

2017



NOMBRE: ERIKA MÉNDEZ ESPARZA

CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE TITULACIÓN: MEJORA DEL CONTROL
Y MANEJO DE LA CONTABILIDAD MEDIANTE LA
IMPLEMENTACIÓN DE FORMATOS PARA LA
CAPTURA DE TICKETS DE COMPRA Y VENTA DE
RASTROJO MOLIDO

EMPRESA: RANCHO GONZÁLEZ

ASESOR DE TITULACIÓN: MCA. DORA MARÍA
GUEVARA ALVARADO

PERIODO DE TITULACIÓN: OCTUBRE 2017

Tabla de Contenido

Lista de Figuras	3
Introducción	5
Hipótesis	6
Justificación	6
Marco Teórico	7
Metodología de la Implementación de Estrategias para la Mejora Administrativa de la Empresa.....	12
Resultados.....	33
Conclusiones	34
Programa de actividades Cronograma de actividades.....	35
Introducción	35
Elección y fabricación de las estrategias de Mercadotecnia	35
Establecimiento de formatos.....	35
Procedimiento para la captura y vaciado de información de los reportes de los choferes	35
Resultados y conclusiones.....	35
Entrega del proyecto	35
Referencias.....	36

Lista de Figuras

Imagen 1. Pirámide de las áreas de mejora.	12
Imagen 2. Logo de la Empresa.	13
Imagen 3. Tarjetas de presentación.	14
Imagen 4. Página de Facebook.	14
Imagen 5. Folleto Primera Parte.	15
Imagen 6. Segunda Parte del Folleto.	15
Imagen 7. Calendario.	16
Imagen 8. Playera con bordado.	16
Imagen 9. Sello de la empresa.	17
Imagen 10. Correo de la empresa.	17
Imagen 11. Hoja de Excel con el nombre del cliente.	19
Imagen 12. Hoja con el título del nombre del cliente.	19
Imagen 13. Camión contenedor con el producto sobre la báscula.	20
Imagen 14. Producto sobre la báscula.	20
Imagen 15. Camión contenedor sobre la báscula.	20
Imagen 16. Vaciado de la información respecto a cada ticket.	21
Imagen 17. Resta de la tara al peso bruto.	21
Imagen 18. Obtención de los pesos netos de cada viaje.	21
Imagen 19. Selección de la celda del total neto.	22
Imagen 20. Establecimiento del precio del silo.	22
Imagen 21. Multiplicación de los kilos por el precio del silo.	22
Imagen 22. Obtención del Total.	23
Imagen 23. Cuenta Final.	23
Imagen 24. Formato para el Reporte de los Choferes.	24
Imagen 25. Información del camión No.1.	25
Imagen 26. Información del camión No.2.	25
Imagen 27. Información del camión No.3.	26
Imagen 28. Formato llenado por los choferes.	26
Imagen 29. Nombre del lugar de donde se realizó el o los viajes.	27
Imagen 30. Llenado del formato con la información.	27
Imagen 31. Aplicación de la Resta.	27
Imagen 32. Obtención del peso neto.	28
Imagen 33. Aplicación de la suma para todos los pesos netos.	28
Imagen 34. Asignación de la ganancia.	28
Imagen 35. Aplicación de la multiplicación para obtener la ganancia.	29
Imagen 36. Tabla del resumen de los totales.	29
Imagen 37. Obtención del peso neto.	29

Imagen38. Aplicación de la suma para obtener la ganancia total de la semana.	29
Imagen 39. Aplicación de la multiplicación para obtener la cantidad total.	30
Imagen 40. Aplicación Suma del total de los gastos del Diesel.	30
Imagen 41. Tabla para la obtención de la ganancia final.	31
Imagen 42. Selección de la celda del total de la ganancia de la semana.	31
Imagen 43 Selección de la celda de los gastos del Diesel.	31
Imagen 44. Anotación del dinero en efectivo que se dio al trabajador.	32
Imagen 45. Aplicación de la suma para obtener la el total a pagar.	32
Imagen 46. Obtención del total a pagar por la semana.	32

Introducción

Toda empresa tiene necesariamente una identidad empresarial, lo necesita para existir, para tener una presencia en el mercado, llegar a sus potenciales clientes y fidelizarlos bajo una imagen, a un punto de referencia, un símbolo que resuma la idea de lo que hace, de lo que es y oferta. Además es de suma importancia para toda empresa tener una buena administración, por tal motivo es importante considerar el área de contabilidad, debido a que esta es una de las bases para el funcionamiento efectivo de cualquier negocio.

Con la ayuda de la contabilidad se permite tener un conocimiento y control absoluto de la empresa, se basa en ella para tomar decisiones con precisión, considerando los movimientos financieros de la empresa, por ese motivo que la Ensiladora González siendo un pequeño negocio debe hacer uso eficiente de los conocimientos contables para su óptima operación. La empresa de tamaño micro cuenta con 8 empleados y 3 choferes, así como una máquina para moler el rastrojo. Su giro comercial es de servicio de ensilar maíz así como la compra y venta del Rastrojo Molido. El negocio está ubicado en el canal grande, con domicilio conocido s/n, el Milagro, Pabellón de Arteaga, Aguascalientes. C.P. 20670.

Inició hace aproximadamente 25 años trabajando su tierra con una máquina de un surco, al inicio se molía solo rastrojo, con el transcurso del tiempo se adquirió un camión para hacer las entregas de silo y rastrojo. Y con la ayuda de sus hijos se logró mejorar el servicio, ya que se optimizaron los tiempos de entrega porque entre ellos se repartían las labores de ensilar, entregas de pedidos y búsqueda de nuevos clientes; y es así como el negocio fue creciendo gradualmente.

Hoy en día la empresa cuenta con 10 clientes a los cuales se les maquila, compra y vende silo y rastrojo molido, teniendo como mercado principal los agricultores de la comunidad y zonas aledañas.

El alcance del proyecto es la implementación de estrategias en las áreas de contabilidad y mercadotecnia, con las cuales se busca mejorar de manera significativa la administración de la empresa para brindar un servicio cada vez mejor a cada uno de sus clientes.

Lo que lleva a plantear la siguiente pregunta de investigación:

¿La implementación de diferentes estrategias en el área de Mercadotecnia y contabilidad ayudarán a mejora la administración de la empresa?

En cuanto al marco teórico se expondrá el modelo que se utilizará en esta investigación, así como los supuestos y limitaciones de dicho modelo. En lo que al apartado de la metodología se expondrán los diferentes procedimientos, técnicas e instrumentos utilizados en este trabajo. Así como los resultados obtenidos y las conclusiones a las que se llegaron con la realización de este informe, las cuales ayudarán a dar respuesta a la hipótesis planteada que es: ¿La

implementación de diferentes estrategias en el área de Mercadotecnia y contabilidad ayudarán a mejorar la administración de la empresa?

