incurre un negocio debido al uso de fondos externos (pasivo) para financiar sus activos. Este renglón incluye los intereses, la amortización del descuento en emisión de obligaciones, las comisiones, etc. Aquí comienza a apreciarse el destino de las utilidades logradas con los activos.

Utilidad antes de impuesto sobre la renta y participación de los trabajadores en las utilidades

Constituye la cifra de utilidad contable que estaría sujeta a los gravámenes fiscales. Esta cifra no necesariamente coincide con la cifra de utilidad contenida en la declaración que presentan las empresas al fisco, debido a que los principios que fundamentan la cuantificación de una y otra son diferentes.

Impuesto sobre la renta y participación de los trabajadores en las utilidades, en este renglón del estado de resultados se presenta el importe del impuesto a

cargo de la empresa, así como el monto correspondiente a la participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa (PTU).

Dependiendo del método que la empresa utilice para la cuantificación de sus impuestos, estas cifras pueden coincidir o no con las cifras que por los mismos conceptos se incluyen en la declaración fiscal.

El ISR y el PTU del año deben deducirse de la "Utilidad antes del impuesto sobre la renta y participación de los trabajadores en las utilidades", la cifra resultante deberá llamarse "Utilidad neta del ejercicio después de ISR y PTU.

Estructura de gastos

Según Ernesto Romero 2011, (Internet); “Los gastos de estructura, o indirectos, son aquellos que un establecimiento tiene sin importar qué actividades realiza, o en qué superficies se realizan. Aunque se decida sembrar más o menos hectáreas o engordar más o menos cabezas de ganado, esos gastos de estructura habrá que pagarlos, ya que se originan mayoritariamente por el mero hecho de mantener el establecimiento en condiciones de producir y con los impuestos al día. Al no estar vinculados con la producción, el nivel de estos gastos no pasa por el nivel tecnológico ni las condiciones en las que se produce, sino más bien por la forma más o menos eficiente en que está organizado un establecimiento y la forma de administrarlo. Es decir que los gastos de estructura son, por lo menos en parte, controlables. Por supuesto, para controlarlos hace falta, primero, conocerlos.

Se pueden reconocer gastos de estructura particularmente altos y otros particularmente bajos en dos extremos, pero no existe un determinado nivel que es el nivel de gastos de estructura por excelencia, aunque es posible hacer comparaciones con otros establecimientos, y usar ciertos valores como orientativos para saber dónde estamos parados. Sin embargo, es fundamental recordar que cada establecimiento tendrá sus propios gastos de estructura, más allá de cualquier comparación con cualquier otro establecimiento. Ello porque cada establecimiento está organizado y administrado a su manera, y porque la forma de contabilizar ciertos gastos no es la misma para todos.

Algunas consideraciones generales

Antes de pasar al análisis de los gastos de estructura, es conveniente hacer algunas consideraciones generales que ayudarán a interpretar mejor los números que se presentan.

Los gastos de estructura son un conjunto de gastos, que frecuentemente se calculan como los gastos de administración más los gastos generados por el establecimiento como unidad productiva (y no relacionada con ninguna actividad en especial) más los impuestos.

Entre los gastos de administración figuran los honorarios y la movilidad del administrador, los honorarios del contador, y los gastos de oficina y comunicaciones, mientras que entre los gastos 'del campo' se encuentran el sueldo del encargado y demás personal de estructura (cocinero, parquero, cte.), la movilidad del campo (combustible, mantenimiento, seguro, impuestos, cte. de la/s camioneta/s), el pago de electricidad, gas y teléfono, el asesoramiento técnico y la conservación de mejoras. En cuanto a los impuestos, dependiendo de la zona habrá o no tasa vial, pero el impuesto inmobiliario, a los bienes personales y a las ganancias les corresponden a todos.

Además, hay gastos menores como gastos bancarios, aranceles a asociaciones de productores, y otros que se agrupan en 'Varios'. Un factor importante en la determinación de los gastos de estructura es el tamaño del establecimiento. Hay gastos que se diluyen con la escala, y otros que no. El impuesto inmobiliario, en \$/ ha, será el mismo independientemente de la superficie del establecimiento, mientras que los gastos de teléfono, por ejemplo, suelen aumentar menos que proporcionalmente con la superficie.

Inclusive, hay gastos que pueden diluirse con la escala en determinado rango de superficies y luego registrar un 'salto' a partir de determinado número de hectáreas (como por ejemplo el personal de estructura), presentando así una curva escalonada en función del tamaño del establecimiento. Por todo esto, los

gastos de estructura entre establecimientos tiene sentido solamente si la superficie es similar, y si están ubicados en zonas parecidas.

La composición de los gastos de estructura

Dentro de los gastos de administración, los honorarios del administrador son el componente mayor en todos los casos, mientras que dentro de los gastos del campo el encargado suele tener el porcentaje mayor, aunque en algunos casos la conservación de mejoras es el rubro de más peso.

En un planteo productivo menos complejo puede redundar en gastos de estructura menores. Esto no invalida la definición de los gastos de estructura como independientes de las actividades que se realizan, ya que el planteo productivo suele ser función de la ubicación geográfica (que determina los suelos, el clima y los mercados con los que se produce), más allá de las decisiones empresariales que se tomen.

La asignación entre actividades

Para el cálculo del margen neto de cada actividad es necesario distribuir los gastos de estructura, que en realidad no son imputables a ninguna actividad en particular. Para ello hay varios criterios. Se pueden distribuir por superficie, en base al ingreso bruto de cada actividad, en función del tiempo que se dedica a cada actividad, etc. En realidad, cada criterio tiene sus pros y sus contras, y se aplica mejor a ciertos rubros de gastos y peor a otros.

Finalmente, cabría preguntarse cuál es el peso de los gastos de estructura sobre la empresa en su conjunto ya que cuanto más se lleven los gastos de estructura, una vez pagados los gastos directos, menos quedará como resultado de la explotación. Por eso, siempre será bueno tener los gastos de estructura bajo control.”

Estados de resultados.

C.P. Raúl H. Vallado Fernández, M.F. (c) 2008, El Estado de Resultados, es el instrumento que utiliza la administración de la empresa para reportar las operaciones efectuadas durante el periodo contable. De esta manera la utilidad (pérdida) se obtiene restando los gastos y/o pérdidas a los ingresos y/o ganancias.

Ahora, desde el punto de vista del inversionista (sea acreedor o accionista), el estado de resultados es visto como el instrumento que lo provee de un "Índice de eficiencia". Las utilidades son, generalmente, asociadas con eficiencia en las operaciones, y las pérdidas, al contrario, se asocian con ineficiencia.

La contabilidad financiera utiliza el enfoque de ingresos y gastos para determinar la utilidad del ejercicio. Sin embargo, eso no quiere decir que sea la única manera o la mejor manera de determinarla. Las opiniones pueden dividirse al respecto.

El estado de resultados: formas de presentación

El estado de resultados muestra, un resumen de los resultados de operación de un negocio concernientes a un periodo de operaciones. Su objetivo principal es medir u obtener una estimación de la utilidad o pérdida periódica del negocio, para permitir al analista determinar qué tanto ha mejorado dicho negocio durante un periodo de tiempo, generalmente un año, como resultado de sus operaciones.

En lo que se refiere a la forma de presentar el estado de resultados existen, básicamente, dos formas. La primera y la más sencilla consiste en un formato de una sola resta en la cual se agrupan por un lado todos los ingresos y/o ganancias y por otro todos los gastos y/o pérdidas. Al total de ingresos y/o ganancias se le resta el total de gastos y/o pérdidas y se obtiene la utilidad neta.

La segunda forma que es la más útil, y que generalmente es más usual, se presenta en un formato en el que las partidas son agrupadas según las

funciones a las que pertenecen. En este formato se presentan varias cifras de utilidad según se van restando los diferentes grupos de gastos y/o pérdidas.

Además se busca hacer una separación entre lo que son los resultados provenientes de operaciones normales y los que resultan de otro tipo de operaciones que no constituyen el giro de la empresa (dividendos por ejemplo).

El formato que se presenta a continuación corresponde a la segunda forma de presentación y se utiliza cuando se trata de una empresa manufacturera.

Cía. XYZ, S.A.

Estado de Resultados

Del ____ de _____ al ____ de _____ de _____

	Ventas		XXXXX
Menos:	Dev. Desc y Bonif. s/Ventas		XXXXX
Igual:	Ventas Netas		XXXXX
Menos:	Costo de Ventas		XXXXX
Igual:	Utilidad Bruta		XXXXX
Menos:	Gastos de Operación:		XXXXX
	Gastos de Venta	XXXXX	
	Gastos de Administración	XXXXX	
Igual:	Utilidad de Operación		XXXXX
Menos:	Otros Gastos		XXXXX
Más:	Otros ingresos		XXXXX
Igual:	Utilidad antes de ISR y PTU		XXXXX
Menos:	ISR y PTU		XXXXX
Igual:	Utilidad Neta		XXXXX

Contabilidad.

Según Andrea Salazar 2003, (Internet); "La contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados. Por consiguiente, los gerentes o directores a través de la contabilidad podrán orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables y estadísticos. Estos datos permiten conocer la estabilidad y solvencia de la compañía, la corriente de cobros y pagos, las tendencias de las ventas, costos y gastos generales, entre otros. De manera que se pueda conocer la capacidad financiera de la empresa. Se dice también que la contabilidad es el lenguaje de los negocios pero no existe una definición universalmente aceptada."

Conceptos de contabilidad

La palabra contabilidad proviene del verbo latino "coputare", el cual significa contar, tanto en el sentido de comparar magnitudes con la unidad de medida, o sea "sacar cuentas", como en el sentido de "relatar", o "hacer historia". "La contabilidad es el arte de registrar, clasificar y resumir en forma significativa y en términos de dinero, las operaciones y los hechos que son cuando menos de carácter financiero, así como el de interpretar sus resultados" (Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados) "La contabilidad es el sistema que mide las actividades del negocio, procesa esa información convirtiéndola en informes y comunica estos hallazgos a los encargados de tomar las decisiones" (Horngren & Harrison. 1991)

"La contabilidad es el arte de interpretar, medir y describir la actividad económica" (Meigs, Robert., 1992) "La contabilidad es el lenguaje que utilizan los empresarios para poder medir y presentar los resultados obtenidos en el ejercicio económico, la situación financiera de las empresas, los cambios en la posición financiera y/o en el flujo de efectivo" (Catacora, Fernando, 1998) Se puede decir que la contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados. Por consiguiente, los gerentes o directores a través de la contabilidad podrán orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables y estadísticos.

Estos datos permiten conocer la estabilidad y solvencia de la compañía, la corriente de cobros y pagos, las tendencias de las ventas, costos y gastos generales, entre otros. De manera que se pueda conocer la capacidad financiera de la empresa. Se dice también que "la contabilidad es el lenguaje de los negocios". No existe una definición universalmente aceptada.

El objetivo de la contabilidad es proporcionar información a los dueños y socios de un negocio sobre lo que se deba y se tiene. Se puede dividir en objetivo administrativo y financiero. El objetivo administrativo es proporcionar información a los administradores para que ellos planifiquen, tomen las decisiones y control de las operaciones y el objetivo financiero es proporcionar información de las operaciones realizadas por un ente, fundamentalmente en el pasado. La contabilidad de una empresa o un negocio se puede llevar de manera manual y computarizada.

La contabilidad manual se desarrolla manualmente, al menos en un alto porcentaje. Aunque se utilizan algunas máquinas sumadoras o calculadoras; la mayoría de los trabajos son realizados de forma manual; En estos sistemas el factor hombre es la base. La mayor debilidad de los sistemas manuales es que se vuelven lentos cuando se trata de procesar grandes volúmenes de información, en cuyo caso sería necesario el uso de gran cantidad de personas.

Un sistema de contabilidad computarizado se vale de computadoras para llevar a cabo los movimientos contables de las cuentas, manejándolas hasta producir las informaciones finales. En los sistemas de contabilidad computarizados la labor del contador es prácticamente intelectual. Este deberá asegurarse de que la configuración y entrada de una transacción sean conectadas, el sistema hará el resto.

Las ventajas de la contabilidad computarizada es que proporciona información con mayor rapidez, se puede manejar un volumen de operaciones mayor y se reduce mucho el número de errores por que la computadora realiza en forma instantánea tareas que consumen mucho tiempo cuando se hacen en forma manual.

Ciclo contable

Es el proceso ordenado y sistemático de registros contables, desde la elaboración de comprobantes de contabilidad y el registro en libros hasta la preparación de estados financieros.

Partes del ciclo contable.

Consta de las siguientes partes:

Apertura. Al constituirse la empresa, se inicia el proceso contable con los aportes del dueño o socios registrados en el inventario general inicial. Con el inventario general inicial se elaboran el balance general inicial y el comprobante diario de contabilidad, denominado comprobante de apertura que sirve para abrir libros principales y auxiliares.

Movimiento. Las transacciones comerciales que diariamente realiza una empresa deben estar respaldadas por un soporte que permite su registro en el comprobante diario y traslado a los libros principales y auxiliares de contabilidad.

El registro del movimiento operativo de la empresa, de acuerdo con sus necesidades, se puede realizar en forma diaria, semanal, quincenal o mensual, en comprobante diario y libros. Al final se elabora el balance de prueba, y cierre. En esta etapa se elabora lo siguiente:

1. Asiento de ajuste. Registrado en el comprobante diario de contabilidad, denominado comprobante de ajustes, el cual se traslada a los libros principales y auxiliares.
2. Hoja de trabajo. Se realiza opcionalmente cada mes y sirve de base para preparar los estados financieros: balance general y estado de ganancias y pérdidas.
3. Comprobante de cierre. Se elabora anualmente para cancelar las cuentas nominales de resultado y se traslada a los libros principales y auxiliares.

2.4.2 Marco Conceptual de la Variable Dependiente

Gestión Contable-Administrativa

El concepto de gestión posee preliminares básicos correspondientes a la organización, lo que implica que éste aplicado en una empresa o en un negocio examina algunos de los objetivos principales correspondientes a la misma.

Es importante tener en cuenta en este concepto que ninguna empresa puede subsistir si no posee algún tipo de beneficio, por lo que siempre se debe mantener un cierto nivel de competencia con las otras empresas que se dedican a fabricar y elaborar los mismos productos que la nuestra. El concepto de gestión se mueve en un ambiente en el cual, por lo general, los recursos disponibles escasean, y en base a esto, la persona encargada de la gestión debe aplicar diferentes fórmulas para que se esta manera se logren persuadir y motivar constantemente a todas las fuentes del capital empresarial, con el objetivo de lograr que las mismas apoyen todos los proyectos que la empresa planea emprender.

Si nos enfocamos en la aplicación del concepto de gestión para llevar a cabo las actividades de una empresa, es importante destacar que por lo general, el mismo suele tener mucha más aplicación en las empresas de propiedad privadas, que son más conocidas como el sector privados empresarial. De todas formas debemos decir que las empresas que le pertenecen al sector público, es decir, aquellas que son propiedad del estado, también suelen tener buenos modelos de gestión, pero los mismos suelen independizarse bastante de lo que es el concepto de gestión más técnico.

Y es aquí en donde radica la diferencia más grande, ya que el sector privado, aplicando el concepto de gestión en el desarrollo de sus actividades obtiene muchas más ganancias que una empresa correspondiente al sector público, es por ello que es importante considerar la tecnicidad del concepto de gestión como parte de la gestión empresarial. De todas formas es importante también que se haga mención del hecho lógico que nos confirma que las empresas privadas cuentan con muchos más recursos que aquellas del Estado, y uno de

esos recursos es la tecnología, una herramienta que ha ayudado ampliar el concepto de gestión en todas las aplicaciones correspondientes.

Control Interno

La estructura de control interno de una entidad consiste en las políticas y procedimientos establecidos para proporcionar una seguridad razonable de poder lograr los objetivos específicos de la entidad. Dicha estructura consiste de los siguientes elementos:

- a) El ambiente de control
- b) El sistema contable
- c) Los procedimientos de control

A) Ambiente de control

El ambiente de control representa la combinación de factores que afectan las políticas y procedimientos de una entidad, fortaleciendo o debilitando sus controles. Estos factores son los siguientes:

Actitud de la administración hacia los controles internos establecidos

- Estructura de organización de la entidad
- Funcionamiento del Consejo de administración y sus Comités
- Métodos para asignar autoridad y responsabilidad.

Métodos de control administrativo para supervisar dar seguimiento al cumplimiento de las políticas y procedimientos, incluyendo la función de auditoría interna.

Procedimientos de control

Los procedimientos y políticas adicionales al ambiente de control y al sistema contable, que establece la administración para proporción a una seguridad razonable de lograr los objetivos específicos de la entidad, constituyen los procedimientos de control. El hecho de que existan formalmente políticas o procedimientos de control, no necesariamente significa que éstos estén

operando efectivamente. El auditor debe determinar la manera en que la entidad ha aplicado las políticas y procedimientos, su uniformidad de aplicación y qué persona las ha llevado a cabo, para concluir que efectivamente está operando.

Los procedimientos de control persiguen diferentes objetivos y se aplican en distintos niveles de organización y del procesamiento de las transacciones. También pueden estar integrados por componentes específicos del ambiente de control y del sistema contable.

Los procedimientos de carácter preventivo son establecidos para evitar errores durante el desarrollo de las transacciones.

Los procedimientos de control de carácter detectivo tienen como finalidad detectar los errores o las desviaciones que durante el desarrollo de las transacciones, no hubieran sido identificados por los procedimientos de control preventivos.

