



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**DESARROLLO DE MEJORAS EN GESTIÓN FINANCIERA E
INVENTARIO EN DENTALIA**

SUSTENTADO POR:

**ALEJANDRO ANDRES HIDALGO SILVA
LAURA LIZZETH MATAMOROS PAZ**

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

**MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.

NOVIEMBRE, 2024

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTORA

ROSALPINA RODRÍGUEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL

JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

DECANA DE POSTGRADO

ANA DEL CARMEN RETTALLY VARGAS

**DESARROLLO DE MEJORAS EN GESTIÓN
FINANCIERA E INVENTARIO EN DENTALIA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE**

MÁSTER EN

DIRECCIÓN EMPRESARIAL

ASESOR METODOLÓGICO

MARIO ALBERTO GALLO SANDOVAL

MIEMBROS DE LA TERNA:

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2023

ALEJANDRO ANDRES HIDALGO SILVA
LAURA LIZZETH MATAMOROS PAZ

Todos los derechos son reservados.



FACULTAD DE POSTGRADO

DESARROLLO DE MEJORAS EN GESTIÓN FINANCIERA E INVENTARIO EN DENTALIA

**ALEJANDRO ANDRES HIDALGO SILVA
LAURA LIZZETH MATAMOROS PAZ**

Resumen

DENTALIA es una empresa familiar constituida en 2022 en Tegucigalpa, Honduras, dedicada a la comercialización y distribución de insumos médicos, especialmente gorros. Sin embargo, la falta de experiencia de los socios sobre la gestión financiera e inventario ha afectado su operativa, generando desabastecimientos y pérdidas económicas. El documento analiza estos problemas, destacando la necesidad de implementar herramientas tecnológicas y mejorar su gestión. Se proponen propuestas basadas en la digitalización de los registros financieros y del inventario, a través de herramientas como Odoo, que permitirían a DENTALIA optimizar sus recursos, mejorar la toma de decisiones y garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Al igual que la implementación de flujos de procesos y el uso de una herramienta financiera para gestionar de una manera más adecuada sus finanzas. El trabajo incluye recomendaciones como la implementación de software para el seguimiento del inventario, la creación de fichas de productos y el uso de estados financieros confiables para una mejor planificación. Estas mejoras facilitarían la competitividad y permitirían a DENTALIA consolidarse en el mercado, mejorando su situación actual y su futuro.

Palabras claves: (Digital, Finanzas, Gestión, Inventario, Procesos)



GRADUATE SCHOOL

DESARROLLO DE MEJORAS EN GESTIÓN FINANCIERA E INVENTARIO EN DENTALIA

**ALEJANDRO ANDRES HIDALGO SILVA
LAURA LIZZETH MATAMOROS PAZ**

Abstract

DENTALIA is a family-owned business established in 2022 in Tegucigalpa, Honduras, dedicated to sale and distribution of medical supplies, especially caps. However, the partners' lack of experience in financial management and inventory has affected their operations, leading to shortages and economic losses. The document analyzes these issues, highlighting the need to implement technological tools and improve their management. Proposals are made based on the digitization of financial and inventory records, through tools like Odoo, which would allow DENTALIA to optimize its resources, improve decision-making, and ensure its long-term sustainability. Just like the implementation of process flows and the use of a financial tool to manage their finances more appropriately. The work includes recommendations such as the implementation of software for inventory tracking, the creation of inventory sheets, and the use of reliable financial statements for better planning. These improvements would enhance competitiveness and allow DENTALIA to consolidate in the market, improving its current situation and future.

Palabras claves: (Digital, Finance, Management, Inventory, Processes)

DEDICATORIA

A nuestros padres por su amor incondicional, su apoyo, por creer en nosotros y darnos fuerzas en momentos difíciles, por cada palabra y siempre estar de nuestro lado. Este logro es producto de su ejemplo y enseñanza. A nuestra familia que siempre nos brindaron palabras y consejos de aliento que nos ayudaron a enfocarnos en nuestro objetivo y dejar el cansancio de lado. Finalmente, a todas personas que indirectamente dejaron huella en nuestros corazones y contribuyeron para lograr este sueño.

AGRADECIMIENTO

Buscamos expresar nuestro sincero agradecimiento a todas aquellas personas que formaron parte de nuestra investigación, ya que sin su apoyo y tiempo brindado no podría haber sido culminada. Agradecemos a nuestro Director de tesis y cada uno de los profesores quienes con su tiempo y enseñanzas nos brindaron conocimientos y consejos fundamentales para poder desarrollarnos de una mejor manera, a nuestros compañeros de estudio de los cuales la gran mayoría tenemos el honor y el privilegio de poder llamarlos amigos, su colaboración y amistad hicieron que este recorrido fuera enriquecedor y agradable.

TABLA DE CONTEIDO

DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	1
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	2
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	4
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	4
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	6
2.2 CONCEPTUALIZACIÓN	9
2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO	11
2.3.1 BASES TEORICAS	11
2.3.2 METODOLOGÍAS DESARROLLADAS.....	14
2.3.3 INSTRUMENTOS UTILIZADOS	16
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	17
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	17
3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA	17
3.1.2 ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO	18
3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	19
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	21
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	21

3.3.1	POBLACIÓN.....	22
3.3.2	MUESTRA	22
3.3.3	TÉCNICAS DE MUESTREO	23
3.4	TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS	23
3.5	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	24
3.5.1	FUENTES PRIMARIAS	24
3.5.2	FUENTES SECUNDARIAS	24
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS		25
4.1	INFORME DE PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	25
4.2	RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS	25
4.2.1	RESULTADOS CUANTITATIVOS.....	26
4.2.2	ANÁLISIS CUALITATIVO.....	40
4.3	FODA DE LA EMPRESA.....	42
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		43
5.1	CONCLUSIONES	43
5.2	RECOMENDACIONES	44
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD.....		45
6.1	NOMBRE DE LA PROPUESTA	45
6.2	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	45
6.3	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	46
6.4	DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO	46
6.4.1	ELABORACIÓN DE UNA HERRAMIENTA DIGITAL PARA EL CONTROL DE INVENTARIO.	46

6.4.2 DISEÑO DE UNA FICHA DE INVENTARIO Y ESTABLECIMIENTO DE FLUJOS DE PROCESOS	74
6.4.3 HERRAMIENTA DIGITAL DE GESTIÓN FINANCIERA PARA LA ELABORACIÓN DE BALANCES GENERALES, ESTADOS FINANCIEROS, RAZONES Y ANÁLISIS COMPARATIVOS DE DATOS FINANCIEROS.....	98
1.5 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN.....	109
6.6 PRESUPUESTO.	111
6.7 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA...	114
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	115
ANEXOS	120
Anexo 1 – Carta de Autorización.....	120
Anexo 2 – Entrevista a Socios/Primera Corrección.....	121
Anexo 3 - Entrevista a Socios/Segunda Corrección.....	122
Anexo 4 - Entrevista Socios/Final.....	123
Anexo 5 –Encuesta Clientes/Primera Corrección.....	124
Anexo 6 – Encuesta Clientes/Segunda Corrección.....	127
Anexo 7 – Encuesta Clientes/Tercera Corrección.....	130
Anexo 8 - Encuesta Clientes/Final.....	133
Anexo 9 -Productos.....	137
Anexo 10-Red Social	138

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Metodológica	17
Tabla 2 Operacionalización de las Variables	19
Tabla 3 Población 1	22
Tabla 4 Población 2	22
Tabla 5 Hallazgos por parte de los socios	41
Tabla 6 Impacto Sitio Web Odoo	72
Tabla 7 Ventajas y Desventajas-Odoo	73
Tabla 8 Ventajas y Desventajas - Fichas de Procesos	97
Tabla 9 Resumen datos- Balance General y Estado de Resultados	100
Tabla 10 Balances Generales y Estados de Resultados	101
Tabla 11 Vista anual de datos	103
Tabla 12 Razones Financieras	106
Tabla 13 Ventajas y Desventajas-Herramienta Financiera	108
Tabla 14 Diagrama de Gantt Propuestas	109
Tabla 15 Presupuesto sitio web Odoo	111
Tabla 16 Retorno sobre la Inversión	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Esquema Variables de Estudio	18
Figura 2 Muestra	23
Figura 3 Género	26
Figura 4 Rango de Edades	27
Figura 5 Tiempos de entrega	28
Figura 6 Calidad de los productos	29
Figura 7 Accesibilidad de precios	29
Figura 8 Variedad de productos	30
Figura 9 Cantidad disponible de productos	31
Figura 10 Frecuencia en disponibilidad de productos	32
Figura 11 Frecuencia de personas que compran en la competencia por falta de disponibilidad	32
Figura 12 Frecuencia de compra	33
Figura 13 Experiencia	34
Figura 14 Cantidades de recomendaciones	35
Figura 15 Compras con mayor frecuencia	36
Figura 16 Nuevos productos	37
Figura 17 Accesibilidad para recibir información	38
Figura 18 Medio para recibir información	38
Figura 19 Conocimiento de la empresa	39
Figura 20 FODA	42
Figura 21 Ficha de Inventario	75

Figura 22 Flujo de Proceso-Levantamiento de Inventario	79
Figura 23 Levantamiento de Inventario	80
Figura 24 Flujo de Proceso-Compras en el Extranjero.....	83
Figura 25 Compras en el Extranjero	84
Figura 26 Flujo de Proceso-Recepción y Almacenamiento.....	87
Figura 27 Recepción y Almacenamiento.....	88
Figura 28 Flujo de Proceso-Orden del Cliente.....	91
Figura 29 Orden del Cliente.....	92
Figura 30 Flujo de Proceso-Entrega del Pedido.....	95
Figura 31 Entrega del Pedido	96
Figura 32 Visual de los datos anuales	104
Figura 33 Razones Financieras.....	105

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

DENTALIA S. de R.L., es una empresa familiar constituida el 18 de junio de 2022 en Tegucigalpa, Francisco Morazán, fue creada con la misión de comercializar, distribuir y administrar suministros, equipos, materiales y productos para diversas áreas de la salud. La empresa ha mantenido metodologías tradicionales de control interno para la gestión de inventario y financiera, las cuales se han vuelto inadecuadas para enfrentar los desafíos actuales y mantener la competitividad.

Con esta investigación, busca brindar a DENTALIA herramientas y propuestas de mejora que permitan optimizar su gestión interna y afectar de manera directa su toma de decisiones para mantenerse competitiva en el mercado. Así, asegurando el crecimiento y éxito continuo de la empresa en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

La investigación se enfoca en desarrollar propuestas de mejora que permitan a DENTALIA optimizar su gestión financiera e inventario. Se hace especial énfasis en la adopción de herramientas tecnológicas y en la implementación de sistemas de gestión que faciliten un control más preciso y eficiente de las operaciones de inventario y finanzas. Con estas mejoras, DENTALIA podrá reducir significativamente los riesgos asociados con el desabasto de productos y la falta de liquidez, garantizando una operativa más fluida y eficiente.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

DENTALIA S DE RL es una empresa familiar constituida el 18 de junio del 2022 en la ciudad de Tegucigalpa en el departamento de Francisco Morazán. Con una duración indefinida y con una estructura social formada por 2 socios con un porcentaje accionario del 50% de participación igualitaria; ambos fungiendo como representantes legales de la empresa. La empresa opera bajo el nombre comercial “DENTALIA”. Su finalidad es la comercialización, distribución y administración de suministros, equipos, materiales y productos para las diferentes áreas de la salud.

La empresa se constituyó como resultado de la falta de opciones de productos disponibles en el mercado, tomando en cuenta la calidad, estilos y durabilidad de estos. Debido a las competencias ya existentes al momento que se constituyen como empresa, se opta por adquirir productos del extranjero, los cuales con tiempo fueron siendo

adquiridos por los clientes y fueron aceptados.

Desde su constitución, DENTALIA ha operado de manera empírica, con socios que carecen de experiencia en el rubro comercial, lo cual ha resultado en decisiones subóptimas que han ocasionado pérdidas monetarias y desabasto de inventario.

La empresa inició con capital propio y no ha hecho uso de ningún préstamo del sector financiero para operar. Sin embargo, sí han hecho uso de las tarjetas de crédito de los socios para hacer compra de inventario.

Las metodologías tradicionales pueden limitar la capacidad de la empresa para realizar un seguimiento detallado y oportuno para la toma de decisiones basadas en datos precisos y actualizados, impactando negativamente en la competitividad de la empresa. Dando como resultado la obsolescencia de productos y dificultades para satisfacer la demanda. Causando una disminución en las ventas y satisfacción del cliente, afectando la rentabilidad y percepción de la empresa.

Se realizó una compra por un monto significativa para la empresa. La misma afectó la disponibilidad de inventario, generando pérdidas y gastos financieros inesperados en DENTALIA. Tras la situación expuesta los socios de la empresa se percataron que dado su reducido conocimiento financiero tomaron las decisiones erróneas, las cuales no mitigaron el riesgo.

Para poder subsanar la deuda de la tarjeta y quedarse sin liquidez tuvieron que realizar un extra-financiamiento con una tasa de interés alta. Lograron subsanar toda la deuda con el tiempo por medio de las entradas vendiendo el poco inventario que tenían e inyectando dinero de las consultas odontológicas realizadas por uno de los socios. Recién a finales del 2023 pudieron realizar una compra significativa para poder operar a como operaban anteriormente.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 ENUNCIADO DE PROBLEMA

Desde su constitución DENTALIA ha operado de manera empírica, lo que ha generado dificultades en su crecimiento y desarrollo. Los socios no cuentan con experiencia en el ámbito comercial. Han enfrentado desafíos en la manera en que realizan la toma de decisiones estratégicas. La falta de experiencia ha dado muchos resultados que no han sido los más adecuados, generando pérdidas monetarias.

DENTALIA utiliza una metodología de control interno tradicional, esta si bien cumple las necesidades básicas, no están alineados con prácticas modernas. En cuanto a la gestión de inventario y financiero, la empresa depende de métodos manuales, tradicionales y rudimentarios. La gestión financiera, se limita a registrar las entradas y salidas de dinero, es decir, los ingresos por ventas y los costos y gastos. A menudo se registran en hojas de Excel o en cuadernos, lo que no solo es ineficiente, sino que también aumenta el riesgo de errores y dificulta el poder realizar un análisis financiero más adecuado.

En cuanto al control del inventario la empresa utiliza un enfoque simple y funcional, en el llevan registro de las unidades vendida y compradas tanto en Excel o en cuadernos. En cuanto al poder reabastecerse, el poder hacerlo depende de la disponibilidad de fondos y cuando el inventario baja al 20% de su capacidad. Sin embargo, este tipo de metodología no permite el poder realizar una planificación ni una respuesta favorable.

La falta de un control financiero real y la falta de conocimientos contables y financieros básicos por parte de los socios limita significativamente la capacidad de DENTALIA para crecer de manera efectiva. Para que la empresa pueda superar estos desafíos, es crucial que la empresa se plante en establecer un enfoque más estructurado y profesional en el cual gestionen adecuadamente sus finanzas e inventarios.

El adquirir nuevos conocimientos, capacitándose e incorporando herramientas y prácticas que permitan que la toma de decisiones se realice de manera informada con datos verídicos. Esto no solo mejoraría la eficiencia operativa, sino que también ayudaría a mitigar riesgos y a asegurar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de la empresa.

1.3.2 PREGUNTA PROBLEMA

- ¿Cuál es la metodología que debe implementar DENTALIA para tener una operativa eficiente mejorando sus ingresos y manteniéndose competitiva en el mercado?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION

1. ¿Cuáles son las herramientas y controles que la empresa utiliza para gestionar sus finanzas e inventario?
2. ¿Qué implicaciones conlleva el utilizar métodos análogos de gestión

interna?

3. ¿La digitalización de los registros financieros e inventario de DENTALIA sería la metodología más adecuada para optimizar sus recursos?

4. ¿De qué manera se vería beneficiada la manera en que DENTALIA toma decisiones al contar con herramientas que brinden datos reales y confiables?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Analizar la situación actual de DENTALIA a través de datos aproximados brindados por la empresa para desarrollar instrumentos que mejoren la gestión financiera y de inventario con el fin de facilitar la toma de decisiones estratégicas.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar la situación actual de la empresa, enfocado en sus niveles de inventario, tiempos y proceso de reabastecimiento del mismo.

2. Describir la gestión financiera análoga de DENTALIA para obtener una visión clara de la manera en que se asignan los recursos disponibles.

3. Evaluar posibles soluciones que mejoren su gestión de inventario, que con el tiempo se refleje en su gestión financiera, aumentando sus niveles de liquidez y utilidades.

4. Elaborar propuestas que permitan facilitar su gestión financiera y de inventario para mitigar desabastos, pérdidas monetarias y de clientes.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El presente documento tiene como propósito analizar el manejo de inventarios y gestión financiera, ya que dentro de DENTALIA se puede observar una falta de estructura en los datos, como resultado del uso de datos no sustentados, reales y actualizados, lo que conlleva a tomar decisiones de la empresa de forma empírica y por análisis de los accionistas, pero no siendo justificados por cifras registradas.

Como resultado de lo anterior es primordial que se identifiquen los puntos de mejora para la elaboración de propuestas de valor para DENTALIA, esto debido a que es crucial que la empresa mejore su situación en cuanto a sus procesos y la estructura de sus

finanzas.

A su vez, la empresa debe de actualizar su forma de operar por medio de la implementación de herramientas tecnológicas las cuales reducirían tiempos y errores. DENTALIA en su mayoría hace uso de metodologías análogas de control lo cual afecta la realidad de sus datos tanto financieros como de inventario.

DENTALIA es una empresa que necesita optimizar la parte de su logística en relación con sus inventarios, para poder identificar costos y maximizar utilidades, estas dos áreas son importantes por desarrollar para potenciar el éxito de la misma.

Es fundamental reforzar la gestión dentro de la empresa, ya que en la actualidad el mercado es altamente competitivo. Una adecuada gestión puede ser el motivo por el cual una empresa genere utilidades o pérdidas que lleven al cierre de su actividad comercial.

Si DENTALIA realiza una mejor gestión, enfocándose primordialmente en su inventario y finanzas, daría como resultado un incremento en ventas, utilidades, liquidez y en su clientela, a su vez mejorando su posición y competitividad en el mercado.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

2.1.1 ODONTOLOGÍA

La investigación presentada se basa en la odontología, sin ella la empresa DENTALIA sin su influencia, la misma no pudo haber sido constituida. Para tener una vista más amplia de la odontología y su influencia en la empresa se debe conocer un poco sobre la odontología. La odontología es una profesión antigua; se cree que tuvo sus orígenes en el año 3000AC en la cultura egipcia, esto dado que se encontraron osamentas humanas con piedras preciosas incrustadas en los dientes. (OTTODENT)

También se encontraron evidencia que en el 700 AC los etruscos y fenicios realizaban tratamientos dentales de prótesis utilizando oro y utilizaban el marfil y conchas de mar para crear implantes. Las primeras escuelas médicas surgieron en el siglo VI AC, en estas las cuales son tratamientos para tratar enfermedades dentales y bucales.

2.1.2 MATERIALES E INSTRUMENTOS ODONTOLÓGICOS

Con el paso de los años la odontología fue evolucionando se desarrollaron nuevos tratamientos, materiales y herramientas para el adecuado tratamiento de los dientes y el tejido bucal. Simultáneamente se desarrollaron accesorias y vestimentas que ayudarán a los odontólogos a trabajar de manera más cómoda e higiénica.

Hoy en día una de las vestimentas más utilizadas por odontólogos y médicos son las batas médicas conocidas en inglés como “scrubs” y gorros quirúrgicos que contienen algún tipo de imagen o personalización. Esta vestimenta es altamente utilizada dado su durabilidad, calidad, comodidad y versatilidad.

2.1.3 ODONTÓLOGOS EN HONDURAS Y EL MUNDO

En base a datos publicados por la Universidad MALMO en Suecia relacionados con la salud dental de 143 países reveló que los países con la mayor cantidad de odontólogos son Liechtenstein con 130 por cada 100mil habitantes, seguido de Canadá con 126 y Grecia con 125. Mientras que en Honduras solo hay 2946 odontólogos colegiados acorde a datos del Colegio de Cirujanos Dentistas de Honduras (CCDH). Siendo 1 odontólogo por cada 3,352.51 habitantes aproximadamente en relación a una población de 9,876,514 personas acorde al Instituto Nacional de Estadística (INE). (Malmö University) (Melo, 2022) (INE, 2024) (HONDURAS)

En cuanto al comercio la Organización Mundial del Comercio (OMC) indica que el comercio mundial ha incrementado en un 4% y 6% respectivamente desde 1995. Los proveedores de DENTALIA son empresas colombianas. Una publicación de The Observatory of Economic Complexity (OEC) indica que al año 2022 las exportaciones de Colombia a Honduras han incrementado en un 42.8% en relación al 2017 incrementando de \$23.9 a \$42M, así beneficiando la facilidad de la realización del comercio. (COMERCIO O. M.)

2.1.4 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

Desde un ámbito del desarrollo económico en general toda empresa contribuye actualmente afectando directa o indirectamente con la economía, incentivan el comercio y en algunos casos las exportaciones e importaciones. “El desarrollo económico es un proceso de transformación estructural que busca mejorar el sistema económico a largo plazo, de modo que todos los sectores productivos crezcan de manera equitativa y sostenible en el tiempo.” (BBVA MEXICO, desconocido)

En un ámbito fiscal y monetario cualquier nueva derogación, creación o modificación de ley que implique algún impacto en el aumento o disminución en la recaudación de impuestos sobre la venta, renta y/o aduaneros. “Actualmente las empresas y las organizaciones se ven enfrentadas a un entorno que evoluciona rápidamente debido al impacto de una alta competitividad, la presencia de nuevas demandas de capacidades que permitan un desempeño adecuado.” (Aileen Elissa Aleman Lopez, Genderi Joel Cruz Zuniga y Ana Waleska Andino,2020; pg18)

Toda empresa se ve afectada por las políticas monetarias, la inflación, la devaluación de su moneda y toda modificación significativa en las políticas comerciales de las principales potencias económicas del planeta. El desarrollo mundial en el área de la salud en los últimos años fue impulsado por la pandemia del COVID-19 generando nuevas tendencias. Hoy en día los nuevos jóvenes profesionales de la salud buscan utilizar vestimenta y equipo de la mejor calidad.

La relación entre Honduras y Colombia ha sido estable en los últimos años, esto como resultado de la firma de un tratado de libre comercio firmado el 27 de marzo del 2010, generando las condiciones idóneas y preferentes para el comercio, beneficiando a DENTALIA. El acceso a los proveedores colombianos con condiciones arancelarios recíproca, facilitan la compra de nuevos inventarios. (COMERCIO I. Y.)

2.1.5 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

DENTALIA es una empresa cuyo mercado meta se encuentra dentro de un nicho del mercado del área de insumos médicos. Al ser su producto estrella la venta de gorros médicos el que representa el mayor % de sus ventas y es la única empresa a nivel nacional quien vende accesorios como ser batas médicas y gorros quirúrgicos. “La demanda es una descripción de todas las cantidades de un bien o servicio que un comprador estaría dispuesto a comprar a todos los diferentes precios.” (KHAN ACADEMY, desconocido)

La demanda por gorros médicos por parte de hospitales, clínicas, centros de salud, profesionales del área de la salud y otros establecimientos médicos creció tras la pandemia del COVID-19. La oferta de gorros en las tiendas de accesorios médicos ha incrementado, pero han sido marcas cuya calidad es menor a las marcas que DENTALIA vende en términos de precios y calidad son mayores.

La forma en la que la empresa base sus precios es simple, sin ninguna metodología y funcional. Calcular los costos incluyendo los impuestos de introducción y solo selecciona el % de ganancia que desean y es el que aplican. Desde su constitución los precios no han variado dado que los costos se han mantenido y en algunos productos su margen de ganancia es de hasta el 45%. En referencia a la competencia de DENTALIA de forma indirecta son todos los vendedores de accesorios médicos en los mercados y todo vendedor informal con perfiles de Facebook y Instagram. Mientras que sus competidores más directos son MEYKO y Carmen Lucas.