Hipótesis

- La implementación de mejoras en la contabilidad mediante el establecimiento de un procedimiento y formatos para la captura de los tickets, mejorará de manera significativa la administración de la empresa.
- La elaboración del logo de para la empresa le dará identidad.
- Ambas mejoras tanto en el área de contabilidad y mercadotecnia impactarán en la mejora administrativa de la empresa.

Justificación

La empresa cuenta con 10 clientes a los cuales se les maquila, compra y vende silo y rastrojo molido, teniendo como mercado principal los agricultores de la comunidad y zonas aledañas, pero no se cuenta con instrumentos de control para la captura de los tickets de compra y venta de rastrojo molido, ni tampoco cuenta con una identidad empresarial, lo que hace necesario que se implementen estrategias para llevar un una mejor administración del negocio.

Por lo anterior el objetivo del proyecto es implementar estrategias en el área de Mercadotecnia y Contabilidad, para mejorar la administración de la empresa.

Marco Teórico

En este proyecto se busca mejorar la administración de la empresa por medio de la implementación de estrategias en las áreas de Mercadotecnia y Contabilidad; para lo cual estas se definirán.

Estrategia:

[¹] Según Chandler, Alfred. (1990) estrategia es la determinación de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos. Quien no tiene objetivos, no encuentra nunca su camino.

Mercadotecnia:

[²] Curso Práctico de Técnicas Comerciales, ediciones Nueva Lente S. A., 2do Fascículo, pág. 25. La mercadotecnia, por su parte, es una función porque comprende una serie de actividades (identificación de oportunidades, investigación de mercados, formulación de estrategias y tácticas) con objetivos propios, pero que están estrechamente interrelacionados con los otros departamentos, para de esta manera servir a los objetivos globales de la empresa.

El gran asesor suizo de marcas, [³]Jörg Zintzmeyer, en el segundo capítulo de su libro Logo Design, (Ed. Taschenen), tendiendo esto puso en relieve la importancia de poseer un buen logo y afirmó: “El logo es una promesa. Es una forma de expresión”.

Tipos de estrategias de Mercadotecnia

La promoción o comunicación consiste en dar a conocer, informar o hacer recordar la existencia de la empresa a los consumidores, así como persuadir, estimular o motivar su servicio. Algunas estrategias que se pueden aplicar relacionadas a la promoción o comunicación son:

- Entrega de pequeños regalos u obsequios a nuestros principales clientes.
- Implementaciones del uso de tarjetas de presentación.
- Anunciar en diarios o en revistas especializadas.
- Elaboración de calendario.
- Anunciar en sitios de anuncios clasificados en Internet, diarios o en revistas especializadas.
- Anunciar en sitios de anuncios clasificados en Internet.

[1]Según Chandler, Alfred. (1990)

[2]El Curso Práctico de Técnicas Comerciales

[3]Jörg Zintzmeyer, en el segundo capítulo de su libro Logo Design, (Ed. Taschenen)

- Fabricación de Playeras con bordado.
- Participar en una feria o exposición de negocios.
- Uso de página de Facebook.
- Organizar algún evento o actividad.
- Colocar carteles o afiches publicitarios en la fachada del local de nuestra empresa.
- Creación de un logo distintivo de la empresa.
- Colocar láminas publicitarias en los exteriores de los vehículos de nuestra empresa.
- Apertura de un correo electrónico para la empresa.
- Alquilar espacios publicitarios en letreros o paneles ubicados en la vía pública.
- Imprimir y repartir folletos, volantes, tarjetas de presentación.
- Uso de sello con el logo de la empresa.

En dichas estrategias se incluyen procedimientos, por lo que es importante mencionar que es un procedimiento y las partes que lo conforman.

Un procedimiento

Consiste en seguir ciertos pasos predefinidos para desarrollar una labor de manera eficaz. Su objetivo debería ser único y de fácil identificación, aunque es posible que existan diversos procedimientos que persigan el mismo fin, cada uno con estructuras y etapas diferentes, y que ofrezcan más o menos eficiencia.

Partes de un procedimiento:

a) Encabezado: El encabezado debe de ir en cada página del procedimiento, generalmente se hace como un cajetín en la parte inicial de las hojas, donde en la primera celda se coloca el logo de la empresa; en la celda central o principal, el nombre del procedimiento; en la tercera, el código que le asignemos (por ejemplo PR-CO-01, que significaría Procedimiento de Contabilidad numero 1), con el número de versión y fecha en que entrará en vigencia. En otra celda el número de hoja dentro del procedimiento

b) Título: Primero lo primero, el titulo debe ser claro y en pocas palabras debe decir qué proceso o procesos se describen, por ejemplo: “Pago de Cheques”; “Revisión de Equipos”; “Pago de Planilla”; “Producción de Pan” entre otros.

“Los objetivos deben ser “Claros, medibles y observables”

c) Objetivo: Los objetivos deben ser “Claros, medibles y observables”, si no están bien definidos, es muy probable que nuestro procedimiento solo sirva para estorbar

procesos. El objetivo es como la punta de una flecha, si está mal apuntada, el disparo no pegará en el blanco. Aparte de ello, redacten su objetivo iniciando con un verbo infinitivo, es decir: “verificar, realizar, hacer etc.

“Los objetivos deben ser “Claros, medibles y observables”

El procedimiento, será entonces la descripción detallada y ordenada de ese proceso, claro está, sin convertirse en un instructivo.

Es importante mencionar que el procedimiento se conforma por formatos.

El formato

Es el conjunto de las características técnicas y de presentación de un texto, objeto o documento en distintos ámbitos, tanto reales como virtuales. Por lo que el formato y los procedimientos están relacionados de manera muy estrecha con la contabilidad, debido a que en ella se trabaja en gran medida.

Ahora se hará referencia al concepto de contabilidad y sus estrategias.

Contabilidad:

Para determinar las mejoras en el campo contable es importante realizar un estudio o análisis de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de la empresa, con el fin de:

- Evaluar los recursos con que cuenta la empresa para conocer el estado o la capacidad con que cuenta.
- Detectar fortalezas y debilidades y diseñar estrategias que permitan potenciar o aprovechar las fortalezas y estrategias que permitan neutralizar o eliminar las debilidades.

Es conveniente realizar un análisis interno siguiendo el siguiente proceso:

Determinar la información que vamos a reunir en el área contable, de las diferentes áreas:

En el **área administrativa** concentrar información sobre objetivos, estrategias, políticas, cultura, valores, estructura, planeación, organización, dirección, control, etc.