Rentabilidad de la Empresa

La rentabilidad es uno de los conceptos más importantes en las empresas modernas y más utilizado por la comunidad de negocios. La rentabilidad es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. La rentabilidad es, al menos una parte, de lo que busca el management con sus decisiones directivas. La rentabilidad es lo que miden los inversores al decidir si reinvierten sus ahorros en una determinada compañía, o si, por el contrario, retiran sus fondos. La rentabilidad es, probablemente, uno de los conceptos menos comprendidos por quienes lo utilizan a diario.

En el imaginario popular, un emprendimiento que logra producir ingresos mayores que sus costos, generando resultados positivos, se considera un emprendimiento rentable. En esta nota, veremos que el mero hecho de mostrar un beneficio contable no quiere decir que el emprendimiento sea rentable. De hecho, una empresa puede generar beneficios, pero no ser rentable. Este concepto suele ser bastante elusivo, por lo que trataremos de explicarlo con detalle

Es común escuchar decir a directivos y a empresarios que un negocio deja una rentabilidad de, por ejemplo, el 10%.

Indagando sobre este concepto, vemos que normalmente eso quiere decir que el resultado de ese negocio deja un margen de 10% sobre las ventas. Para esta medición, algunas veces el resultado es medido utilizando el beneficio operativo, y otras utilizando el beneficio neto sobre ventas. Sin embargo, si preguntamos a un grupo de ejecutivos que ensayen una definición de rentabilidad, normalmente nos dicen que es el beneficio obtenido en un determinado período de tiempo, con respecto a la inversión comprometida. La rentabilidad descrita al principio, sin embargo, no incluye el monto de la inversión realizada. Como vemos, la misma definición de rentabilidad es bastante más compleja de lo que se puede suponer inicialmente. Nos proponemos aquí dos objetivos: 1) dar algunos lineamientos que ayuden a comprender mejor el concepto de rentabilidad y su uso en la vida corporativa y 2) a partir de lo comprendido en el primer punto, discutir algunas acciones que pueden ayudar a mejorar la rentabilidad empresarial.

La rentabilidad obtenida. Decíamos que la definición de rentabilidad necesita tres componentes: 1) el beneficio obtenido, 2) el monto de capital invertido para obtenerlo y 3) el tiempo transcurrido desde que se realizó la inversión. Esta sencilla definición nos indica la necesidad de definir sus componentes, es decir, necesitamos una definición de beneficio y una definición de capital invertido, siempre teniendo en cuenta el tiempo transcurrido.

Empecemos considerando el caso de un inversor que compra acciones en el mercado de capitales. Supongamos que el inversor compró una acción de la empresa X S.A. por 10 pesos hace un año, y puede vender esa misma acción hoy por su valor de mercado, 12 pesos. Supongamos también que esa acción le otorgó un dividendo de 1 peso a lo largo del año. Es fácil ver que el inversor obtuvo un beneficio de $12 \text{ pesos} - 10 \text{ pesos} = 2 \text{ pesos}$ por el diferencial de precio y de 1 peso por el dividendo; es decir, obtuvo un beneficio de 3 pesos.

Cuando hablamos de rentabilidad, sin embargo, no siempre estaremos interesados en la rentabilidad de un accionista en el mercado de capitales. Es más, muchas veces necesitaremos calcular la rentabilidad en empresas de capital cerrado sin la existencia de valores de mercado que nos facilitan la tarea. En algunos casos, buscaremos medir la rentabilidad obtenida por una línea de negocio, o por un proyecto de una empresa que no cotiza en bolsa. En esos casos, no podremos confiar en la valuación realizada por el mercado, por lo que será necesario obtener otras medidas del beneficio y del capital invertido. Normalmente, en esos casos solemos confiar en los valores que nos brinda la contabilidad financiera, los que, en algunos casos, pueden requerir ajustes.

SUBORDINACION CONCEPTUAL

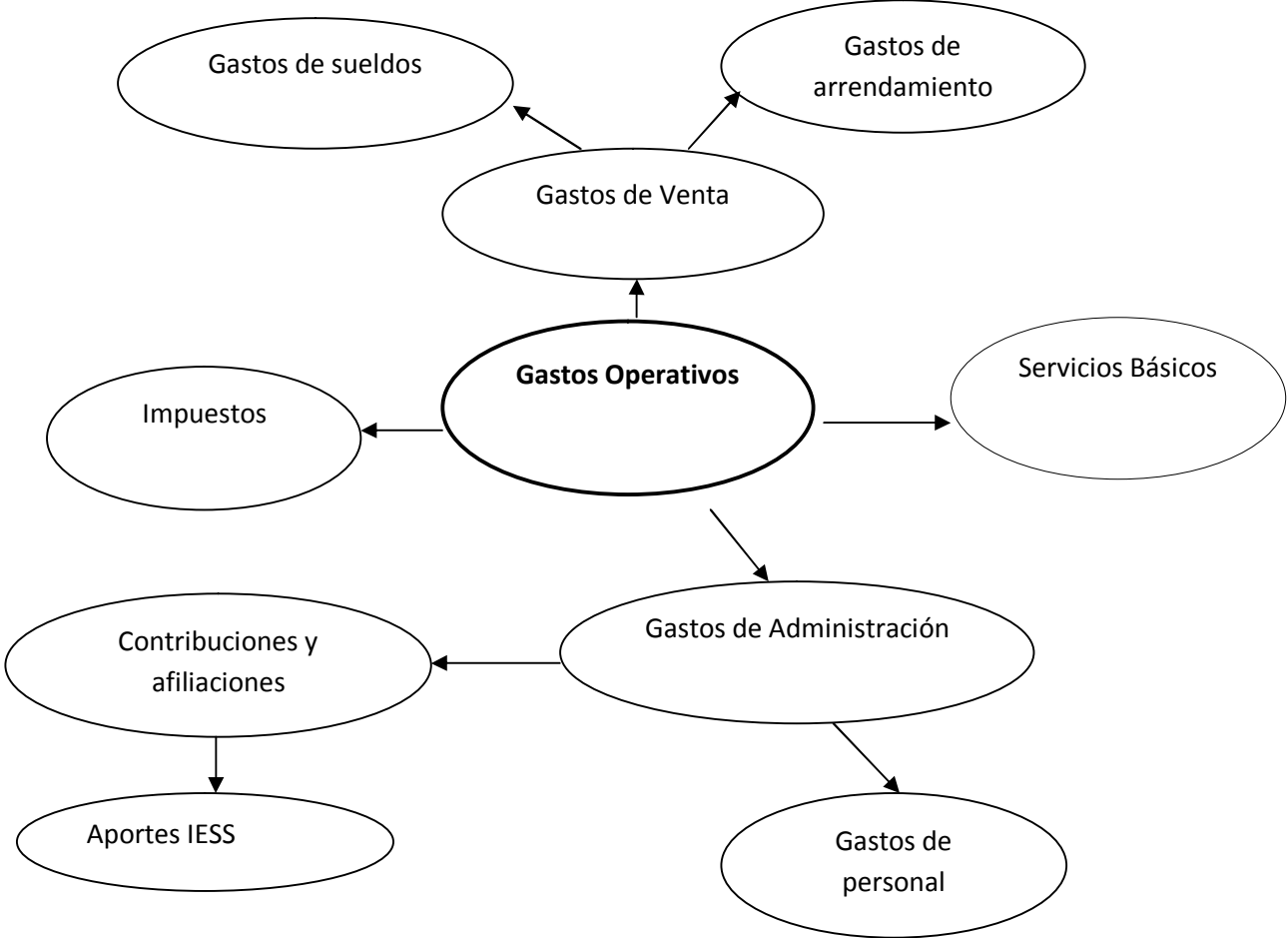


Gráfico N° 3

Elaborado por: Mauricio Medina

Gastos Operativos.

Según (Flores: 2010 en economía, Internet); “Se llama Gastos operacionales al dinero que una empresa o una organización debe desembolsar en concepto del desarrollo de las diferentes actividades que despliega. Entre los más comunes podemos citar los siguientes: pago por el alquiler del local o la oficina en la cual está asentada, pago de salarios a sus empleados y compra de suministros.

Es decir, de alguna manera, los gastos operacionales son los que una empresa destinará para mantener en actividad su condición de empresa o en su defecto para modificar la condición de inactiva en caso que no lo este para así poder volver a estar en óptimas condiciones de trabajo.

Los gastos operacionales se dividen en cuatro tipos: gastos administrativos (sueldos y aquellos servicios de la oficina), gastos financieros (pago por intereses, emisión de cheques), gastos hundidos (son aquellos gastos que se realizan antes del comienzo de las operaciones correspondientes a las actividades) y gastos de representación (incluyen gastos de viajes, de movilidad en los mismos, por comidas, entre otros).

A los gastos operacionales también se los suele llamar gastos indirectos, ya que como bien indicamos más arriba, los mismos corresponden al funcionamiento del negocio, por tanto, no resultan ser inversiones, como puede ser el gasto que se desembolsa por la compra de alguna máquina, que sí resulta ser una inversión.

Entonces, una inversión es la colocación de capital que se realiza con el objetivo de conseguir una ganancia futura, es decir, cuando se invierte se está resignando un beneficio inmediato por uno futuro.

Y aquí es donde radica la principal diferencia entre inversión y gastos operacionales, ya que estos últimos se encuentran absolutamente destinados al funcionamiento del negocio en cuestión y no se concretan a la espera de un futuro beneficio, sino que la misión es facilitar la subsistencia del negocio.”

Gastos de Administración

Los gastos operacionales de administración son los ocasionados en el desarrollo del objeto social principal del ente económico y registra, sobre la base de causación, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión administrativa encaminada a la dirección, planeación, organización de las políticas establecidas para el desarrollo de la actividad operativa del ente económico incluyendo básicamente las incurridas en las áreas ejecutiva, financiera, comercial, legal y administrativa.

Se clasifican bajo el grupo de gastos operacionales de administración, por conceptos tales como honorarios, impuestos, arrendamientos y alquileres, contribuciones y afiliaciones, seguros, servicios y provisiones.

Gastos de Personal

Registra los gastos ocasionados por concepto de la relación laboral existente de conformidad con las disposiciones legales vigentes, el reglamento interno del ente económico, pacto laboral o laudo.

DINÁMICA

Débitos

a) Por el valor pagado o causado por cada uno de los conceptos

Créditos

a) Por la cancelación del saldo al cierre del ejercicio.

Contribuciones y afiliaciones

Registra el valor de los gastos pagados o causados por el ente económico por concepto de contribuciones, aportes, afiliaciones y/o cuotas de sostenimiento, con organismos públicos o privados por mandato legal o libre vinculación.

DINÁMICA

Débitos

- a) Por el valor pagado o causado por cada uno de los conceptos

Créditos

- a) Por la cancelación del saldo al cierre del ejercicio.

Impuesto

Son tasas y contribuciones a las que están obligadas las personas naturales, sociedades y todos quienes desarrollen actividad económica en el país, como lo es Superskandinavo Cía. Ltda.; por ejemplo en la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, en su Capítulo uno, Normas Generales; Art. 1, Objeto del impuesto dice, establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con la presente ley.

Art.2, Para efectos de este impuesto se considera renta:

Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes , consistentes en dinero, especies o servicios; y, los ingresos obtenidos del exterior por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 98 de esta ley.

En el artículo 52 nos habla sobre el IVA; establécese el Impuesto al Valor Agregado, que grava al valor de la transferencia de dominio o importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta ley.

Gastos de Venta

Comprende los gastos ocasionados en el desarrollo principal del objeto social del ente económico y se registran, sobre la base de causación, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión de ventas encaminada a la dirección, planeación, organización de las

políticas establecidas para el desarrollo de la actividad de ventas del ente económico incluyendo básicamente las incurridas en las áreas ejecutiva, de distribución, mercadeo, comercialización, promoción, publicidad y ventas.

Se clasifican bajo los conceptos de gastos de personal, honorarios, impuestos, arrendamientos, contribuciones y afiliaciones, seguros, servicios, provisiones entre otros.

Gastos por sueldos

Registra los gastos ocasionados por concepto de sueldos por servicios recibidos para comercializar los productos en una empresa.

DINÁMICA

Débitos

a) Por el valor pagado o causado por cada uno de los conceptos

Créditos

a) Por la cancelación del saldo al cierre del ejercicio.

Gastos por arriendos

Registra el valor de los gastos pagados o causados por el ente económico originados en servicios de arrendamientos de bienes para el desarrollo del objeto social.

DINÁMICA

Débitos

a) Por el valor pagado o causado por cada uno de los conceptos

Créditos

a) Por la cancelación del saldo al cierre del ejercicio.

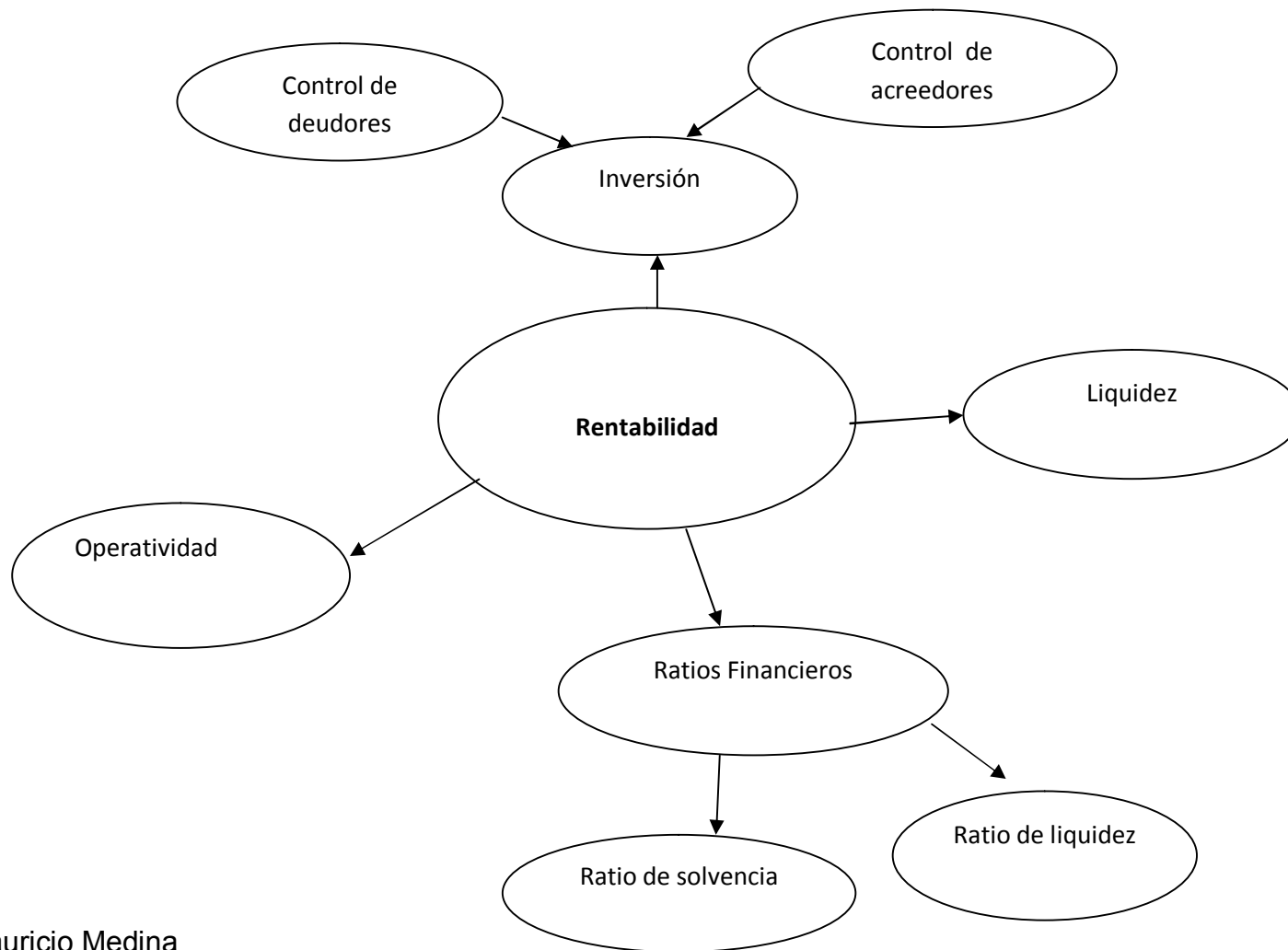


Gráfico N° 4

Elaborado por: Mauricio Medina

Rentabilidad

La rentabilidad es uno de los conceptos más importantes en las empresas modernas y más utilizado por la comunidad de negocios. La rentabilidad es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. La rentabilidad es, al menos una parte, de lo que busca el management con sus decisiones directivas. La rentabilidad es lo que miden los inversores al decidir si reinvierten sus ahorros en una determinada compañía, o si, por el contrario, retiran sus fondos. La rentabilidad es, probablemente, uno de los conceptos menos comprendidos por quienes lo utilizan a diario.

En el imaginario popular, un emprendimiento que logra producir ingresos mayores que sus costos, generando resultados positivos, se considera un emprendimiento rentable. En esta nota, veremos que el mero hecho de mostrar un beneficio contable no quiere decir que el emprendimiento sea rentable. De hecho, una empresa puede generar beneficios, pero no ser rentable. Este concepto suele ser bastante elusivo, por lo que trataremos de explicarlo con mayor detalle.