“Por otra parte un aspecto importante en el desarrollo de las organizaciones es el uso y el adecuado proceso de la gestión del conocimiento como factor determinante de los recursos y capacidades internas” (López, 2021) Lo anterior realza la importancia de tema a investigar, siendo el control interno. La mayoría de sus clientes son profesionales independientes en su mayoría odontólogos y en segundo lugar todo estudiante de las áreas de la salud que buscan obtener un accesorio de buena calidad y con diseños llamativos.

DENTALIA al dedicarse únicamente a la compraventa de productos debe registrarse bajo las leyes nacionales tributarias y del trabajo. Mientras que en ámbitos de producción no es afecto dado que no produce ningún producto sin embargo si alguno de sus proveedores enfrenta alguna dificultad considerable su inventario se vería afectado directamente.

“Los esfuerzos que nacionalmente han realizado el sector público y privado en

procura de promover el desarrollo del sector, todavía no ha logrado el objetivo deseado, encontrándose que las causas para este un incompleto resultado son múltiples, sin embargo, se han ido acumulando experiencia, conocimiento e interés para la mancomunidad de esfuerzos colectivos vaya rindiendo los frutos en la consecución de propósitos que culminen con el fortalecimiento de las MIPYME” (Rodríguez M. L., 2016)

Lo anterior se puede relacionar a DENTALIA dado que la falta de conocimiento de los accionistas ha afectado su desarrollo a pesar de que ya se encuentra debidamente constituido y registrado en la cámara de comercio de Tegucigalpa. La cual vela por el desarrollo de las empresas del sector privado y realiza capacitaciones constantes a las empresas debidamente registrados.

DENTALIA no cuenta con procesos, lineamientos o indicaciones a seguir en relación a la gestión de su inventario. Realizan la compra del inventario cuando el mismo es inexistente o queda un 20% aproximadamente del mismo, si es que la empresa cuenta con suficiente liquidez para realizar la compra deseada. Sin embargo, los tiempos de entrega del inventario es corto de 2 meses aproximadamente, esto dado que el pedido se transporta por vía aérea con DHL. En cuanto a su gestión financiera la misma es inexistente, el único control como tal son el registro de entradas y salidas y que la cuenta bancaria tenga liquidez para la operativa de la empresa.

Una adecuada gestión financiera ayuda a la planificación de estrategias, mejora la liquidez, aumenta la rentabilidad, ayuda a la identificación de costos y ayuda a la toma de decisiones. Una adecuada gestión puede hacer que DENTALIA sea más competitivo y que identifique con mayor facilidad sus oportunidades de mejora.

2.2 CONCEPTUALIZACIÓN

➤ INVENTARIO

El comienzo del inventario se atribuye a los egipcios los cuales brindaron el ejemplo más claro de como las primeras generaciones lo realizaban, de acuerdo a sus tiempos de inicio, sus inventarios eran realizados para los alimentos lo cual les permitía cuidar sus productos en época de escasez. Además de los egipcios las generaciones prehispánicas utilizaban sus inventarios para llevar control de cosechas las cuales repartían en la población. Según Guillermo Westreicher “El inventario es un registro donde se anotan los bienes de una persona o empresa, detallando una lista de activos”

Tomando referencia sobre la definición publicada el 28 de mayo del año 2020. (Westreicher, Econopedia, 2020)

➤ PRODUCTO

La palabra producto deriva del latín productus y posee diferentes significados según el área en el cual se emplee. (Enciclopedia Significados, 2022). Según artículo publicado en el año 2022, un producto es un objeto fabricado o producido, artículo material que se obtiene de forma natural o industrial por medio de procesos para el uso o el consumo de las personas. Un concepto más reciente brindado por el autor Francisco Javier Campines Barría nos menciona que el producto es un bien, servicio o idea que X o Y empresa brinda, la cual a su vez facilita en el mercado la cual cumple las necesidades o deseos de las personas. (Barría, 2024)

➤ DASHBOARD

Un artículo publicado en el año 2019 por Samuel Bocanegra Delgado nos describe un dashboard como una forma de representar datos de forma gráfica utilizando métricas e indicadores que ayuden a cuantificar resultados de una estrategia para lograr objetivos previamente establecidos, por tanto, indicadores que midan éxito de las acciones. (Delgado). El concepto de Juan Sebastián Guzmán nos aterriza el concepto “Dashboard” a la empresa, el cual nos menciona que es una herramienta con el objetivo de realizar monitoreos, ya sean proyectos, ventas, inventarios, actividades, entre otros. El mismo se crea desde la integración de herramientas las cuales ya conocemos (gráficos, tablas, imágenes, textos, entre otros). (Guzmán)

➤ TOMA DE DECISIONES

Se presentan varios autores que definen el concepto entre los cuales tenemos:

FREMONT E KAST. El tomar decisiones es primordial para la empresa y su comportamiento. Este término manipula los recursos para un mejor control y facilita el orden en los procesos.

➤ TOMA DE DECISIONES.

Nos menciona el término de toma de decisiones como un proceso de análisis y optativa entre varias situaciones posibles para determinar una acción. FREEMAN GILBERT Jr. Determina a la toma de decisiones como un proceso de identificación y selección de una acción. Y menciona al autor Edwin Palacios en sus palabras “En las

organizaciones las personas diariamente realizan acciones direccionadas para la toma de decisiones, seleccionando el tipo de alternativa que más le conviene tanto a la organización como al desarrollo de cada persona, en ocasiones estas tienen trascendencia y algún tipo de connotación ya que se decide que debe hacerse, quien lo debe hacer, cuando y donde debe hacerse y hasta como debe hacerse.” (Rodríguez M. A.)

➤ GESTIÓN FINANCIERA

Según Guillermo Westreicher la gestión financiera es adición a las ciencias empresariales la cual identifica como obtener y utilizar los recursos que la compañía posee. Es primordial para definir como una empresa sostendrá sus procesos, por lo general se necesita una mezcla entre recursos propios y con ayuda (terceros). (Westreicher, Econopedia, 2024). La gestión financiera tiene como objetivo el análisis, la toma de decisiones y acciones que se relacionen a la parte financiera que la empresa necesite para el óptimo desarrollo de las actividades, a su vez haciendo el uso adecuado de los mismos. (Puente, Carrillo, Gavilanez, & Calero, 2022)

➤ PYMES

Las pequeñas y medianas empresas fueron creadas bajo pensamientos sobre el emprendimiento, en su mayoría enfocadas en el emprendimiento y los servicios, pero se presentan en todas las industrias. Presentan sus antecedentes más fuertes en Europa debido a la situación de la Segunda Guerra Mundial la cual afectó a la economía y las mismas tenían que recuperarse de forma rápida.

Es válido mencionar que Juan Carlos Cervantes hace énfasis en los casos de pyme que con sus actividades hacen exportaciones como es el ejemplo de los fabricantes cafetaleros que se distribuyen a mercados internacionales, tomando como referencia la actividad económica que estas representan. (Castellanos).

2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO

2.3.1 BASES TEORICAS

Se tomaron tres teorías para el desarrollo del presente documento las cuales son: Planificación Estratégica, Gestión Financiera y Gestión de Inventario.

2.3.1.1 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

En el siguiente punto, se proporciona información sobre la planificación estratégica la cual se extrajo del artículo publicado el 3 de marzo del 2022. (SAP Concur, 2022)

La planificación estratégica en las empresas es de suma importancia para su crecimiento constante. En el mismo se plantean objetivos a largo plazo y se evalúan las actividades y acciones que se deben de desarrollar para el cumplimiento de los mismos. El concepto de planificación estratégica determina más visión de solo establecer objetivos sino también traza el camino para su cumplimiento positivo.

Etapas para un proceso de planificación estratégica

1. Diagnóstico actual: Se realiza un diagnóstico de la empresa el cual ayude a determinar cómo se está desarrollando la empresa y esto mediante un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

2. Identidad Organizacional: El concepto de planificación estratégica toma como principio en su desarrollo la definición de la identidad de la empresa las cuales toma como punto de inicio sus pilares fundamentales: misión, visión y valores con los cuales van a conformarse.

3. Análisis del entorno: Para la toma de decisiones más concisa se debe de tomar en consideración los elementos no solo internos de la empresa sino externos con el fin de tener una evaluación más completa posible sobre el desarrollo de la empresa. En este punto se toma en cuenta el análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal).

4. Objetivos estratégicos: Se puede optar por diferentes formas de plantearse objetivos, pero, estos objetivos son los métodos más efectivos para lograr el éxito ya que demandan desafío y se basan en el principio SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y Limitados en tiempo).

2.3.1.2 GESTIÓN FINANCIERA

La siguiente información es brindada por un artículo publicado por medio de ORACLE el 30 de enero del 2023. (ORACLE, 2023)

El objetivo de la gestión financiera es mantener un control en las empresas sobre sus recursos monetarios tomando en cuenta la entrada y salida dentro de la misma. En este se encarga de los productos o servicios que la empresa genere, los gastos, presentar impuestos y hacer debidamente sus registros contables, pero a su vez se le atribuyen procesos como ser pagos, compra de suministros y presentar informes en las entidades gubernamentales los cuales detallen el debido cumplimiento de la empresa con las leyes

y regulaciones presentes. El tamaño de la empresa determina la complejidad de la gestión financiera a desarrollar.

En esencia, el equipo de personas que conformen la parte financiera supervisa y controla todos los movimientos del efectivo, así mismo, toma medidas que conlleven a la rentabilidad de la empresa. Es de suma importancia ya que declara la solvencia en las empresas, exige que la misma no llegue a la situación de declaración de quiebra. Un ejemplo clave en la importancia de este sector en las empresas es la época de la pandemia COVID ya que se tenían que resolver los problemas que no estaban previstos sin necesidad de llegar a pérdida en sus ingresos.

Teniendo una visión más prolongada de solo determinar este concepto como supervisión de sus registros, también ayuda a la empresa para su crecimiento y rentabilidad ya que disponen de varias herramientas que aseguran el éxito y esto bajo sus datos y análisis debidamente elaborados.

Las herramientas financieras utilizadas generalmente son las siguientes:

Los estados financieros permiten contar con información relevante sobre la situación de la empresa durante un tiempo determinado. A su vez, brindan una visión integral de la economía y finanzas de la empresa. Estos permiten a los usuarios en tomar decisiones y planificar estrategias.

Las razones financieras brindan una forma de analizar la situación actual de una empresa y su desempeño, por medio de indicadores. Estos indicadores a su vez pueden ser relacionados y comparados con otros períodos o con los de una empresa de rubro y tamaño similar para conocer su situación. Estos tipos de comparaciones se hacen con el fin de tener información, observar cambios mediante una correcta interpretación sobre el desempeño anterior, su situación financiera actual y como se observa una posible tendencia futura.

El estado de resultado es una herramienta financiera que tiene registros de las ganancias y gastos que se han generado en la empresa durante un período de tiempo.

El flujo de efectivo es fundamental para todas las empresas. El mismo detalla todos los movimientos de efectivo que se realizan, tanto los montos que entran como los que salen en un período de tiempo determinado.

2.3.1.3 GESTIÓN DE INVENTARIO

A continuación, se presenta información que beneficia a la comprensión sobre el concepto y puntos que enriquezcan conocimiento sobre la gestión de inventario, la misma se extrajo del artículo ORACLE el cual fue publicado el 6 de junio del 2024 (ORACLE, 2024)

Es un proceso por el cual se realiza la coordinación en lo que incurre la mercancía dentro de las empresas, esto con un ciclo de medidas, almacenamiento, producción, venta y reposición de los mismos. La gestión del inventario en las empresas es de suma importancia ya que no solo tiene control de los productos sino también es soporte en la empresa para mejorar los reportes financieros, evitar o reducir riesgos, mantener comunicación más clara y eficiente con los proveedores y clientes.

Los gerentes de inventario son los encargados sobre la existencia de los productos y que su vez estén en óptimas condiciones para ser puestos en el mercado. También, tienen la responsabilidad de que se cumplan las políticas de inventario las cuales detallan la cantidad de productos que están en el almacén y como están distribuidas. Estas políticas determinan la forma que se utilizará para asignar costos de inventario mediante el método de cálculo costos como ser el FIFO (Primero en entrar, Primero en salir) y FILO (Primero en entrar, Ultimo en salir) y se valora el inventario con la clasificación ABC los cuales ayudan a centrar el artículo con más rentabilidad.

La gestión de Inventario es importante ya que garantiza que la empresa este suficientemente abastecida para cubrir la demanda de los clientes, sin llegar la situación de producir artículos en cantidades innecesarias las cuales minimicen la eficiencia operativa.

2.3.2 METODOLOGÍAS DESARROLLADAS

A continuación, se detallan 3 investigaciones de otros autores relacionadas al presente tema de investigación

2.3.2.1 MEJORA DE PROCESOS EN DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN UNOTRANS S.A.

La empresa por detallar se dedica al rubro de transporte logístico. En la investigación se pudieron detallar problemas más relevantes como ser: desorganización de la estructura lo que afectaba en la comunicación y el desarrollo óptimo de las actividades y las actividades laborales no están distribuidas de forma equánime lo que

genera incumplimiento de los objetivos y metas propuestas.

Utilizaron tres encuestas diferentes, a los colaboradores, gerentes y clientes de la empresa. Así mismo, realizaron una entrevista a los colaboradores de la empresa por medio de grabaciones de voz en las cuales se hacían consultas sobre las actividades que realizaban y otros factores que son de relevancia para la investigación.

Las respuestas que coincidieron en las tres encuestas realizadas fueron en su mayoría respuestas aceptables y favorables, pero también se pueden observar puntos de mejora como ser la falta de comunicación interna, poca ayuda por parte de los gerentes a los colaboradores, la falta de incorporación por parte de todos los gerentes al momento de tomar decisiones y finalmente se determina satisfacción por parte de los clientes. Estos resultados complementados por la entrevista realizada que secundan los datos anteriormente brindados.

Finalmente, se concluye que se necesita estandarizar procesos para garantizar la realización óptima de los mismos y realizaron una planificación estratégica ya que con este punto se generará un enfoque y mejor eficiencia en el desarrollo de los procesos. (RODRIGUEZ, 2023)

2.3.2.2 SALVATAJE FINANCIERO Y FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE GESTIÓN FINANCIERA. CASO: EMPRESA INDUSTRIAL FLEXOGRAFICA.

La empresa FLEXOGRAFIA se dedica a los empaques flexibles. El problema que ellos presentan es en la parte financiera ya que tiene más salidas de efectivo que entradas de la misma, las cuales van dirigidas a pagos de proveedores y bancos principalmente por pagos de préstamos.

La recolección de datos fue mediante encuestas a empleados de la empresa y una entrevista al gerente financiero las cuales proporcionaron resultados tales como falta de información entre los involucrados, falta de claridad en datos como ser el endeudamiento de la empresa debido a que no es tema general, sino que los empleados trabajan por rutina, esto afectando a una mejora debido a la escasez de datos a evaluar.

Se puede observar en cuanto a la entrevista realizada al gerente financiero que su forma de operar es estándar ya que evalúan producción y ventas, pero no le dan énfasis al impacto que tiene su alto nivel de endeudamiento.

Concluyeron que no se está generando el suficiente efectivo para ser una empresa rentable y en cuanto a su maquinaria están teniendo, desfasándose, esto es un punto por aprovechar ya que vendiendo la maquinaria podría reducirse costos de almacenamiento y mantenimiento, generando más rentabilidad en la empresa. (GONZALEZ & CASTRO, 2019)

2.3.2.3 PROPUESTA PARA LA MEJORA DE PROCESOS Y CONTROL DE INVENTARIO PARA LA EMPRESA COMERCIAL GABRIELA

La empresa se dedica a la venta de diversos productos como ser piñatas, productos económicos para el hogar, pailas plásticas, entre otros. El auge de esta investigación es el análisis de la deficiencia que se tiene la cual es el proceso de manejo en el inventario y falta de control especializado en cuanto a futuras ventas debido a que no tienen sistemas adecuados y no existe comunicación entre el punto de ventas y el lugar de almacenamiento. Por ende, no existe información fidedigna sobre la existencia en productos.

Para recopilar información se realizó un censo en la empresa, esto debido a que son 7 empleados en la misma y también, entrevistas las cuales se aplicaron a expertos en el tema. Entre los resultados comunes entre los instrumentos utilizados fueron en su mayoría aceptables, estaban de acuerdo con el manejo de la empresa, pero si se identificaron mejora en el inventario ya que no estaban reflejados los productos existentes de la forma correcta y esto lleva pérdida en las ventas, así como no tener identificado el enfoque de la empresa en el mercado.

Se concluye que existen incongruencias entre las respuestas brindadas por los empleados ya que afirman estar de acuerdo con el desarrollo la empresa, pero el diagnóstico de la forma en que operan brinda resultados diferentes.

Se observó que, a pesar de tener una respuesta positiva por parte de los jefes, los datos demuestran sus fallos y pérdidas. Esto se genera porque la empresa cumple con los pedidos solicitados, pero no se hace un análisis exhaustivo del verdadero rendimiento y uso de indicadores que demuestren el éxito de la misma. (RUEDA & ESPINOZA, 2023)

2.3.3 INSTRUMENTOS UTILIZADOS

En las investigaciones previas no se identificaron instrumentos más que los utilizados para identificar y recaudar información con el fin de desarrollar la misma de forma sustentable y basada en el mercado/ambiente en que se aplican respectivamente.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

Tabla 1 Matriz Metodológica

MATRIZ DE CONGRUENCIA			
Título de la Investigación	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION		VARIABLES
	GENERAL	ESPECIFICOS	
ANÁLISIS INTEGRAL DE LA GESTIÓN FINANCIERA Y OPERATIVA DE DENTALIA	Desarrollar instrumentos que mejoren la gestión financiera y de inventario en DENTALIA, mediante el análisis de la situación actual y la elaboración de propuestas basadas en datos reales, con el fin de facilitar la toma de decisiones estratégicas.	Determinar la situación actual de la empresa, enfocado en sus niveles de inventario, tiempos y proceso de reabastecimiento del mismo.	GESTIÓN LOGÍSTICA
		Describir la gestión financiera de DENTALIA para conocer sus niveles de liquidez y utilidad.	GESTIÓN FINANCIERA
		Analizar las causas que influyen en la toma de decisiones basada en la gestión financiera y del inventario actualmente de DENTALIA.	TOMA DE DECISIONES
		Evaluar posibles soluciones que mejoren su gestión de inventario, que con el tiempo se refleje en su gestión financiera, aumentando sus niveles de liquidez y utilidades.	EFICIENCIA
		Elaborar propuestas que permitan facilitar su gestión financiera y de inventario para una adecuada toma de decisiones, mitigando desabastos, pérdidas monetarias y de clientes.	

Fuente: Elaboración Propia

3.1.2 ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO

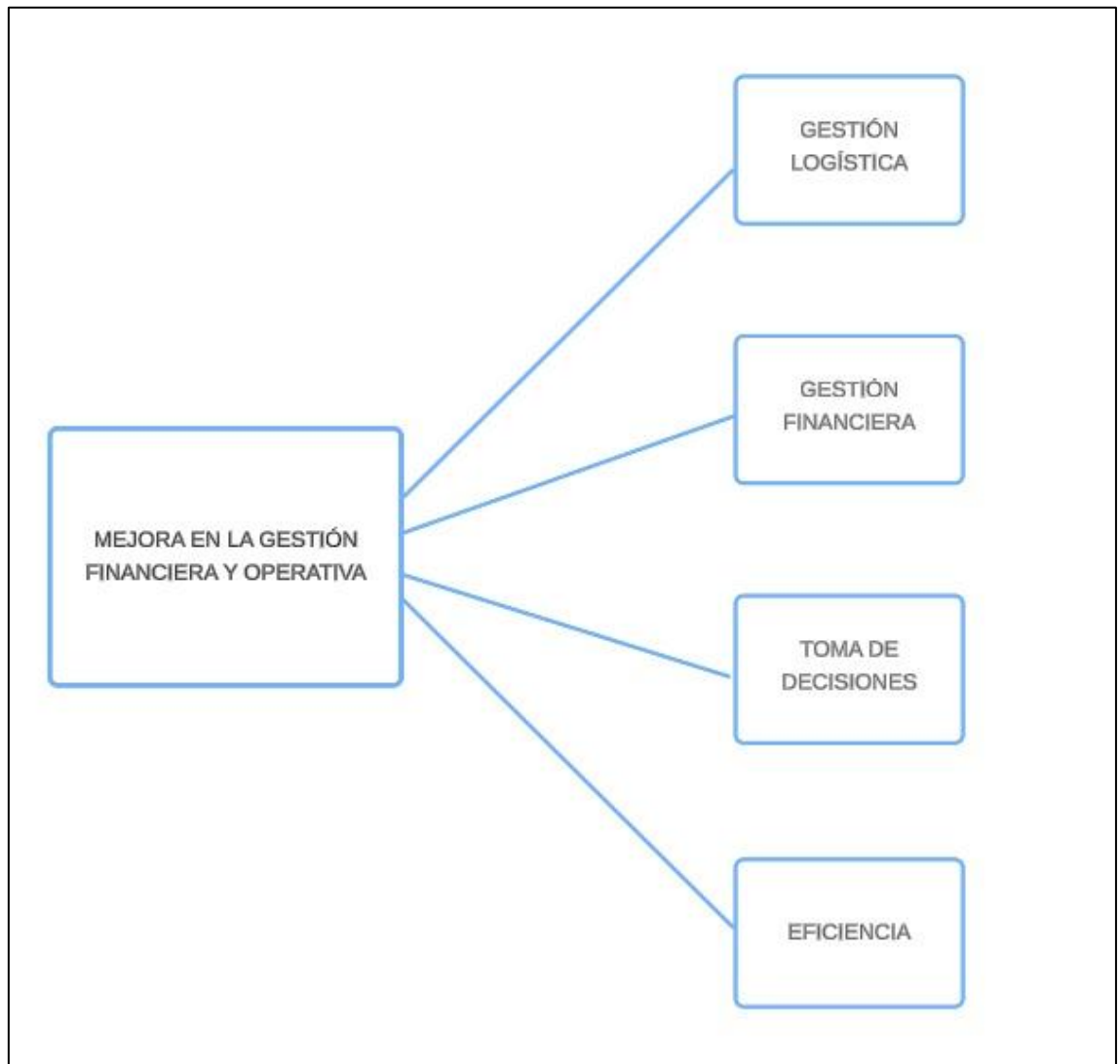


Figura 1 Esquema Variables de Estudio

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 2 Operacionalización de las Variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES				
VARIABLES	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Ítems
GESTIÓN LOGÍSTICA	La gestión logística forma parte de la gestión de la cadena de suministro y se encarga de planificar e implantar sistemas eficientes para llevar los productos desde el punto de origen (por ejemplo, una fábrica) hasta el punto de consumo (por ejemplo, una tienda o el hogar del consumidor).	Gestión realizada por la empresa relacionado con la planificación, implementación y control eficiente de los productos comercializados, así como su almacenamiento, adquisición y distribución.	1-Compras 2-Almacenamiento 3-Transporte 4-Distribución 5-Niveles de Inventario 6-Tiempos de entrega	<p>¿Considera que la empresa cuenta con una adecuada gestión de inventario?</p> <p>¿Considera que cuenta con una adecuada cantidad de inventario para satisfacer a sus clientes?</p> <p>¿Considera que cuenta con tiempo estipulado para reabastecer el inventario?</p> <p>¿Considera que está al tanto de la situación de inventario de la empresa?</p> <p>¿Con cuanta periodicidad se reabastece el inventario?</p> <p>¿Con qué frecuencia realiza el levantamiento del inventario de la empresa?</p> <p>¿Cuenta con un espacio físico óptimo para el almacenamiento del inventario?</p> <p>¿Considera convenientes los tiempos de entrega de sus proveedores?</p> <p>¿Considera prudentes los tiempos de entrega de DENTALIA tras haber realizado su orden?</p>
GESTIÓN FINANCIERA	La gestión financiera es una disciplina de las ciencias empresariales que se enfoca en cómo obtener y utilizar de manera óptima los recursos de una compañía. Abarca la planificación, organización, control y monitoreo de los recursos financieros para alcanzar los objetivos de la empresa.	Gestión realizada por la empresa enfocada a la correcta planificación, control, revisión y uso de los recursos financieros de la empresa para potenciar al máximo sus recursos.	1-Planificación Financiera 2-Análisis Financiero 3-Financiamiento 4-Recursos Financieros 5-Cumplimiento	<p>¿Considera que la empresa cuenta con una adecuada gestión financiera?</p> <p>¿Considera que la empresa cuenta con niveles de liquidez óptimos?</p> <p>¿Considera que la empresa genera utilidades?</p> <p>¿Considera que la empresa ha presentado pérdidas?</p> <p>¿Considera que está al tanto de la situación financiera de la empresa?</p> <p>¿DENTALIA cuenta con estados financieros y balances generales?</p> <p>¿Considera que la empresa ocupa apalancamiento actualmente?</p> <p>¿Considera que DENTALIA cumple las regulaciones nacionales?</p>