En el **área de marketing** recabar información sobre ventas, público objetivo, producto, precio, distribución, promoción, efectividad de la publicidad, servicio al cliente, lealtad de los clientes, entre otros aspectos.

En el **área de producción u operaciones** datos relacionados con la disposición de planta, investigación y desarrollo, tecnología, adquisición de insumos, control de existencias, subcontratación, eficiencia de la producción y otros.

En el área de **recursos humanos** o de personal recabar información sobre contratación, capacitación, remuneración, incentivos, relaciones laborales, liderazgo, motivación, medición del desempeño, entre otros.

En el área de contabilidad teniendo en cuenta la información de las diferentes áreas es conveniente analizar información sobre liquidez, rentabilidad, financiamiento, inversiones, aspectos financieros, capital de trabajo, activos, pasivos, patrimonio, flujo de efectivo, capital, entre otra importante para la empresa; y así la información a ingresar será más oportuna.^[4]

Ya que el proyecto es la ausencia de formatos y procedimientos para la captura de compra y venta de Rastrojo Molido, por tal motivo es importante considerar la opinión de Melinkoff, Ramon. (1990). "Los procedimientos consisten en describir detalladamente cada una de las actividades a seguir en un proceso laboral, por medio del cual se garantiza la disminución de errores".^[5] Debido a la relevancia de los procedimientos y los formatos en el área de contabilidad es vital aplicar al establecimiento de formatos y procedimientos para la captura de tickets de compra y venta de silo, así como los reportes de los choferes.

Tomando en cuenta lo anterior, las estrategias que se realizarán para este proyecto en cuanto al área de contabilidad son las siguientes:

- Creación de un formato para la captura de tickets de compra y venta de rastrojo molido.
- Establecimiento del procedimiento para la captura de ticket de compra y venta de rastrojo molido para los diferentes clientes con los que cuenta la empresa.
- Establecimiento de un formato para los reportes de los choferes.
- Creación de un formato para la captura y vaciado de información de los reportes de los choferes.
- Establecimiento del procedimiento para la captura reportes de los choferes.

[4] <http://jageccperu.wordpress.com/2011/10/30/mejora-de-problemas-area-contable/>

[5] Janneth Mónica Thompson Baldiviezo. Enero 2008.

Las estrategias que se implementaran en cuanto a mercadotecnia son las siguientes:

- Creación de un logo distintivo de la empresa.
- Implementaciones del uso de tarjetas de presentación
- Elaboración de calendarios
- Entrega de folletos
- Uso de página de Facebook
- Fabricación de Playeras con bordado
- Uso de sello con el logo de la empresa
- Apertura de un correo electrónico para la empresa.

Una de las estrategias de mercadotecnia es la implementación de un logo, debido a que tiene una importancia indiscutible. Especialmente en tiempos en que marcar la diferencia es cada vez más difícil, ya que la calidad y los costos hace mucho que dejaron de ser un mero diferenciador.

La relación entre ambos departamentos es importante debido a que ambos deben trabajar estrechamente para tener una buena administración de la empresa. Todo esto con la intención de buscar la mejora administrativa de "Ensiladora González" ya que según el autor ^[6]Biegler J. (1980) " Los procedimientos representan la empresa de forma ordenada de proceder a realizar los trabajos administrativos para su mejor función en cuanto a las actividades dentro de la organización".

[6]Biegler J. (1980)

Metodología de la Implementación de Estrategias para la Mejora Administrativa de la Empresa

Considerando que el negocio no tiene formatos y procedimientos establecidos para la captura de los tickets de compra y venta. Así como la falta de identidad empresarial, el objetivo es implementar estrategias que ayuden a mejorar la administración, por medio de mejoras en las siguientes áreas.

Estrategias de Mercadotecnia + Estrategias de Contabilidad = Mejor Administración.
(Ver imagen 1).



Imagen 1.- Pirámide de las áreas de mejora.

Estrategias de Mercadotecnia a desarrollar en el presente proyecto:

- Creación de un logo distintivo de la empresa.
- Implementaciones del uso de tarjetas de presentación
- Elaboración de calendarios
- Entrega de folletos
- Uso de página de Facebook
- Fabricación de Playeras con bordado
- Uso de sello con el logo de la empresa
- Apertura de un correo electrónico para la empresa.

Mercadotecnia:

Sin importar si la empresa es muy pequeña y de pocos recursos, o una empresa de capital creciente, contar con un buen logo siempre podrá ser el chispazo que lo lance al estrellato.

Debido a que la empresa carece de una identidad empresarial se elaboró el siguiente logo. (Ver imagen 2).

ENSILADORA



GONZÁLEZ

Imagen 2. Logo de la Empresa.

Elementos del logo:

1. Tomando en cuenta que el giro de la empresa es ensilar maíz, se decidió que en él se especificara el giro.
2. Considerando el apellido del dueño se nombró a la empresa “Ensiladora González”.
3. Se usó la letra “G” ya que es la inicial del nombre y del primer apellido del dueño.
4. La forma original de la letra “G” se modificó, reduciendo el ancho de la parte superior para que quedara más pequeña de manera que simule silueta de un tractor.
5. Los triángulos se usaron para simular los picos que tiene una máquina para ensilar.
6. Los colores que se usaron son el verde y el amarillo, debido a que estos hacen alusión a los colores del maíz y la caña, que son los que se muele para obtener el silo.

Otras de las estrategias de mercadotecnia que se lograron aplicar con la implementación del logo son:

- Tarjetas de presentación (Ver imagen 3).



Imagen 3. Tarjetas de presentación.

- Página de Facebook (Ver imagen 4).



Imagen 4. Página de Facebook.

- Folleto Primera Parte (Ver imagen 5).

<h2 style="text-align: center;">ENSILADORA GONZÁLEZ</h2>	<p>La empresa inicio hace aproximadamente 25 años trabajando su tierra con una máquina de un surco, al inicio se molía solo rastrojo, con el transcurso del tiempo se adquirió un camión para hacer las entregas de silo y rastrojo.</p>	
<p>Ensiladora González es una empresa de tamaño micro cuenta con 8 empleados 3 choferes y una máquina para ensilar.</p>		<p>Hoy en día la empresa tiene clientes a los cuales se les maquila, compra y venta de silo y rastrojo molido, teniendo como mercado principal los agricultores de la comunidad y zonas aledañas.</p>
	<p>Con la ayuda de sus hijos se logro mejorar el servicio ya que se mejoraron los tiempos de entrega debido a que entre ellos se repartían las labores de ensilar, entregas de pedidos y búsqueda de nuevos clientes. Para hacer crecer el negocio familiar.</p>	<p style="text-align: center;">ENSILADORA GONZÁLEZ</p>
<p>Su giro comercial es de servicio de ensilar maíz así como la compra y venta del Rastrojo Molido. El negocio está ubicado en el canal grande, con domicilio conocido s/n, el Milagro, Pabellón de Arteaga, Aguascalientes. C.P.20670.</p>		<p>Teléfono: 465 1081 051 Correo: gilberto_gonzalezmtz@hotmail.com  Síguenos en Facebook Ensiladora González</p>

Imagen 5. Primera Parte del Folleto.