Es común escuchar decir a directivos y a empresarios que un negocio deja una rentabilidad de, por ejemplo, el 10%. Indagando sobre este concepto, vemos que normalmente eso quiere decir que el resultado de ese negocio deja un margen de 10% sobre las ventas. Para esta medición, algunas veces el resultado es medido utilizando el beneficio operativo, y otras utilizando el beneficio neto sobre ventas. Sin embargo, si preguntamos a un grupo de ejecutivos que ensayen una definición de rentabilidad, normalmente nos dicen que es el beneficio obtenido en un determinado período de tiempo, con respecto a la inversión comprometida. La rentabilidad descrita al principio, sin embargo, no incluye el monto de la inversión realizada. Como vemos, la misma definición de rentabilidad es bastante más compleja de lo que se puede suponer inicialmente. Nos proponemos aquí dos objetivos: 1) dar algunos lineamientos que ayuden a comprender mejor el concepto de rentabilidad

y su uso en la vida corporativa y 2) a partir de lo comprendido en el primer punto, discutir algunas acciones que pueden ayudar a mejorar la rentabilidad empresarial.

La rentabilidad obtenida. Decíamos que la definición de rentabilidad necesita tres componentes: 1) el beneficio obtenido, 2) el monto de capital invertido para obtenerlo y 3) el tiempo transcurrido desde que se realizó la inversión.

Esta sencilla definición nos indica la necesidad de definir sus componentes, es decir, necesitamos una definición de beneficio y una definición de capital invertido, siempre teniendo en cuenta el tiempo transcurrido.

Empecemos considerando el caso de un inversor que compra acciones en el mercado de capitales. Supongamos que el inversor compró una acción de la empresa X S.A. por 10 pesos hace un año, y puede vender esa misma acción hoy por su valor de mercado, 12 pesos. Supongamos también que esa acción le otorgó un dividendo de 1 peso a lo largo del año. Es fácil ver que el inversor obtuvo un beneficio de 12 pesos - 10 pesos = 2 pesos por el diferencial de precio y de 1 peso por el dividendo; es decir, obtuvo un beneficio de 3 pesos. Cuando hablamos de rentabilidad, sin embargo, no siempre estaremos interesados en la rentabilidad de un accionista en el mercado de capitales. Es más, muchas veces necesitaremos calcular la rentabilidad en empresas de capital cerrado sin la existencia de valores de mercado que nos facilitan la tarea. En algunos casos, buscaremos medir la rentabilidad obtenida por una línea de negocio, o por un proyecto de una empresa que no cotiza en bolsa. En esos casos, no podremos confiar en la valuación realizada por el mercado, por lo que será necesario obtener otras medidas del beneficio y del capital invertido. Normalmente, en esos casos solemos confiar en los valores que nos brinda la contabilidad financiera, los que, en algunos casos, pueden requerir algunos ajustes. Es necesario comprender que los conceptos de beneficio obtenido y de

capital invertido deberán ser definidos y analizados de manera congruente. Es claro que en un estado de resultados hay varios niveles -o definiciones- de beneficio y una de las maneras de comprenderlo mejor es la de separarlo en base a quién es su propietario.

El Beneficio Neto es el beneficio que obtuvo la empresa después de facturar la venta de todos sus productos y deducir todos los gastos y costos necesarios para su generación. Es incontrastable que este beneficio es de los accionistas dado que es el beneficio residual después de que todos los acreedores han cobrado sus acreencias. El beneficio antes de impuestos es el que está disponible tanto para los accionistas como para el Estado en su función de recaudación de impuestos.

Beneficio

Algunas personas aseguran que el único y principal propósito de un negocio es generar beneficios y cuanto mas grandes mejor. Fundamentalmente, todas las organizaciones sean comerciales o industriales, corporaciones públicas, de servicios, etc., existen para satisfacer las necesidades de sus clientes, sus empleados y sus propietarios.

Peter Drucker, el decano de los pensadores de gestión, afirma que el propósito de una empresa es crear un cliente. Con esta frase quiere decir que el propósito de cualquier empresa debe radicar fuera de ella, en la sociedad. Un negocio no puede existir sin clientes, y es el cliente el que a la larga determina lo que la empresa debe fabricar y vender, y como.

Las personas de dentro de la empresa pueden dirigirla para sus propósitos y fines, pero pueden tener éxito solo si estas políticas están dirigidas también a satisfacer las necesidades de los clientes.

Control de deudores.

Según Edward Geoffrey Wood en su libro Rentabilidad en la pequeña empresa, (1975: pág. 162); “El control de crédito es una necesidad de

todas las empresas, grandes o pequeñas, pero especialmente en las segundas, donde la demora de cobro o la aparición de cuentas incobrables puede comprometer a la supervivencia de la firma. Se tiende a usar la expresión control de crédito solo para el control de deudores, pero tal como veremos después, también es necesario controlar los acreedores.”

La mejor forma de controlar los créditos es vender y comprar solo al contado. Pero en la sociedad moderna la práctica generalmente aceptada por la mayoría de las firmas es conceder a sus clientes un período de crédito gratuito y aprovechar el crédito ofrecido por sus proveedores.

Por consiguiente, lo más esencial en el control de crédito es decidir la política que se va a seguir, es decir, cuanto crédito estamos preparados para conceder. Esto depende del margen uno se pueda permitir y de lo que esperen nuestros clientes, habida cuenta de lo que ofrecen nuestros competidores. Se deben fijar los límites de crédito, no solo en lo que se refiere a la cantidad máxima concedida a cada cliente, sino a lo que respecta en el número de días concedidos para cada factura.

Partiendo de estas decisiones se puede definir nuestras condiciones de pago y asegurarnos de que estas estén plenamente definidas en nuestras condiciones generales. Por lo menos, las condiciones de venta y plazos de pagos se deben indicar en documentos tales como facturas, listas de precios, catálogos y ofertas, así como en el formulario de confirmación de pedido.

Control de acreedores

Según Edward Geoffrey Wood en su libro Rentabilidad en la pequeña empresa, (1975: pág. 165); “Es evidente que el control de deudores es necesario, pero muchas pequeñas empresas que vigilan el dinero que entra tienden, en cambio, a descubrir su salida.

Está claro que los jornales y los sueldos se han de pagar con prontitud, pero los proveedores con frecuencia tienen que esperar para recibir su dinero. Por supuesto si nuestros clientes se demoran en pagar, no tendremos más opción que retrasar el pago a nuestros proveedores. Pero es muy fácil aceptar el crédito prorrogado de los proveedores y encontrarse de pronto con que la deuda total ha crecido de un modo alarmante.”

Del mismo modo que el control de deudores empieza antes de aceptar el pedido, el de acreedores inicia antes de formular el pedido correspondiente, en la fase de compras. Tiene poca utilidad pensar controlar los acreedores cuando la deuda ya es de carácter excesivo. Precisamente una de las ventajas del presupuesto de disponible estriba en que las decisiones de compra se pueden relacionar con el presupuesto para ver el efecto que producirán sobre los resultados planeados.

Costos.

Para (Vásquez Juan Carlos: 1995, Internet), “Costo es el sacrificio, o esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo.

Los objetivos son aquellos de tipo operativos, como por ejemplo: pagar los sueldos al personal de producción, comprar materiales, fabricar un producto, venderlo, prestar un servicio, obtener fondos para financiarnos, administrar la empresa, etc.”

Si no se logra el objetivo deseado, decimos que tenemos una pérdida. La mercadería que se deteriora por contaminación y queda inutilizada, es una pérdida; porque, a pesar del esfuerzo económico no tiene un objetivo determinado.

El costo es fundamentalmente un concepto económico, que influye en el resultado de la empresa.

El desembolso es un concepto de tipo financiero, que forma parte del manejo de dinero. Su incidencia está relacionada con los movimientos (ingresos y egresos) de caja o tesorería.

Uno puede comprar un insumo mediante un pago en dinero (erogación), pero hasta que ese insumo no sea incorporado al producto que se elabora y luego se vende, no constituye un costo. Es un desembolso.

Hay bienes que se compran y que se utilizan en el sistema productivo, pero que no se incorporan al producto como insumo, sino que se utilizan durante un tiempo para ayudar en su elaboración. Por ejemplo: maquinarias, equipos, instalaciones, bienes de uso, etc.

Tipos de costos

Es necesario clasificar los costos de acuerdo a categorías o grupos, de manera tal que posean ciertas características comunes para poder realizar los cálculos, el análisis y presentar la información que puede ser utilizada para la toma de decisiones.

Clasificación según la función que cumplen

Costo de Producción

Son los que permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación. Por ejemplo:

- Costo de la materia prima y materiales que intervienen en el proceso productivo
- Sueldos y cargas sociales del personal de producción.
- Depreciaciones del equipo productivo.
- Costo de los Servicios Públicos que intervienen en el proceso productivo.
- Costo de envases y embalajes.

- Costos de almacenamiento, depósito y expedición.
- Costo de Comercialización

Es el costo que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios a los clientes. Por ejemplo

- Sueldos y cargas sociales del personal del área comercial.

Comisiones sobre ventas.

- Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería.
- Seguros por el transporte de mercadería.
- Promoción y Publicidad.
- Servicios técnicos y garantías de post-ventas.

Costo de Administración

- Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo:
- Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la empresa.
- Honorarios pagados por servicios profesionales.
- Servicios Públicos correspondientes al área administrativa.
- Alquiler de oficina.
- Papelería e insumos propios de la administración.

Costo de financiación

Es el correspondiente a la obtención de fondos aplicados al negocio. Por ejemplo:

- Intereses pagados por préstamos.

- Comisiones y otros gastos bancarios.
- Impuestos derivados de las transacciones financieras.
- Clasificación según su grado de variabilidad

Esta clasificación es importante para la realización de estudios de planificación y control de operaciones. Está vinculado con las variaciones o no de los costos, según los niveles de actividad.

Costos Fijos

Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa. Por ejemplo:

- Alquileres
- Amortizaciones o depreciaciones
- Seguros
- Impuestos fijos
- Servicios Públicos (Luz, TE., Gas, etc.)

Sueldo y cargas sociales de encargados, supervisores, gerentes, etc.

Costos Variables

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo:

Mano de obra directa (a destajo, por producción o por tanto).

- Materias Primas directas.

- Materiales e Insumos directos.
- Impuestos específicos.
- Envases, Embalajes y etiquetas.
- Comisiones sobre ventas.
- Clasificación según su asignación

Costos Directos

Son aquellos costos que se asigna directamente a una unidad de producción. Por lo general se asimilan a los costos variables.

Costos Indirectos

Son aquellos que no se pueden asignar directamente a un producto o servicio, sino que se distribuyen entre las diversas unidades productivas mediante algún criterio de reparto. En la mayoría de los casos los costos indirectos son costos fijos.

Clasificación según su comportamiento

Costo Variable Unitario

Es el costo que se asigna directamente a cada unidad de producto. Comprende la unidad de cada materia prima o materiales utilizados para fabricar una unidad de producto terminado, así como la unidad de mano de obra directa, la unidad de envases y embalajes, la unidad de comisión por ventas, etc.

Costo Variable Total

Es el costo que resulta de multiplicar el costo variable unitario por la cantidad de productos fabricados o servicios vendidos en un período determinado; sea éste mensual, anual o cualquier otra periodicidad.

La fórmula del costo variable total es la siguiente:

$$\text{Costo Variable Total} = \text{Costo Variable Unitario} \times \text{Cantidad}$$

Para el análisis de los costos variables, se parte de los valores unitarios para llegar a los valores totales.

En los costos fijos el proceso es inverso, se parte de los costos fijos totales para llegar a los costos fijos unitarios.

Costo Fijo Total

Es la suma de todos los costos fijos de la empresa

Costo Fijo Unitario

Es el costo fijo total dividido por la cantidad de productos fabricados o servicios brindados.

$$\text{Costo fijo Unitario} = \text{Costo Fijo Total} / \text{Cantidad}$$

Costo Total

Es la suma del Costo Variable más el Costo Fijo.

Se puede expresar en Valores Unitarios o en Valores Totales

$$\text{Costo Total unitario} = \text{Costo Variable unitario} + \text{Costo Fijo unitario}$$

$$\text{Costo Total} = \text{Costo Variable Total} + \text{Costo Fijo Total}$$

Ratios Financieros

Según Edward Geoffrey Wood en su libro Rentabilidad en la pequeña empresa, (1975: pág. 94,95); Partiendo del conjunto de informes contables pueden encontrarse muchos centenares de ratios, pero muchos de ellos carecen de importancia, o son una forma distinta de expresar el mismo concepto básico. Existen alrededor de una docena de ratios claves que son verdaderamente importantes.

La importancia del análisis de los ratios reside en el estudio de la tendencia dentro de una compañía, a lo largo de un período de varios años. Dado que este enfoque significa comparar situaciones semejantes,

existe el pequeño riesgo de interpretar mal las tendencias principales; entre ellos tenemos:

- Rendimiento de capital.- Se divide el beneficio antes de reducir impuestos para el activo neto.
- Beneficio en las ventas.- Se divide el beneficio antes de reducir impuestos para los ingresos por ventas.
- Rotación de capital.- Se divide el ingreso por ventas para el activo neto.
- Ratio del valor añadido.- Se divide el valor añadido para el valor de la producción.
- Valor añadido por unidad monetaria de capital.- se divide el valor añadido para el total de sueldos y salarios.

Estos ratios son índices de eficiencia y constituyen la medida de la eficacia de la dirección en la utilización de recursos a disposición de la empresa.

Ratio de liquidez.

Algunos especialistas prefieren utilizar como medida de la solvencia el ratio de liquidez en lugar del de solvencia. El ratio de liquidez, conocido algunas veces como la prueba decisiva, es el cociente entre el activo neto y el pasivo circulante.

En el activo neto se incluye el efectivo y los deudores, pero no las existencias. Algunas personas dicen que para este ratio se debe deducir los créditos bancarios del pasivo circulante, basándose para esta afirmación en que el crédito no será exigido totalmente de una vez.

Existen opiniones divididas en cuanto a cuál debería ser el ratio mínimo deseable, pero lo importante es la tendencia.

Ratio de Solvencia.

El ratio de solvencia es decir, el ratio entre el activo circulante y el pasivo del mismo carácter, lo emplean mucho las empresas de carácter financiero como medida de su solvencia. Suele decirse que las compañías manufactureras con un ratio de solvencia de 2 o más están a salvo de peligros, y por tanto son una buena garantía para un préstamo por parte del banco.

En la práctica, muchas compañías operan a mucha satisfacción a un ratio de solvencia 1.5 o incluso menores, es evidente que si el ratio desciende por debajo de 1, ello sería un motivo de preocupación, porque implicaría que, con objeto de hacer frente a todo el pasivo circulante, la compañía se vería obligada a liquidar algunos de sus renglones de activo fijo.

Operatividad.

Entendemos por operatividad, en el campo de las relaciones humanas, la relación entre dos o más personas, que dedican parte de su tiempo y capacidades a realizar un objetivo común, previamente determinado.

La operatividad se da dentro del estado evolutivo de la civilización y de la cultura. La operatividad es esencialmente previsión y convenio.

Como resultado positivo, la operatividad ha permitido el crecimiento de la especie humana, la prolongación de la existencia, el confort en que vivimos y los impresionantes avances de la civilización.

Etimología. Operatividad viene de obra, en el latín opus. Encierra la idea de trabajo, acción, de una manera muy positivamente humana y creativa.

Observemos las aplicaciones del término obra de arte, obra de un gobierno, ópera, operación quirúrgica, obra maestra, operación militar. Todas ellas sugieren al ser humano, en su máxima actividad creativa.

Obra contrasta con trabajo, entendido como dificultad. Por ejemplo, trabajo de parto, los trabajos de Hércules. Animales y hombres trabajan. Pero sólo los hombres son capaces de realizar obras.

Historia de la operatividad

La tribu apenas tiene operatividad. La historia de la operatividad es la historia de la civilización, que comienza cuando el humano es capaz de prever su alimentación, transformando la caza en crianza y la recolección de vegetales en agricultura. Crianza de animales y agricultura son las normas iniciales y básicas de la operatividad.

El enriquecimiento progresivo que resulta de la disponibilidad de los alimentos, va creando la civilización y junto con ella los males que, según nuestra interpretación determinan los problemas de la humanidad, originados en el anhelo obsesivo de poder del hombre sobre su semejante.

La operatividad permite el dominio del hombre sobre la naturaleza y del hombre sobre el hombre. La primera de las formas históricas de este último dominio es la esclavitud, conocida desde los confines de la historia.

Después se origina una estructura humana, a través de la división de los hombres en rangos, castas, jerarquías y su funcionamiento a través de la organización.

Ya hemos propuesto que fue el Imperio Romano, a través del poder militar y el político, el que organizó la operatividad. El romano utilizó el derecho para asentar su poder.

La operatividad civilizada se realiza a través de la organización; sin ella nuestra época contemporánea no podría comprenderse.

En nuestra época un japonés suele decir, al presentarse, su nombre, apellido y la organización empresarial a la que pertenece.

Las organizaciones contemporáneas dan al hombre trabajo, sueldo, salud, seguridad para su vejez, distracciones, sociabilidad, pertenencia. En cierta manera vienen a cumplir funciones de tribu, familia y grupo, a condición de que se produzca.

2.5 Hipótesis

Los gastos no relacionados con la operatividad inciden en la rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda.

2.6 Señalamiento de Variables

- **Variable independiente:** Los gastos de operatividad

- **Variable dependiente:** La rentabilidad

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 ENFOQUE

La presente investigación tiene un enfoque enmarcado en el paradigma positivista, ya que muestra que la realidad es única, puede ser fragmentada para su análisis y las partes pueden ser manipuladas independientemente. De acuerdo con la concepción dialéctica del conocimiento existen múltiples realidades construidas por cada persona, por lo tanto, el estudio de una parte está influido por el estudio de las otras partes de esa realidad, se basa al análisis de datos cuantitativamente y nos permite emitir hechos reales de investigación de campo.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.