<p>TOMA DE DECISIONES</p>	<p>Capacidad de lograr los resultados deseados con el mínimo posible de recursos.</p>	<p>Proceso por el cual los socios analizan mediante pasos y metodologías los datos a su disposición para establecer estrategias operativas, competitivas y resolución de problemas.</p>	<p>1-Identificación de oportunidades de mejora 2-Recopilación de datos 3-Evaluación de posibles soluciones 4-Monitoreo y Evaluación</p>	<p>¿Considera que una adecuada gestión del inventario y de las finanzas son importantes al momento de tomar una decisión? ¿Considera que el contar con datos verídicos al momento de tomar una decisión es necesario? ¿Considera que el conocer la situación actual de la empresa ayudaría al momento de tomar decisiones? ¿Considera que la empresa cuenta con una estructura para realizar una toma de decisiones estratégica? ¿Considera que la empresa cuenta con una estrategia establecida? ¿Actualmente tiene identificadas oportunidades de mejora en la empresa? ¿Toma en consideración los datos recopilados al momento de tomar una decisión? ¿Considera que la empresa realiza gestiones para la mitigación de problemáticas en el corto plazo? ¿Realiza evaluaciones de sus problemáticas para hallar soluciones a los mismos?</p>
<p>EFICIENCIA</p>	<p>La toma de decisiones es uno de los procesos clave dentro del ámbito empresarial y de las organizaciones. Esto se debe a que las consecuencias de las decisiones pueden tener impacto directo en la estructura o ganancias de una empresa.</p>	<p>Meta administrativa que busca optimizar la capacidad de la empresa para gestionar su inventario y maximizar sus recursos financieros.</p>	<p>1-Rotación de Inventario 2-Costos de Almacenamiento 3-Registro de Inventario 5-Ganancia 6-Calidad de los productos 7-Variación de los productos 8-Precios accesibles 9-Producto mas vendido 10-Satisfacción del cliente</p>	<p>¿Considera que los productos vendidos son de buena calidad? ¿Considera accesibles los precios de los productos? ¿Considera que se cuenta una amplia variedad de productos? ¿Considera que encuentra la cantidad de productos que desea comprar? ¿Volvería a realizar una compra en la empresa? ¿Cómo definiría su experiencia de compra? ¿Con que frecuencia encuentra todos los productos que necesita y en las cantidades que necesita? ¿Recomendaría usted a otras personas que compren los productos en la empresa? ¿Con qué frecuencia realiza una compra? ¿Con qué frecuencia se queda sin inventario? ¿Los costos de almacenamiento son significativos en su operatividad? ¿Cuál producto es el que más adquiere? ¿Qué otros productos le gustaría que la empresa comercializara? ¿Cuál es el producto que tiene el mayor margen de ganancia? ¿Cómo definiría su experiencia de compra? ¿Qué tan dispuesto está a recomendar DENTALIA a sus familiares y amigos cercanos? ¿Te gustaría recibir información, promociones e información de eventos? ¿Por qué medio estarías interesado en recibir a información? ¿Como conoció la empresa?</p>

Fuente: Elaboración Propia

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El alcance de la investigación es mixto, combinando un enfoque descriptivo y explicativo. El alcance descriptivo se utiliza para referenciar, explicar y dar a conocer la operativa actual de la empresa. Complementado por el alcance explicativo, el cual ayuda a tener un mejor entendimiento y perspectiva de la operativa.

Se aplica un enfoque mixto, haciendo uso de datos cualitativos y cuantitativos. El enfoque principal es el cuantitativo, ya que se utilizan los datos brindados por la empresa y los obtenidos por las encuestas realizadas a los clientes. Complementado por un enfoque cualitativo orientado en la información brindada por los socios y las experiencias que han enfrentado en la empresa.

La metodología de la investigación se basa en el análisis de los datos a generar en las encuestas de los clientes y las entrevistas con los socios. Se toma en consideración los documentos físicos /digitales, los resultados de los instrumentos y cualquier otro tipo de dato que sea enriquecedor.

Las entrevistas a los accionistas son de gran relevancia para el desarrollo de la investigación. Estas permiten obtener una percepción más precisa y obtener datos que complementen y sustenten la investigación. Así, facilitando la comprensión de la situación actual de la empresa. También, las encuestas permiten conocer la percepción sobre los precios, la calidad y otras características de los productos, brindando la percepción del mercado hacia DENTALIA.

Por medio del enfoque por aplicar y la metodología a utilizar se puede obtener una perspectiva más real y datos de relevancia para poder cumplir con los objetivos planteados o en su defecto poder identificar no solo puntos de mejora en la empresa, sino posibles puntos de inflexión.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es no experimental, ya que no se manipulan variables, y de tipo transversal porque la recolección de datos se realiza en un período de tiempo determinado. En la investigación, se realiza un censo a los accionistas dado que la empresa no cuenta con empleados y una encuesta a sus clientes. Con el fin de conocer la percepción de los socios y como DENTALIA es percibida por su clientela.

A través del censo se recopila la información de la empresa haciendo uso de la entrevista por realizar a los accionistas, complementado por los resultados de las encuestas realizadas a los clientes. Las preguntas de los instrumentos a utilizar para la obtención de datos se presentan en la

sección 3.4 del informe en cuestión.

3.3.1 POBLACIÓN

Las poblaciones por utilizar en la investigación son 2. La primera población es conformada por la totalidad de los socios de DENTALIA, ya que la empresa no cuenta con empleados.

Tabla 3 Población 1

POBLACIÓN 1	
SOCIO	PORCENTAJE ACCIONARIO
Socio 1 (Pasivo)	50%
Socio 2 (Administrativo)	50%

Fuente: Elaboración Propia

La segunda población está conformada por los clientes de DENTALIA.

Tabla 4 Población 2

POBLACIÓN 2	
CLIENTES	97

Fuente: Elaboración Propia

3.3.2 MUESTRA

En la presente investigación se realiza un censo en DENTALIA ya que no cuenta con empleados y su composición accionaria es conformada por dos accionistas. Con el censo se busca poder tener una mejor perspectiva y entendimiento de la situación actual de la empresa, en especial como realizan su gestión financiera y su operativa.

DENTALIA cuenta con la data de 97 clientes, la cual representa el 100% de la población 2. Cuya muestra en base a los cálculos realizados es de 78 personas.

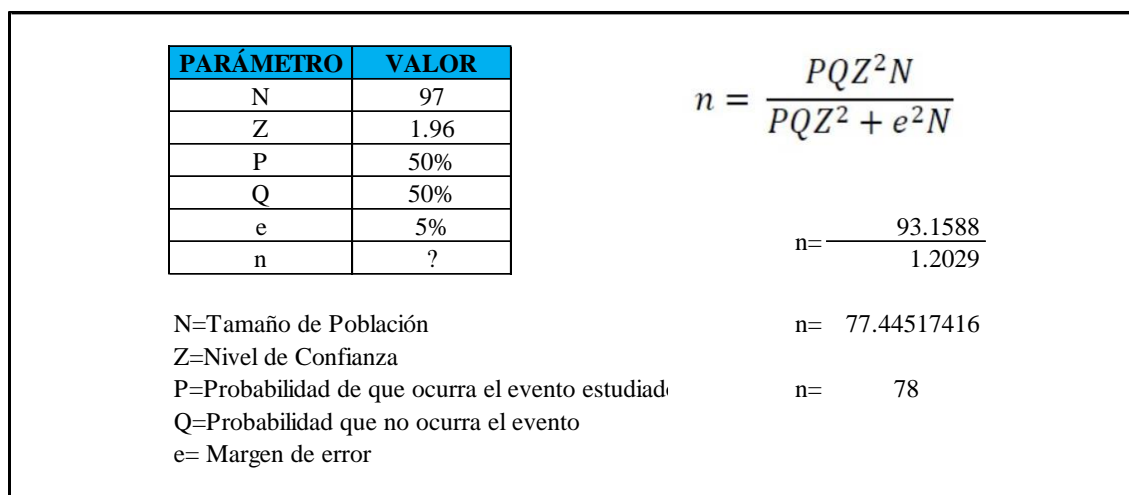


Figura 2 Muestra

Fuente: Elaboración Propia

3.3.3 TÉCNICAS DE MUESTREO

En las técnicas se aplica el uso de un muestreo por conveniencia, seleccionando una muestra acorde a la disponibilidad y accesibilidad de los clientes, así como el corto período de tiempo para la aplicación de las encuestas a los mismos.

3.4 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS

Las técnicas propuestas a realizar para la obtención de los datos son dos. Se aplica una entrevista a los accionistas de DENTALIA y encuestas a sus clientes. La entrevista está compuesta de una serie de preguntas establecidas para conocer la gestión financiera, su operatividad y como realizan la toma de decisiones. A su vez, la encuesta está diseñada para conocer la percepción de los clientes.

El procedimiento por aplicar para las entrevistas sería el siguiente:

- Contactar al accionista indicando la fecha, hora y lugar donde se realizar la entrevista.
- Enviar las preguntas a realizar en la entrevista para que los accionistas tengan conocimiento de lo que se les preguntaría.
- Realizar la entrevista a los accionistas de manera separada para obtener la perspectiva individual de cada accionista.
- Tabular y analizar los datos.

El procedimiento por aplicar para las encuestas sería el siguiente:

1. Brindarles a los clientes de DENTALIA el enlace de la encuesta a realizar. Dicho enlace se les brindará a los clientes por medio de mensaje para aquellos cuyos datos se tiene acceso.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes de investigación primarias incluyen los datos obtenidos por medio de instrumentos implementados a los clientes los cuales proporcionan retroalimentación referente a la empresa. Además, se documentación y datos verbales proporcionados por los accionistas, ya que se tiene contacto directo con los mismos. En especial los brindados por la accionista encargada de la totalidad de la gestión y la total operativa de la empresa.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias utilizadas en la investigación serán sustentadas por medios digitales, como ser tesis, revistas, estudios de investigación y cualquier otra fuente de información académica física o digital que cumpla los requisitos para asegurar veracidad de los datos.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el presente capítulo se presentan y analizan los resultados de los instrumentos aplicados, los mismos incluyen una encuesta dirigida a los clientes, cuyo objetivo principal fue recopilar sus opiniones, necesidades y niveles de satisfacción con respecto a los productos y servicios ofrecidos por la empresa. Además, se realizaron entrevistas con los accionistas, enfocadas en obtener perspectivas estratégicas y visiones sobre el desempeño y futuro de la organización.

4.1 INFORME DE PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En el presente capítulo se dan a conocer resultados por medio de gráficos de elaboración propia, obtenidos por medio de la encuesta aplicadas. Antes de aplicar la encuesta se socializó con los accionistas la base de datos de los clientes y que datos podrían considerar ellos de utilidad para la toma de decisiones.

A su vez recopilaron datos por medio de la elaboración de una entrevista a los accionistas. En la cual se identificaron hallazgos relevantes a considerar. Los mismos incluyen datos clave, información detallada de sus procesos actuales y su situación financiera.

4.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS

El proceso de recolección de datos aplicado fue a través de una encuesta realizada en el programa FORMS de OUTLOOK a 78 clientes actuales de la empresa, con la finalidad de obtener resultados para conocer la satisfacción del cliente y su opinión en relación con el inventario de la empresa. También, se realizó una entrevista de forma presencial a los 2 accionistas de DENTALIA, ya que uno de ellos se encarga la totalidad de la operativa y el otro es un socio pasivo, él nos detalló de manera más clara la visión que tiene para la empresa. Con la entrevista se busca conocer su situación financiera y como gestionan su inventario.

4.2.1 RESULTADOS CUANTITATIVOS

ENCUESTAS

Pregunta 1

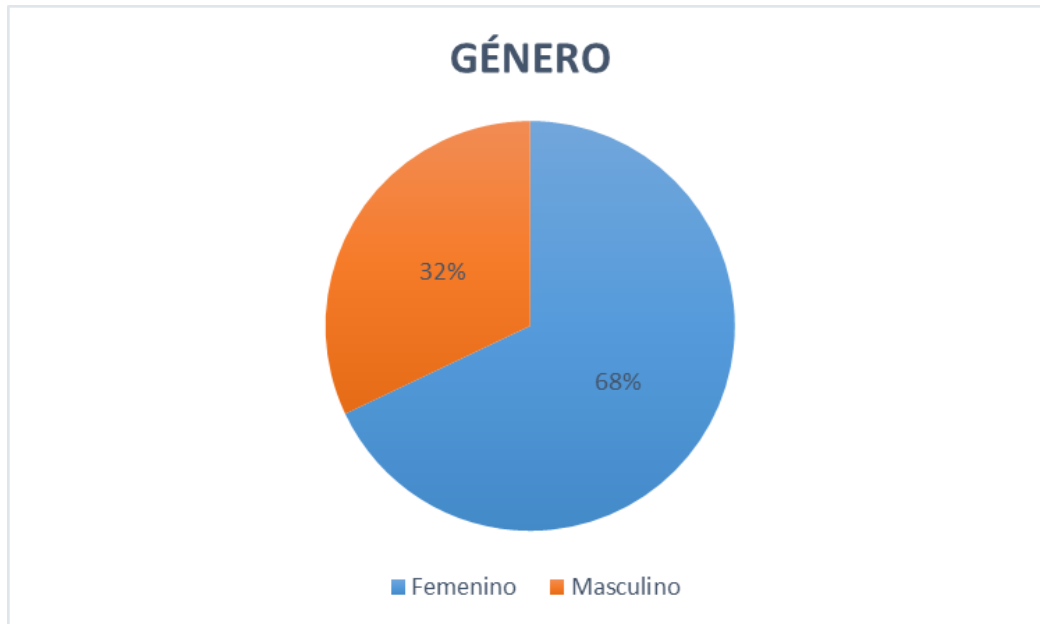


Figura 3 Género

De la totalidad de la muestra encuestada un 68% está conformado por el género femenino mientras que el 32% es Masculino. Racionalmente es esperado que el género femenino represente el mayor porcentaje de sus clientes, ya que ellas buscan tener una variedad de opciones de colores, imágenes en cuanto a su vestimenta.

Se observa que el mercado principal es el género femenino, de ello se puede tomar decisiones enfocando una parte significativa de los productos orientado al género femenino y optando traer productos un poco más masculinos para incentivar las mismas féminas que adquieran uno para su pareja e incluso podría atraer clientes masculinos

Pregunta 2

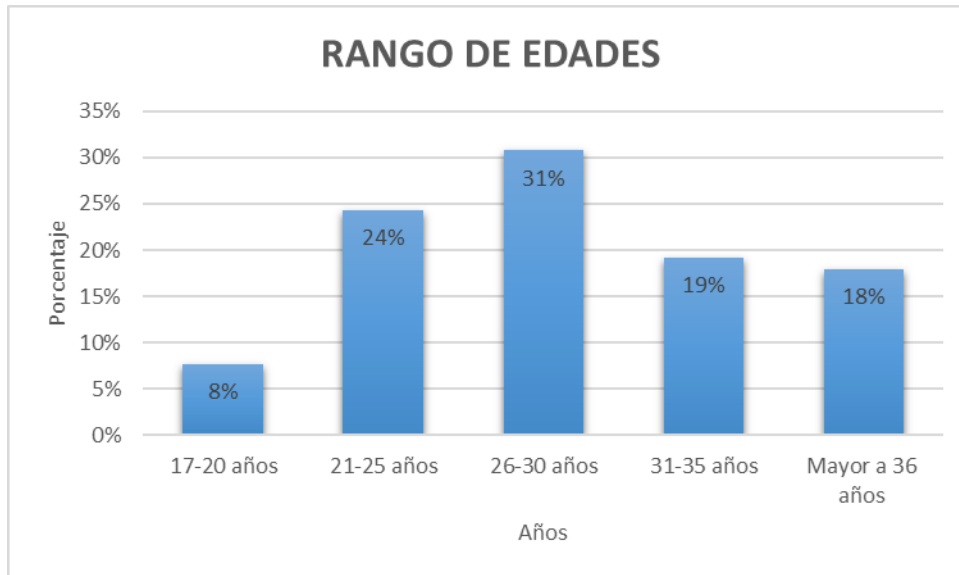


Figura 4 Rango de Edades

Los clientes de DENTALIA en su gran mayoría son personas jóvenes representado en un 55% por personas mayores a 21 años y menor igual a 30 años. Dado que sus clientes están conformados por jóvenes, la empresa debe mantenerse actualizado y atento a las nuevas tendencias para mantener su clientela actual y generar nuevos prospectos.

Si la empresa logra fidelizar a sus clientes jóvenes significaría que en el largo plazo generaría una base de clientes amplia. Su cartera estaría conformada por sus clientes jóvenes actuales, los cuales en el futuro representarían los segmentos de mayor edad, junto con una nueva generación de clientes jóvenes potenciales.

Pregunta 3



Figura 5 Tiempos de entrega

Del total de encuestados más del 70% de ellos indicaron que los tiempos de entrega han sido favorables. Esto a pesar de que la empresa no realiza sus entregas directamente, si no que subcontrata el servicio, por lo cual los tiempos no es un factor controlado en totalidad por la empresa.

En bases a los datos obtenidos se puede determinar que apenas el 22% de los encuestados reaccionaron de manera indiferente o negativa, siendo una oportunidad de mejora. Sí se logra reducir los mismos beneficiaría, ya que los clientes obtendrían los productos más rápido, previniendo que adquieran productos similares de la competencia. A su vez podría considerar maximizar la cantidad de horas dedicadas a los envíos, con el fin de realizar la mayor cantidad de envíos dentro del horario establecido.

Pregunta 4

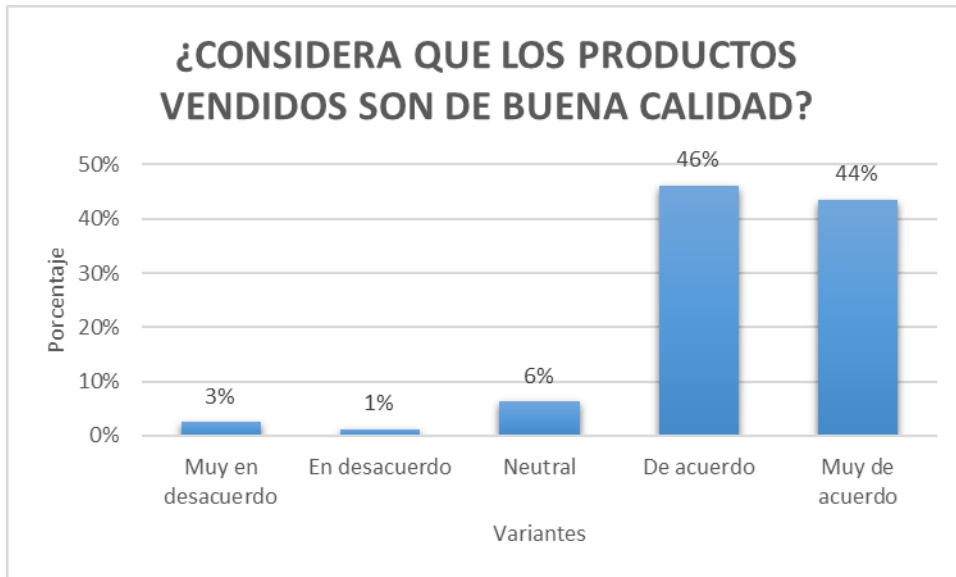


Figura 6 Calidad de los productos

Pregunta 5

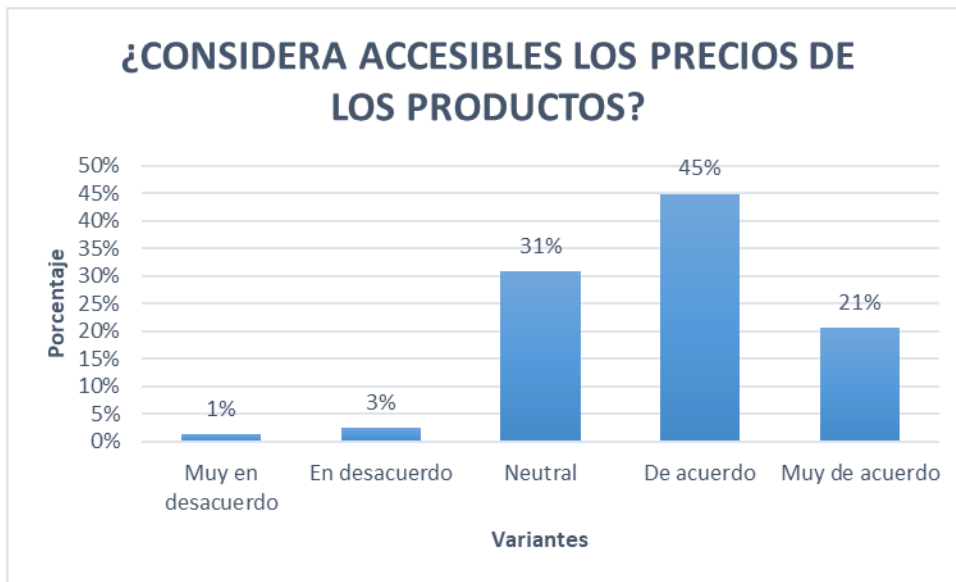


Figura 7 Accesibilidad de precios

Según los datos obtenidos en la pregunta 4 se determina que el 90% de los encuestados percibe que la calidad de los productos vendidos por DENTALIA es muy buena. Como resultado de brindar productos de alta calidad los clientes en la pregunta 5 indicaron que los precios de los mismos son adecuados con un 66%, reforzando la relación precio/calidad.

La empresa para mantener y fortalecer esta relación debe buscar mejorar su oferta de productos incorporando una mayor variedad, lo que no solo reforzaría su oferta, sino que también aumentaría su participación en el mercado. Así, manteniendo la calidad de sus productos actuales y buscando adquirir productos de una mayor calidad para ofrecer a su cliente.