- Folleto Segunda Parte (Ver imagen 6).

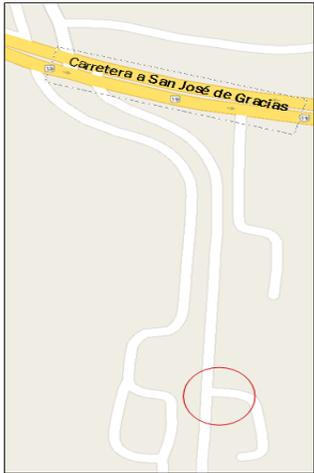
<p>Domicilio Conocido S/N El Milagro, Pabellón de Arteaga, Ags.</p>		<p>ENSILADORA GONZÁLEZ Gilberto González Martínez.</p>
<p>Correo Electrónico: gilberto_gonzalezmtz@hotmail.com</p>		
 <p>Contamos con Camiones Propios.</p>		<p style="text-align: center;">Compra y Venta de Silo de Maíz y Rastrojo Molido</p>
		<p style="text-align: center;">Tel: 465 1081051</p>

Imagen 6. Segunda Parte del Folleto.

- Calendario (Ver imagen 7).



Imagen 7. Calendario.

- Playeras con bordado (Ver imagen 8).



Imagen 8. Playera con bordado.

- Sello de la empresa (Ver imagen 9).



Imagen 9. Sello de la empresa.

- Apertura de un correo electrónico para la empresa: gilberto_gonzalezmtz@hotmail.com (Ver imagen 10).

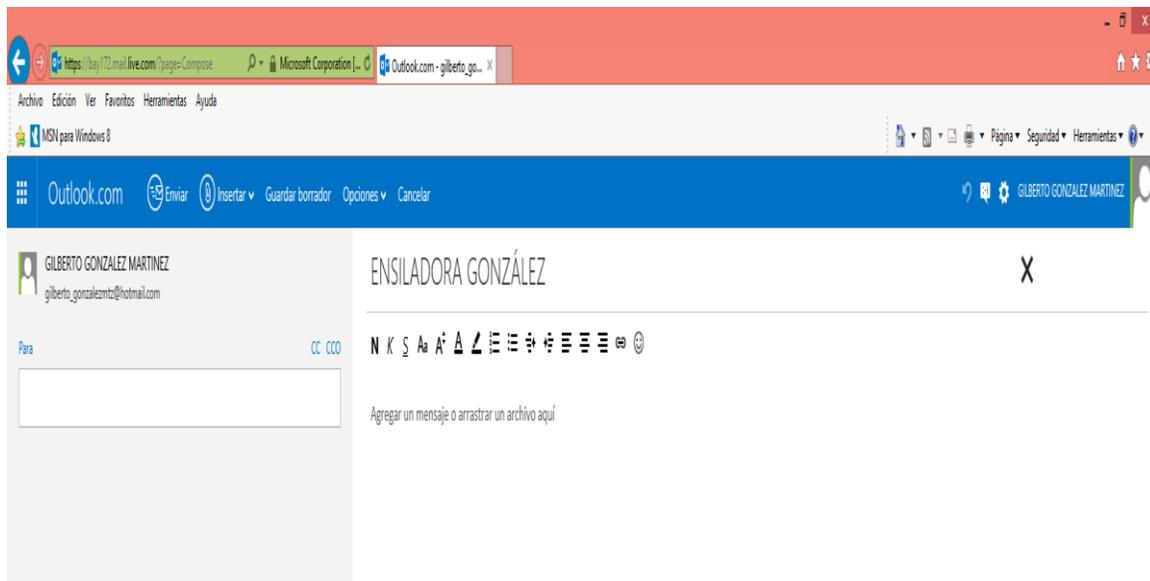


Imagen 10. Correo de la empresa.

Contabilidad:

Las estrategias que se aplicaron para mejorar la administración de la empresa por medio de la contabilidad son las siguientes:

- Tickets (Notas en las cuales se especifica la fecha en la que se realizó la pesada el nombre de la báscula, el nombre de origen y destino del viaje y el peso) de compra y venta de rastrojo molido.
 - Creación de un formato para la captura de tickets.
 - Establecimiento del procedimiento para la captura de ticket de compra y venta de rastrojo molido para los diferentes clientes con los que cuenta la empresa.

- Reportes de los choferes:
 - Establecimiento de un formato para los reportes de los choferes.
 - Creación de un formato para la captura y vaciado de información de los reportes de los choferes.
 - Establecimiento del procedimiento de captura de los reportes de los choferes.

PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTURA DE LOS TICKETS DE COMPRA Y VENTA DE SILO

El programa que se eligió para hacer la base de datos de las diferentes cuentas en la empresa es Excel.

Para la realizar las cuentas de cada uno de los clientes se estableció el siguiente protocolo:

1. Anota el nombre del cliente en una de las hojas del libro de Excel. (Ver imagen 11)

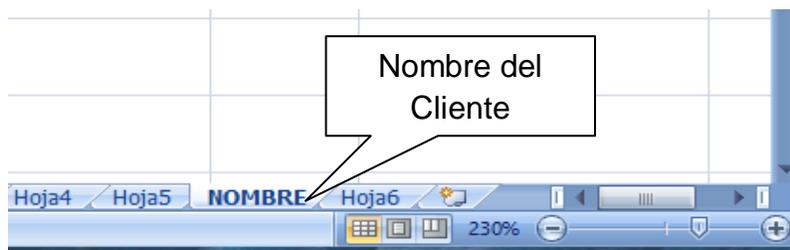


Imagen 11. Hoja de Excel con el nombre del cliente.

2. Se anota el nombre del cliente como título.

La tabla que se muestra a continuación, se eligió debido a que en ella se especifica el número de viajes, el número de ticket la placa del camión que realizó el viaje y los pesos: bruto, tara y neto. (Ver imagen 12).

NOMBRE DEL CLIENTE

NO.	FECHA	NO. DE TIKET	PLACA	BRUTO	TARA	NETO
1						0
2						0
3						0
4						0
5						0

Imagen 12. Hoja con el título del nombre del cliente.