Existen varias modalidades de investigación, pero en el presente trabajo debido a la naturaleza de la investigación se utiliza las siguientes:

Investigación Bibliográfica.

Este tipo de investigación es básica y fundamental, ya que de ella depende la conceptualización de muchos temas, criterios y teorías basándose en documentos como fuentes primarias y secundarias, los cuales sirven para que el investigador entienda las diferentes tendencias en los estudios y esto pase a formar parte de lo que se presenta como investigación.

Investigación Campo.

Se tomará como herramienta este tipo de investigación ya que el trabajo se lo realizará en el Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda., teniendo contacto directo con quienes forman parte del problema de investigación obteniendo información real y contando con facilidades de accesibilidad a la información que esta presenta como parte del objeto de estudio.

3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Exploratorio

Este tipo de investigación utiliza una metodología flexible con un estudio estructurado ya que cumple procesos, nos permite reconocer variables de interés investigativo en un problema poco investigado o desconocido en un contexto particular, nos permite generar hipótesis con un mayor amplitud y dispersión para buscar nuevas soluciones a los problemas de estudio.

Descriptivo

Nos permite tener un conocimiento suficiente de las características de las variables, para en base a eso emitir predicciones en cuanto a un tema de estudio, precisa clasificar elementos, modelos de comportamiento que en base a criterios que son de carácter medible o cuantificable.

3.4 POBLACION Y MUESTRA

Población.

El presente trabajo de investigación tiene un carácter documental por lo que Superskandinavo Cía. Ltda., cuenta con 194 documentos de egresos de bancos correspondientes a gastos de operatividad realizados en la empresa durante el segundo período económico del año 2010. También se utilizará la opinión del personal encargado de tomar la decisión en cuanto al desembolso de gastos en la empresa.

Muestra.

Para la determinación de la muestra se ha creído conveniente utilizar una formula ya que por la naturaleza de la investigación como se menciona anteriormente N=194 documentos, una vez totalizada la muestra se la tomara a través del muestreo estratificado por cuanto se necesita agrupar los gastos tales como gastos por sueldo, servicios básicos, entre otros los cuales serán seleccionados aleatoriamente.

Además se tomara como una segunda población al personal administrativo contable el cual esta conformado por cuatro personas así; el gerente, la contadora, y dos auxiliares contables, ya que estos son los encargados de decidir sobre los egresos por gastos que realiza la empresa, de tal manera que al aportar con su opinión ayudaran con mucho contenido sobre los desembolsos que posee la empresa.

Determinándose el tamaño de la muestra para los documentos de la siguiente manera:

FÓRMULA:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + N e^2}$$

n= Tamaño de la muestra

Z=Nivel de confiabilidad 95% → 0.95/2=0.4750 → Z=1.96

P=Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q=probabilidad de no ocurrencia 1-0.5=0.5

N=población 194 (documentos)

e=Error de muestreo 0.05 (5%)

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)194}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + 194(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)194}{(3.8416)(0.25) + 194(0.0025)}$$

$$n = \frac{186.32}{0.9604 + 0.485}$$

$$n = 124$$

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

3.5.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

TABLA N^o 1

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS O INSTRUMENTOS
<p>Gastos Operativos:</p> <p>Se puede definir como desembolsos o sus equivalentes, que al estar relacionados con la generación de una renta, son indispensables para que una empresa funcione. Es decir constituyen la utilización necesaria y efectiva de bienes y/o servicios para efectuar las actividades comerciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desembolsos • Bienes • Servicios • Renta 	<ul style="list-style-type: none"> • % de gastos Administrativos • % de gastos Ventas. • % de gastos en mercaderías para la venta. • Consumo mensual de telefonía, agua y energía eléctrica. • % de ingresos operacionales y no operacionales 	<p>¿Existe el número de empleados que justifique el monto por gasto de nomina?</p> <p>¿Cuáles son los motivos por lo que se utiliza recursos económicos que no son del ciclo normal de adquisición de mercaderías?</p> <p>¿Se incurre en gastos que son del giro de la empresa?</p> <p>¿Qué ingresos se toman en cuenta para el incremento de las utilidades en al empresa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de observación (Checklist) a los documentos que describen roles y desembolsos por gastos, así como los egresos de dinero que reposan en la empresa. • Entrevista al personal encargado de tomar las decisiones como la administradora, contadora, y auxiliar de contabilidad.

Elaborado por: Mauricio Medina

3.5.2 OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

TABLA N° 2

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS O INSTRUMENTOS
<p>Rentabilidad se conceptúa como:</p> <p>Aquella que mide la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y la utilización de las inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión • Operatividad • Liquidez 	<ul style="list-style-type: none"> • Rendimiento del activo total. • Rendimiento del capital. • Utilidad Bruta. • Utilidad Neta. • Indicadores de Liquidez. 	<p>¿El porcentaje de rendimiento responde a la operatividad que mantiene la empresa?</p> <p>¿Se aprecia la disminución de la utilidad?</p> <p>¿Existe la capacidad económica para solventar los gastos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista dirigida a encargados del control de la empres, auxiliar de contabilidad, administradora, y contadora. • Checklist a documentos que constituyen egresos de bancos.

Elaborado por: Mauricio Medina

3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

TABLA N° 3

TEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	PERSONAS U OBJETOS	RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN	FECHA DE INVEST.	LUGAR	N° INVEST.	MATERIAL A UTILIZAR
Análisis de los gastos operativos y su incidencia en la rentabilidad de Superskandinavo Cía. Ltda., durante el segundo semestre del año 2010	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar la incidencia de los gastos no relacionados con la operatividad de Superskandinavo, para mejorar la rentabilidad. • Analizar la composición de los gastos para determinar su operatividad en la empresa. • Precisar el nivel de gastos de operación para definir estándares de comercialización y generar mejores réditos. 	<p>Personal administrativo y contable.</p> <p>Documentos: egresos de bancos.</p>	Investigador (Mauricio Medina)	<p>Checklist a través de la observación de los documentos de la muestra que se utiliza en la investigación</p> <p>Entrevista aplicada al personal administrativo y contable. Es una técnica de gran efectividad porque contribuye a un conocimiento profundo del objeto de estudio y al análisis de sus necesidades específicas.</p>	Mayo 2010	<p>Supermercado, Superskandinavo Cía. Ltda.</p> <p>Ambato – Ecuador</p>	124	<ul style="list-style-type: none"> • Esferográficos. • Cuestionarios. • Grabadora • Computador • Hojas

Elaborado por: Mauricio Medina

3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

Para el procesamiento de la información se aplicara los siguientes pasos:

- Se analizan los gastos a través la observación a los documentos de egresos por gastos (VER ANEXO N°2) que posee la empresa Superskandinavo Cía. Ltda., la cual nos posibilita determinar que gastos pertenecen a la operatividad de la empresa y cuales no, a través de una estratificación de la muestra como se lo expreso anteriormente en el punto 3.4.
- La información que se logra mediante las técnicas e instrumentos de investigación mencionadas, permiten que a través de una entrevista con la contadora nos ayuden a tener certeza de que los gastos determinados corresponden a los operativos y no operativos respectivamente.
- Se analizará tabulando y graficando los resultados obtenidos mediante procedimientos estadísticos, tales como cuadros, tablas y gráficos, para lograr una mejor comprensión y facilitar la toma de decisiones con respecto a los resultados.
- e realizará la interpretación los resultados estadísticos, en relación a los objetivos de investigación planteados.

CAPITULO IV

4.1/4.2 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el presente trabajo se ha realizado la revisión de los documentos, por consiguiente nuestra herramienta de trabajo es documental, por lo que se tabulará los resultados obtenidos en la ficha de observación (Checklist).

Pregunta N 1.- **¿Consta la numeración del cheque que se emite en el documento de egreso?**

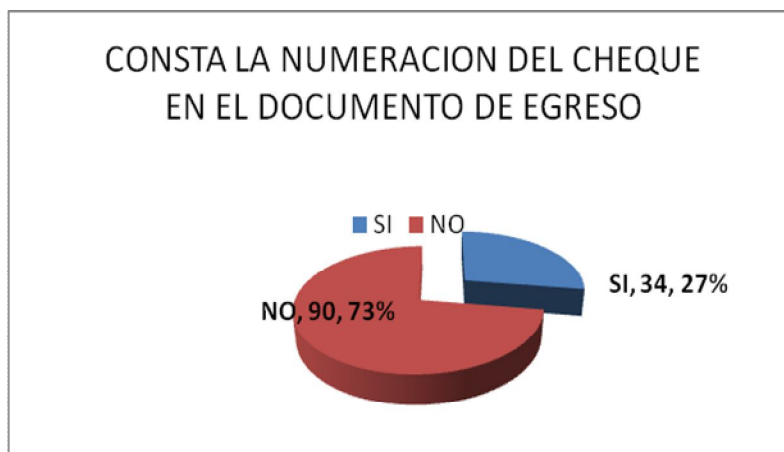
Tabla N^o.-4

VARIABLE	DOCUMENTOS	%
SI	34	27
NO	90	73
TOTAL	124	100,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: Checklist

Gráfico N^o.-5



Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: tabla N^o 4

Análisis.

De los documentos revisados y cotejados con el Checklist, se puede evidenciar que 90 de los documentos no presentan el número del cheque los mismos que representan el 73%, y solo en 34 se presenta la numeración en el egreso de bancos correspondiendo al 27%.

Interpretación.

En su mayoría los documentos de egresos no contienen el número del cheque con el que se cancela el gasto, por lo que no permite tener un control adecuado y confiable de la secuencia y frecuencia con la que se emiten los cheques por gastos.

Pregunta N 2.- **¿Se detalla claramente por qué se emite en el egreso correspondiente?**

Tabla N^o.- 5

VARIABLE	DOCUMENTOS	%
SI	56	45
NO	68	55
TOTAL	124	100,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: Checklist

Gráfico N^o.- 6



Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: tabla N^o- 5

Análisis.

68 documentos que corresponden al 55% no detallan con claridad las razones por las que se emiten los egresos y solo el 27% que corresponden a 34 documentos se puede identificar con claridad la actividad por la que se emite el egreso correspondiente.

Interpretación.

En la mayoría de los documentos no se encuentra un detalle claro especificando los motivos reales por lo que se incurrió en gastos, determinando que existen gastos que no se relacionan con la operatividad de la empresa.

Pregunta N 3.- **¿Los egresos constan con su respectiva numeración?**

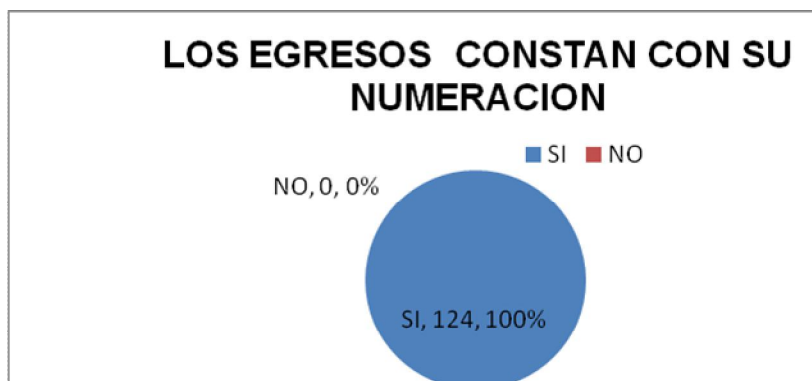
Tabla N^o.-6

VARIABLE	DOCUMENTOS	%
SI	124	100
NO	0	0
TOTAL	124	100,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: Checklist

Gráfico N^o.-7



Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: tabla N^o.- 6

Análisis.

El total de los documentos que ascienden a 124 contienen se numeración correspondiente, ya que su formato se lo realiza pre impreso y por ende se lo imprime con su respectiva numeración lo que corresponde al 100% de confiabilidad.

Interpretación.

Cada documento presta garantías en cuanto a la numeración específica dando cumplimiento a las políticas de control interno, lo que no se puede evidenciar es la exactitud de la numeración en el sistema contable con la numeración física del documento.

Pregunta N 4.- **¿Los egresos presentan tachones o borrones?**

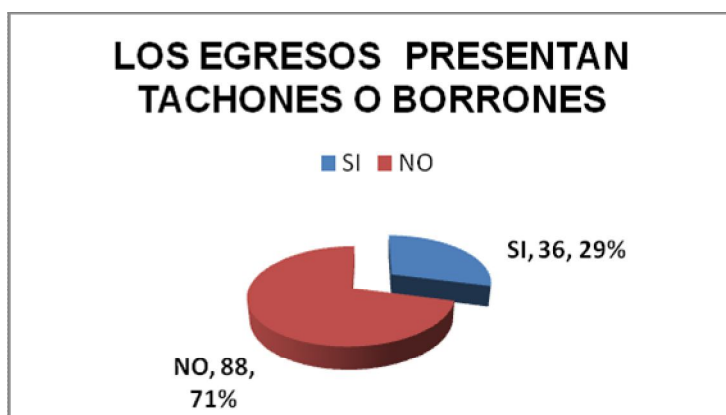
Tabla N^o.- 7

VARIABLE	DOCUMENTOS	%
SI	36	29
NO	88	71
TOTAL	124	100,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: Checklist

Gráfico N^o.- 8



Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: tabla N^o.- 7

Análisis.

De los documentos observados solo el 29% presentan tachones, borrones o algún tipo de anomalía y el 71% de los documentos se presentan de una manera transparente sin presentar ningún tipo de alteración.

Interpretación.

Con los datos anteriormente presentados con facilidad se puede apreciar que la mayor parte de los documentos observados son confiables ya que no presentan ningún tipo de tachones o borrones, con lo cual se puede afirmar que no existen adulteraciones por los motivos que se emite el respectivo egreso, y tan solo un pequeño porcentaje de documentos presentan la anomalía anotada.

Pregunta N 5.- **¿Se detalla la fecha de emisión del egreso?**

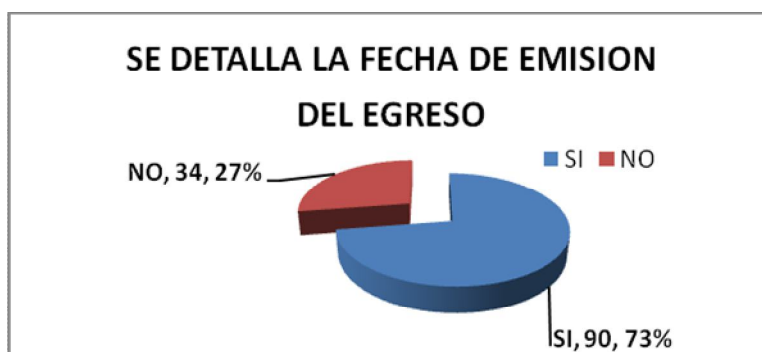
Tabla N^o.- 8

VARIABLE	DOCUMENTOS	%
SI	90	73
NO	34	27
TOTAL	124	100,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: Checklist

Gráfico N^o.- 9



Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: tabla N^o.- 8

Análisis.

De los documentos observados el 73 % de los egresos registran fecha de emisión y solo en un 27% que corresponden a 34 de los mismos no se puede observar dicha particularidad.

Interpretación.

Con los datos analizados anterioridad, claramente podemos determinar que en su mayoría los documentos detallan fecha de emisión pues esto brinda un alto grado de fiabilidad en cuanto a cronología en la que se emite los egresos, ya que se lo realiza con un formato pre impreso y pre numerado.

Pregunta N 6.- **¿Existen firmas de autorización en el documento de egreso?**

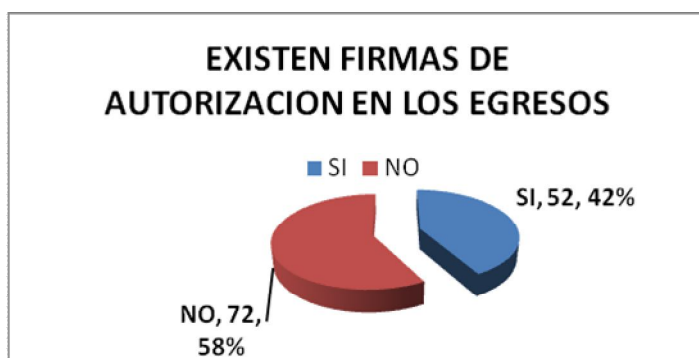
Tabla N^o.- 9

VARIABLE	DOCUMENTOS	%
SI	52	42
NO	72	58
TOTAL	124	100,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: Checklist

Gráfico N^o.- 10



Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: tabla N^o.- 9

Análisis.

El 58% de los documentos de egresos no presentan firmas de autorización y solo un 42% si llevan el autorizado respectivo.

Interpretación.

Aun que no existe una diferencia marcada se puede evidenciar que en un alto número estos gastos no son autorizados por parte del departamento de administración, y estos se los realiza por cumplir con la obligación con una autorización verbal en muy pocas ocasiones.

Pregunta N 7.- ¿Los comprobantes de gastos están relacionados con la operatividad?

Tabla N⁰.- 10

VARIABLE	DOCUMENTOS	%
SI	39	31
NO	85	69
TOTAL	124	100,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: Checklist

Gráfico N⁰.- 11



Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: tabla N⁰.- 10

Análisis.

El 69% de los egresos no se encuentran relacionados con la operatividad de la empresa y solo el 31% tienen relación directa con algún tipo de actividad que realiza Superskandinavo Cía. Ltda.