Pregunta 6

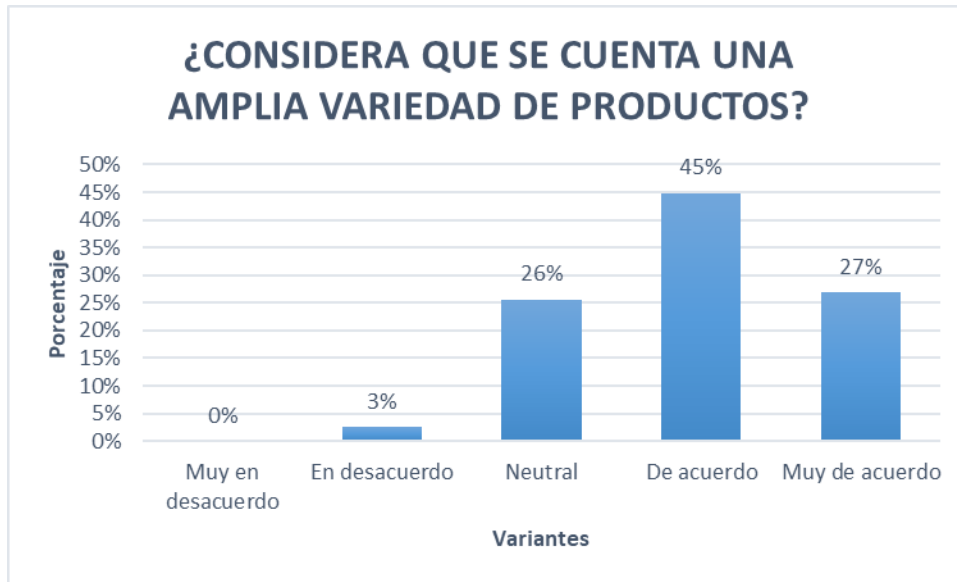


Figura 8 Variedad de productos

Pregunta 7



Figura 9 Cantidad disponible de productos

Acorde a los datos obtenidos de la pregunta 6 y 7 el 72% respectivamente de los encuestados consideran que la cartera de productos y la cantidad ofertada con la que cuenta DENTALIA es adecuada. La retroalimentación obtenida indica que DENTALIA obtuvo respuestas favorables por parte de sus clientes, con respecto a la relación variedad/cantidad.

La empresa debería tomar en consideración el 28% el cual representa la suma de los porcentajes más bajos obtenidos las preguntas para realizar un análisis detallado de su inventario. Con el fin de identificar los productos con mayor y menor demanda, facilitando ajustes de la cantidad de productos disponibles en su inventario proporcional a la demanda real. Además, se debe lograr identificar las necesidades de los clientes para transformar los datos neutrales a positivos, incrementando su satisfacción.

Pregunta 8



Figura 10 Frecuencia en disponibilidad de productos

Pregunta 14



Figura 11 Frecuencia de personas que compran en la competencia por falta de disponibilidad

Según los datos obtenidos de la pregunta 8 se puede identificar que el 78% de los encuestados encuentra todos los productos que ocupa y en las cantidades que necesita. Sin

embargo, los datos obtenidos en la pregunta 14 el 22% indica que aun así hay productos que no se encuentran en la oferta de DENTALIA que sí se encuentran en otros comercios.

Los resultados indican que, la mayoría de los clientes están satisfechos con la disponibilidad actual del inventario, pero si se identifican productos los cuales no ofrece DENTALIA y los lleva a buscar en la competencia. Diversificar el catálogo permitiría a la empresa satisfacer una mayor variedad de necesidades, mejorando la experiencia de los clientes actuales y atrayendo a nuevos potenciales, fortaleciendo así su posición en el mercado y reduciría la deserción hacia otros comercios.

Pregunta 12

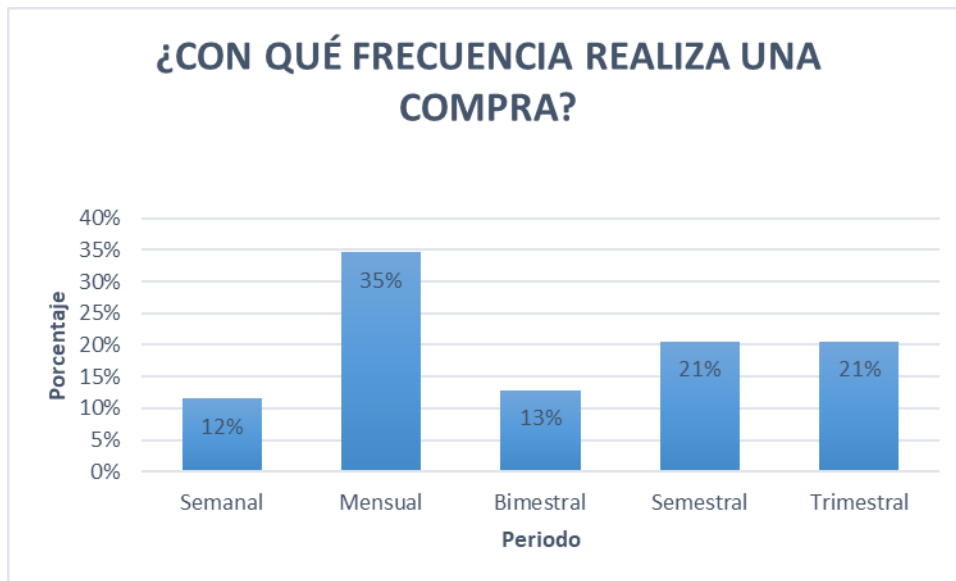


Figura 12 Frecuencia de compra

Del total de los datos obtenidos el 35% de los clientes realiza una compra de manera mensual. Este dato refleja que su frecuencia de compra es constante. La tendencia es un indicador para que la empresa reevalúe y analice la manera que realiza las órdenes de compra y la cantidad de productos pedido, así manteniendo sus niveles de inventarios aceptables en relación con sus niveles de demanda.

Al mantener sus niveles de inventarios óptimos, podría aumentar los niveles de fidelización y satisfacción de los clientes, ya que tendrían a su disposición una variedad y cantidad de productos suficientes para cubrir la demanda. A su vez, previniendo períodos de desabasto.

Pregunta 10

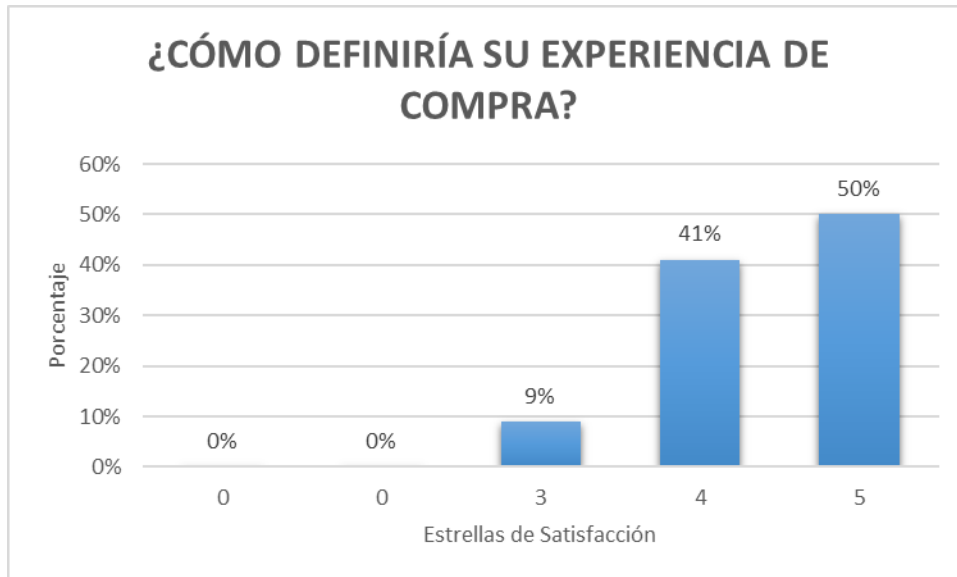


Figura 13 Experiencia

Pregunta 11

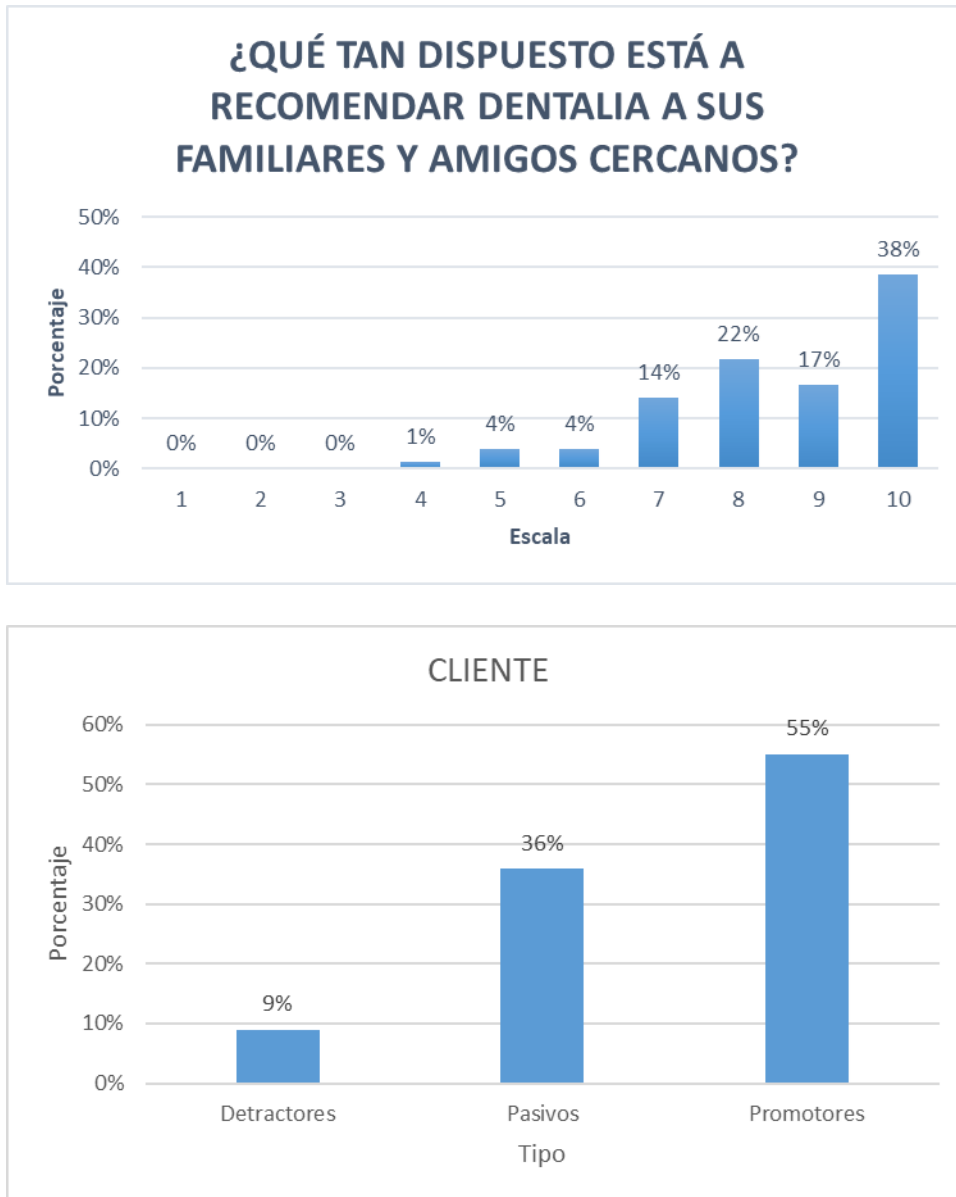


Figura 14 Cantidades de recomendaciones

Los datos obtenidos reflejan que del total encuestado un 55% de los clientes son promotores tomando en consideración la gráfica anterior con una referencia de la numeración 9-10 los cuales si recomendarían DENTALIA. A su vez. Se observa un 36% de los clientes los cuales son pasivos tomando como referencia las calificaciones 7-8, indicando que su experiencia fue favorable, más no lo suficientemente buena para recomendarla y finalmente un 9% considerando las calificaciones 4-5-6 que reflejan cierta inconformidad por parte de los clientes.

La empresa debe mantener y buscar mejorar la calidad en el servicio, así como en los productos brindados con el fin de mantener su alto nivel de satisfacción. A su vez, podría incrementar sus ventas e ingresos ofreciendo beneficios como descuentos, cupones y envíos gratis a los clientes frecuentes. Estas medidas no solo incentivarían más compras, sino que también mejorarían la percepción de los clientes detractores y pasivos, así aumentando el número de promotores.

Pregunta 13

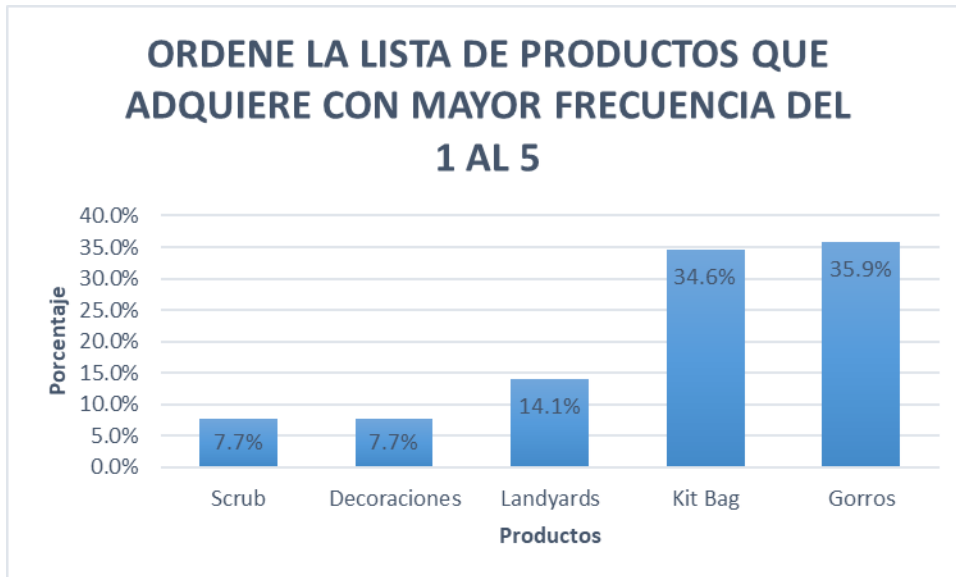


Figura 15 Compras con mayor frecuencia

De la totalidad de los encuestados, la pregunta 13 indica que el producto que más adquieren los clientes son los gorros y en segundo lugar los kits bags, ambos representando el 70.5% de las ventas. Sin embargo, un 29.5% de los resultados es representado por landyards, decoraciones y scrubs, los cuales se consideran una oportunidad de mejora.

Para poder aumentar y potenciar la demanda de estos productos, la empresa debería diversificar los estilos ofrecidos. El introducir una mayor variedad de diseños podría atraer a diferentes segmentos del mercado y captar el interés de clientes que buscan otras opciones. Al diversificar la oferta y adaptar los productos a las preferencias de los clientes, la empresa no solo puede mejorar las ventas de los artículos menos populares, sino también fortalecer su posicionamiento en el mercado.

Pregunta 15

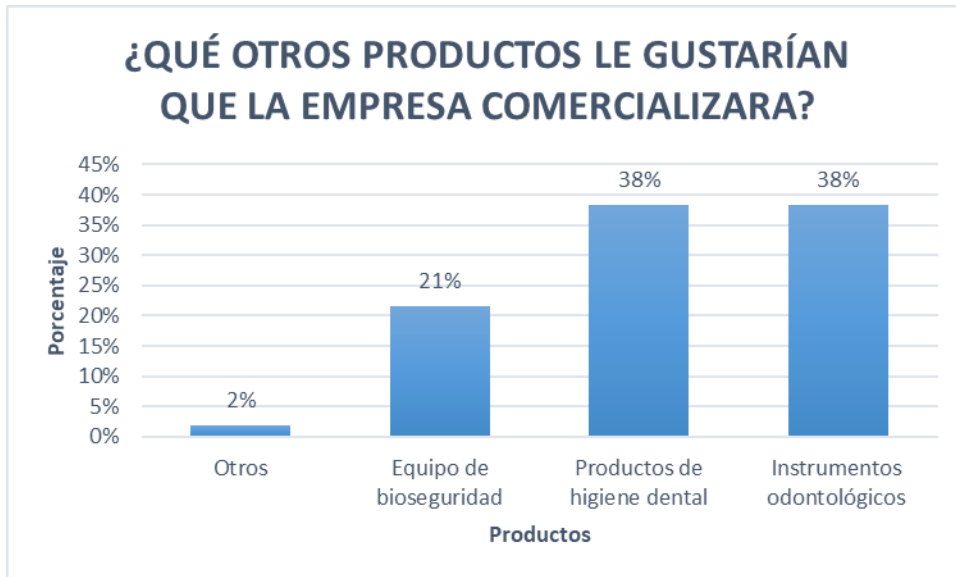


Figura 16 Nuevos productos

Los resultados de la pregunta 15 indican el interés que los clientes muestran hacia una mayor diversificación de productos en el catálogo ofrecido. Los principales productos que se solicitan son los instrumentos odontológicos y los productos de higiene dental.

El incorporar los productos aumentaría las ventas y atraería clientes potenciales del nicho odontológicos. A su vez debe de considerar incluir en su inventario equipo de bioseguridad, tanto para clientes especializados como particulares. La diversificación de productos no solo aumentaría las ventas, sino que también fortalecería la presencia de DENTALIA en el mercado, consolidando su reputación y su capacidad para poder satisfacer las diversas necesidades de sus clientes.

Pregunta 16



Figura 17 Accesibilidad para recibir información

Pregunta 17

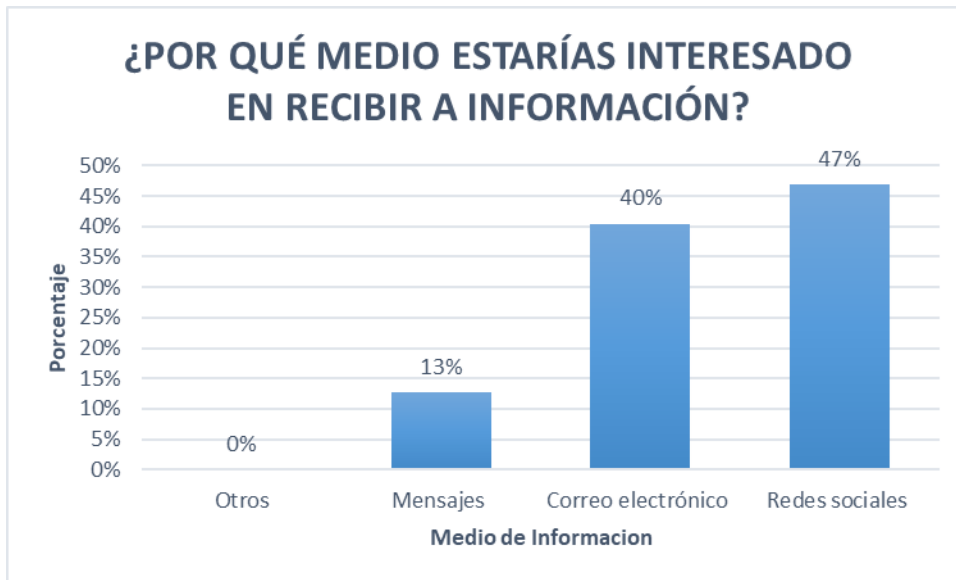


Figura 18 Medio para recibir información

De la totalidad de los encuestados, en la pregunta 10 se muestra que el 50% se encuentra interesado en recibir información sobre DENTALIA. Los clientes interesados en obtener información indicaron en la pregunta 11 que al 47% de ellos les gustaría que se les informara por medio de las redes sociales, mientras que el 40% por medio de su correo electrónico.

Para satisfacer y mantener informados a sus clientes, se debe reforzar su presencia en redes sociales, permitiendo una interacción directa y promoviendo contenido relevante, así fortaleciendo la comunicación bidireccional. Además, el uso del correo electrónico como segundo canal ayudaría a alcanzar a quienes prefieren este medio, ofreciendo información valiosa de forma personalizada y directa. Estas estrategias fueron establecidas en base a los datos obtenidos en la pregunta 11, con el fin de facilitar la difusión de información sobre toda noticia, promoción y eventos de interés.

Pregunta 18

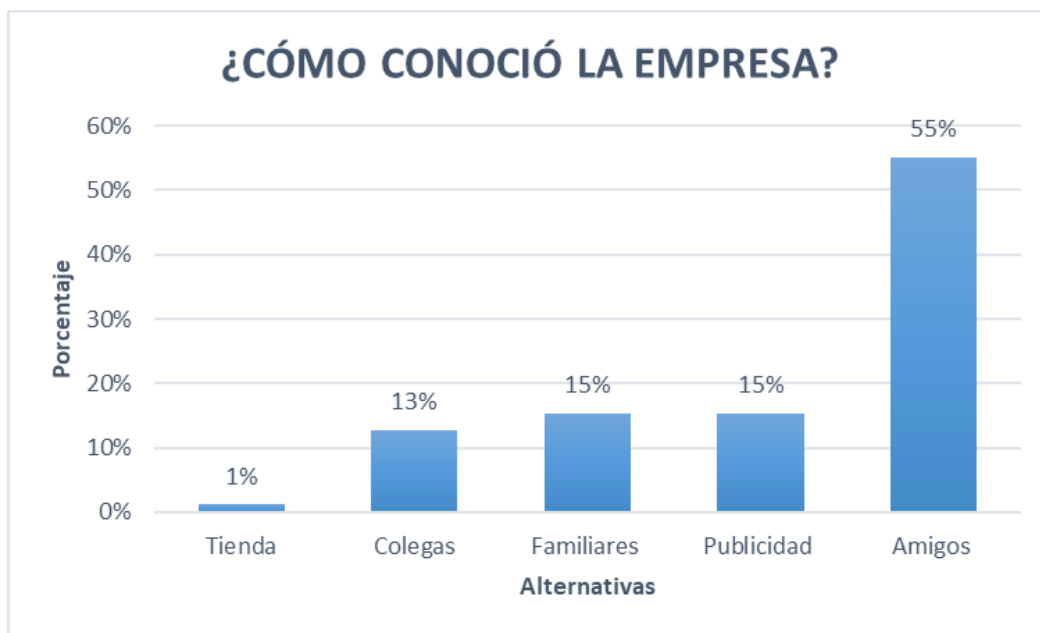


Figura 19 Conocimiento de la empresa

Del total de encuestados se determina que un 55% de sus clientes conoció a DENTALIA por medio de un amigo. De igual forma se observa que solo un 15% fue por medio de la publicidad o familiares. Esto sugiere que la empresa debe de invertir más en publicidad para obtener nuevos clientes y aumentar su reconocimiento en el mercado, impactando positivamente en sus ventas.

Para no generar gastos extras y optimizar recursos, la empresa podría considerar aumentar su visibilidad en ferias universitarias y de emprendimiento. Asimismo, incrementar su presencia en las redes sociales generando contenido de calidad, lo que permitiría conectar directamente con un público potencial, ampliando su alcance y mejorando la fidelidad de los clientes. Estas

estrategias combinadas podrían contribuir en aumentar la notoriedad de la marca y potenciar su crecimiento.

4.2.2 ANÁLISIS CUALITATIVO

Para la elaboración de la investigación se realizaron dos entrevistas, una a cada socio de la empresa. La modalidad de las misma fue presencial en la clínica dental de uno de los accionistas, a continuación, se presenta el perfil de ambos entrevistados y los principales hallazgos:

Perfil 1

Doctora en odontología y cirugía dental con más de 5 años de experiencia, especialidad en periodoncia e implantes. Además, cuenta con conocimientos en gestión y administración de servicios de salud.

Perfil 2

Especialista en gestión de línea de ensamblaje automotriz con más de 20 años de experiencia en el sector. Ha sido capacitado por distintas organizaciones automotrices globales, así como por ingenieros y expertos en líneas de ensamblajes.

Tabla 5 Hallazgos por parte de los socios

SOCIO 1-OPERATIVO	SOCIO 2-PASIVO
DENTALIA opera de manera básica y análoga, por lo que no cuentan con una estructura definida.	El análisis de los pocos datos disponibles es inadecuado y se realiza de manera empírica, lo que puede dar como resultado el tomar una decisión errónea que afecte la empresa.
No disponen de balances generales o estados de resultado.	Establecer una estructura que mejore los controles y refuerce los conocimientos administrativos y financieros de los socios.
Solo un socio se encarga de la operativa de la empresa, lo que genera una sobrecarga en sus actividades, sin que se contemple la posibilidad de delegar tareas.	Las decisiones se realizan en función de los datos disponibles en el momento, pero no con base de datos verídicos.
No existe un registro actualizado de los niveles de inventario y no se cuenta con un control periódico del mismo.	Su presencia en el mercado es sólida como resultado del reconocimiento de la marca fortalecida con la apertura de la clínica dental de uno de los socios.
Realizar una gestión más eficiente del inventario para identificar oportunamente cuándo se pueden realizar los pedidos, evitando así situaciones de escasez o falta temporal de variedad.	Buscar la contratación de un colaborador para que el socio operativo delegue tareas, así reduciendo su carga laboral, permitiéndole enfocarse en mejorar la satisfacción de los clientes.