Pues en los sistemas de pesaje existen varias condiciones que afectan de manera significativa la operación en una transacción comercial, para entender esto de una manera más clara, a continuación se presentan algunas de las definiciones más básicas:

Peso Bruto (gross): Es el peso del producto (neto) incluyendo el peso del contenedor ó empaque (tara).

$\text{Peso Bruto} = \text{Peso Neto} + \text{Peso Tara}$. (Ver imagen 13)

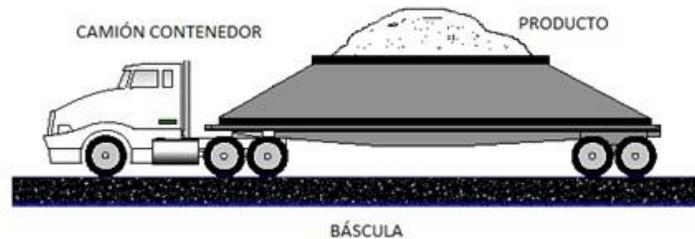


Imagen 13. Camión contenedor con el producto sobre la báscula.

Peso Neto (net): Es el peso del producto sin incluir el peso del contenedor ó empaque (tara).

$\text{Peso Neto} = \text{Peso Bruto} - \text{Peso Tara}$. (Ver imagen 14)

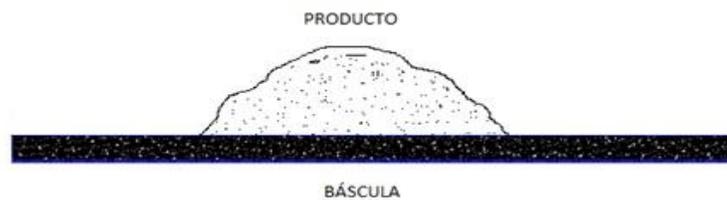


Imagen 14. Producto sobre la báscula.

Peso Tara (tare): Es el peso del contenedor o empaque sin incluir el peso del producto (neto).

$\text{Peso Tara} = \text{Peso Bruto} - \text{Peso Neto}$. (Ver imagen 15)

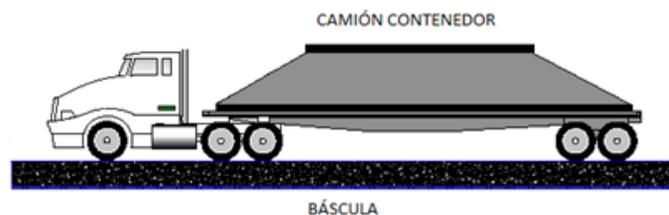


Imagen 15. Camión contenedor sobre la báscula.

- Se inicia con la captura de tickets anotando la fecha, No. De ticket, la placa del camión, el bruto, la tara y el neto, debido a que son los pesos a considerar para las pesadas de los camiones como se explica a continuación: (Ver imagen 16)

HUGO ACOSTA

NO.	FECHA	NO. DE TIKET	PLACA	BRUTO	TARA	NETO
1	18-oct	5285	JT-65-474	24,970	10,900	
2						

Imagen 16. Vaciado de la información respecto a cada ticket.

- En la columna donde está el neto se hace una fórmula en la cual se le reste la tara al bruto para determinar y verificar si el peso en neto es el mismo al que está en el ticket: (Ver imagen 17)

HUGO ACOSTA

NO.	FECHA	NO. DE TIKET	PLACA	BRUTO	TARA	NETO
1	18-oct	5285	JT-65-474	24,970	10,900	=F7-G7
2						

Imagen 17. Resta de la tara al peso bruto.

- Se aplica lo mismo a los demás tickets capturados, para al final hacer una fórmula en la cual se sume todos los pesos netos de los tickets capturados como se muestra. (Ver imagen 18)

HUGO ACOSTA

NO.	FECHA	NO. DE TIKET	PLACA	BRUTO	TARA	NETO
1	18-oct	5285	JT-65-474	24,970	10,900	14,070
2	18-oct	5286	AE-55-674	22,810	10,820	11,990
3	18-oct	5289	AE-91-762	29,530	11,540	17,990
4	18-oct	5290	ZH-03-021	27,840	11,460	16,380
5	18-oct	5291	JS-65-474	22,300	10,890	11,410
TOTAL NETO					=SUMA(H7:H11)	

SUMA(número1, [número2], ...)

Imagen 18. Obtención de los pesos netos de cada viaje.

6. Después de que se tiene la suma del neto se selecciona la celda para ubicarla bajo la tabla y de esta manera anotar los kilos totales. (ver imagen 19)

HUGO ACOSTA

NO.	FECHA	NO. DE TIKET	PLACA	BRUTO	TARA	NETO
1	18-oct	5285	JT-65-474	24,970	10,900	14,070
2	18-oct	5286	AE-55-674	22,810	10,820	11,990
3	18-oct	5289	AE-91-762	29,530	11,540	17,990
4	18-oct	5290	ZH-03-021	27,840	11,460	16,380
5	18-oct	5291	JS-65-474	22,300	10,890	11,410
TOTAL NETO					71,840	

TOTAL	=G12	KG
--------------	-------------	-----------

Imagen 19. Selección de la celda del total neto.

7. Se anota el precio en del silo que es de .40 centavos. (Ver imagen 20)

HUGO ACOSTA

NO.	FECHA	NO. DE TIKET	PLACA	BRUTO	TARA	NETO
1	18-oct	5285	JT-65-474	24,970	10,900	14,070
2	18-oct	5286	AE-55-674	22,810	10,820	11,990
3	18-oct	5289	AE-91-762	29,530	11,540	17,990
4	18-oct	5290	ZH-03-021	27,840	11,460	16,380
5	18-oct	5291	JS-65-474	22,300	10,890	11,410
TOTAL NETO					71,840	

TOTAL	71,840	KG
X	0.40	

Imagen 20. Establecimiento del precio del silo.

8. Se hace una multiplicación para saber cuánto es la cantidad total a pagar o cobrar. (Ver imagen 21).

TOTAL	71,840	KG
X	0.40	
=C17*D18		

Imagen 21. Multiplicación de los kilos por el precio del silo.

9. Se determina cual es la cuenta total. (Ver imagen 22).

	TOTAL	
		71,840 KG
	X	0.40
		\$28,736.00

Imagen 22. Obtención del Total.