Interpretación.

Se evidencia con el análisis previo que la mayoría de los gastos que se efectúan en Superskandinavo Cía. Ltda., no tienen relación directa con la comercialización, actividad normal de la empresa, puesto que se los dirige como parte de afinidad empresarial y otras formas de guiar los gastos.

Pregunta N 8.- **¿Consta la identificación del beneficiario?**

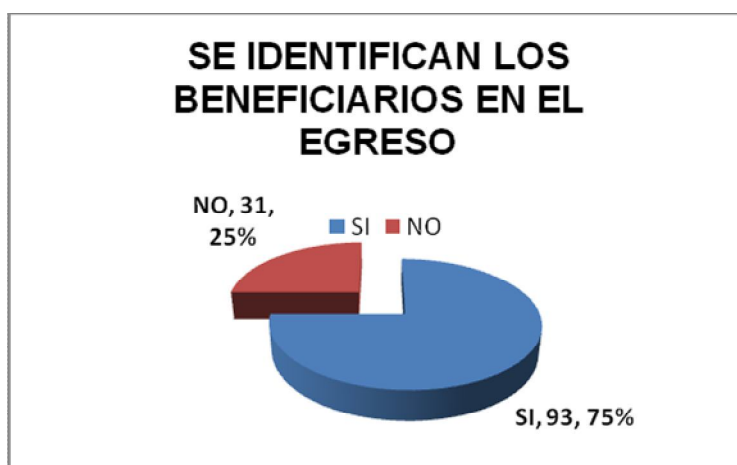
Tabla N^o.- 11

VARIABLE	DOCUMENTOS	%
SI	93	75
NO	31	25
TOTAL	124	100,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: Checklist

Gráfico N^o.- 12



Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: tabla N^o.- 11

Análisis.

El 75% de los documentos revisados si presentan identificación de los beneficiarios tan solo un 25% no detalla con claridad a quien se dirige el gasto.

Interpretación.

En un porcentaje muy alto se puede evidenciar que los documentos anteriormente analizados presentan el nombre de quien es beneficiario, cabe recalcar en mucho de los casos no se cuenta con documentos previos de respaldo.

Pregunta N 9.- **¿Existe firma de responsabilidad por quien cobra el egreso?**

Tabla N^o- 12

VARIABLE	DOCUMENTOS	%
SI	46	37
NO	78	63
TOTAL	124	100,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: Checklist

Gráfico N^o.- 13



Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: tabla N^o.- 12

Análisis.

Del total de los documentos observados, solo el 37% constan con firmas de responsabilidad e identificación por parte de quien lo cobra, quedando el 63% de los mismos sin responsabilidad alguna.

Interpretación.

El mayor porcentaje de los documentos no presentan firma de responsabilidad, ya que solo se puede evidenciar símbolos caligráficos mas no una identificación valedera de responsabilidad, y solo en un pequeño porcentaje se aprecia claramente.

Pregunta N 10.- **¿Los comprobantes tiene el documento de respaldo para el gasto?**

Tabla N^o.- 13

VARIABLE	DOCUMENTOS	%
SI	55	44
NO	69	56
TOTAL	124	100,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: Checklist

Gráfico N^o.- 14



Elaborado por: Mauricio Medina

Fuente: tabla N^o.- 13

Análisis.

El 56% de los datos analizados corresponden a comprobantes de egresos que no presentan documentos de respaldo para el gasto en Superskandinavo Cía. Ltda.

Interpretación.

La mayoría de documentos observados no tiene como respaldo documento alguno, tales como facturas, notas de venta emitidas por quien es beneficiario, pues estos se los realiza con papeles que no constituyen garantía para afirmar que el gasto sea parte de la operatividad de la empresa.

4.3 VERIFICACION DE LA HIPOTESIS

Existen algunos métodos estadísticos para el proceso de la verificación de la hipótesis, en el presente se utilizará el método de Chi-Cuadrado, debido a que nuestra muestra es numerosa permitiéndonos utilizar tablas de contingencia relacionadas con las variables del problema. Esta prueba nos permitirá comprobar la hipótesis planteada a través de la recolección de datos.

4.3.1 Planteamiento de la hipótesis

Es necesario plantear dos tipos o clases de hipótesis, una nula y la otra alternativa, puesto que al obtener los resultados de la aplicación de la prueba de chi-cuadrado, la hipótesis planteada en la investigación puede ser aceptada o a su vez rechazada.

Hipótesis de investigación

Los gastos no relacionados con la operatividad inciden en la rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda.

4.3.1.1 Formulación de la hipótesis nula y la hipótesis alternativa.

Hipótesis Nula H_0 .

H_0 : Los gastos no relacionados con la operatividad no incide en la rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda.

$$H_0: \chi^2 \leq 3.84 \text{ tabla}$$

Hipótesis Alternativa H_1 .

H_1 : Los gastos no relacionados con la operatividad inciden en la rentabilidad del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda.

$$H_1: \chi^2 \geq 3.84 \text{ tabla}$$

4.3.2 Nivel de significación

Se va a trabajar con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% de que la muestra se representativa al universo de estudio, puesto que estos porcentajes son de carácter general para una investigación pudiendo variar al 10% en el margen de error y en función a este la confiabilidad de ahí que el nivel de significación es del $\alpha = 0.05$

4.3.3 Descripción de la población

Nuestra población asciende a 194 documentos universo del cual podremos extraer nuestra muestra objeto de análisis, la cual se la toma a través de un muestro estratificado y a su vez aleatoriamente como se lo explico en el capitulo anterior dándonos un numero de 124 documentos, considerando que lo que se observa en la población se observa en la muestra.

4.3.5 Selección del estadístico para verificar la hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis existen muchos métodos como t-student, chi-cuadrado, etc., pero para nuestro trabajo vamos a utilizar la prueba de chi-cuadrado, ya que por intermedio de esta podemos comprobar si la hipótesis planteada inicialmente es verdadera o no, a través de la utilización de tablas de contingencia que no son otra cosa que tablas de doble entrada, donde se consideran frecuencias observadas y frecuencias esperadas o teóricas que son calculadas sujetándose a una hipótesis.

Formula chi-cuadrado:

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Donde:

X^2 = chi – cuadrado

f_o = frecuencia de valores observados

f_e = frecuencia de valores esperados

4.3.6 El estadístico pertinente

4.3.6.1 Proceso de la Chi- cuadrado

- Elaboración de las tablas de contingencia

Para la elaboración de las tablas de contingencia se consideraron dos preguntas, las cuales se consideran que poseen la mayor parte de la información necesaria extraída de la observación de los documentos de Superskandinavo Cía. Ltda., para la comprobación de nuestra hipótesis.

Tabla de Contingencia N° 14

FRECUENCIAS OBSERVADAS

PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL
¿Los comprobantes de gastos están relacionados con la operatividad?	39	85	124
¿Los comprobantes tiene el documento de respaldo para el gasto?	55	69	124
TOTAL	94	154	248

Elaborado por: Mauricio Medina

Tabla de Contingencia N° 15

FRECUENCIAS ESPERADAS

PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL	%
¿Los comprobantes de gastos están relacionados con la operatividad?	47,0	77,0	124	0,5
¿Los comprobantes tiene el documento de respaldo para el gasto?	47,0	77,0	124	0,5
TOTAL	94	154	248	1,00

Elaborado por: Mauricio Medina

Cálculos:

$$\frac{94 \times 124}{248} = 47$$

$$\frac{94 \times 124}{248} = 47$$

$$\frac{154 \times 124}{248} = 77$$

$$\frac{154 \times 124}{248} = 77$$

- Aplicación de la fórmula del estadístico chi – cuadrado

Formula

$$X^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

X^2 = chi – cuadrado

fo = frecuencia de valores observados

fe = frecuencia de valores esperados

Σ = sumatoria

Tabla N° 16

Calculo de Chi-cuadrado

fo	fe	fo-fe	(fo-fe)²	(fo-fe)²/fe
39,00	47,00	-8,00	64,00	1,36
85,00	77,00	8,00	64,00	0,83
55,00	47,00	8,00	64,00	1,36
69,00	77,00	-8,00	64,00	0,83
			X²	4,39

Elaborado por: Mauricio Medina

Resultado obtenido en la tabla con la aplicación de la formula de chi-cuadrado es de 4,39.

- Cálculo de grados de libertad

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula:

gl = grados de libertad

f= filas

c= columnas

gl= (número de filas -1)*(número de columnas -1)

gl = (f-1) (c-1)

gl= (2 - 1)*(2 -1)

gl= (1)* (1)

gl= 1

- Tabla de distribución chi-cuadrado

TABLA N^o 17

DISTRIBUCION DE χ^2

Grados de libertad	Probabilidad										
	0,95	0,90	0,80	0,70	0,50	0,30	0,20	0,10	0,05	0,01	0,001
1	0,004	0,02	0,06	0,15	0,46	1,07	1,64	2,71	<u>3,84</u>	6,64	10,83
2	0,10	0,21	0,45	0,71	1,39	2,41	3,22	4,60	5,99	9,21	13,82
3	0,35	0,58	1,01	1,42	2,37	3,66	4,64	6,25	7,82	11,34	16,27
4	0,71	1,06	1,65	2,20	3,36	4,88	5,99	7,78	9,49	13,28	18,47
5	1,14	1,61	2,34	3,00	4,35	6,06	7,29	9,24	11,07	15,09	20,52
6	1,63	2,20	3,07	3,83	5,35	7,23	8,56	10,64	12,59	16,81	22,46
7	2,17	2,83	3,82	4,67	6,35	8,38	9,80	12,02	14,07	18,48	24,32
8	2,73	3,49	4,59	5,53	7,34	9,52	11,03	13,36	15,51	20,09	26,12
9	3,32	4,17	5,38	6,39	8,34	10,66	12,24	14,68	16,92	21,67	27,88
10	3,94	4,86	6,18	7,27	9,34	11,78	13,44	15,99	18,31	23,21	29,59
	No significativo								Significativo		

Una vez realizado el cálculo y obtenido los resultados del grado de libertad, se procede a buscar en la tabla de distribución chi –cuadrado con un nivel de significación del $\alpha=0.05$, obteniendo el siguiente valor crítico, para confrontar con la regla de decisión.

- grados de libertad gl =1

- $\alpha = 0.05$
- valor de chi –cuadrado encontrado en la tabla χ^2 tabla =3.841
- valor de chi –cuadrado calculado con la formula χ^2 tabla =4.39

4.3.7 Decisión estadística

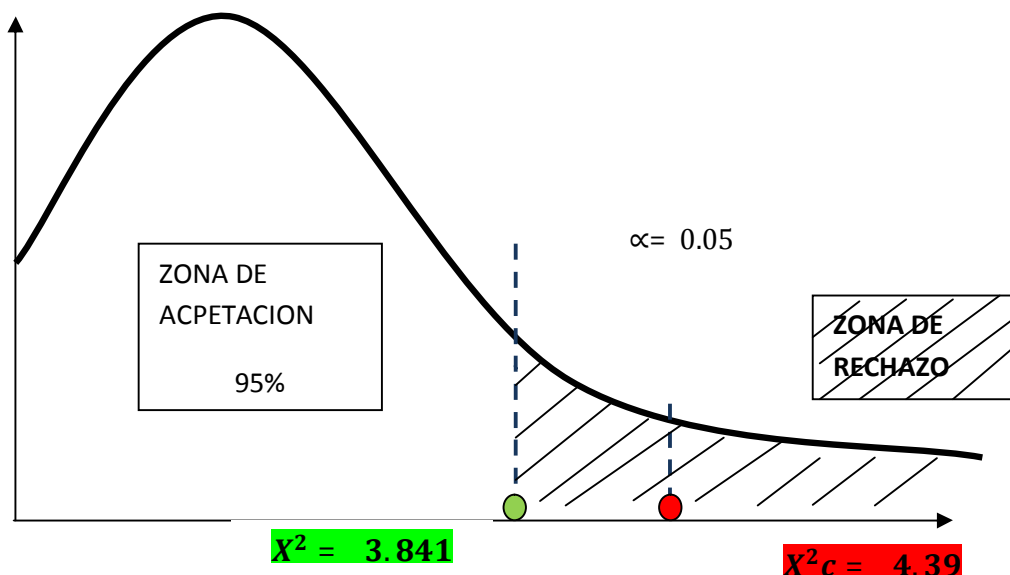
Regla de decisión

- Si χ^2 calculado $\leq \chi^2$ tabla se acepta la hipótesis H_0
- Si χ^2 calculado $\geq \chi^2$ tabla se rechaza la hipótesis H_0 y se acepta la hipótesis H_1

Por lo tanto: Si $4.39 \geq 3.841$ se rechaza la hipótesis H_0 y se acepta la hipótesis H_1 ; es decir que “los gastos no relacionados con la operatividad si incide en la rentabilidad de Superskandinavo Cía. Ltda.”

Representación grafica de la hipótesis

Grafico N°.- 15



Elaborado por: Mauricio Medina

CONCLUSIÓN

Luego de haber realizado el análisis respectivo de los datos, se determina que de la muestra tomada de los documentos de egresos del supermercado Superskandinavo Cía. Ltda., se obtiene suficiente evidencia como para poder rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis verdadera que en este caso es la alternativa con un margen de error del 5% y con un nivel de confianza del 95 %, ya que presenta que el número de los documentos que no se relacionan con la operatividad son de carácter significativo, con lo que se puede afirmar que los gastos no relacionados con la operatividad si influyen en la operatividad de Superskandinavo Cía. Ltda., durante el segundo período económico del año 2010.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.

Existen gastos realizados por la empresa durante el segundo semestre del periodo económico 2010, que no poseen el sustento legal de soporte correspondiente, debido a que la mayoría de los gastos no son imputables al giro normal de Superskandinavo Cía. Ltda.

Existen gastos que no tienen relación con la operatividad del negocio, sobrevalorando la partida contable de gasto sueldos y salarios, puesto que se los realiza por petición del propietario mas no por constancia del documento de soporte de la nomina real de la empresa.

Existen gastos que disminuyen la generación de réditos para la empresa debido a que por su naturaleza no corresponden a las actividades que diariamente se realiza para el proceso de comercialización.

No existe una herramienta de planificación con la que se pueda canalizar correctamente los gastos de operatividad de la empresa, debido a que se desconoce con una estructura de costos y gasto.

Recomendaciones.

Establecer políticas que permitan definir qué clase de documentos que servirán como sustento que los gastos corresponden a la operatividad de la empresa.

Brindar seguimiento oportuno a las operaciones, para tener certeza de que los gastos efectuados tienen relación con el giro del negocio.

Tomar decisiones que estén orientadas a la incrementación de la rentabilidad de la empresa Superskandinavo Cía. Ltda. a través de un modelo de gastos que no influyan en los réditos empresariales.

Diseñar una herramienta de planificación que permita canalizar los ingresos obtenidos hacia el cumplimiento de las necesidades operativas de la empresa y no a satisfacer requerimientos que no sean imputables al giro del negocio.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

6.1.1 TITULO

Elaboración de un plan de negocios para incrementar los réditos económicos en la empresa optimizando los recursos tanto económicos como humanos y reduciendo los gastos de operatividad de la empresa.

6.1.2 INSTITUCIÓN EJECUTORA

Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda.

6.1.3 BENEFICIARIOS

Propietaria
Gerente
Empleados
Investigador.

6.1.4 UBICACIÓN

- **Provincia:** Tungurahua
- **Ciudad:** Ambato
- **Dirección:** Manuela Cañizares y Primera Imprenta
- **Teléfono:** 2828691

6.1.5 TIEMPO ESTIMADO DE EJECUCIÓN

Inicio: Enero 2011

Fin: Julio 2011

6.1.6 EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE

Investigador: Mauricio Medina
Gerente general: Lic. Magdalena Naranjo
Contabilidad: Dra. Amparito Arteaga
Ing. Jeannette Galarza

6.1.7 COSTO ESTIMADO

El costo para la elaboración de la presente propuesta es \$ 600 dólares americanos.

6.2 ANTECEDENTES

En el supermercado Superskandinavo Cía. Ltda., no existe un planificación para la comercialización, lo que provoca que los gastos en los que incurre la empresa en su mayoría no se relacionen con la operatividad de la misma, razón por la cual es necesario establecer un plan de negocios el mismo que nos permitirá realizar una estructura de gastos en donde se podrá canalizar de mejor manera los ingresos y los gastos de acuerdo al giro y las necesidades del negocio.

La determinación de los gastos de operación en la empresa son de vital importancia porque en mucho de los casos es el pulmón de los desembolsos económicos, muchas de las veces sin existir un registro contable ordenado y un plan de estrategias de negocios responsable y de una forma oportuna, para poder tomar decisiones importantes sobre la liquides y el nivel de endeudamiento y gasto que debe tener la empresa,

y, poder comunicar a quienes son usuarios de dicha información para decidir el porcentaje de utilidad que se planea obtener.

6.3 JUSTIFICACIÓN

La implantación de un plan de negocios el cual nos permita elaborar una estructura de gastos, es de vital importancia, puesto que a través de este se podrá tener una clasificación exacta de los gastos de operatividad dentro de Superskandinavo Cía. Ltda., y a su vez realizar una provisión adecuada con la que se logre cubrir gastos que no se relacionen con el giro del negocio propiamente dicho, o a su vez canalizar otro tipo de ingreso para los desembolsos ajenos a la empresa.

Esta estructura de gastos a través del plan de negocios, incidirá directamente en la consecución de la rentabilidad de la empresa, ya que al no incurrir en dichos gastos la utilidad de la empresa crecerá en una forma notable lo que se evidenciara en los estados de resultados.