Fuente: Elaboración Propia

4.3 FODA DE LA EMPRESA

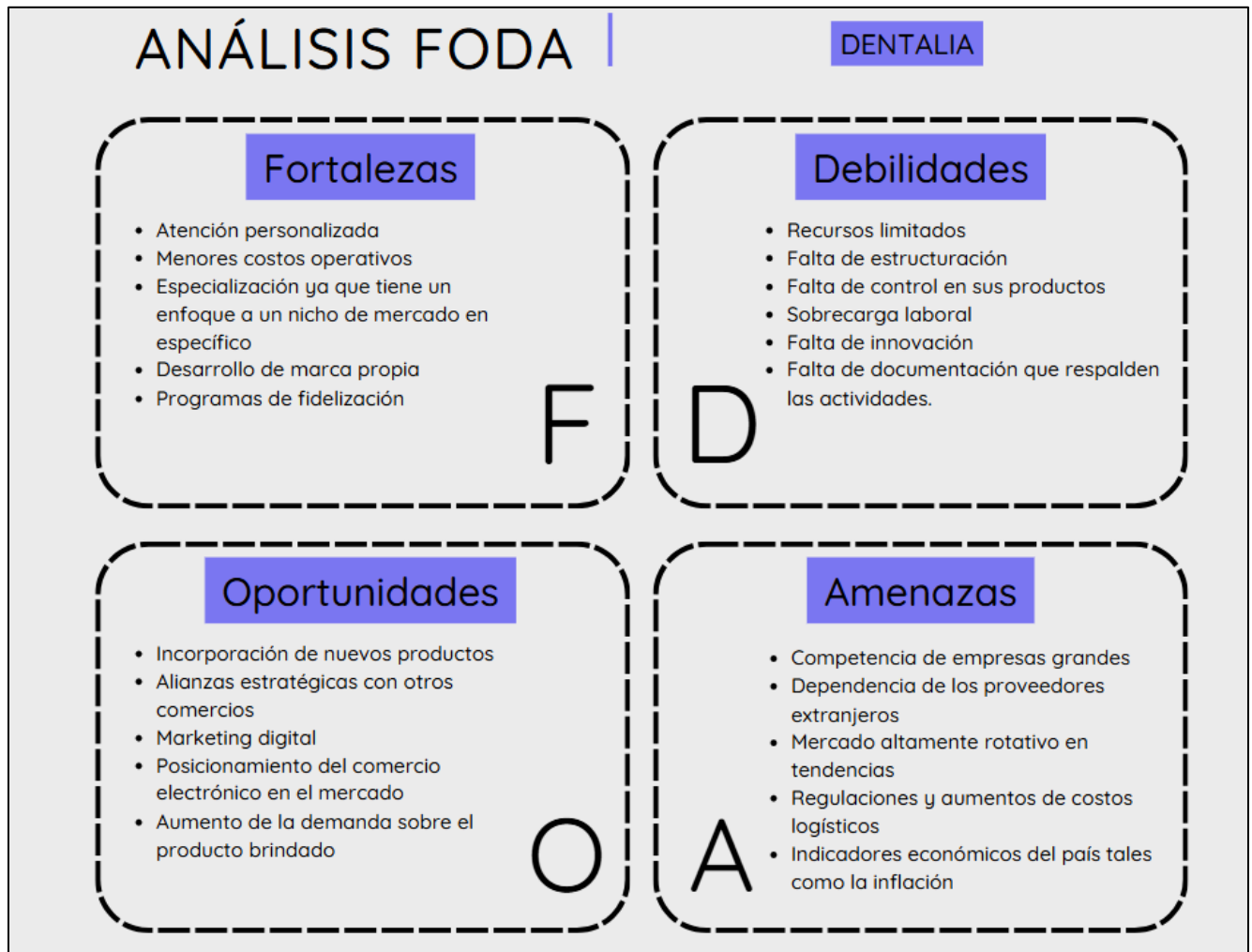


Figura 20 FODA

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- 1 En la situación actual de la empresa, se determinó que no cuenta con un sistema, proceso o flujo establecido para la gestión de su inventario. El reabastecimiento se realiza de manera subjetiva, basándose únicamente en la observación del socio operativo cuando percibe una disminución considerable en los niveles de inventario. Esta metodología es ineficiente y poco confiable, ya que carece de datos precisos, lo que genera incertidumbre y eleva el riesgo de errores en la reposición de productos. Como resultado, se pueden producir desabastos, pérdidas de ventas y una disminución en la satisfacción del cliente.
- 2 Se determinó que la gestión financiera que realiza la empresa es prácticamente inexistente. DENTALIA realiza un control básico e incompleto de las entradas y salidas de fondos, sin balances generales ni estados de resultado realmente confiables. Este inadecuado manejo de sus finanzas afecta considerablemente su capacidad operativa tanto en el corto como en el largo plazo, ya que no optimizan sus recursos.
- 3 Después de conocer la situación actual de la empresa y evaluar diversas soluciones para mejorar la gestión de inventario de DENTALIA, se concluye que la implementación de una gestión de control sería más eficiente lo que permitirá a la empresa optimizar sus procesos de control de inventario. Con el tiempo, estas mejoras se verían reflejadas positivamente en su gestión financiera, incrementando la liquidez y maximizando las utilidades. El realizar una gestión de inventario efectiva y el realizar una administración financiera con fundamentos ayudará a la empresa a crecer de manera sostenible en el largo plazo y en la toma de decisiones al momento de buscar reabastecer el inventario.
- 4 Se concluye que DENTALIA debe aprovechar las diversas herramientas financieras disponibles en el mercado para optimizar la gestión de su inventario y capital de trabajo. Esto facilitando la planificación financiera, permitiendo anticipar y prevenir posibles desabastos. Con una mejor comprensión y control del capital, podrán garantizar fondos suficientes para mantener un nivel adecuado de inventario, evitando así problemas de desabastecimiento y asegurando la continuidad operativa de la empresa.

5.2 RECOMENDACIONES

- 1 Es crucial que DENTALIA implemente flujos de procesos y una estructura para la gestión de su inventario. Se recomienda el uso de plantillas o sistemas que permita monitorear los niveles de inventario, para el reabastecimiento y conocer sobre el movimiento de los productos. Así, minimizando los riesgos de desabastecimiento o exceso previniendo posibles pérdidas financieras y operativas. A su vez deberán considerar en un futuro adquirir la empresa software que le faciliten el control y la automatización, por ejemplo, SAP y Odoo.
- 2 DENTALIA debe establecer un control financiero con el que se generen los balances generales y estados de resultados. Es recomendable que la empresa contrate los servicios de una empresa contable en caso de que no se sientan capaces o deseen llevar el control de su contabilidad. Además, los socios deben recibir capacitación en finanzas y contabilidad para asegurar una correcta interpretación y uso de los datos financieros brindados por sus herramientas de gestión o de los mismos brindados por un tercero. La gama de tablas dinámicas y gráficos beneficiaría a los socios al momento de realizar los análisis para poder tomar una decisión informada.
- 3 Se recomienda que DENTALIA haga uso de herramientas para la gestión de su inventario acompañada de un análisis periódico de los datos. El análisis de los datos brindados por la herramienta ayudará a la empresa al momento de la toma de decisiones. De igual forma es de consideración que la empresa contrate recurso humano, que se enfoque en la gestión operativa del inventario y realice un conteo físico del inventario al menos 1 vez al mes.
- 4 La empresa debe implementar herramientas financieras para realizar gestión contable y financiera, con el fin de obtener una visión clara, precisa y detallada de su situación. La empresa al gestionar sus finanzas de una mejor manera, podrán identificar y reducir salidas de efectivo que generan pérdidas, y optimizar el control de su capital de trabajo, asegurando así que siempre cuenten con los datos necesarios para poder plantear estrategias, conocer su situación económica y establecer un plan de acción en base a datos cuantificables.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA

- Elaboración de una herramienta digital para el control de inventario en DENTALIA
- Diseño y establecimiento de flujos de procesos en la empresa DENTALIA
- Herramienta digital de Gestión Financiera para la elaboración de Balances Generales, Estados Financieros, Razones y Análisis Comparativos de datos financieros en DENTALIA.

6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

En el contexto empresarial actual, la gestión eficiente del inventario y las finanzas de la empresa son factores importantes para mantener la competitividad y maximizar la rentabilidad. Estas propuestas, incluyen la elaboración de herramientas digitales para la gestión financiera, el control del inventario y el diseño de una ficha de inventario junto con el establecimiento de flujos de procesos, buscando abordar las deficiencias y desafíos de DENTALIA.

Se identifica que DENTALIA no cuenta con una herramienta digital establecida que le ayude a llevar un control detallado y verídico del inventario disponible, a su vez no utilizan herramientas para poder visualizar los datos y su gestión del inventario es empírica, basada en lo que observan en el momento y no en base a datos verídicos. Ante lo mencionado se puede determinar que no cuentan con un proceso establecido.

A su vez tras haber realizado las entrevistas con los socios se determinó que DENTALIA realmente no cuenta con una gestión financiera, es decir que no cuentan con balances generales, estados de resultados o algún tipo de dato que sea realmente verídico en su totalidad para poder conocer la gestión financiera de la empresa

La combinación de estas propuestas digitales representa una mejora significativa en la gestión del inventario y las finanzas en DENTALIA. Las fichas de inventario y los flujos de procesos crean una base sólida de procedimientos. Mientras que los cálculos financieros y la visualización de los datos juntos permitirán mejorar la eficiencia operativa y financiera aumentando su capacidad de adaptabilidad al mercado, fortaleciendo su posición y optimizando los recursos.

6.3 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

El enfoque de estas propuestas es optimizar y mejorar la gestión tanto del inventario como de los aspectos financieros, se pretende alcanzar las propuestas mediante lo siguiente:

1. Establecer una herramienta que permita mejorar el registro y seguimiento del inventario, la misma siendo una plataforma amigable e interactiva que permita una toma de decisiones más informada.
2. Establecer procesos operativos que describan las actividades de la empresa las cuales permitan una gestión operativa debidamente estructurada, a su vez mantenido un enfoque de mejora continua que contribuya al éxito de la compañía.
3. Optimizar la gestión financiera mediante el desarrollo de una herramienta que realice la los cálculos relacionados con los balances generales, estados de resultados y razones financieras la cual permita generar una visual de gráficas que respalden la toma de decisiones estratégicas.

Con estas propuestas, se pretende no solo mejorar la operativa de la empresa, sino también reducir riesgos en el control de inventarios y finanzas, permitiendo así la toma de decisiones informadas y la mejora continua de los procesos empresariales.

6.4 DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

6.4.1 ELABORACIÓN DE UNA HERRAMIENTA DIGITAL PARA EL CONTROL DE INVENTARIO.

Se presenta el sitio web Odoo el cual proporciona una solución para el problema a ejecutar el cual es sobre el manejo de inventario, además de esa opción, también presenta herramientas para desarrollo de las áreas tales como: recursos humanos, marketing, contabilidad, ventas, manufactura y demás, esto según la necesidad de la empresa que lo requiera.



Para el uso de este sitio web se hará un enfoque en la parte de inventario ya que DENTALIA presenta deficiencia en esta área y con el uso de esta herramienta se puede asegurar un control basado en datos reales sobre los movimientos de los productos y a su vez, modificando para mejora los controles tradicionales con los cuales se han desarrollado desde sus inicios.

Actividades por realizar dentro del sitio web:

- Creación de productos en el sitio web Odoo

1. Primera visualización de la página Odoo.

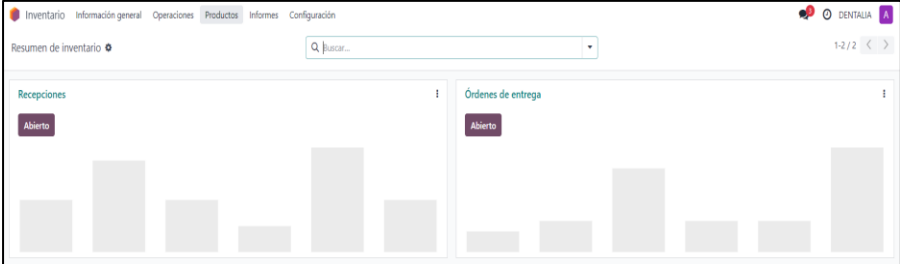

En este espacio se puede observar todas las actividades disponibles en la página, se toma en cuenta el tema de inventario para este apartado. En el computador se visualiza de forma horizontal y en el móvil en forma de listado.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

2. Primera vitalización del apartado inventario

Este espacio es exclusivo sobre la parte de inventario y se encuentran sectores importantes sobre productos, stock y todos los movimientos de interés. En el computador se pueden visualizar de forma horizontal y en el móvil se pueden observar de forma vertical.

Estas visualizaciones por temas de disponibilidad en espacio brindada por la pantalla a utilizar.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

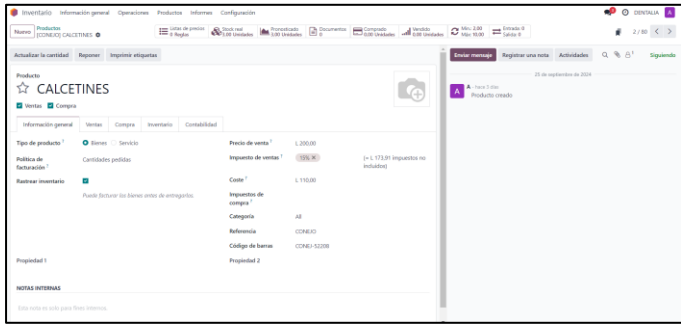
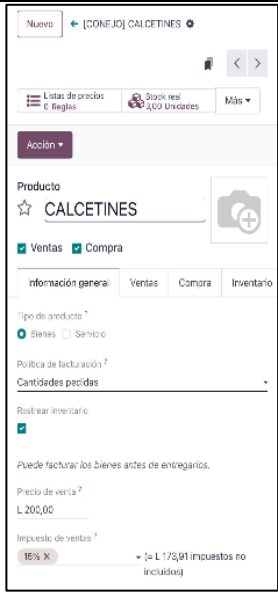
3. Visualización de un producto en específico/Creación del producto

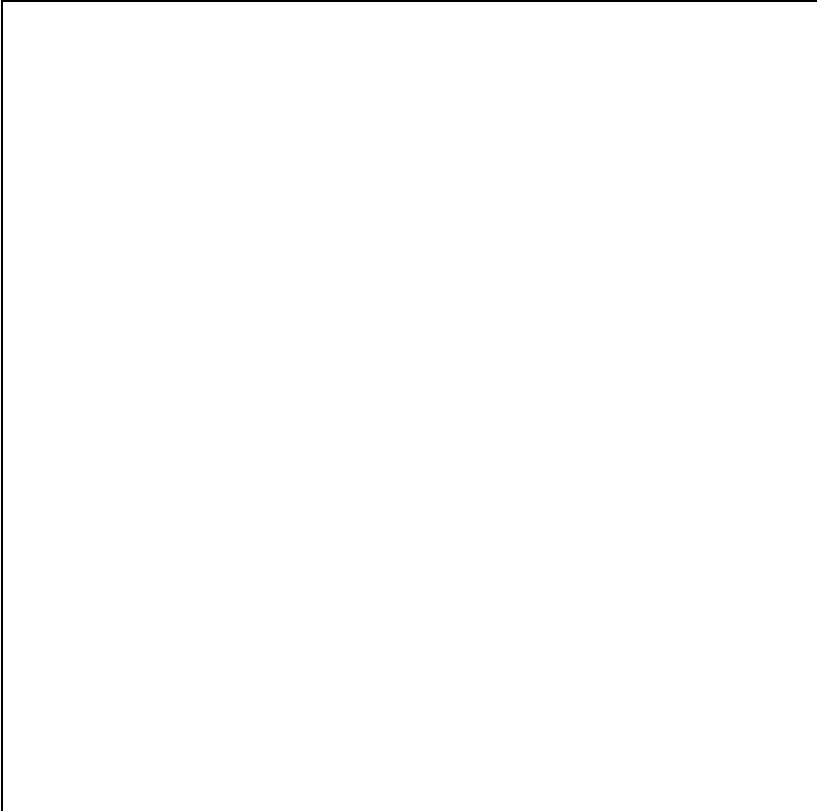
- ✓ La pestaña permite la modificación sobre los productos. La primera pestaña “Información General” permite detallar datos como ser: precio, impuesto, referencias al buscar el producto lo cual permite identificarlo de mejor forma, opción de rastreo de inventario la cual es de beneficio ya que presenta una visual más clara sobre las cantidades y movimientos de los productos.
- ✓ La segunda pestaña “Ventas” permite colocar descripciones del producto, detallar productos opcionales en caso de no tener el requerido por el cliente, etiquetas que diferencien el producto. Estas opciones no son obligatorias sino a criterio del administrador.
- ✓ La tercera pestaña “Compras” permite detallar al proveedor con datos afines al mismo, temas de registro sobre el producto y detalles de compra. En el caso de DENTALIA no será requerido en su totalidad debido a que la comunicación con los proveedores es externa al sitio web.
- ✓ La cuarta pestaña “Inventario” permite el registro sobre los productos tomando como datos

el responsable de los mismos, descripciones sobre recepción y compra que se consideren necesarios, unidades del producto como precio y volumen. En el caso del presente documento solo se toma en consideración la opción sobre el plazo para entrega del cliente debido a los procesos y productos establecidos.

- ✓ La quinta pestaña “Contabilidad” permite colocar datos sobre la compra, donde se realizará el registro. En este caso no ha sido tomado en consideración debido a que los productos serán realizados por pagos directos con la responsable administrativa y se registrarán de forma externa a la página.
- ✓ En el caso del computador, en la parte superior se muestra una fila horizontal la cual permite vitalización del stock real (cantidades existentes), opciones de ventas, cantidades vendidas, entradas y salidas, opción de colocar máximos y mínimos requeridos en el almacén y demás datos que podrían ser de consideración para el administrador dependiendo de la forma en la cual operan.

En el caso del móvil, se presenta la misma disponibilidad de opciones por usar, pero de forma desplegable al posesionarnos en la parte final de la fila con las opciones mencionadas.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	



Puede facturar los bienes antes de entregarlos.

Precio de venta?
 L 200,00

Impuesto de ventas?
 15% X (= L 173,91 impuestos no incluidos)

Coste?
 L 110,00

Impuestos de compra?

Categoría
 All

Referencia
 CONEJO

Código de barras
 CONEJ-52208

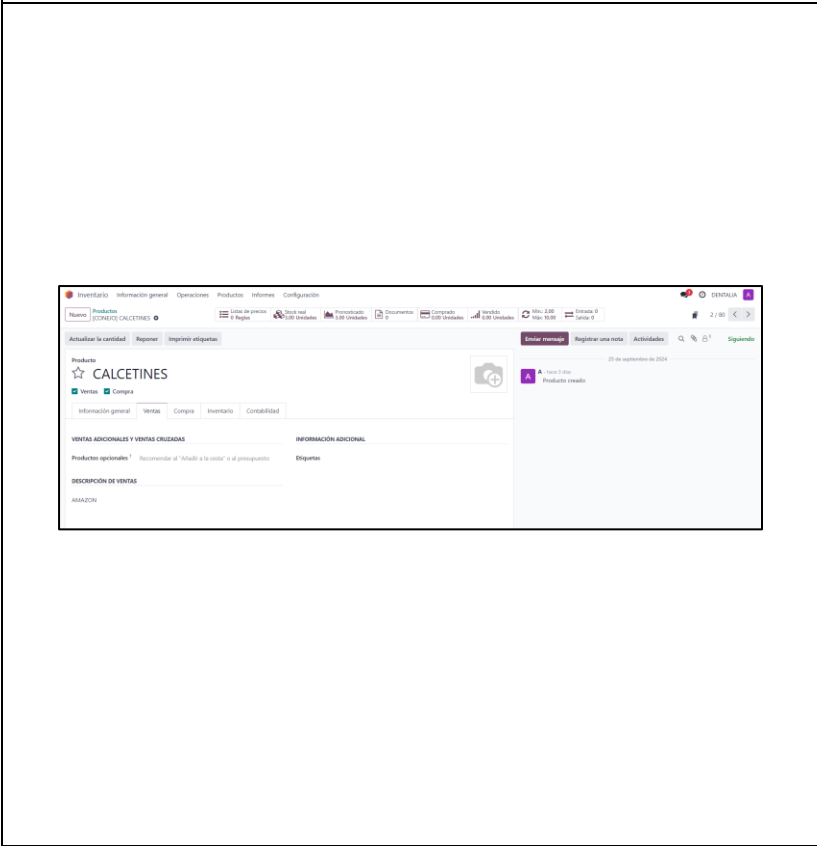
Propiedad 1

Propiedad 2

NOTAS INTERNAS

Normal B
 Traducir

Esta nota es solo para fines internos.



Lista de precios
 0 Reglas

Stock real
 3,00 Unidades

Más

Producto
 ☆ CALCETINES

Ventas Compra

Información general Ventas Compra Inventario

VENTAS ADICIONALES Y VENTAS CRUZADAS

Productos opcionales?
 Recomendar al "Añadir a la cesta" o al presupuesto

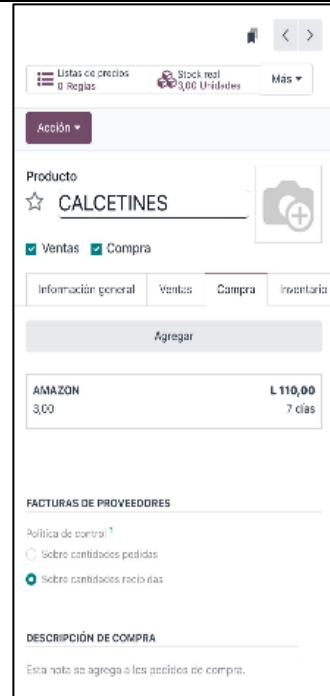
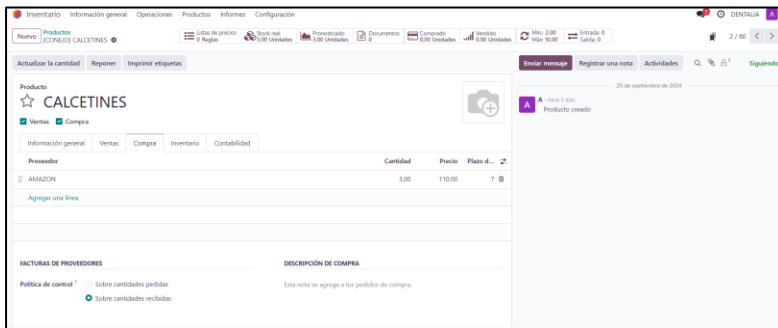
INFORMACIÓN ADICIONAL

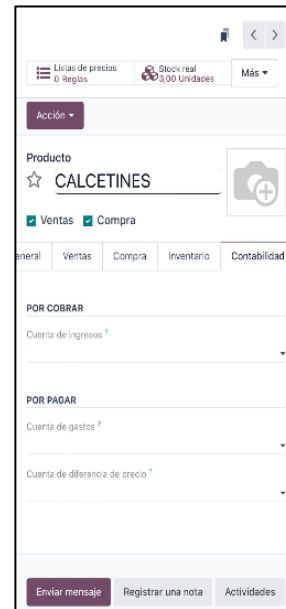
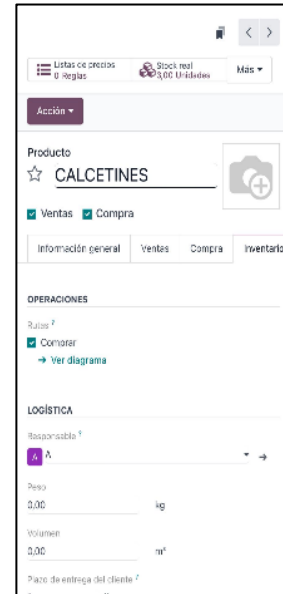
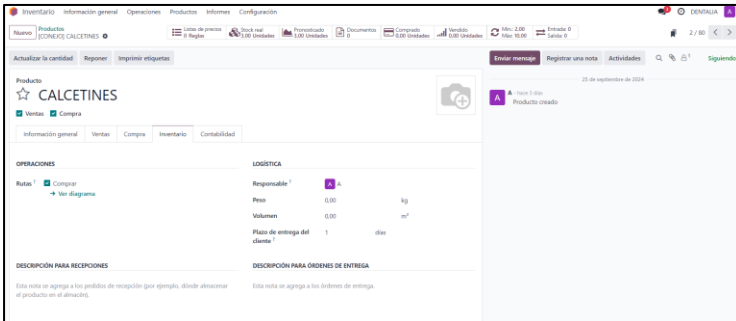
Etiquetas

DESCRIPCIÓN DE VENTAS

AMAZON


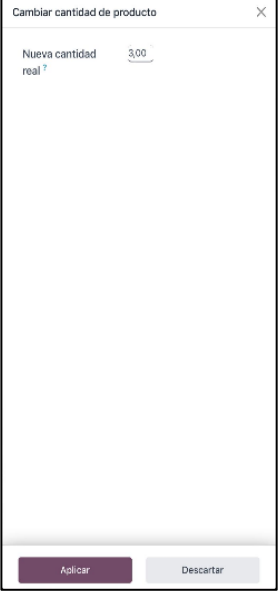
Enviar mensaje Registrar una nota Actividades





4. Cantidad real de producto



En ambos casos, de la fila horizontal mencionada en el punto anterior, al entrar a la parte “stock real” permite colocar las cantidades existentes del producto a modificar.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

5. Guardar Modificación/Creación de productos.

Finalmente, en la parte superior izquierda aparece la visualización para guardar las modificaciones realizadas con el icono de nube que presenta una flecha hacia arriba, al lado izquierdo de la X. Con este icono damos por terminado el registro del producto y está listo para realizar movimientos necesarios.