10. Esta es la cuenta final que se le entrega al cliente. (Ver imagen 23).

HUGO ACOSTA

NO.	FECHA	NO. DE TIKET	PLACA	BRUTO	TARA	NETO
1	18-oct	5285	JT-65-474	24,970	10,900	14,070
2	18-oct	5286	AE-55-674	22,810	10,820	11,990
3	18-oct	5289	AE-91-762	29,530	11,540	17,990
4	18-oct	5290	ZH-03-021	27,840	11,460	16,380
5	18-oct	5291	JS-65-474	22,300	10,890	11,410
TOTAL NETO						71,840

TOTAL	
	71,840 KG
X	0.40
	\$28,736.00

Imagen 23. Cuenta Final.

PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTURA Y VACIADO DE INFORMACION DE LOS REPORTES DE LOS CHOFERES

El programa que se eligió para hacer la base de datos de las diferentes cuentas a realizar en la empresa es Excel.

Para realizar las cuentas de cada uno de los clientes se estableció el siguiente protocolo:

1. El siguiente formato fue el asignado para que fuese llenado por cada uno de los choferes con los que cuenta la empresa.
2. El formato se estableció de esta manera debido a que en este reporte se especifican puntos importantes como lo son:(Ver imagen 24).

UNIDAD:		FECHA:	
CHOFER:		PLACAS:	
DIESEL:			
OBSERVACIONES			
		FOLIO	1

Imagen 24. Formato para el Reporte de los Choferes.

- Unidad y Placas: Para conocer en cual camión se realizó el viaje.

- Nombre del Chofer y Fecha: Para saber quién fue el que ejecutó el o los viajes y el día en que se hicieron.
 - Diesel: Este punto es relevante porque aquí se anotarán los litros que se le cargaron al camión para determinar al final del reporte de cada semana los gastos totales de Diesel.
 - No. De Ticket, la Procedencia y el Destino: Son importantes debido a que con la información de la procedencia y el destino se establece la ganancia de cada viaje para el dueño del camión.
 - Peso Bruto, Tara y Neto: Porque con estos datos se determinará la ganancia total dependiendo de los kilos que se trasladaron a determinado lugar.
3. Observaciones: En este apartado harán anotaciones en caso de haber tenido un problema o inconveniente durante el transcurso del día de trabajo. O en su caso para hacer alguna observación.
 4. Estos son llenados por los choferes al término de cada día de trabajo, para reportar los viajes que realizaron cada uno de los choferes.

Los tres camiones con los que cuenta la empresa con los siguientes:

(Ver imagen 25).

UNIDAD	DINA AZUL
CHOFER	ADAN LUEVANO
PLACAS	AE-55-674

Imagen 25. Información del camión No.1

(Ver imagen 26).

UNIDAD	FL AZUL
CHOFER	ALEJANDRO PRADO
PLACAS	JS-65-474

Imagen 26. Información del camión No.2

(Ver imagen 27).

UNIDAD	CHATA NEGRA
CHOFER	JORGE ZAMARRIPA
PLACAS	ZH-03-021

Imagen 27. Información del camión No.3

Por lo que al momento de vaciar la información al reporte semanal se deben anotar cada uno de los reportes de los tres camiones de los días que abarcan la semana de trabajo.

5. Ejemplo del formato llenado para los tres choferes. (Ver imagen 28).

UNIDAD:	DINA AZUL	FECHA:	12 DE AGOSTO DE 2014		
CHOFER:	ADAN LUEVANO	PLACAS:	AE-55-674		
DIESEL:	110 LTS.				
NO. DE TICKET	PROCEDENCIA	DESTINO	BRUTO	TARA	NETO
72890	MANUEL PUENTES	JOEL ESQUIVEL	20,040	10,855	9,185

Imagen 28. Formato llenado por los choferes.

6. Después de que se llenó el reporte de los viajes que se realizaron en el día, se entregan a la persona encargada de la contabilidad, para que se base la información al formato que se eligió para determinar cuál será la ganancia de cada uno de los hijos del dueño. En el formato que a continuación se muestra se especifica:

- El número de semana en el cual se está trabajando.
- La fecha del día de inicio del recorte y la fecha del día final.
- Enseguida se anota el nombre del lugar a donde se realizaron los viajes ejemplo. (Ver imagen 29).

SEMANA 1								
DEL LUNES 11 AL SABADO 16 DE AGOSTO DEL 2014								
DE MANUEL PUENTES A JOEL ESQUIVEL								
NO.	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	NO. DE TICKET	BRUTO	TARA	NETO
1								
2								

Imagen 29. Nombre del lugar de donde se realizó el o los viajes.

7. Posteriormente se comienza a llenar la información que se solicita en los recuadros, de acuerdo a la información del reporte del día. (Ver imagen 30).

SEMANA 1								
DEL LUNES 11 AL SABADO 16 DE AGOSTO DEL 2014								
DE MANUEL PUENTES A JOEL ESQUIVEL								
NO.	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	NO. DE TICKET	BRUTO	TARA	NETO
1	12-ago	DINA AZUL	ADAN LUEVANO	AE-55-674	72890	20,040	10,855	
2								

Imagen 30. Llenado del formato con la información.

8. A continuación se aplica una fórmula en la cual se le reste al peso en bruto la tara para poder comprobar si el peso neto está correcto. (Ver imagen 31).

SEMANA 1								
DEL LUNES 11 AL SABADO 16 DE AGOSTO DEL 2014								
DE MANUEL PUENTES A JOEL ESQUIVEL								
NO.	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	NO. DE TICKET	BRUTO	TARA	NETO
1	12-ago	DINA AZUL	ADAN LUEVANO	AE-55-674	72890	20,040	10,855	=19,185
2								

Imagen 31. Aplicación de la Resta.

9. Así se obtiene el peso neto de cada uno de los viajes que se realizaron en esa semana de trabajo. (Ver imagen 32).

SEMANA 1								
DEL LUNES 11 AL SABADO 16 DE AGOSTO DEL 2014								
DE MANUEL PUENTES A JOEL ESQUIVEL								
NO.	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	NO. DE TICKET	BRUTO	TARA	NETO
1	12-ago	DINA AZUL	ADAN LUEVANO	AE-55-674	72890	20,040	10,855	9,185
2								

Imagen 32. Obtención del peso neto.

10. Después de anotar cada uno de los viajes en la cuenta de los diferentes lugares a los cuales se llevó el silo se hace una suma para determinar el total de kilos. (Ver imagen 33).

DE VALENTE HERNANDEZ AL MISMO RANCHO								
NO.	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	NO. DE TICKET	BRUTO	TARA	NETO
1	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO PRADO	JS-65-474	6999	23,390	10,915	12,475
2	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO PRADO	JS-65-474		23,390	10,915	12,475
3	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO PRADO	JS-65-474		23,390	10,915	12,475
TOTAL						TOTAL TONELA	=SUMA(K17:K19)	
						CENTAVOS DE GANANCIA		
						GANACIA POR VIAJES		\$0.00

Imagen 33. Aplicación de la suma para todos los pesos netos.