La elaboración del plan de negocios nos permitirá lograr la eficiencia en las actividades de operación y delegación de responsabilidades, determinando que los gastos correspondan al giro normal o actividad comercial de la empresa.

6.4 OBJETIVOS

GENERAL

Elaborar un plan de negocios para establecer los procedimientos que permitan incrementar los réditos económicos de la empresa, sin tener que incurrir en gastos que afecten la operatividad normal del giro del negocio.

ESPECÍFICOS

Definir los métodos que servirán de herramienta para la elaboración de una estructura de costos y gastos, que no afecten los resultados monetarios de la empresa.

Describir la técnica a usar en la elaboración del plan de negocios, para adecuar las políticas de la empresa a dicha estructura comercial.

Confirmar que cada uno de los procedimientos utilizados en la elaboración del plan de negocios se haya cumplido.

6.5 ANALISIS DE FACTIBILIDAD

Se considera factible la propuesta gracias a que en su contexto organizacional, económico-social, y, legal facultan la consecución de la misma, con el apoyo de quienes son parte de Superskandinavo Cía. Ltda.

Organizacional

A pesar de que Superskandinavo Cía. Ltda., cuenta con una organización contable definida, por parte de gerencia y del departamento de contabilidad se busca incrementar las utilidades sin tener que incurrir en gastos que no tengan relación con el giro del negocio, por lo que se brinda las facilidades necesarias para implementar un plan de negocios fundamentado en una estructura de gastos de operación.

Económico- Social

Superskandinavo Cía. Ltda. cuenta con los recursos económicos y humanos necesarios para implementar un plan de negocios con políticas definidas sobre los gastos de operatividad, el cual nos permite reducir los

gastos que no tienen relación con la operatividad de la empresa y de forma incrementar los réditos económicos de la empresa para poder satisfacer competitivamente las necesidades de los clientes.

Legal

Es de vital importancia que el plan de negocios o proyecto de factibilidad incluya un componente referente a las normativas vigentes para cada negocio.

El Emprendedor debe apoyarse en las agencias de desarrollo local, entes de gobierno nacional, provincial, municipal para comprender las obligaciones legales a las que estará sujeto su negocio e incorporar estos elementos a su gestión.

Por ejemplo, en materia tributaria, comprender la normativa del Impuesto a la Renta y sus procedimientos de aplicación nos permitirá identificar en nuestra planificación financiera los tiempos en los cuales deberemos presentar la declaración correspondiente y el pago del impuesto causado en el período. Así mismo, para el caso de otros impuestos y obligaciones.

En cuanto a los trámites de constitución de una empresa, hay que identificar con claridad cuáles son en cada caso y los tiempos estimados. En el artículo se sugieren algunos temas y enlaces que pueden ser de utilidad. La información de este artículo fue actualizada por última vez en enero de 2010.

La normativa que se deberá observar depende del tipo de negocio y de la forma de organización que adopte el emprendimiento.

En términos generales, los órganos de control que deben ser tomados en consideración cuando organizamos los aspectos jurídicos de nuestro emprendimiento son los siguientes como parte previa a requisitos de operatividad del negocio:

1. Superintendencia de Compañías del Ecuador
 - a. Ley de Compañías
 - b. Reforma a la Ley de Compañías
 - c. Ley de Mercado de Valores
 - d. Reglamento de Mercado de Valores

2. Servicio de Rentas Internas SRI
 - a. Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
 - b. Ley Reformatoria para la de Equidad Tributaria
 - c. Código Tributario

3. Ministerio de Relaciones Laborales
 - a. Código de Trabajo

4. Ministerio de Salud
 - a. Código de Salud (Registro Sanitario) de operatividad.

5. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS

6. Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI
 - a. Ley de la Propiedad Intelectual
 - b. Reglamento a la Ley de la Propiedad Intelectual
 - c. Lineamientos (Registro Oficial)
 - d. Decisión 486 – Propiedad Industrial

- e. Decisión 351 – Derechos de Autor
- f. Convenio de París
- g. Clasificación Internacional de Niza
- h. Decreto Presidencial 118 (Licencias Obligatorias)

6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

6.6.1 GENERALIDADES SOBRE EL PLAN DE NEGOCIOS

Un plan de negocios, también conocido como plan de empresa, consiste en un documento escrito en donde se describe un negocio o proyecto que está por realizarse y todo lo que esté relacionado con ello, tal como los objetivos del negocio o proyecto, las estrategias que permitirán alcanzar dichos objetivos, el estudio del mercado al cual se va a incursionar, la forma en que se van a comercializar los productos o servicios, la inversión que se va a realizar, el financiamiento requerido, la proyección de los ingresos y egresos, la evaluación financiera y la organización del negocio o proyecto.

Se suele pensar que un plan de negocios sólo se elabora al momento de crear un nuevo negocio o empresa, sin embargo, un plan de negocio también se suele y debe elaborar cuando se cuenta con un negocio en marcha, y se está por lanzar un nuevo producto al mercado, adquirir nueva maquinaria, incursionar en un nuevo mercado, incursionar en un nuevo rubro de negocio, y toda vez que se esté por realizar un proyecto en donde se tenga que invertir un monto considerable de dinero.

Elaborar un plan de negocios no es ni debe ser una tarea sencilla, sino que es y debe ser una actividad que requiera de tiempo y dedicación, toda vez que éste cuenta con varias partes y requiere de abundante información, pudiendo para ello ser necesario la realización de una

investigación previa que permita conocer todos los aspectos relacionados con el negocio o proyecto.

Asimismo, un plan de negocios no es un documento que se circula una sola vez, y luego es olvidado en algún lugar de la empresa, sino que es un documento al cual se debe acudir una y otra vez (tanto al momento de implementar el negocio o proyecto como al momento de gestionarlo), ya sea para seguir los lineamientos que éste conlleva, o para asegurarse de que los resultados obtenidos concuerdan con los planificados.

- **Objetivos del Plan de Negocios**

Las razones para elaborar un plan de negocios, básicamente son tres:

- Servir de guía para iniciar un negocio o proyecto, y para poder gestionarlo: el plan de negocios nos permite planificar, coordinar, organizar y controlar recursos y actividades, y, de ese modo, ser más eficientes en la creación y gestión de nuestro negocio o proyecto, y minimizar el riesgo.
- Conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto: el plan de negocios nos permite conocer la viabilidad y rentabilidad del negocio o proyecto y, de ese modo, saber si vale la pena realizarlo, o si debemos buscar nuevas ideas o proyectos.
- Demostrar lo atractivo del negocio o proyecto a terceras personas: el plan de negocios permite demostrar ante terceros, lo atractivo y lo rentable de nuestra idea o proyecto, y, de ese modo, poder convencerlos de que nos otorguen un préstamo, de que inviertan con nosotros, o de que sean nuestros socios.

- **Estructura de un Plan de Negocios**

Para elaborar un plan de negocios no existe una estructura definida, sino que uno puede adoptar la que crea conveniente de acuerdo a sus objetivos, pero siempre asegurándose de que ésta le otorgue orden al plan, y lo haga fácilmente entendible para cualquier que lo lea.

La siguiente es una estructura común, que cuenta con todas las partes con que debería contar un plan de negocios:

- **Resumen ejecutivo:** el resumen ejecutivo es un resumen de las demás partes del plan de negocios, éste suele incluir la descripción del negocio, las razones que justifican el proyecto, las características diferenciadoras, las ventajas competitivas, la inversión requerida y la rentabilidad del proyecto.
- **Definición del negocio:** en esta parte se describe el negocio y los productos o servicios que se van a ofrecer, los objetivos del negocio o proyecto, las principales estrategias que permitirán alcanzar dichos objetivos, y los datos básicos del negocio, tales como el nombre, el tipo de negocio y su ubicación.
- **Estudio de mercado:** en el estudio de mercado se describe las principales características del público objetivo, las principales características de los principales competidores, se determina el pronóstico de la demanda, y se desarrolla el plan de marketing.
- **Estudio técnico:** en el estudio técnico se señala los requerimientos físicos, se describe el proceso productivo, la infraestructura, el tamaño del negocio, la capacidad de producción y la disposición de planta.
- **Organización:** en la parte de la organización se detalla la estructura jurídica y orgánica del negocio, se señalan las áreas o departamentos, los cargos, las funciones, los sueldos y los sistemas de información.

- **Estudio de la inversión y financiamiento:** en esta parte se señala la inversión requerida (la inversión fija, los activos intangibles y el capital de trabajo), y el financiamiento externo requerido.
- **Estudio de los ingresos y egresos:** en esta parte se desarrollan las proyecciones o presupuestos, incluyendo el presupuesto de ventas, el presupuesto de efectivo o flujo de caja proyectado, y el presupuesto operativo o estado de ganancias y pérdidas proyectado.
- **Evaluación:** y, finalmente, en la parte de evaluación se desarrolla la evaluación del proyecto, se determina el periodo de recuperación, y los resultados de los indicadores de rentabilidad utilizados.

Una estructura o formato usual en el desarrollo de un plan de negocios, está compuesto por las siguientes etapas:

- Resumen del negocio.
- Estudio de mercado.
- Estudio técnico.
- Estudio de la inversión.
- Estudio de los ingresos y egresos.
- Estudio financiero.

Veamos a continuación cada una de éstas etapas, así como los elementos que la conforman.

- **Resumen del Negocio**

En esta etapa, conocida también como el resumen ejecutivo, debemos señalar los datos básicos del negocio, así como un resumen del plan de negocios (de las otras etapas que lo conforman), por lo que esta etapa debe ser desarrollada después de la elaboración de las demás, pero puesta al inicio del plan.

En esta etapa, además de los datos básicos del negocio, debemos mostrar en una sola lectura de qué trata el proyecto, por lo que su desarrollo no debe abarcar más de dos páginas, en él debemos señalar:

- Los datos principales del negocio: el nombre del proyecto o empresa, su ubicación, el tipo de empresa, etc.
- La descripción del bien o servicio que brindaremos.
- La idea de la necesidad u oportunidad del negocio: cuáles son las principales razones que justifican la propuesta del negocio, por qué hemos escogido este negocio, por ejemplo, debido a alguna necesidad insatisfecha, a alguna ventaja competitiva que tengamos y queramos aprovechar, etc.
- Las características innovadoras o diferenciales de nuestro bien o servicio: qué vamos a ofrecer que sea innovador, novedoso y que nos va a permitir diferenciarnos de nuestros competidores.
- Nuestras ventajas competitivas: en qué aspectos del negocio tendremos ventajas ante nuestros competidores, y cuáles serán los factores que permitirán la viabilidad del negocio y su sostenimiento con el tiempo.
- Los objetivos del negocio: cuáles son los objetivos que buscaremos una vez puesta en marcha el negocio.
- Las estrategias del proyecto: cuáles son las principales estrategias que utilizaremos para conseguir los objetivos.
- La inversión requerida: cuánto es lo que necesitaremos de inversión, cuánto usaremos de capital propio y cuánto será el requerimiento de financiamiento externo.
- El retorno sobre la inversión total: a cuánto ascenderá la rentabilidad del negocio.
- El impacto ambiental del proyecto.
- Las conclusiones a las que habremos llegado una vez culminada la realización del plan de negocios.

- **Estudio de Mercado**

En esta etapa de estudio o investigación de mercado, investigaremos, analizaremos y señalaremos todo lo relacionado al mercado: cuál será nuestro mercado objetivo, cuál será nuestra futura demanda, quiénes serán nuestros competidores, quiénes serán nuestros proveedores, y cuáles serán las estrategias de marketing que utilizaremos:

- **Definición del Perfil de Mercado**

Para ello debemos previamente segmentar el mercado, es decir, segmentar o dividir el mercado total que existe para nuestro producto, y seleccionar el mercado o los mercados resultantes de dicha segmentación, que sean los más atractivos para incursionar, de acuerdo a nuestra capacidad, nuestros conocimientos y nuestra experiencia.

Y, una vez que hemos seleccionado nuestro mercado objetivo, pasamos a definir el perfil del consumidor que lo conforma, es decir, analizamos y señalamos sus principales características, por ejemplo, señalamos dónde se ubica, cuál es su rango de edad, cuáles son sus gustos, cuáles sus preferencias, cuáles son sus hábitos de consumo, cuáles son sus comportamientos de compra, cuáles son sus actitudes, etc.

- **Análisis y Pronóstico de la Demanda**

Consiste en analizar y determinar el pronóstico de nuestra demanda (o pronóstico de ventas) para un periodo de tiempo determinado (el tiempo de proyección que queramos tener para nuestro plan de negocio, usualmente de 1 a 3 años).

Una vez pronosticada la demanda, pasamos a elaborar el presupuesto o proyección de ventas, que se obtiene multiplicando el pronóstico de ventas por el precio que le pondremos a nuestros productos.

El presupuesto de ventas será el presupuesto base a partir se construirán los demás.

- **Análisis de la Competencia**

Consiste en analizar y estudiar a nuestros competidores; en primer lugar recopilamos toda la información que sea relevante sobre ellos, luego la analizamos, y luego señalamos, por ejemplo, cuales son los líderes o los principales competidores, dónde están ubicados, cuáles son sus mercados, cuáles son sus estrategias, cuáles son sus precios, cuál es su capacidad, cuáles son sus medios publicitarios, cuáles son sus puntos de ventas, cuáles son sus fortalezas y cuáles sus debilidades.

- **Análisis de la Comercialización**

En este punto diseñamos, desarrollamos y señalamos todas las estrategias de marketing o estrategias comerciales que aplicaremos una vez puesto en marcha el negocio, teniendo en cuenta las características del consumidor que conforma nuestro mercado objetivo, y al análisis de la competencia que hemos realizado previamente.

Señalamos cuáles serán nuestras estrategias en cuanto al diseño del producto, a los precios que usaremos, a la distribución y a la promoción de los productos.

- **Análisis del Mercado Proveedor**

En este punto analizamos y determinamos quiénes serán nuestros futuros proveedores y, posteriormente, analizamos y señalamos sus principales características, por ejemplo, dónde están ubicados, cuáles son sus niveles de abastecimiento o de producción, cuáles son sus líneas de crédito, sus precios, sus garantías, sus facilidades de pago, etc.

- **Estudio Técnico**

En esta tercera etapa diseñamos y definimos todos los procesos que conformarán el negocio, incluyendo el proceso de compras, el proceso de transporte, el de almacenaje, el de producción, de distribución, de ventas, etc. Señalamos las fases o etapas que conforman cada proceso, el personal encargado, la disposición del área productiva, la localización de las máquinas, las disposiciones técnicas, etc.

Igualmente, en esta etapa definimos cuál será la organización de la empresa, señalando las áreas de la empresa, el personal requerirá cada área, cuáles serán sus funciones, cuáles serán sus obligaciones, cuáles sus responsabilidades, quienes serán sus superiores jerárquicamente, y quiénes serán sus subordinados.

- **Estudio de la Inversión**

En esta etapa hacemos un listado de los activos y el capital de trabajo que vamos a requerir (en base al estudio del mercado y al estudio técnico que hemos realizado previamente) antes de iniciar operaciones, con sus respectivos costos estimados:

Veamos a continuación una lista de los principales elementos que pueden constituir los activos y el capital de trabajo:

- **Activos**

Los activos los podemos dividir en activos fijos y activos intangibles:

- Activos fijos o tangibles: terreno y construcciones, infraestructura (local), maquinarias y equipos, herramientas, mobiliarios, otros tangibles (por ejemplo, extintores).
- Activos intangibles: gastos de puesta en marcha, gastos legales (constitución, licencia, permisos), selección y capacitación de personal, publicidad, otros intangibles.

- **Capital de Trabajo**

El capital de trabajo es el dinero que necesitaremos para poner en funcionamiento el negocio durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido desde que se inician las operaciones del negocio hasta que se obtiene el dinero en cantidades suficientes como para seguir operando normalmente.

Para un mejor análisis el Capital de Trabajo, éste lo podemos dividir o clasificar en realizable, disponible y exigible:

- **Realizable:** conformado por todo aquello que puede ser almacenado, por ejemplo, materias primas o insumos (cuando se trata de una empresa productora), productos en proceso, productos terminados (cuando se trata de una empresa comercializadora: empresa dedicada a la compra y venta de productos), envases.
- **Disponible:** se refiere al dinero requerido para pagar diversos servicios después de que hayan sido utilizados, por ejemplo, pago de servicios básicos (luz, agua, teléfono), planilla administrativa, planilla de venta, remuneraciones, mantenimiento, tributos municipales.
- **Exigible:** desembolsos que se realizan por anticipado; se denominan exigibles, porque uno gasta o invierte, y luego exige el derecho a uso; son exigibles, por ejemplo, el adelanto a proveedores, adelanto de contrato, alquiler del local, publicidad, seguros.

- **Estudio de Ingresos y Egresos**

En esta etapa desarrollamos las proyecciones de los ingresos y egresos que obtendrá el negocio, una vez puesto en marcha (Flujo de Caja Proyectado y Cuenta de Resultados Proyectado).

Para ello nos basamos en el pronóstico de ventas (el cual hemos realizado en la etapa de estudio de mercado) y en el pronóstico de egresos (el cual hemos realizado en la etapa de estudio de la inversión).

En el caso de hacer uso de financiamiento externo, haremos primero la proyección del pago de la deuda, y luego la incluiremos en las proyecciones de ingresos y egresos.