Estas indicaciones para ambos casos respecto a al dispositivo por utilizar.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

➤ Registro de ventas en el sitio web Odoo

1. Primera visualización de la página Odoo.

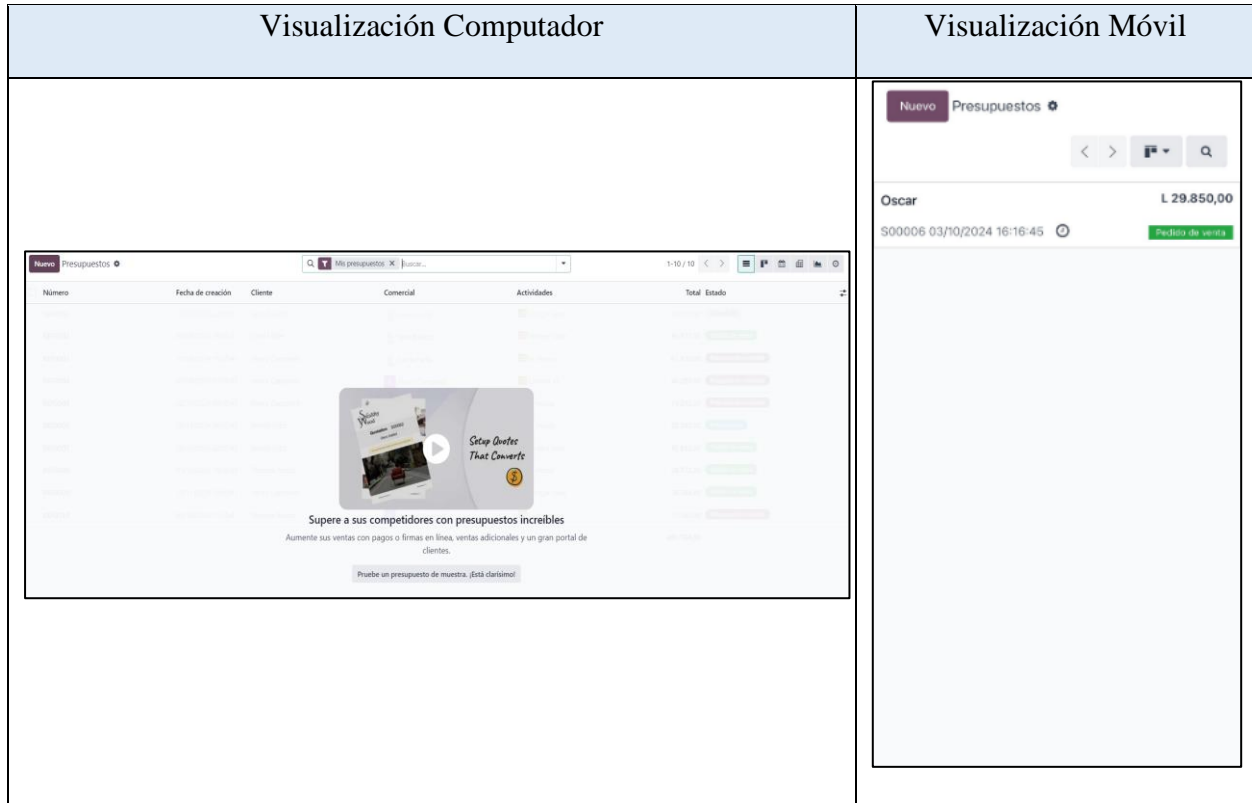
En este espacio se puede observar todas las actividades disponibles en la página, se toma en cuenta el tema de ventas para este apartado. En el computador se visualiza de forma horizontal y en el móvil en forma de listado.

Visualización Computador	Visualización Móvil
 <p>A grid of 18 Odoo application icons arranged in three rows and six columns. The icons are: Conversaciones, Calendario, Citas, Actividades pendientes, Información, Ventas, Tableros, Contabilidad, Proyecto, Planificación, Encuestas, Compra, Inventario, Código de barras, Firma electrónica, Empleados, Aplicaciones, and Ajustes.</p>	 <p>A vertical list of 8 Odoo application icons for mobile view. The icons are: Conversaciones, Calendario, Citas, Actividades pendientes, Información, Ventas, Tableros, and Contabilidad.</p>

2. Visualización directa del área de Ventas en el sitio web Odoo

Este espacio es exclusivo sobre la parte de ventas. En el computador se pueden visualizar de forma horizontal en la parte superior la opción de “Nuevo” y al posesionarse se procede a la

creación de la facturación que el encargado desee realizar y en el móvil se puede observar de forma resumida pero igual brinda la opción de “nuevo” en el recuadro morado para la ejecución de la factura.



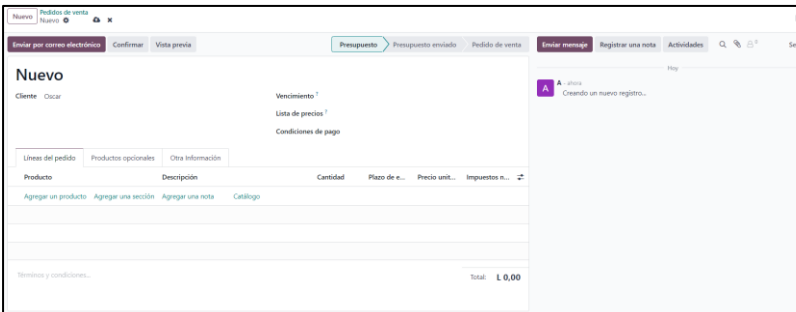
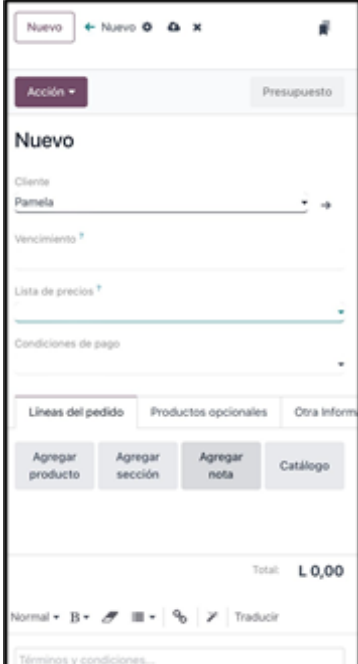
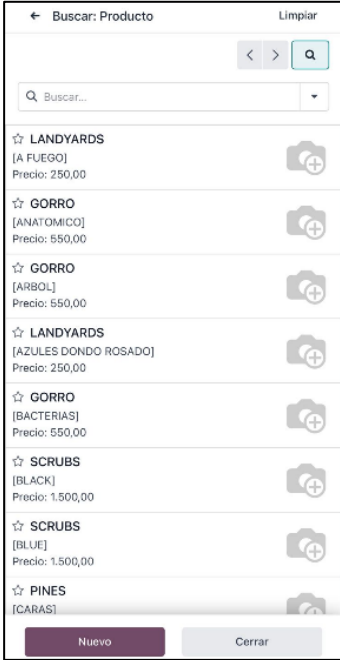
3. Primera visualización de la pestaña al crear una factura

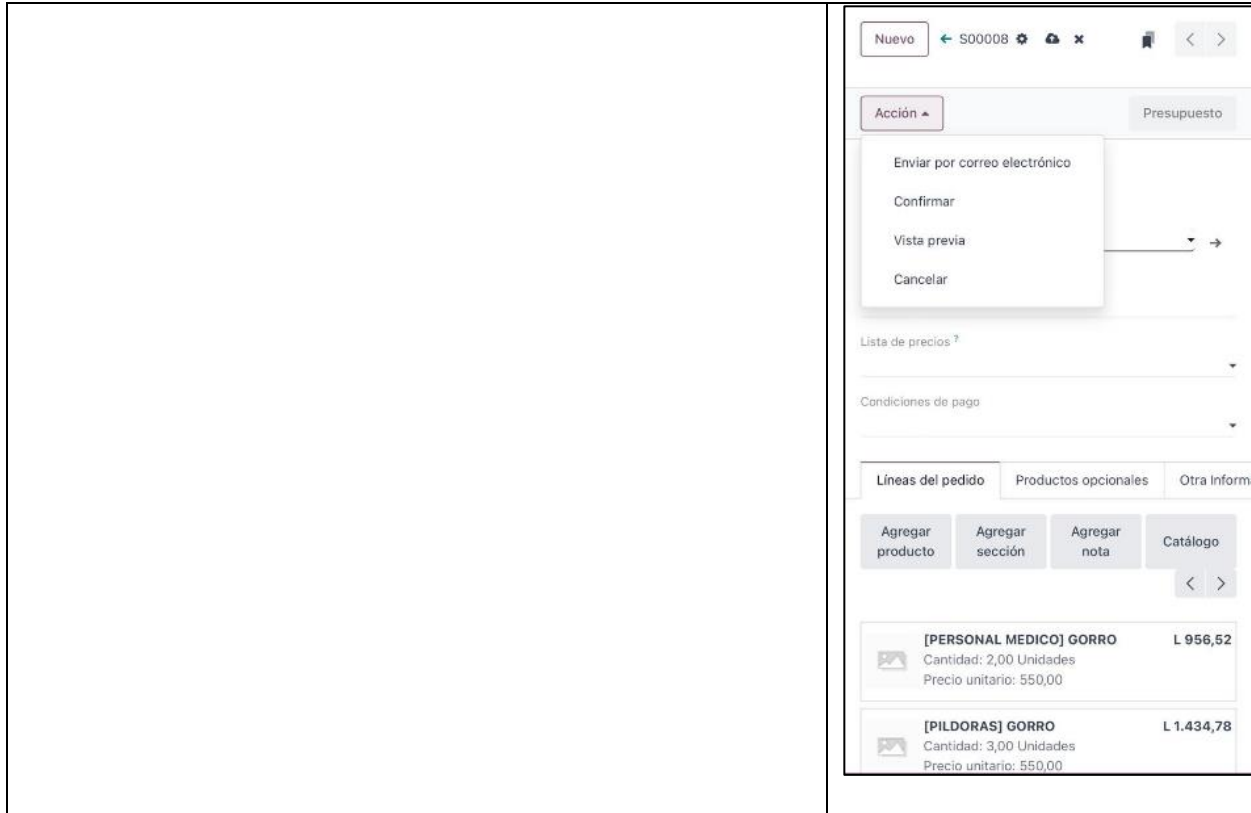
En este espacio se procede a detallar datos relevantes según criterio del encargado de la factura. Se detalla el producto requerido por el cliente, la cantidad del mismo y automáticamente algunos datos se colocan por medio del sistema como ser el plazo de entrega, el impuesto, entre otros según el previo ingreso del producto.

Esta pestaña en la parte superior brinda la opción de enviar por correo al cliente y confirmar el pedido. En el caso de DENTALIA se realiza directo la confirmación del pedido ya que la comunicación con el cliente se realiza de forma externa al sitio web.

En el caso del computador se visualiza de forma horizontal todos los campos requeridos y en el caso del móvil al ser una pantalla con espacio más reducido requiere ayuda de los menús desplegables como ser el caso de “Acción” el cual se encuentra en rectángulo de color morado,

pero de igual forma cumple la función.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	
	



4. Visualización de la factura para confirmar

En este espacio se visualizan todos los productos elegidos con sus debidas cantidades y datos previamente mencionados. Es parte del proceso.

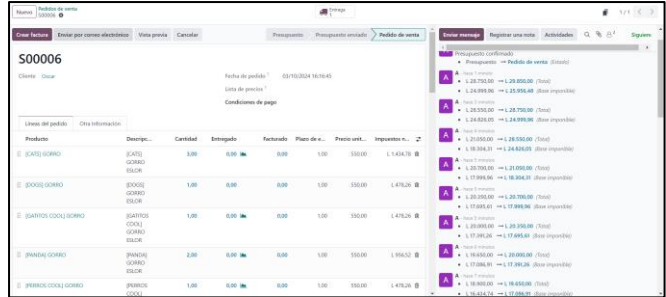


5. Visualización de la factura para hacer su creación de forma oficial

En este apartado es parte del proceso y confirmación del pedido, de igual forma se puede visualizar el listado completo de los productos detallados.


En el móvil se puede notar un listado más extenso, pero es debido al tamaño de la pantalla que se utiliza, en ambos dispositivos brindan los mismos datos.

Visualización Computador



Productos	Descripción	Cantidad	Entregado	Facturado	Plazo de c.	Precio unit.	Importe n. 2
1	[CATI] GORRO [CATI] [GORRO] [ELSKC]	1,00	0,00	0,00	1,00	350,00	1.434,78 B
2	[EJOS] GORRO [EJOS] [GORRO] [ELSKC]	1,00	0,00	0,00	1,00	350,00	1.434,78 B
3	[GARTOS (COU)] GORRO [GARTOS (COU)] [GORRO] [ELSKC]	1,00	0,00	0,00	1,00	350,00	1.434,78 B
4	[PANDU] GORRO [PANDU] [GORRO] [ELSKC]	2,00	0,00	0,00	1,00	500,00	1.000,00 B
5	[PILDORAS (COU)] GORRO [PILDORAS (COU)]	1,00	0,00	0,00	1,00	100,00	1.434,78 B

Visualización Móvil



L 956,52

[PERSONAL MEDICO] GORRO
Cantidad: 2,00 Unidades
Precio unitario: 550,00

L 1.434,78

[PILDORAS] GORRO
Cantidad: 3,00 Unidades
Precio unitario: 550,00

L 956,52

[PERSONAL MEDICO] GORRO
Cantidad: 2,00 Unidades
Precio unitario: 550,00

L 1.434,78

[PILDORAS] GORRO
Cantidad: 3,00 Unidades
Precio unitario: 550,00

L 478,28

[PULMONES] GORRO
Cantidad: 1,00 Unidades
Precio unitario: 550,00

L 478,28

[RATOZ X] GORRO
Cantidad: 1,00 Unidades
Precio unitario: 550,00

L 1.913,04

[CEREBRO 2] GORRO
Cantidad: 4,00 Unidades
Precio unitario: 550,00

L 956,52

[CEREBRO NEGRO] GORRO
Cantidad: 2,00 Unidades
Precio unitario: 550,00

L 478,28


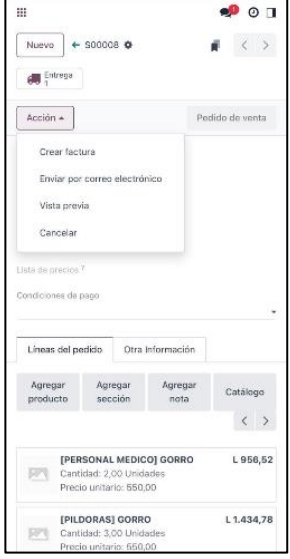
[CRANEOS] GORRO
Cantidad: 1,00 Unidades
Precio unitario: 550,00

L 478,28

[MICROBIOLOGIA] GORRO

6. Oficializar la factura

En este apartado se confirma el proceso de facturación y se detallan datos relevantes sobre el pago, en el caso de DENTALIA se hace siempre con la opción de “factura regular” ya que los pagos son de forma externa al sitio web.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

7. Borrador de la factura creada

Este apartado es parte del proceso, con el fin de corroborar los productos ingresados con sus debidas cantidades.

En el computador se posesiona en el rectángulo morado el cual es para confirmar la factura y en el móvil se posesiona en “Acción” el cual hace desplegar un menú y se confirma.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

Nuevo ← Borrador de factura ⚙️

🗑️ < >

📄 Pedidos de venta 1

Acción ▾ Borrador Publicado

Factura de cliente
Borrador

Cliente
Pamela ▾ →

Fecha de factura
Hoy

Fecha de vencimiento
03/10/2024 ☹️ Condiciones de pago ▾

Diario
Facturas de cliente ▾

Líneas de factura Apuntes contables Otra información

Agregar < >

📄	[PERSONAL MEDICO] GORRO	L 956,52
	Cantidad: 2,00	
	Precio unitario: 550,00	

Nuevo ← Borrador de factura ⚙️

🗑️ < >

📄 Pedidos de venta 1

Acción ▾ Borrador Publicado

Confirmar

Cancelar

Cliente
Pamela ▾ →

Fecha de factura
Hoy

Fecha de vencimiento
03/10/2024 ☹️ Condiciones de pago ▾

Diario
Facturas de cliente ▾



Líneas de factura Apuntes contables Otra información

Agregar < >

📄	[PERSONAL MEDICO] GORRO	L 956,52
	Cantidad: 2,00	
	Precio unitario: 550,00	

8. Factura publicada

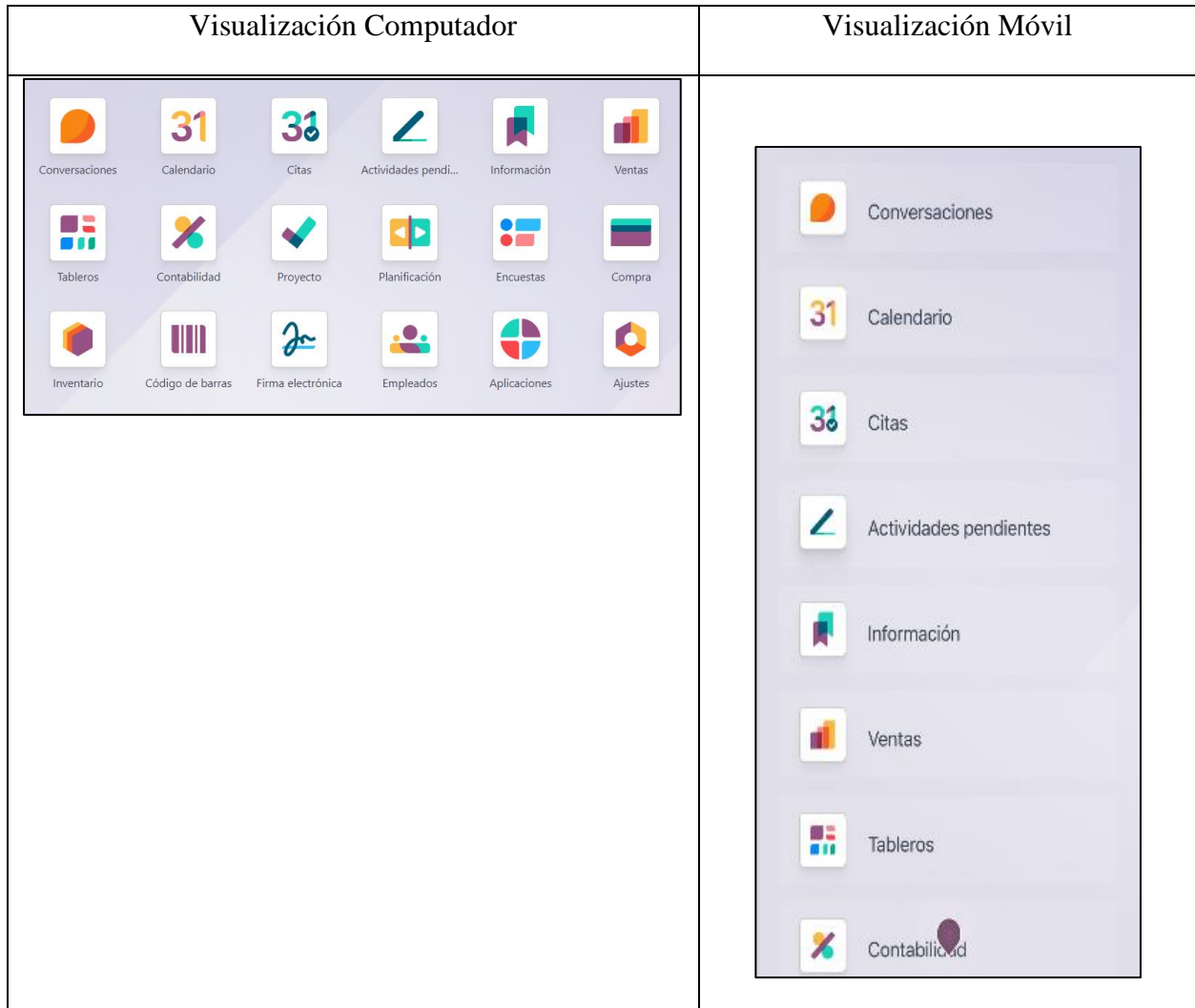
En este paso la factura pasa del proceso de borrador a ser una factura publicada y se puede observar en los iconos con forma de flecha que se ubican en la parte superior derecha.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

➤ Validación de la factura

1. Primera visualización de la página Odoo.

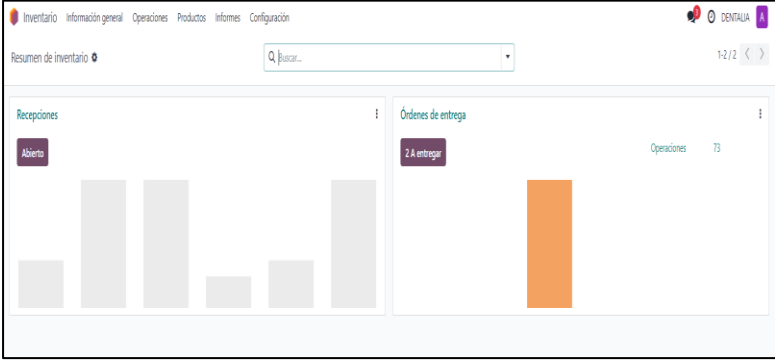

En este espacio se puede observar todas las actividades disponibles en la página, se toma en cuenta el tema de inventario para este apartado. En el computador se visualiza de forma horizontal y en el móvil en forma de listado.