11. En seguida se asigna la ganancia dependiendo del lugar donde se realizaron los viajes. (Ver imagen 34).

DE MANUEL PUENTES A JOEL ESQUIVEL								
NO.	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	NO. DE TICKET	BRUTO	TARA	NETO
1	12-ago	DINA AZUL	ADAN LUEVANO	AE-55-674	72890	20,040	10,855	9,185
						TOTAL DE KILOS		9,185
						GANANCIA POR KILOS		0.04
						GANANCIA TOTAL		
DE VALENTE HERNANDEZ AL MISMO RANCHO								
NO.	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	NO. DE TICKET	BRUTO	TARA	NETO
1	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO PRADO	JS-65-474	6999	23,390	10,915	12,475
2	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO PRADO	JS-65-474		23,390	10,915	12,475
3	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO PRADO	JS-65-474		23,390	10,915	12,475
TOTAL						TOTAL TONELADAS		37,425
						CENTAVOS DE GANANCIA		0.04
						GANACIA POR VIAJES		

Imagen 34. Asignación de la ganancia.

12. Por consiguiente se hace una multiplicación del total de kilos por los centavos de ganancia para conocer la ganancia total. (Ver imagen 35).

DE VALENTE HERNANDEZ AL MISMO RANCHO								
NO.	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	NO. DE TICKET	BRUTO	TARA	NETO
1	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO PRADO	JS-65-474	6999	23,390	10,915	12,475
2	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO PRADO	JS-65-474		23,390	10,915	12,475
3	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO PRADO	JS-65-474		23,390	10,915	12,475
TOTAL					TOTAL TONELADAS		37,425	
					CENTAVOS DE GANANCIA		0.04	
					GANANCIA POR VIAJES		=K20*K21	

Imagen 35. Aplicación de la multiplicación para obtener la ganancia.

13. Después de tener los totales de todas las cuentas que se realizaron en esa semana, se realiza una lista donde se resumen los totales. (Ver imagen 36).

TOTAL DE LA SEMANA		
1	DE MANUEL PUENTES A JOEL ESQUIVEL	
2	DE VALENTE HERNANDEZ AL MISMO RANCHO	
3	DE MAURILIO FRAILE A LA GRANJITA	
TOTAL		

Imagen 36. Tabla del resumen de los totales.

14. En seguida se seleccionan las celdas de la ganancia total de cada cuenta en la lista total de la semana. (Ver imagen 37).

		GANANCIA TOTAL	\$1,608.60
TOTAL DE LA SEMANA			
1	DE MANUEL PUENTES A JOEL ESQUIVEL		\$367.40
2	DE VALENTE HERNANDEZ AL MISMO RANCHO		\$1,497.00
3	DE MAURILIO FRAILE A LA GRANJITA		=K30
TOTAL			

Imagen 37. Obtención del peso neto.

15. Ahora se hace una suma de los totales de la ganancia de cada cuenta. (Ver imagen 38).

TOTAL DE LA SEMANA		
1	DE MANUEL PUENTES A JOEL ESQUIVEL	\$367.40
2	DE VALENTE HERNANDEZ AL MISMO RANCHO	\$1,497.00
3	DE MAURILIO FRAILE A LA GRANJITA	\$1,608.60
TOTAL		=SUMA(I34:I36)

Imagen 38. Aplicación de la suma para obtener la ganancia total de la semana.

16. A continuación se comienza a llenar la tabla en la cual se anotan los gastos del Diesel que se realizaron en la semana. En la cual se deberá anotar de acuerdo al formato entregado por el chofer.

17. En el caso de que el chofer anote en los gastos del Diesel la cantidad en pesos, se anota directamente en la celda de Cantidad total, pero si anota la cantidad en litros se deberá anotar ese dato en la celda de Litros y después se anota el precio de litro, para después aplicar una fórmula en la que se multiplique los litros por el precio como se muestra a continuación. (Ver imagen 39).

GASTOS DE DIESEL							
	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	LITROS	PRECIO DEL LITRO	CANTIDAD TOTAL
1	12-ago	DINA AZUL	ADAN	AE-55-674	110	13.50	=G42*H42
2	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO	JS-65-474			\$4,500.00
3	14-ago	CHATA NEGRA	JORGE Z	ZH-03-021	215	13.50	
TOTAL							

Imagen 39. Aplicación de la multiplicación para obtener la cantidad total.

18. Por consiguiente se hace una suma de todos los gastos del Diesel. (Ver imagen 40).

GASTOS DE DIESEL							
	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	LITROS	PRECIO DEL LITRO	CANTIDAD TOTAL
1	12-ago	DINA AZUL	ADAN	AE-55-674	110	13.50	\$1,485.00
2	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO	JS-65-474			\$4,500.00
3	14-ago	CHATA NEGRA	JORGE Z	ZH-03-021	215	13.50	\$2,902.50
TOTAL							=suma(J42:J44)

Imagen 40. Aplicación Suma del total de los gastos del Diesel.

19. Enseguida se hace una tabla para conocer la ganancia final. (Ver imagen 41).

GANACIA DE LA SEMANA	
GASTOS DE DIESEL	
DINERO EN EFECTIVO	
TOTAL A PAGAR	

Imagen 41. Tabla para la obtención de la ganancia final.

20. Ahora se selecciona la celda del total de la ganancia de la semana. (Ver imagen 42).

3	DE MURILLO FRAILE A LA GRANJITA	\$134.05					
TOTAL		\$1,998.45					
GASTOS DE DIESEL							
	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	LITROS	PRECIO DEL LITRO	CANTIDAD TOTAL
1	12-ago	DINA AZUL	ADAN	AE-55-674	10	13.50	\$135.00
2	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO	JS-65-474	10	13.5	\$135.00
3	14-ago	CHATA NEGRA	JORGE Z	ZH-03-021	15	13.50	\$202.50
TOTAL							\$472.50
TOTAL DE LA SEMANA							
GANACIA DE LA SEMANA				=I37			
GASTOS DE DIESEL							

Imagen 42. Selección de la celda del total de la ganancia de la semana.

21. Por consiguiente se seleccionan los gastos del Diesel para ponerlos en la tabla. (Ver imagen 43).

GASTOS DE DIESEL							
	FECHA	UNIDAD	CHOFER	PLACAS	LITROS	PRECIO DEL LITRO	CANTIDAD TOTAL
1	12-ago	DINA AZUL	ADAN	AE-55-674	10	13.50	\$135.00
2	13-ago	FL AZUL	ALEJANDRO	JS-65-474	10	13.5	\$135.00
3	14-ago	CHATA NEGRA	JORGE Z	ZH-03-021	15	13.50	\$202.50
TOTAL							\$472.50
TOTAL DE LA SEMANA							
GANACIA DE LA SEMANA				\$1,998.45			
GASTOS DE DIESEL				=J45			
DINERO EN EFECTIVO							

Imagen 43. Selección de la celda de los gastos del Diesel.