Los ingresos del negocio están básicamente conformados por las ventas, mientras que los egresos incluyen:

- Egresos desembolsables: costos directos, costos indirectos, gastos de administración, gastos de ventas, gastos financieros.
- Egresos no desembolsables: depreciación, amortización de intangibles.
- **Estudio Financiero**

Y, finalmente, en esta etapa del estudio financiero, se evalúa la factibilidad y la rentabilidad del proyecto, teniendo en cuenta los estudios de la inversión y el estudio de los ingresos y egresos que hemos realizado previamente.

Para la evaluación del proyecto, además de medir la rentabilidad del proyecto con respecto a la inversión y el periodo de recuperación de ésta, lo usual es hacer uso de los indicadores financieros de rentabilidad del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno

6.7 MODELO OPERATIVO

Tabla N° 18

FASES	ETAPAS
Establecer un plan de negocios con la finalidad de optimizar los recursos y reducir los gastos de operación.	1).- Obtener información, determinar objetivos y expectativas.
	2).- Desarrollo del plan de negocios
	2.1).-Resumen del negocio: Los datos principales del negocio: el nombre del proyecto o empresa, su ubicación, el tipo de empresa, etc.
	2.3).- Estudio de mercado
	2.4).- Estudio de producción o servicio
	2.5).- Estudio de la inversión
	2.6).- Estudio de los ingresos y egresos
Evaluación financiera del proyecto	Razón Circulante y Prueba Acida, Modelo de Excel semaforizado para el seguimiento de los resultados.

Elaborado por: Mauricio Medina

6.7.1 ESTABLECER UN PLAN DE NEGOCIOS CON LA FINALIDAD DE OPTIMIZAR LOS RECURSOS Y REDUCIR LOS GASTOS DE OPERACIÓN.

- **Etapa 1. - Obtener información, determinar objetivos y expectativas.**

La información respectiva para realizar el presente trabajo se la toma de los archivos de la empresa Superskandinavo Cía. Ltda., en el contexto contable y de administración de la misma.

Lo que se busca al aplicar el plan de negocios es, controlar los gastos de operación y mejorar los resultados de la empresa.

En el entorno de Superskandinavo Cía. Ltda., se genera curiosidad por conocer más de cerca lo que significa aplicar un plan de negocios, puesto que para esto se requiere adquirir nuevas políticas en el desenvolvimiento operativo de la empresa.

Etapa 2.- Desarrollo del plan de negocios.

SAPOROSI Ricardo, Clínica Empresaria, Ediciones Macchi, 1997. “El plan de negocios es un documento que ayuda al empresario a analizar el mercado y planificar la estrategia de un negocio. Definido como un mapa que describe la trayectoria de la empresa o negocio, en tres tiempos; Pasado, a manera de introducción; Presente, con las especificaciones de la situación al momento; Futuro, con las proyecciones de metas y objetivos, es además un documento que en forma ordenada y sistemática detalla los aspectos operacionales y financieros de una empresa”. En este caso se analiza la situación del Supermercado Superskandinavo Cía. Ltda.

Etapa 3- Resumen del negocio

SUPERMERCADO SUPERSKANDINAVO CIA. LTDA.

El negocio opera en el campo de la comercialización de productos de consumo masivo dirigido a consumidores finales de niveles socio-económicos medio y medio bajo del área de influencia de la empresa.

Superskandinavo Cía. Ltda., ofrece productos de calidad como embutidos, productos cárnicos y congelados de la línea Pronaca, también productos complementarios de la canasta básica como víveres, utensilios de cocina, productos de aseo, y todo producto de consumo familiar.

Superskandinavo Cía. Ltda., oferta un precio en sus productos de acuerdo al costo que representa mantener cada uno de los ítems a ofertarse, así mismo se tomará en cuenta incrementar un porcentaje sobre el costo del producto con referencia a los precios que posee la competencia.

Puesto que el supermercado se encuentra ubicado en un lugar netamente comercial en la urbe de la ciudad y tomando como referencia las ventas del periodo económico 2010 que asciende a \$ 426.422,89 con la aplicación del presente plan se pretende incrementar en 15 puntos porcentuales teniendo como ingresos por ventas u operacionales de \$ 490.386,32.

El negocio satisface necesidades de la familia, de instituciones, etc., ya que por su variedad de productos alcanza clientes de consumo masivo, en especial de alimentación por su amplia gama en la línea de distribución Pronaca, dando un mejor performance a la venta de pollos Pronaca.

Plan de Negocios

SUPERMERCADO SUPER SKANDINAVO CIA. LTDA.



MANUELA CANIZARES Y PRIMERA IMPRENTA

2828691

LIC. MAGDALENA NARANJO GERENTE

1. Resumen Ejecutivo:

1.1 Descripción del Negocio

Superskandinavo Cía. Ltda., es una empresa dedicada a la venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en supermercados, situada en el centro de la ciudad en las calles Manuela Cañizares y Primera Imprenta, populoso sector del centro de la urbe de la ciudad de Ambato.

1.2 Objetivos

El principal objetivo de Superskandinavo Cía. Ltda. se encuentra enmarcado en la satisfacción plena de las necesidades que presentan las familias ambateñas para alimentarse.

1.3 Historia de la compañía

En el año de 1986 se presenta la idea de formar un auto servicio por parte de la familia Naranjo Daza, específicamente don Luis Naranjo, quien preocupado por la carestía de la vida se propone satisfacer las necesidades de los ambateños con un estilo propio y bajos costos para la comunidad. Desde entonces se ha venido obteniendo reconocimiento en la venta directa al consumidor final, creciendo en el mercado gracias al convenio de venta de los productos PRONACA.

Es así que para el año 2001 se comienza a funcionar con tres locales abiertos al público, en la matriz, plaza Urbina y Av. Atahualpa obteniendo alrededor de unos diez mil clientes entre institucionales y directamente de los alrededores de los diferentes puntos de atención.

Debido al crecimiento se decide formar otro tipo de empresa separada de la que se encuentra en marcha, exclusivamente para la distribución al por mayor de los mismos productos PRONACA, dando paso a la Distribuidora

Skandinavo, pero manteniendo el supermercado; lo que facilita el crecimiento geográfico de atención al cliente y mejorando la atención al cliente en el supermercado, dando una atención personalizada y de asesoramiento en cuanto a productos básicos para la alimentación familiar.

Con el pasar de los años se ha llegado a detectar ciertas falencias que dificultan seguir con el buen servicio a nuestros clientes y obteniendo una disminución en las utilidades empresariales, por lo que es necesario definir nuevas políticas de operación para vender los productos sin tener que incurrir en gastos sino obteniendo la eficiencia en las actividades de sus colaboradores, lo que nos permitirá cumplir con nuestras proyecciones de ventas e incremento de utilidad.

1.4 Estructura de la empresa.

Superskandinavo Cía. Ltda., se encuentra estructurado por un departamento administrativo el está integrado por el administrador o gerente general de la empresa, un departamento de contabilidad en el cual se desempeñan el contador general, un auxiliar de contabilidad y un jefe de compras, y , por el departamento de ventas que se encuentra integrado por una persona de atención al cliente en vitrinas y estantes, y una persona encargada de la caja.

2. Información sobre la empresa

2.1 Estructura legal de la empresa

La empresa posee todos los permisos necesarios para funcionar y lleva un registro de todas las inspecciones pertinentes realizadas por las instituciones reguladoras tales como:

RUC

Escritura de constitución en la Superintendencia de Compañías
como compañía de responsabilidad limitada

Permisos del Ministerio de Salud

Permiso de uso de patente

Permiso municipal de letrado

2.2 Propietarios o Accionistas principales

El propietario de Superskandinavo Cía. Ltda. es la señora Sonia Naranjo Daza, quien es poseedora de una amplia visión emprendedora de negocios siendo ella con su padre don Luis Naranjo los pioneros del negocio puesto en marcha.

3. Tamaño del mercado y tendencias:

3.1 Describe el mercado total

Ambato tiene una superficie: 1200 km² aproximadamente. Su población es de 338.728 habitantes (proyección 2009). Según estadísticas del INEC los porcentajes de desempleo, subempleo y ocupados plenos a junio del 2009 son: 4,3 %, 48,6 % y 45,9 % en su orden.

La ciudad de Ambato en el número de habitantes a crecido en un 16% según comparación realizada entre el número de habitantes existentes en el año 2001 y las proyecciones realizadas al año 2009 por el INEC; en lo que respecta al crecimiento de la población en el área urbana es del 30% mientras que el sector rural existe un decrecimiento del 9%.

3.2 Describe el segmento que atacarás

Con los datos expresados anteriormente en la actualidad se cubre alrededor de 42.120 clientes al año, entre clientes de instituciones como el Municipio de Cevallos, El Consejo Provincial de Tungurahua, La Banda Sinfónica de Ambato, Banco Promerica, BNF y familias localizadas fuera y dentro de la urbe ambateña.

Se decide incrementar el número de clientes 15%, debido a la capacidad instalada que posee la empresa y gracias al crecimiento poblacional en el área urbana de la ciudad que asciende al 30%, se espera captar a unos 48.438 clientes lo que significa 6.318 clientes nuevos; con este incremento se conseguirá también incrementar las ventas y por ende mejoraran las utilidades de operación sin tener que incurrir en altos porcentajes de crecimiento de gastos.

Se potencializará a los clientes de las instituciones que existen en la urbe puesto que representan el mayor porcentaje de personas que tienen un empleo como se detalla anteriormente en los porcentajes de ocupación y a los restaurants que ciertamente generan sus propios réditos empresariales.

3.3 Clientes existentes y potenciales

Con los clientes que actualmente compran los productos de Superskandinavo Cía. Ltda. se evidencia que existe preferencia por la línea PRONACA, tanto en cárnicos como en embutidos, puesto que la calidad de los mismos no se puede comparar con productos UP o sin marca que si se oferta en la competencia.

Al presentarse dicho incremento, nuestros clientes potenciales se determinarían por la gran cantidad de restaurantes que existen alrededor no solo del sector de la parroquia La Merced sino de toda la población urbana de la ciudad de Ambato, como es el caso del restauran Pollo Fino por citar un ejemplo, a los empleados de las instituciones públicas y privadas de la ciudad.

3.4 Competencia

La ubicación geográfica del supermercado hace que se presente competencia en su mayoría por grandes distribuidores de productos de primera necesidad pero no de los productos de marca PRONACA. Entre los principales competidores tenemos a Almacenes TIA, Mi Caserita, Almacenes Laboral, entre las más cercanas, para captar la población del sector sur Megamaxi y por la población del norte de la ciudad Supermercados Narcis.

Estos grandes centros de mercadeo se benefician por su gran capacidad instalada que poseen, la cual hace posible que se adquieran productos por producciones para su comercialización o venta directa.

Nuestros productos son patentados por la marca PRONACA, por lo que gozan con la debida certificación de calidad, el negocio no está encaminado solo a la venta de productos suntuarios sino hace énfasis en productos para la alimentación y salud de las familias ambateñas, es por esta razón que se presenta como productos sustitutivos a los utensilios de cocina que prefieren las amas de casa y restaurants que visitan las instalaciones de supermercado Superskandinavo.

4. Desarrollo de producción o servicio

4.1 Estado actual del producto o servicio

Los productos que se ofertan se encuentran debidamente clasificados por secciones en perchas y vitrinas frigoríficas de fácil accesibilidad para nuestros clientes.

Si el cliente requiere de ayuda para elegir el producto, se pone a disposición personal de vitrina que ayudara a tomar la decisión al cliente, puesto que dicho personal consta de un alto conocimiento de los productos que se vende en Superskandinavo Cía. Ltda.

4.2 Estado actual de las instalaciones, maquinaria y fuerza de trabajo de la empresa

TABLA N° 19
CAPACIDAD INSTALADA

NOMBRE	COSTO	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL	% PARTICIPACION VALOR ACTUAL	% PARTICIPACION COSTO
EQUIPO DE REFRIGERACION	2112,09	1452,93	659,16	15%	3%
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	12880,4	10149,59	2730,76	64%	12%
EQUIPO DE COMPUTO	7160,96	6265,25	895,71	21%	4%
TOTAL	22153,4	17867,77	4285,63	100%	19%

Elaborado por Mauricio Medina

Fuente: Balance General

Las instalaciones como se puede observar en la tabla anterior tiene un deterioro importante, lo cual no permite mantener mucho stock de producto, se debería incrementar la capacidad de instalaciones o renovar los equipos, para mejorar el almacenamiento de productos complementarios que permitan captar un mayor número de clientes.

5. Ventas y mercadotecnia:

5.1 Estrategia de ventas

Las ventas se las realizara con una atención personalizada como se lo ha venido haciendo desde hace tiempo atrás, se mantendrá el porcentaje de descuento en los productos PRONACA para restaurantes, establecimientos de comida rápida y tiendas.

Se proporcionará mayor rotación de mercadería y variedad de productos complementarios para que cada uno de los clientes que nos visiten tenga opciones al momento de decidirse por uno o varios productos.

5.2 Campaña publicitaria

La captación de clientes se la realizara a través de publicidad en medios televisivos y prensa escrita, además de la entrega de volantes especificando nuestra dirección y productos que se ofrece.

El incremento de gasto que se realizara con mayor influencia es el de publicidad y propaganda, inflando los gastos de ventas con respecto al valor del periodo económico 2010 en un 29%, gasto que no se lo tomaría como tal sino como una inversión, ya que gracias a esto se cubrirá con la demanda de incremento de clientes que se quiere alcanzar.

TABLA N° 20
CAPITAL DE INVERSION

INVERSIÓN FIJA	
EQUIPO DE COMPUTO	895,71
MOBILIARIO Y EQUIPO	2730,76
EQUIPO DE REFIGERACION	659,16
INSTALACIONES ELECTRICAS	0
CERRAMIENTOS, ACERAS Y BORDILLOS	0
TOTAL FIJA	4285,63
CAPITAL DE TRABAJO	
6 MESES DE OPERACIÓN	41721,52
TOTAL INVERSION	46007,15

El cuadro anterior muestra el valor de capital fijo con el Superskandinavo Cía. Ltda. se encuentra laborando actualmente.

3.5 Ventas estimadas

TABLA N° 21
PROYECCION DE INGRESOS

meses	Ingreso mensual	% de participación	taza de crecimiento mensual
base	426423		
enero	431297	88%	1,13%

febrero	436313	89%	1,15%
marzo	441344	90%	1,14%
abril	446419	91%	1,14%
mayo	451700	92%	1,17%
junio	457030	93%	1,17%
julio	462437	94%	1,17%
agosto	467908	95%	1,17%
septiembre	473429	97%	1,17%
octubre	479015	98%	1,17%
noviembre	484668	99%	1,17%
diciembre	490387	100%	1,17%

Elaborado por: Mauricio Medina

TOTAL 15%

Los valores que se expresan anteriormente conforman el ingreso que se deberá obtener al finalizar el periodo económico 2011 en un porcentaje del 15% anual.

TABLA N° 22
PROYECCION DE GASTOS

	2010	2011	Crecimiento
VENTAS NETAS	426422,89	426422,89	0%
INGRESOS NO OPERACIONALES	19470,81	19470,81	
COSTO DE VENTAS	\$ 368.327,99	\$ 368.327,99	0%
UTILIDAD BRUTA	\$ 77.565,71	\$ 77.565,71	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 32.857,58	\$ 32.183,16	-2%
GASTOS DE VENTAS	\$ 42.428,99	\$ 41.597,05	-2%
TOTAL GASTOS	\$ 75.286,57	\$ 73.780,21	-2%
UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	\$ 2.279,14	\$ 3.785,50	66%

Elaborado por: Mauricio Medina

Los valores que se proyectan engloban a lo que tiene relación con los gastos de sueldos, beneficios sociales, servicios básicos, tanto del departamento administrativo como el de ventas en un valor acumulado por cuentas de grupo.

Estos porcentajes se ajustan al crecimiento que se proyecta en los ingresos ya que si observamos el total de costos se mantiene y gastos se disminuyen en un 2% entre valores, y si se promedia los porcentajes de los gastos, se evidencia un 2% global del total de los mismos, dando oportunidad para que la utilidad operacional se incremente en un 66%.

ESTATEGIA.

Para conseguir los resultados antes proyectados, se establecen políticas con para disminuir los gastos por sueldos del departamento administrativo y principalmente del departamento de ventas, ya que es en este donde se encuentra los principales gastos que no pertenecen a la actividad de la empresa, si reduciendo los gastos por servicios básicos, gastos por nómina, los gastos por consumo de almacén y principalmente las comisiones a empleados al igual que los gastos por mantenimiento que son los más representativos en dichos rubros departamentales.

En los valores anteriormente presentados se mantienen las ventas y los costos de ventas del año 2010 como base, para reflejar que los gastos si influyen en la utilidad de la empresa, ya que solo al disminuirlos en un 2% la utilidad se incrementa en un 53% a un 89%.(VER ANEXO N° 3)

Se propenderá a buscar proveedores que brinden descuentos que las compras que se realizan y estoquearnos de productos sustitutos o complementarios.