2. Primera visualización del área “Inventario”

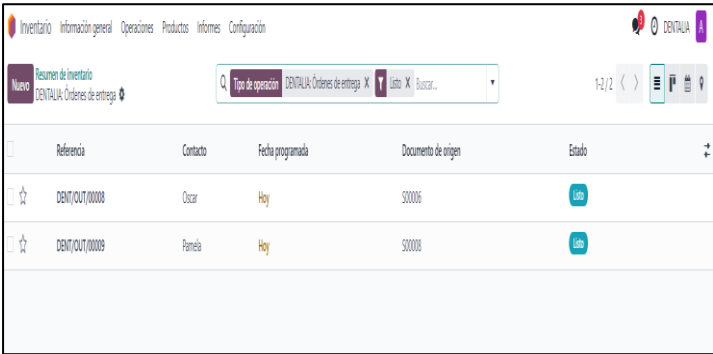
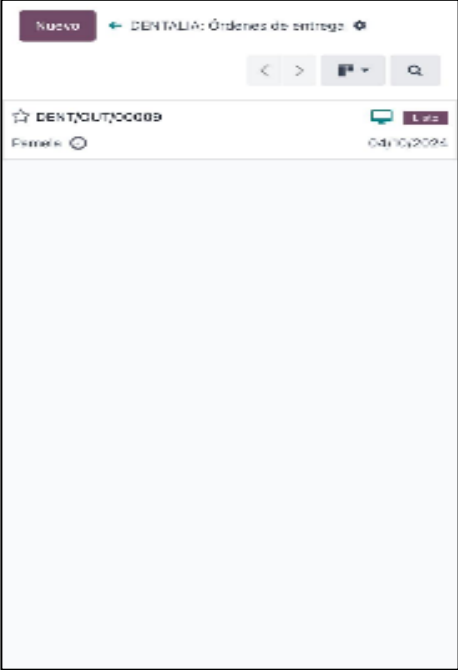
Este espacio es exclusivo sobre la parte de inventario y se encuentran sectores importantes sobre productos, stock y todos los movimientos de interés. En el computador se pueden visualizar de forma horizontal y en el móvil se pueden observar de forma vertical.

Estas visualizaciones por temas de disponibilidad en espacio brindada por la pantalla a utilizar.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

3. Parte superior “Pedidos”

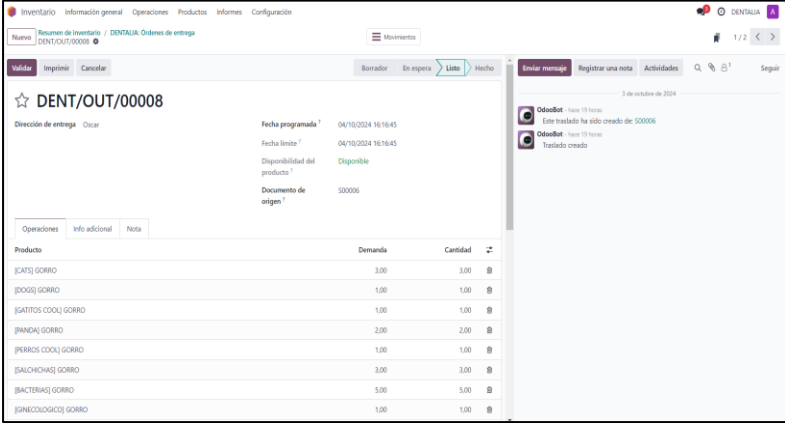
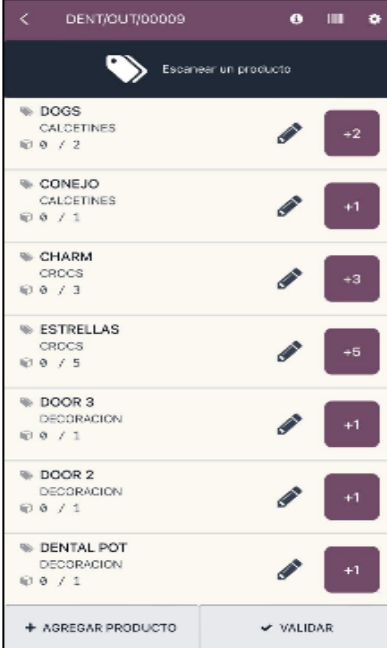
En este espacio se puede visualizar un listado de las facturas con sus debidos estados del proceso, las mismas previamente creadas, en este caso al no estar validadas en su totalidad se muestra con un ícono azul el cual tiene la palabra “listo”

Visualización Computador	Visualización Móvil																														
 <p>The desktop interface shows a navigation menu at the top with options: Inventario, Información general, Operaciones, Productos, Informes, and Configuración. Below the menu is a search bar with the text 'Tipo de operación' and a dropdown menu set to 'DENTALIA: Órdenes de entrega'. A table displays two rows of order data:</p> <table border="1"><thead><tr><th>Referencia</th><th>Contacto</th><th>Fecha programada</th><th>Documento de origen</th><th>Estado</th></tr></thead><tbody><tr><td>DENT/OUT/00008</td><td>Oscar</td><td>Hoy</td><td>S00016</td><td>Listo</td></tr><tr><td>DENT/OUT/00009</td><td>Pamela</td><td>Hoy</td><td>S00018</td><td>Listo</td></tr></tbody></table>	Referencia	Contacto	Fecha programada	Documento de origen	Estado	DENT/OUT/00008	Oscar	Hoy	S00016	Listo	DENT/OUT/00009	Pamela	Hoy	S00018	Listo	 <p>The mobile interface shows a header with a back arrow, the text 'DENTALIA: Órdenes de entrega', and a search icon. Below the header is a search bar with the text 'Tipo de operación' and a dropdown menu set to 'DENTALIA: Órdenes de entrega'. A list displays two rows of order data:</p> <table border="1"><thead><tr><th>Referencia</th><th>Contacto</th><th>Fecha programada</th><th>Documento de origen</th><th>Estado</th></tr></thead><tbody><tr><td>DENT/OUT/00008</td><td>Oscar</td><td>Hoy</td><td>S00016</td><td>Listo</td></tr><tr><td>DENT/OUT/00009</td><td>Pamela</td><td>Hoy</td><td>S00018</td><td>Listo</td></tr></tbody></table>	Referencia	Contacto	Fecha programada	Documento de origen	Estado	DENT/OUT/00008	Oscar	Hoy	S00016	Listo	DENT/OUT/00009	Pamela	Hoy	S00018	Listo
Referencia	Contacto	Fecha programada	Documento de origen	Estado																											
DENT/OUT/00008	Oscar	Hoy	S00016	Listo																											
DENT/OUT/00009	Pamela	Hoy	S00018	Listo																											
Referencia	Contacto	Fecha programada	Documento de origen	Estado																											
DENT/OUT/00008	Oscar	Hoy	S00016	Listo																											
DENT/OUT/00009	Pamela	Hoy	S00018	Listo																											

4. Visualización de la factura que se lee para el proceso de validación

Al posesionarse en la factura requerida se puede visualizar el listado de los productos escogidos.

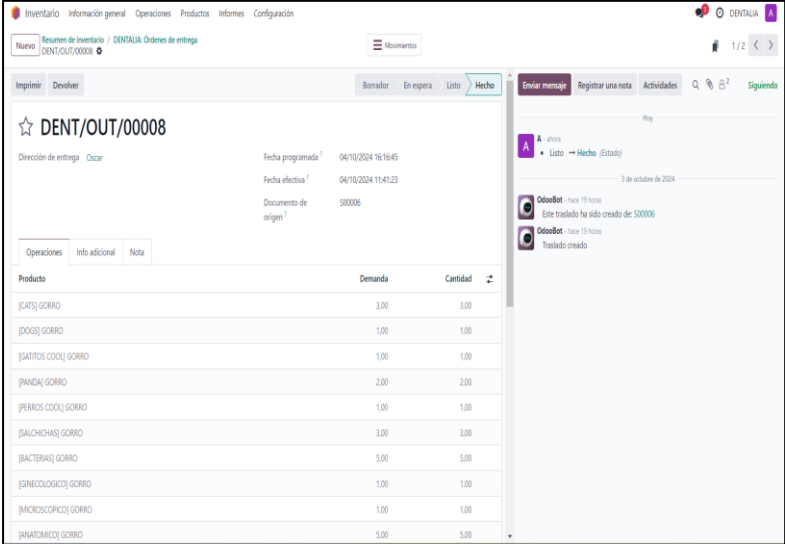

En el caso del computador se muestra con un cuadrado en la parte superior izquierda color morado el cual brinda la opción “validar” y el caso del móvil muestra el cuadrado morado con la opción “Validar” en la parte inferior derecha.

Visualización Computador	Visualización Móvil																											
 <p>Resumen de Inventario / DENTALIA: Órdenes de entrega</p> <p>Nuevo DENT/OUT/00008</p> <p>Validar Imprimir Cancelar</p> <p>Borrador En espera Lista Hecho</p> <p>Enviar mensaje Registrar una nota Actividades</p> <p>3 de octubre de 2024</p> <p>Fecha programada 1 04/10/2024 16:16:45</p> <p>Fecha límite 2 04/10/2024 16:16:45</p> <p>Disponibilidad del producto 3 Disponible</p> <p>Documento de origen 4 50006</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Producto</th> <th>Demanda</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SCATS GORRO</td> <td>3,00</td> <td>3,00</td> </tr> <tr> <td>BOGOS GORRO</td> <td>1,00</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>SGATTOS COOL GORRO</td> <td>1,00</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>PANDAS GORRO</td> <td>2,00</td> <td>2,00</td> </tr> <tr> <td>PERROS COOL GORRO</td> <td>1,00</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>SAUCHOS GORRO</td> <td>3,00</td> <td>3,00</td> </tr> <tr> <td>BACTERIAS GORRO</td> <td>5,00</td> <td>5,00</td> </tr> <tr> <td>IGNICOLOGICO GORRO</td> <td>1,00</td> <td>1,00</td> </tr> </tbody> </table>	Producto	Demanda	Cantidad	SCATS GORRO	3,00	3,00	BOGOS GORRO	1,00	1,00	SGATTOS COOL GORRO	1,00	1,00	PANDAS GORRO	2,00	2,00	PERROS COOL GORRO	1,00	1,00	SAUCHOS GORRO	3,00	3,00	BACTERIAS GORRO	5,00	5,00	IGNICOLOGICO GORRO	1,00	1,00	 <p>DENT/OUT/00009</p> <p>Escanear un producto</p> <ul style="list-style-type: none"> DOGS CALCETINES +2 CONEJO CALCETINES +1 CHARM CROCS +3 ESTRELLAS CROCS +5 DOOR 3 DECORACION +1 DOOR 2 DECORACION +1 DENTAL POT DECORACION +1 <p>+ AGREGAR PRODUCTO VALIDAR</p>
Producto	Demanda	Cantidad																										
SCATS GORRO	3,00	3,00																										
BOGOS GORRO	1,00	1,00																										
SGATTOS COOL GORRO	1,00	1,00																										
PANDAS GORRO	2,00	2,00																										
PERROS COOL GORRO	1,00	1,00																										
SAUCHOS GORRO	3,00	3,00																										
BACTERIAS GORRO	5,00	5,00																										
IGNICOLOGICO GORRO	1,00	1,00																										

5. Factura validada

Visualización final de la factura validada.



En el caso del computador se puede confirmar con el icono azul con forma de flecha que se encuentra en la parte superior derecha y en el caso del móvil se confirma con una ventana que abre en forma automática la cual brinda un mensaje verificando el proceso.

Visualización Computador	Visualización Móvil																																	
 <p>Resumen de Inventario / DENTAJA: Órdenes de entrega</p> <p>Numero: DENT/OUT/00008</p> <p>Impresión: Devolver</p> <p>Estado: Borrador En espera Listo Hecho</p> <p>Acciones: Enviar mensaje Registrar una nota Actividades</p> <p>Fecha programada: 04/10/2024 16:16:45</p> <p>Fecha efectiva: 04/10/2024 11:41:23</p> <p>Documento de origen: S00006</p> <table border="1"><thead><tr><th>Producto</th><th>Demanda</th><th>Cantidad</th></tr></thead><tbody><tr><td>[CATS] GORRO</td><td>3,00</td><td>3,00</td></tr><tr><td>[DOGS] GORRO</td><td>1,00</td><td>1,00</td></tr><tr><td>[GATTOS COLO] GORRO</td><td>1,00</td><td>1,00</td></tr><tr><td>[PANDA] GORRO</td><td>2,00</td><td>2,00</td></tr><tr><td>[PERROS COLO] GORRO</td><td>1,00</td><td>1,00</td></tr><tr><td>[SALCHICHAS] GORRO</td><td>3,00</td><td>3,00</td></tr><tr><td>[BACTERIAS] GORRO</td><td>5,00</td><td>5,00</td></tr><tr><td>[SINECOLOGICO] GORRO</td><td>1,00</td><td>1,00</td></tr><tr><td>[MICROSCOPICO] GORRO</td><td>1,00</td><td>1,00</td></tr><tr><td>[ANATOMICO] GORRO</td><td>5,00</td><td>5,00</td></tr></tbody></table>	Producto	Demanda	Cantidad	[CATS] GORRO	3,00	3,00	[DOGS] GORRO	1,00	1,00	[GATTOS COLO] GORRO	1,00	1,00	[PANDA] GORRO	2,00	2,00	[PERROS COLO] GORRO	1,00	1,00	[SALCHICHAS] GORRO	3,00	3,00	[BACTERIAS] GORRO	5,00	5,00	[SINECOLOGICO] GORRO	1,00	1,00	[MICROSCOPICO] GORRO	1,00	1,00	[ANATOMICO] GORRO	5,00	5,00	 <p>Se ha validado el traslado. Se creó la siguiente entrega parcial: DENT/OUT/00010</p> <p>Todavía no hay entregas. Automaticelas con los pedidos de venta.</p> <p>Reduzca las entregas parciales con reservaciones, gestión de ubicaciones, propuestas de reposición inteligente, conectores de envío, factores de códigos de barras, etc.</p> <p>Pedidos de venta</p>
Producto	Demanda	Cantidad																																
[CATS] GORRO	3,00	3,00																																
[DOGS] GORRO	1,00	1,00																																
[GATTOS COLO] GORRO	1,00	1,00																																
[PANDA] GORRO	2,00	2,00																																
[PERROS COLO] GORRO	1,00	1,00																																
[SALCHICHAS] GORRO	3,00	3,00																																
[BACTERIAS] GORRO	5,00	5,00																																
[SINECOLOGICO] GORRO	1,00	1,00																																
[MICROSCOPICO] GORRO	1,00	1,00																																
[ANATOMICO] GORRO	5,00	5,00																																

➤ Orden de compra para productos

1. Primera visualización de la página Odoo.

En este espacio se puede observar todas las actividades disponibles en la página, se toma en cuenta el tema de ventas para este apartado. En el computador se visualiza de forma horizontal y en el móvil en forma de listado

Visualización Computador	Visualización Móvil
 <p>A grid of 18 application icons arranged in 3 rows and 6 columns. The icons are: Conversaciones (orange circle), Calendario (31), Citas (31), Actividades pendi... (pencil), Información (bookmarks), Ventas (bar chart), Tableros (grid), Contabilidad (calculator), Proyecto (checkmark), Planificación (play button), Encuestas (poll), Compra (shopping cart), Inventario (cube), Código de barras (barcode), Firma electrónica (signature), Empleados (people), Aplicaciones (gears), and Ajustes (gear).</p>	 <p>A vertical list of application icons. The icons are: Conversaciones (orange circle), Calendario (31), Citas (31), Actividades pendientes (pencil), Información (bookmarks), Ventas (bar chart), Tableros (grid), and Contabilidad (calculator).</p>

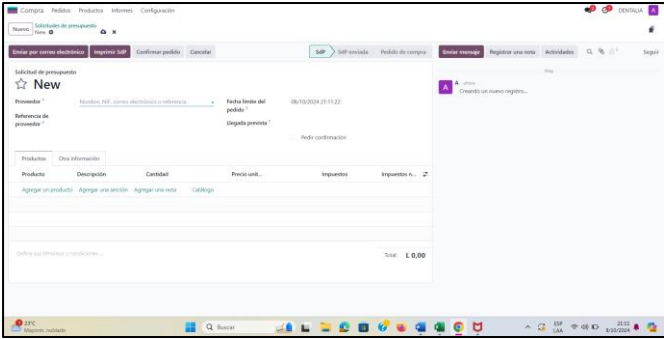

2. Primera visualización del apartado “Compras”

En este espacio se pueden visualizar las órdenes de compra previamente elaboradas y se ordenan en cuanto a fechas, en el caso del computador muestra de forma horizontal y en el móvil se brinda una visual en forma de lista, esto debido al tamaño de los dispositivos.

Visualización Computador	Visualización Móvil

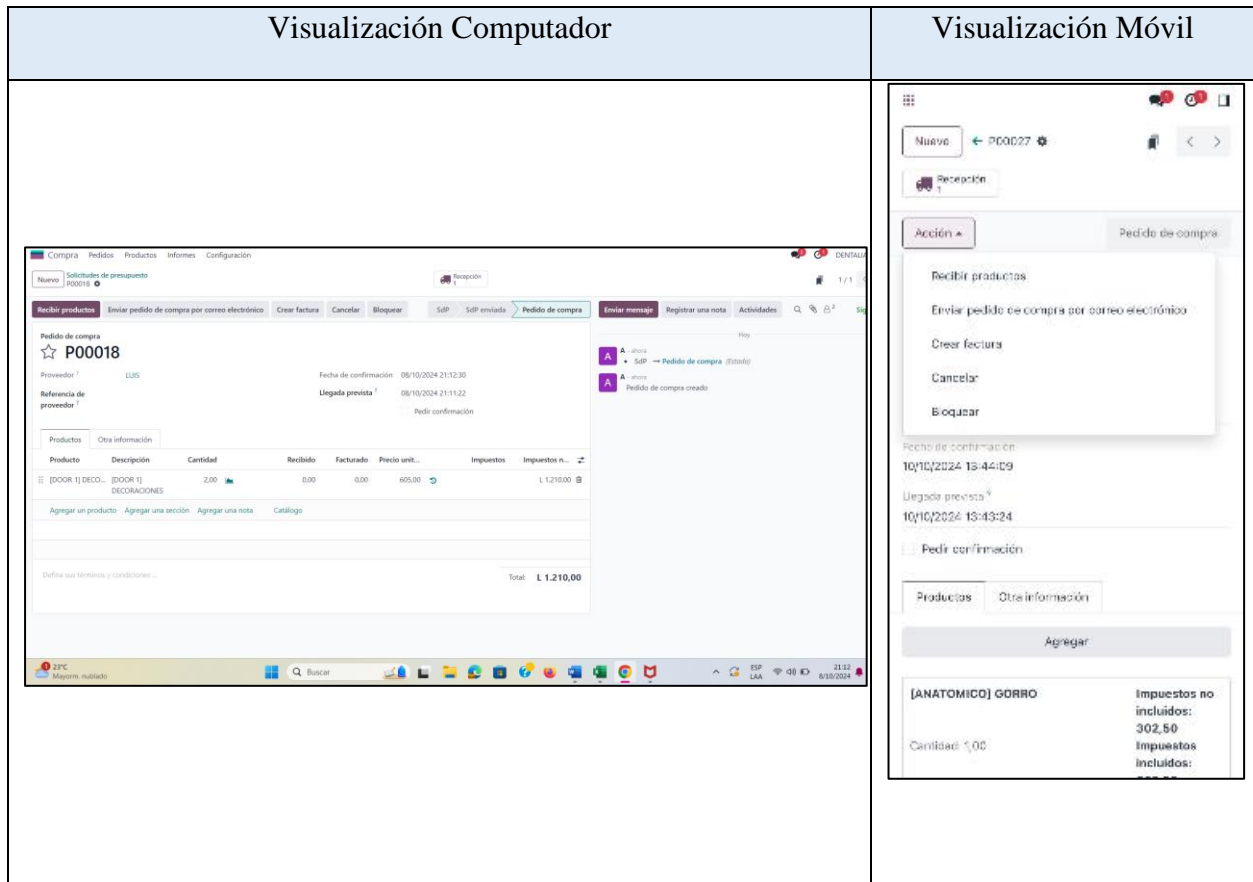
3. “Nuevo” visualización al crear la orden de compra

En el caso del computador se encuentra “Nuevo” un cuadrado morado en la parte superior izquierda el cual brinda ingreso al registro de compra y en el móvil se encuentra en la parte superior derecha, en ambos casos permite acceso completo.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

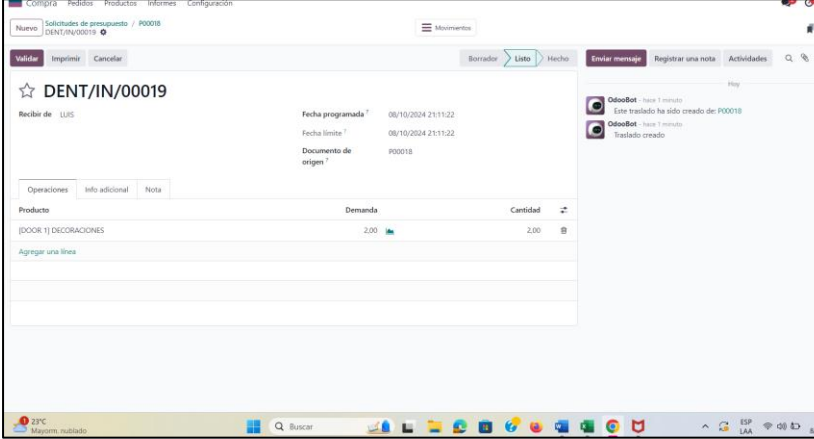
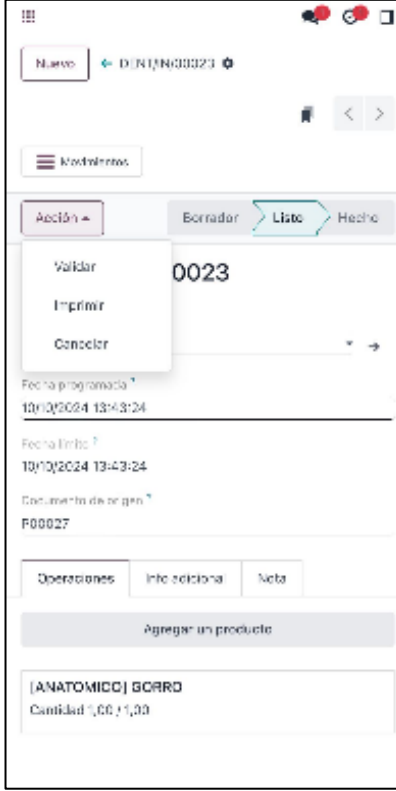
4. “Recibir Productos”

En este apartado se obtiene la visual de la compra realizada, se procede a recibir el producto como parte del proceso, en el computador se encuentra un cuadrado morado en la parte superior izquierda el cual permite el acceso y en el móvil se brinda un menú desplegable el cual tiene la palabra “Acción” para realizar el paso.



5. “Validar pedido”

En este apartado se brinda acceso a la entrada oficial del producto físico en el almacén, en el caso del computador se encuentra en la parte superior izquierda y en el móvil se brinda la opción del menú desplegable con la palabra “Acción” para tomar el ingreso del producto.

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

6. “Visualización en Stock “

En este apartado se puede visualizar el cambio de las cantidades, cuando el producto está en proceso la cantidad aparece en “Saliente” y cuando el producto ya se recibió, se suma la cantidad al stock real. En el caso del computador se puede visualizar de forma completa en la pantalla y en el móvil se despliega hacia lado para una visualización de su totalidad de datos.