22. En caso de que el dueño le haya dado dinero en efectivo en el transcurso de la semana se anotará en la tabla de lo contrario se dejará en blanco. (Ver imagen 44).

TOTAL DE LA SEMANA	
GANACIA DE LA SEMANA	\$1,998.45
GASTOS DE DIESEL	\$472.50
DINERO EN EFECTIVO	\$200.00
TOTAL A PAGAR	

Imagen 44. Anotación del dinero en efectivo que se dio al trabajador.

23. Por consiguiente a la celda de la ganancia total se le resta los gastos del Diesel y el dinero en efectivo, para obtener el total a pagar. (Ver imagen 45).

TOTAL DE LA SEMANA	
GANACIA DE LA SEMANA	\$1,998.45
GASTOS DE DIESEL	\$472.50
DINERO EN EFECTIVO	\$200.00
TOTAL A PAGAR	=F49-F50-F51

Imagen 45. Aplicación de la resta para obtener la el total a pagar.

24. Por último se obtiene el total a pagar de la semana. (Ver imagen 46).

TOTAL DE LA SEMANA	
GANACIA DE LA SEMANA	\$1,998.45
GASTOS DE DIESEL	\$472.50
DINERO EN EFECTIVO	\$200.00
TOTAL A PAGAR	\$1,325.95

Imagen 46. Obtención del total a pagar por la semana.

Resultados

Los resultados que se obtuvieron fueron mejorar el control y manejo de la administración de la empresa “Ensiladora González” con el uso de estas estrategias en el área de mercadotecnia y contabilidad. Con la implementación de formatos y de procedimientos establecidos para la captura de tickets de compra y venta, se logró mejorar de un 10% hasta en un 95% el control de los gastos del diesel para poder determinar la ganancia de los trabajadores, además de mejorar de manera significativa la administración del negocio, teniendo como base todos los reportes de los choferes y de los tickets de los diferentes viajes que se realizaron.

De igual forma se mejoró la comunicación de los clientes con la empresa, por medio del uso de correo electrónico, o por medio de la página de facebook de la empresa.

En la pregunta planteada en la introducción del proyecto: ¿La implementación de diferentes estrategias en el área de Mercadotecnia y contabilidad ayudarán a mejora la administración de la empresa? Como respuesta es que sí se mejoró la administración de la empresa y no solo eso se tuvo un mejor control en cuanto a los gastos de diesel, también se beneficiaron los tiempos de entrega de las cuentas a los clientes y se mejoró la comunicación de los clientes hacia la empresa.

Los aspectos que quedan fuera son las variables que intervienen antes de que lleguen los tickets al área de captura, como lo son:

- La distancia en la cual se están realizando los trabajos de ensilada. Ya que hay ocasiones en las que los choferes no llegan a la empresa hasta días después para entregar los tickets.
- Las fallas de las básculas en las que se realizan las diferentes pesadas de los viajes que se realizan.

Para lo cual se sugiere un estudio a fondo para mejorar las condiciones que se mencionan en cada uno de los aspectos anteriores.

Una de las limitaciones que se tenía era que los choferes eran los encargados de entregar los tickets para la captura de los mismos y no siempre se entregan en el día a día, debido a que hay trabajos que se realizan en diferentes lugares del estado e incluso de otros estados, lo que retrasaba e implicaba tener no siempre una base de datos actualizada, para lo cual se propone que los tickets se entreguen de forma diaria, en caso de tener un retraso, se debe entregar al día siguiente sin excusa alguna, en caso de no poder traerlos el chofer personalmente, se deben mandar con otro chofer. Para así logra tener una base de datos actualizada.

Conclusiones

La importancia del uso de estrategias de mercadotecnia no solo en empresas que están iniciando, sino en negocios que nunca las han usado, pero ya tienen tiempo laborando de esta manera, como fue el caso de “Ensiladora González”, debido a que está en el tiempo que tienen trabajando nunca se habían usado ninguna estrategia de las cuales se implementaron, por lo que los resultados se pudieron percibir a corto plazo.

Las investigaciones futuras en las cuales se puede trabajar son en realizar convenios entre la empresa y las básculas para tener un programa en el cual se comparta la información de las diferentes básculas en las que los camiones de la empresa realizan sus pesadas, para que después de pesar el camión, aparezca la información en la base de datos del área de contabilidad para evitar problemas con los tickets de compra y venta, por pérdida de los mismos o retrasos en la entrega de los mismos por parte de los choferes. Con todo lo anterior se podría tener una mejor administración de la empresa en su totalidad.

Programa de actividades Cronograma de actividades

Actividades por Quincena	Ago-1a	Ago-2a	Sept - 1a	Sept - 2a	Oct - 1a	Oct-2a	Nov - 1a	Nov. - 2a	Dic-1a
Introducción									
Elección y fabricación de las estrategias de Mercadotecnia									
Establecimiento de formatos									
Procedimiento para la captura de los tickets de compra y venta									
Procedimiento para la captura y vaciado de información de los reportes de los choferes									
Resultados y conclusiones									
Entrega del proyecto									

Referencias

[1]Chandler, A. (1990)

[2]Curso Práctico de Técnicas Comerciales, ediciones Nueva Lente S. A., 2do Fascículo, pág. 25.

[3]Jörg Zintzmeyer. Logo Design, (Ed. Taschenen).

[4]Melinkoff, R. (1990). Los procesos Administrativos. Caracas: Editorial Panapo. Pág. 28.

[5]Janneth Mónica Thompson Baldiviezo. Enero 2008.

[6]Biegler, J. (1980). Manual Moderno de Contabilidad. México: McGraw Hill Interamericana de México. Pág. 54.

<http://www.estartap.com/la-importancia-de-la-contabilidad-en-su-empresa/>

<http://definicion.de/marketing/>

<http://www.negociosyemprendimiento.org/2014/02/publicidad-efectiva-importancia-logo-y-slogan.html>

<http://www.revuelta.com.mx/basculas-y-soluciones-de-pesaje/centro-de-informacion/peso-bruto,-tara-y-neto>

<http://www.definicionabc.com/tecnologia/formato.php>

<http://definicion.de/procedimiento/>

<http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>

<http://www.promonegocios.net/contabilidad/concepto-contabilidad.html>