TABLA N° 23
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	BASE 2010	PARTICIPACION CON RELACION A LAS VENTAS	PARTICIPACION CON RELACION AL COSTO DE VENTAS	AÑO 2011	% FLUENCIA	CRECIMIENTO
VENTAS	426422,89			490386,32		15%
COSTOS Y GASTOS						
COSTO DE VENTAS	368327,99	86,38%	83,03%	386744,39	83,98%	5%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	32826,82	7,70%	7,40%	32183,16	6,99%	-2%
GASTOS DE VENTAS	42428,99	9,95%	10%	41597,05	9,03%	-2%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	443583,8	104,02%	100,00%	460524,60		
UTILIDAD OPERACIONAL	-17160,91	-4,02%		29861,72412		
INTERESES						
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION LABORAL	-17160,91			29861,72412		
PARTICIPACION LABORAL 15%				4479,26		
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA				25382,47		
IMPUESTO A LA RENTA				6345,62		
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	-17160,91			19036,85		

Elaborado por: Mauricio Medina

El estado proyectado responde al incremento en un 15% sobre las ventas obtenidas en el periodo económico 2010, debido a que si bien los gastos no se los puede reducir en tramos se trata de mantenerlos o bien disminuirlos en un 2%, puesto que estos son necesarios para la generación de réditos. Este porcentaje de incremento en las ventas responde al incremento de clientes que se pretende en un 15% igual al número de clientes que se refleja en la siguiente tabla.

TABLA N° 24
NUMERO DE CLIENTES

15	Clientes por hora
135	Clientes por día
3.510	Número de clientes por mes (26 días al mes)
42.120	Número de clientes al año
48.438	Total clientes proyectado
6.318	Objetivo de clientes a incrementarse próximo año 15%
526	Objetivo de clientes por día

Elaborado por: Mauricio Medina

Los costos de venta se requiere mantenerlos en un 5% de crecimiento, a través de conseguir convenios de descuentos con los proveedores, y de ser posible buscar proveedores de productos sustitutos que abaraten el costo de comercialización.

De igual forma es posible mantener los gastos administrativos de no existir un aumento salarial por parte de la política fiscal del país, como previsión a este posible incremento se ha previsto incrementar en un 5%.





BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVO			PASIVO		
Activo Corriente		23444,05	Pasivo Corto Plazo		31869,62
Caja	5713,64		Proveedores	25390,91	
Bancos	-2711,23		documentos por pagar	465,31	
Inventarios	20441,64		cuentas por pagar	3088,72	
Activo Exigible		23489,57	impuestos por pagar	447,63	
Cuentas por Cobrar	15254,42		IESS por pagar	730,65	
Pagos Anticipados	8235,15		provisión beneficio sociales	1746,4	
Activo Fijo		4928,23	Pasivo Largo Plazo		1260
Equipos de Refrigeración	758,03		Prestamos Luis Naranjo	1260	
Muebles y equipos de oficina	3140,14				
Equipo de computo	1030,06		PATRIMONIO		18732,23
TOTAL ACTIVO		<u>51861,85</u>	CAPITAL		143902,07
			Capital Pagado	80000	
			Aporte Futuras		
			Capitalizaciones	62640,83	
			Reservas	1261,24	
			RESULTADOS		-125169,84
			Utilidades Acumuladas	35350,68	
			Utilidad del ejercicio	-19036,85	
			PERDIDAS		
			Pérdidas Acumuladas	-141483,67	
			TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<u>51861,85</u>

Elaborado por: Mauricio Medina

TABLA N 25

MODELO EN EXCEL PARA CONTROLAR EL CRECIMIENTO DE LOS INGRESOS Y GASTOS EN METAS.

ACTIVIDADES	META	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	CAUSAS	RECOMENDACION
INCREMENTAR VENTAS	490386,32	1000	1000	70000					 72000	INCENTIVAR A LOS CLIENTES A COMPRAR
INC. GASTO ADMIN.	386744,39	80000	87666	200000					 367666	MANTENER EL RITMO DE GASTOS MENSUAL
INC. GASTO DE VENTAS	42428,99	5000	46777						 51777	VERIFICAR LOS DOCUMENTOS DE ROLES
UTILIDAD OPERACIONAL	14623,33	890	39900						 40790	INCREMENTAR LAS VENTAS

Este modelo es tentativo para el control de los objetivos planteados en cuanto a valores en dólares.

6.8 ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

Organigrama Estructural de la Propuesta

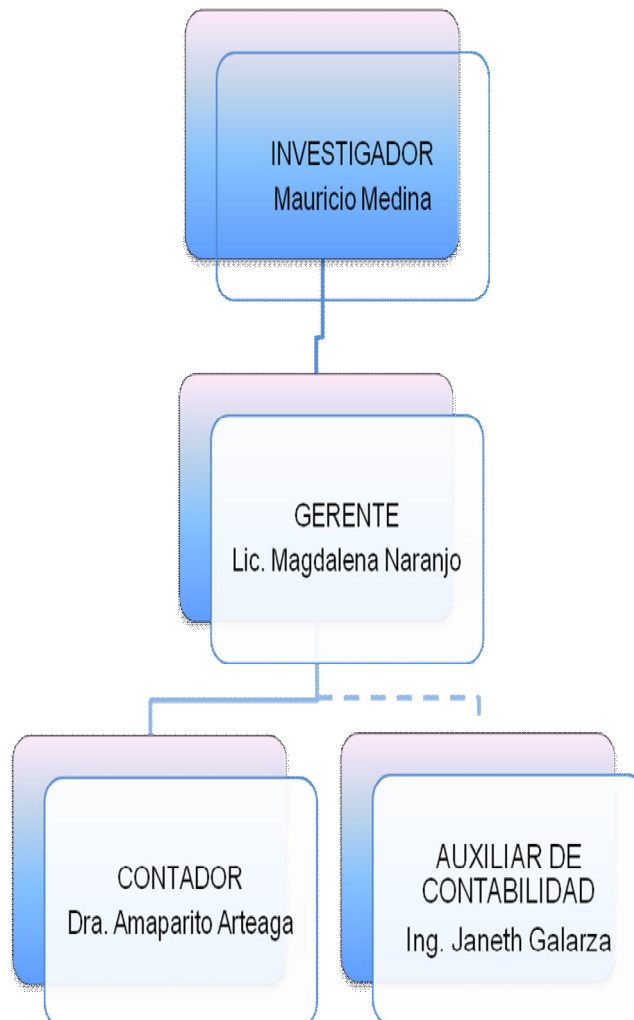


Gráfico N° 16

Elaborado por: Mauricio Medina

Organigrama Funcional

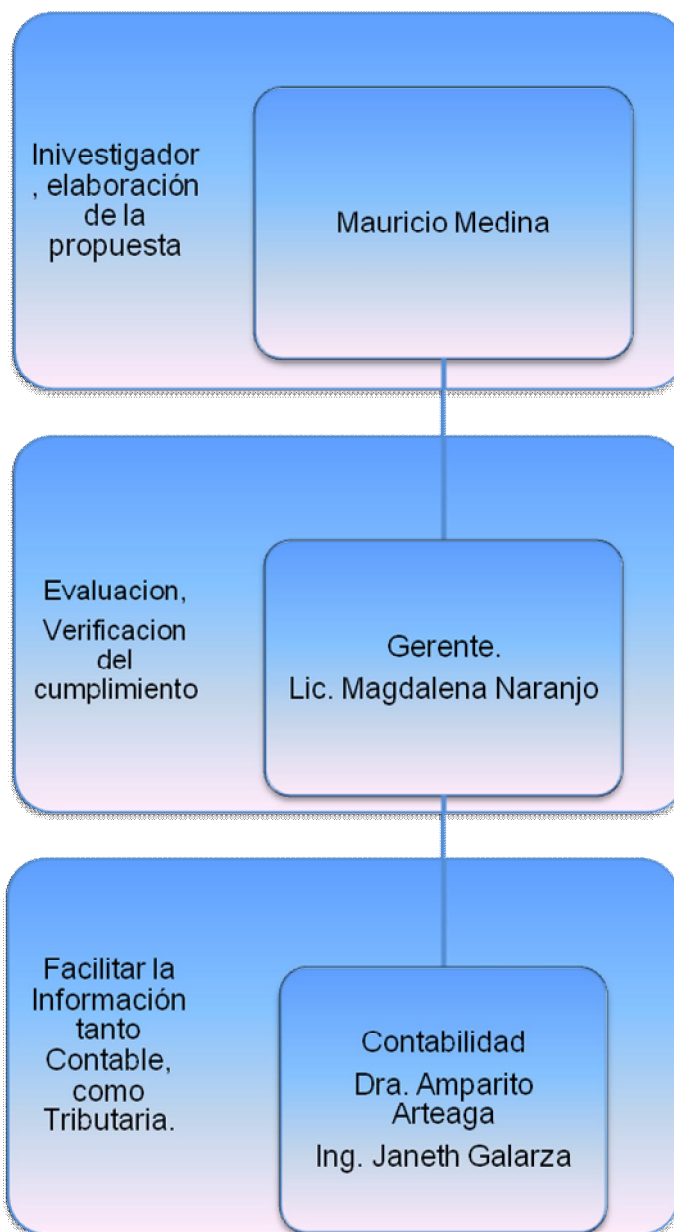


Gráfico N° 17

Elaborado por: Mauricio Medina

6.9 PREVISION DE EVALUACION

Dentro del Departamento de Gerencia se elaborara un análisis a las actividades de la empresa, esto con el fin de conocer el estado general de crecimiento de la utilidad y el de porcentual de los gastos y determinar si las políticas de operatividad en la empresa están funcionando y alcanzando los objetivos planteados, además del análisis de la liquidez para conocer si la implementación del plan de negocios está solucionando la problemática de la empresa.

Dentro de los análisis más importantes y con las proyecciones de ingresos esperados se pueden mencionar:

Razón Circulante:

2010

<u>Activo Circulante</u>	<u>\$41721.52</u>	\$1.32
Pasivo Circulante	\$31552.04	

2011

<u>Activo Circulante</u>	<u>\$46933.62</u>	\$1.47	Por cada dólar de deuda, tiene \$1.47 más para pagar.
Pasivo Circulante	\$31869.46		

Prueba Ácida:

<u>Utilidad Neta</u>	<u>\$19036.85</u>	\$0.37	Por cada dólar de activo se tiene \$0.37centavos de utilidad
Activo Total	\$51861.55		

Periodo de Rotación de Inventario:

Inventario productos no fabricados por la empresa x 360

Costo de ventas	
$\frac{\$20441.64 \times 360}{\$386744.36}$	19.02

Los inventarios no producidos por la empresa se demoran 19 días en salir de la misma o en su

Margen Operacional:

$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ingresos Operacionales}} \times 100$	$\frac{3785.56}{426422.89} \times 100$	0.89%
--	--	-------

El margen de utilidades operacionales significan el 0.89% con respecto a las actividades de comercialización de la empresa.

Rotación de Activo Total (RAT):

$\frac{\text{Ventas anuales}}{\text{Activos totales}}$	$\frac{\$490386.32}{\$51861.85}$	9.45%
--	----------------------------------	-------

Los Activos de la empresa son utilizados en un 9.45% para generar las ventas.

Apalancamiento

$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	$\frac{\$ 33129.64}{\$51861.85}$	\$0.63
---	----------------------------------	--------

Del total del Activo se debe el 63% y el 37% está en función del capital

BIBLIOGRAFIA

- GLENN A. WELSCH, CPA; Presupuestos Planificación y Control. Sexta edición, 2005, Editorial Pearson.
- J. FRED WESTON; Manual de Administración Financiera; Tomo 3. Séptima edición. Editorial Interamericana. México.
- LAWRENCE J. GITMAN; Principios de administración financiera; octava edición, 2000, Editorial Pearson.
- MARÍN & KETELHOHN; Inversiones Estratégicas, Cuarta edición, 1991, San José–Costa Rica
- ROSS, WESTERFIELD Y JORDAN; Fundamentos de Finanzas Corporativas; Quinta edición, 2001, Editorial Mc Graw Hill. México.
- <http://www.monografias.com/trabajos38/costo-de-capital/costo-decapital.shtml>
- http://www.wikilearning.com/curso_gratis/administracion_financieratecnicas_del_presupuesto_del_capital/13153-13
- <http://www.monografias.com/trabajos27/organizacionempresas/organizacion-empresas.shtml>
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Código de Trabajo
- http://www.wikilearning.com/monografia/el_presupuesto_en_una_perspectiva_estrategicapresupuestos_financieros/13271-7

A N E X O S

ANEXO N° 1

Tabla N° 1

Matriz De Análisis De Situaciones (MÁS)

Situación actual real	Identificación del problema	Situación Futura deseada	Propuestas de Solución
<p>Inexistencia de una estructura de costos operacionales.</p> <p>La empresa carece de apalancamiento financiero.</p> <p>Propende a la adquisición excesiva de mercaderías.</p> <p>Se presentan gastos por nominas que no corresponden a la realidad de la empresa.</p>	<p>Registro de gastos relacionados con la operatividad</p>	<p>Determinar y controlar los gastos reales de operaciones comerciales en la empresa.</p> <p>Alcanzar altos estándares de ventas de los productos que la empresa tiene en inventarios.</p> <p>Obtener una liquidez con la cual se permita rotar los productos y a su vez mejorarlos.</p>	<p>Establecer un plan de negocios para la empresa.</p>

Elaborado por: Mauricio Medina

Anexo N° 2

**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CHECKLIST**

OBJETIVO

- Precisar la validez del documento a través da la observación.

PUNTOS COMUNES VERIFICAR EN TODOS LOS EGRESOS

PUNTO DE COMPROBACIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
Consta la numeración del cheque que se emite en el documento	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Consta la razón por la que se emite el egreso	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0
Los egresos constan con su respectiva numeración	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Los egresos de bancos presentan tachones o borrones	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0
Se detalla la fecha de emisión del egreso de banco	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
Existen firmas de autorización en los documentos de egreso	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1
Los comprobantes de gastos están relacionados con la operatividad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1
Consta la identificación del beneficiario	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1
Existe firma de responsabilidad por quien cobra el egreso	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
Los comprobantes tiene el documento de respaldo para el gasto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL SI	5	4	8	6	4	6	6	5	4	6	4	4	5	3	7	2	4	3	4	5	5	5	5	8	7	6
TOTAL NO	5	6	2	4	6	4	4	5	6	4	6	6	5	7	3	8	6	7	6	5	5	5	5	2	3	4
TOTAL	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

Nomenclatura

SI	1
NO	0

Elaborado por: Mauricio Medina

27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	
0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	
0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	
0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0
1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	
1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	
1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	
1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
6	5	4	4	3	4	2	5	4	5	5	6	3	6	3	6	4	6	5	7	6	5	7	6	3	5	5	2	6	4	5	4	3	3	6	7	6	6	3	6	7	4	5	4	
4	5	6	6	7	6	8	5	6	5	5	4	7	4	8	4	6	4	5	3	4	5	3	4	6	4	5	7	3	5	3	4	7	6	3	2	4	5	7	4	4	6	5	6	
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	11	10	10	10	10	10	10	10	10	10	9	9	10	9	9	9	8	8	10	9	9	9	10	11	10	10	11	10	10	10	10

Elaborado por: Mauricio Medina

71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	
0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1
1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
5	5	4	3	5	4	6	4	4	4	3	4	5	6	5	8	5	6	4	4	5	6	5	5	4	3	6	2	4	4	4	6	4	4	3	5	3	4	4	4	
5	4	5	6	4	5	3	5	6	6	7	6	4	5	5	2	5	5	5	6	4	3	4	5	5	6	3	8	5	4	5	4	5	4	6	4	5	5	6	6	
10	9	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10	9	11	10	10	10	11	9	10	9	9	9	10	9	9	9	10	9	8	9	10	9	8	9	9	8	9	10	10	

Elaborado por: Mauricio Medina

111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	si	no
1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	34	90
1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	56	68
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	124	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	88
1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	90	34
0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	52	72
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	39	85
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	93	31
0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	46	78
0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	55	69
5	5	7	2	4	6	5	4	5	4	5	6	4	4	625	
5	5	3	8	6	4	5	6	5	6	5	4	6	6		615
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10		

Elaborado por: Mauricio Medina

**ANEXO N° 3
ANALISIS DE LOS GASTOS**

	2010	2011	Crecimiento
VENTAS NETAS	426422,89	426422,89	0%
INGRESOS NO OPERACIONALES	19470,81	19470,81	
COSTO DE VENTAS	\$ 368.327,99	\$ 368.327,99	0%
UTILIDAD BRUTA	\$ 77.565,71	\$ 77.565,71	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 32.857,58	\$ 32.183,16	-2%
GASTOS DE VENTAS	\$ 42.428,99	\$ 41.597,05	-2%
TOTAL GASTOS	\$ 75.286,57	\$ 73.780,21	-2%
UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	\$ 2.279,14	\$ 3.785,50	66%

Elaborado por: Mauricio Medina

53%

89%

66%

CRECIMIENTO REAL

Utilidad Operacional x 100
Ingresos operacionales

$\frac{2279,14}{426422,89} \times 100$

53%

$\frac{3785,5}{426422,89} \times 100$

89%

PROMEDIO DE CRECIMIENTO

71%

SIN TOMAR EN CUENTA LOS INGRESOS NO OPERACIONALES E INCREMENTANDO EL 15% EN LAS VENTAS

	2010	2011	Crecimiento
VENTAS NETAS	426422,89	490386,32	15%
INGRESOS NO OPERACIONALES			
COSTO DE VENTAS	\$ 368.327,99	386744,39	5%
UTILIDAD BRUTA	\$ 58.094,90	103641,93	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 32.857,58	32183,16	-2%
GASTOS DE VENTAS	\$ 42.428,99	41597,05	-2%
TOTAL GASTOS	\$ 75.286,57	73780,21	-2%
UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	(\$ 17.191,67)	29861,73	-74%

Elaborado por: Mauricio Medina

<u>Utilidad Operacional</u> x 100	<u>17191,67</u> x 100	
Ingresos operacionales	426422,89	-4,03 %
	<u>29861,73</u> x 100	6,09 %
	426422,89	
PROMEDIO DE CRECIMIENTO		7,1 %