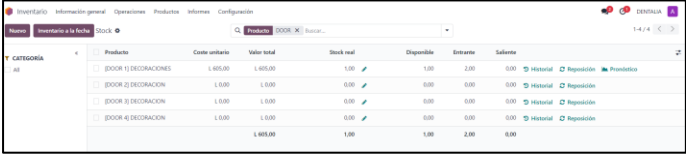

Visualización Computador	Visualización Móvil
	

Tabla 6 Impacto Sitio Web Odoo

PERIODO ANUAL	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
VENTAS proyectadas	L 480,000.00	L 504,000.00	L 529,200.00	L 555,660.00	L 583,443.00	L 612,615.15	L 643,245.91
VENTAS con 1/3 de productos agotado	L 320,000.00	L 336,000.00	L 352,800.00	L 370,440.00	L 388,962.00	L 408,410.10	L 428,830.61
Deja de percibir	L 160,000.00	L 168,000.00	L 176,400.00	L 185,220.00	L 194,481.00	L 204,205.05	L 214,415.30
VENTAS proyectadas con el 1/3	L 640,000.00	L 672,000.00	L 705,600.00	L 740,880.00	L 777,924.00	L 816,820.20	L 857,661.21

Fuente: Elaboración Propia

Actualmente aproximadamente 1/3 de los productos que DENTALIA muestra en su página web se encuentra agotado. La tabla muestra una proyección de ventas en la cual mantiene un crecimiento de ventas de un 5%. En la segunda línea se muestra un escenario en el cual las ventas disminuyen en 1/3 dado que la empresa no cuenta con el inventario suficiente, en este deja de

percibir 1/3 de sus ventas como resultado de no contar con el inventario suficiente. Sin embargo, en la última línea se muestra un escenario positivo en el cual la empresa implementa las propuestas planteadas en la tesis, así mejorando su gestión del inventario dado como resultado un incremento del 33% en las ventas

La propuesta sobre el mejor manejo de inventario proporciona diversos beneficios dentro de los cuales se pueden mencionar los siguientes:

- Mejores tomas de decisiones debido a que las mismas se realizan tomando como referencia los registros confiables por lo que conlleva a tener disponibilidad para los clientes, no perder ventas ni clientes, generar ganancias, entre otros.
- Mejora la satisfacción al cliente al poder tener un control sobre los productos respecto a los tiempos de entrega y cumplir con sus necesidades.
- Mayor rentabilidad al reducir cantidades perdidas en ventas por el mal manejo del mismo.

6.4.1.1 VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Tabla 7 Ventajas y Desventajas-Odoo

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Es una plataforma amigable, de fácil comprensión.	Costos por los enfoques que se requieran.
Integración "Todo en uno" ya que permite diversos enfoques dentro de la misma.	Presenta limitaciones sobre el manejo de la información por proporcionar.
Disponibilidad de uso en el computador y en el móvil.	Dependencia en el desarrollo de acuerdo a nuevas actualizaciones.
Bajo costo de adquisición.	Funciones limitadas de acuerdo al plan que se desea adquirir.
Mejor control sobre las cantidades reales de los productos.	Al ser una plataforma presenta un nivel considerable para la confiabilidad.

Fuente: Elaboración Propia

6.4.2 DISEÑO DE UNA FICHA DE INVENTARIO Y ESTABLECIMIENTO DE FLUJOS DE PROCESOS

6.4.2.1 Ficha de Inventario

Se desarrolla una ficha de inventario la cual permite llevar un registro detallado y actualizado de los productos disponibles en el almacén y a su vez, facilita la creación de nuevas órdenes de compra para los proveedores. No solo ayuda a mantener un control del inventario existente, sino que mejora la eficiencia del proceso de reabastecimiento, reduciendo tiempos y errores en las órdenes de compra.

El formato se compone por un área para indicar la fecha de realización del mismo, por quien fue completado, y el correo de la empresa. Cuenta con 9 columnas formadas por el número de producto, la marca, la colección, descripción, talla, tipo, cantidad unitaria y una en blanco por si se ocupa colocar algún tipo de observación.

De igual forma hay un espacio para comentarios y otro para la firma y sello de DENTALIA. El documento podría ser utilizado de forma periódica para el control del inventario y cuando se llegue al punto de orden de alguno de los productos.

6.4.2.2 Flujos de Procesos

Se documentan y establecen flujos de procesos para que DENTALIA pueda conocerlos y modificarlos para que con el paso del tiempo poder determinar la evolución y crecimiento de la empresa. Los 5 procesos documentados son el levantamiento del inventario, compras en el extranjero, recepción y almacenamiento, orden del cliente y entrega del pedido. Todos los procesos hoy en día son realizados únicamente por la socia administrativa dado que el otro socio es pasivo y no cuentan con empleados actualmente.

➤ Flujo de Proceso-Levantamiento del Inventario

Página 1 de 3	LEVANTAMIENTO DEL INVENTARIO	
PO-PR-001		
Revisión: 0		

Objetivo:

Elaborar un registro completo de los productos existentes y su cantidad disponible para un adecuado control.

Alcance:

El proceso se ejecuta en el área de almacenamiento tomando en consideración los productos en existencia.

Descripción:

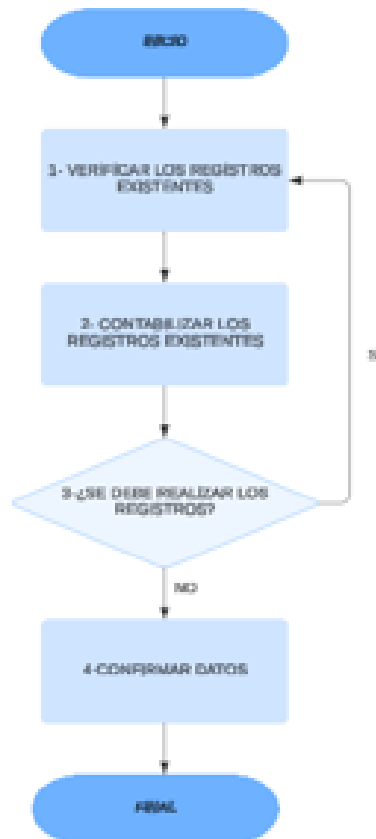
Actividades	Responsable	Descripción
1. Verificar los registros existentes	Socia Administrativa	<p>Consiste en revisar y validar la exactitud de la cantidad de productos, asegurando que coincidan.</p> <p>1-Ingresa al programa de gestión del inventario 2-Seleccionar todas las categorías del reporte 3-Generar el reporte 4-Descargar el control actual del registro de inventario.</p>
2. Contabilizar las unidades	Socia Administrativa	<p>Realizar un conteo de los productos físicos almacenados.</p> <p>1-Contabilizar unidad por unidad el producto en físico en bodega. 2-Registrar en la ficha de inventario la cantidad en físico de las unidades contabilizadas. 3-Comparar el control de inventario en sistema con la ficha de inventario.</p>
3. ¿Se deben realizar los registros?	Socia Administrativa	<p>Identificar y modificar las posibles irregularidades al momento de comparar los productos existentes en bodega contra lo reflejado en sistema.</p> <p>1-Identificar discrepancias en los registros. 2-En el caso de NO realizar registros, se procede a confirmar los datos.</p>

Actividades	Responsable	Descripción
		3-En caso de SI realizar los registros. Se procede al paso 1 el cual es la verificación con el fin de modificar y eliminar discrepancias.
4. Confirmar datos	Socia Administrativa	Consiste en confirmar los datos ingresados en el sistema en caso de no obtener discrepancias 1-Ingresa al sistema 2-Verificar la coincidencia de los datos 3-Confirmar cantidades

Formatos Utilizados

Ficha de Inventario y Herramienta de Control de Inventario

Anexos- DIAGRAMA DE FLUJO: LEVANTAMIENTO DE INVENTARIO



Página 3 de 3	LEVANTAMIENTO DEL INVENTARIO		
PO-PR-001			
Revisión: 0			

Documentos de referencia

DOCUMENTOS UTILIZADOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registros previos ▪ Herramienta de Control de Inventario ▪ Ficha de Inventario

Registro

Registro	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código de registro
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Herramienta de Control de Inventario 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIEMPRE 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Socia Administrativa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PO-PR-001

Cambios a esta versión

Número de revisión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
0	1/2/2025	Creación Inicial

Datos de Entrada	Controles para el procedimiento
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Datos existentes ▪ Conteo manual de las unidades 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Llevar un control de las unidades compradas, vendidas y existentes

CONTROL DE EMISIÓN		
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ
Socia Administrativa	Socia Administrativa	Socia Administrativa

Figura 22 Flujo de Proceso-Levantamiento de Inventario

Fuente: Elaboración Propia

El proceso del levantamiento del inventario tiene como objetivo el crear un registro detallado y preciso de los productos existente y sus cantidades disponibles en bodega. Esto con el fin de mejorar el control del inventario. Primero, se debe de verificar los registros existentes ingresando al sistema de gestión de inventarios, generando un reporte de todas las categorías de productos y descargando la información actual.


Posteriormente, se realiza un conteo físico de las unidades almacenadas, registrando las cantidades las cuales deben ser registradas en una ficha de inventario. Finalmente, se debe comparar los datos físicos con los del sistema, identificando y corrigiendo cualquier discrepancia.



Figura 23 Levantamiento de Inventario

Fuente: Elaboración Propia

➤ Flujo de Proceso-Compras en el Extranjero

Página 1 de 3	COMPRAS EN EL EXTRANJERO	
PO-PR-001		
Revisión: 0		

Objetivo:
Adquirir productos de proveedores extranjeros, asegurando que cumplan las normativas aduaneras y optimizando los recursos existentes.

Alcance:
El proceso incluye la relación con los proveedores extranjeros y la negociación de los precios.

Descripción:

Actividades	Responsable	Descripción
1. Contactar al proveedor	Socia Administrativa	<p>La etapa de contactar consiste en comunicarse para solicitar información, pedidos o resolver cualquier duda relacionada con el abastecimiento.</p> <p>1-Contactar a los proveedores por medio de correos electrónicos. 2-Recibir el catalogo de los productos que en ese momento tienen en disponibilidad.</p>
2. ¿Se realizo el pedido?	Socia Administrativa	<p>Implica calcular que productos y las cantidades, asegurando un reabastecimiento adecuado.</p> <p>1-Determinar los estilos de los productos a ordenar. 2-Establecer la cantidad de productos por adquirir, tomando en consideracion el punto de orden del producto y el stock de seguridad. 3- Si se concreta una orden se envia el correo con la orden y esperan las condiciones de pago. 4-Si no se concreta una orden no se realiza ningun pago.</p>
3. Realizar el pago	Socia Administrativa	<p>Completar la transacción financiera acorde a las condiciones de pago.</p>

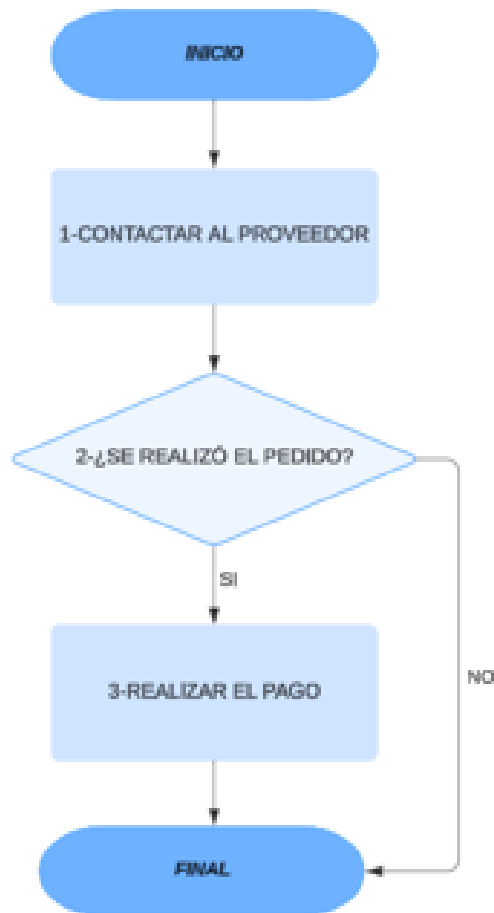
Página 2 de 3	COMPRAS EN EL EXTRANJERO	
PO-PR-001		
Revisión: 0		


Actividades	Responsable	Descripción
		1-Realizar los pagos acorde a las condiciones establecidas por los proveedores.

Formatos Utilizados

Ficha de Inventario y Herramienta de Control de Inventario

Anexos- DIAGRAMA DE FLUJO: COMPRAS EN EL EXTRANJERO



Página 3 de 3	COMPRAS EN EL EXTRANJERO		
PO-PR-001			
Revisión: 0			

Documentos de referencia

DOCUMENTOS UTILIZADOS	
<ul style="list-style-type: none"> Registros previos Herramienta de Control de Inventario 	

Registro

Registro	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código de registro
<ul style="list-style-type: none"> Herramienta de Control de Inventario Ficha de Inventario 	<ul style="list-style-type: none"> SIEMPRE 	<ul style="list-style-type: none"> Socia Administrativa 	<ul style="list-style-type: none"> PO-PR-001

Cambios a esta versión

Número de revisión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
0	1/2/2025	Creación Inicial

Datos de Entrada	Controles para el procedimiento
<ul style="list-style-type: none"> Ficha de Inventario utilizada para la orden de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> Llevar un control de las órdenes de compra

CONTROL DE EMISIÓN		
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ
Socia Administrativa	Socia Administrativa	Socia Administrativa

Figura 24 Flujo de Proceso-Compras en el Extranjero

Fuente: Elaboración Propia

El objetivo del proceso es adquirir productos de proveedores extranjeros. Este proceso abarca tanto la relación con los proveedores como la negociación de precios y tiempos de entrega. El proceso consta de tres partes. Primero, se debe contactar a los proveedores vía correo electrónico para solicitar información y catálogos de productos disponibles.


Luego, determina el pedido, seleccionando los productos y sus cantidades basadas en el punto de reorden y el stock de seguridad. Si se concreta una orden, se envía el pedido y se espera la confirmación de las condiciones de pago; caso contrario, no se realiza ninguna transacción. Finalmente se efectúa el pago según los términos acordados con los proveedores.



Figura 25 Compras en el Extranjero

Fuente: Elaboración Propia

➤ Flujo de Proceso-Recepción y Almacenamiento

Página 1 de 3	RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO	
PO-PR-001		
Revisión: 0		

Objetivo:
Realizar un control de la adecuada recepción y almacenamiento de los productos.

Alcance:
El proceso abarca desde la recepción de los nuevos productos hasta su almacenamiento.

Descripción:

Actividades	Responsable	Descripción
1. Recepción de productos	Socia Administrativa	<p>Consiste en verificar y aceptar los productos ordenados siempre y cuando cumplan con las cantidades y condiciones establecidas.</p> <p>1-Recibir los productos de parte del suministrador. 2-Validar la condición y la cantidad de unidades de los productos. 3-En caso de SI recibir los productos, se procede a recibirlos y continuar el proceso. 4-En caso de NO recibir los producto se procede a terminar el proceso.</p>
2. Registro de entrada	Socia Administrativa	<p>Documentar la incorporación de los productos en el control de inventario</p> <p>1-Realizar el ingreso de los productos en las herramientas de control.</p>
3. Almacenar	Socia Administrativa	<p>En esta etapa se guarda y organizan los productos en el almacén, asegurando su accesibilidad hasta que sean necesarios para su distribución o venta.</p> <p>1-Desempacar los productos. 2-Almacenar los productos cuidando la calidad e integridad de los mismos. 3- Ordenar los productos en la bodega.</p>


Actividades	Responsable	Descripción
4. Confirmar al proveedor	Socia Administrativa	<p>La etapa consiste en contactar al proveedor sobre las circunstancias del pedido.</p> <p>1-Si el pedido fue recibido en las condiciones pactada se le hace la debida confirmación al proveedor</p> <p>2-Si el pedido no fue recibido en las condiciones pactadas se le comunica al proveedor el incumplimiento de las condiciones pactadas.</p>

Formatos Utilizados

Ficha de Inventario y Herramienta de Control de Inventario

Anexos- DIAGRAMA DE FLUJO: RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO



Página 3 de 3	RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO		
PO-PR-001			
Revisión: 0			

Documentos de referencia

DOCUMENTOS UTILIZADOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registros previos ▪ Herramienta de Control de Inventario

Registro

Registro	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código de registro
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Herramienta de Control de Inventario 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIEMPRE 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Socia Administrativa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PO-PR-001

Cambios a esta versión

Número de revisión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
0	1/2/2025	Creación inicial

Datos de Entrada	Controles para el procedimiento
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conteo manual de las unidades 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Llevar un control de las nuevas unidades.

CONTROL DE EMISIÓN		
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ
Socia Administrativa	Socia Administrativa	Socia Administrativa

Figura 26 Flujo de Proceso-Recepción y Almacenamiento

Fuente: Elaboración Propia

Este proceso tiene como fin el asegurar el control adecuado de la recepción y el almacenamiento de productos. El proceso abarca desde la recepción de los productos hasta su correcta organización en el almacén. La Socia Administrativa es responsable de verificar los productos al momento de su llegada, validando su cantidad y condición. Si los productos están en buen estado, se aceptan, de lo contrario, se rechazan.

Posteriormente, se registra la entrada de los productos actualizando los datos del inventario en sistema. Los productos se desempacan y se almacenan de manera organizada. Finalmente, se contacta al proveedor para confirmar la recepción del pedido o para informar sobre cualquier discrepancia o incumplimiento de las condiciones pactadas.



Figura 27 Recepción y Almacenamiento

Fuente: Elaboración Propia

➤ Flujo de Proceso-Orden del cliente

Página 1 de 4	ORDEN DEL CLIENTE	
PO-PR-001		
Revisión: 0		

Objetivo:

Gestionar un registro ordenado y eficiente de los pedidos realizados por los clientes para garantizar la satisfacción de los mismos.

Alcance:

Incluye la recepción de los pedidos por parte de los clientes.

Descripción:

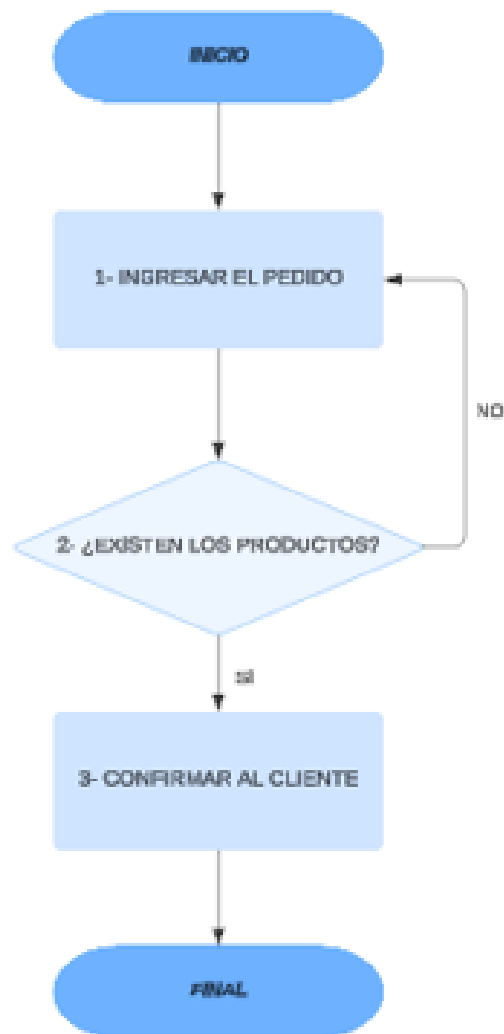
Actividades	Responsable	Descripción
1. Ingreso del pedido	Socia Administrativa	Implica registrar los pedidos recibidos para validar en el control del inventario si se cuenta con los productos para las órdenes. 1-Recibir la orden del cliente. 2-Registrar el pedido del cliente.
2. Verificación de productos existentes	Socia Administrativa	Confirmar la disponibilidad en existencia del producto solicitado. 1-Ver en los registros si se cuenta con los productos ordenados y con la cantidad de los mismos. 2-En caso de SI tener productos, se procede a confirmar y cumplir con la orden del cliente. 3-En caso de NO tener productos, se regresa al paso 1 para ingresar de nuevo la orden del cliente 4- Si hay inventario para suplir la orden se debe ir a bodega por los productos de la orden.
3. Confirmación al cliente	Socia Administrativa	Validar el pedido del cliente. 1-Indicarle al cliente que su orden fue recibida y esta en proceso para ser enviada a su destino de entrega.


Página 2 de 3	ORDEN DEL CLIENTE	
PO-PR-001		
Revisión: 0		

Formatos Utilizados

Herramienta de Control de Inventario

Anexos- DIAGRAMA DE FLUJO: ORDEN DEL CLIENTE



Página 3 de 3	ORDEN DEL CLIENTE		
PO-PR-001			
Revisión: 0			

Documentos de referencia

DOCUMENTOS UTILIZADOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pedido del cliente ▪ Herramienta de Control de Inventario

Registro

Registro	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código de registro
▪ Herramienta de Control de Inventario	▪ SIEMPRE	▪ Socia Administrativa	▪ PO-PR-001

Cambios a esta versión

Número de revisión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
0	1/2/2025	Creación Inicial

Datos de Entrada	Controles para el procedimiento
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Orden del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Llevar un control de las unidades compradas, vendidas y existentes

CONTROL DE EMISIÓN		
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ
Socia Administrativa	Socia Administrativa	Socia Administrativa

Figura 28 Flujo de Proceso-Orden del Cliente

Fuente: Elaboración Propia

Con este proceso se busca gestionar y validar los pedidos de los clientes, asegurando que haya suficiente inventario disponible para cumplir con las órdenes. Se verifica si se cuenta con los productos solicitados.


Si no se cuenta con suficiente inventario, se notifica al cliente y se espera una nueva orden. Si los productos están disponibles, se procede a retirar los artículos de la bodega. Finalmente, se confirma al cliente que su pedido ha sido recibido y está en proceso de preparación, asegurando una comunicación clara y fluida durante todo el proceso.



Figura 29 Orden del Cliente

Fuente: Elaboración Propia

➤ Flujo de Proceso-Entrega del Pedido

Página 1 de 3	ENTREGA DEL PEDIDO	
PO-PR-001		
Revisión: 0		

Objetivo:
Garantizar la satisfacción de los clientes desde el momento en el que realizan un pedido hasta que se les hace la entrega oportuna de los mismos.

Alcance:
Abarca de la salida del almacén hasta la entrega al cliente.

Descripción:

Actividades	Responsable	Descripción
1. Elaboración del pedido	Socia Administrativa	Consiste en preparar y empaquetar los productos solicitados para su envío, asegurando que se cumpla con lo indicado en la orden de compra. 1-Extraer los productos de la bodega. 2- Registrar la salida del producto en el control de inventario.
2. Preparación del pedido.	Socia Administrativa	Consiste en empaquetar y preparar la orden del cliente. 1-Empaquetar los productos acorde al detalle reflejado en la orden de compra.
3. Envío del pedido	Socia Administrativa	Implica enviar los productos a su destino final, gestionando el transporte. 1-Contactara al transportista que entregara la orden. 2-Entregar los productos al transportista para la entrega. 3-Indicarla la dirección de destino del paquete.
4. Validar la entrega	Socia Administrativa	Verificar la recepción del pedido 1-En caso Si se reciba el pedido, se procede a seguir el proceso para confirmar ele mismo.

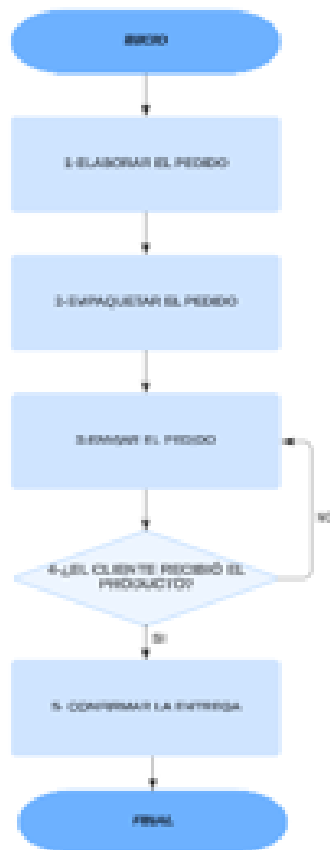


Actividades	Responsable	Descripción
		2-En caso NO se reciba el pedido. Se regresa al paso 3 para contactar al encargado de la entrega.
5. Confirmar el pedido	Socia Administrativa	Consiste en confirmar la entrega del pedido al cliente 1-Se contacta con el encargado de la entrega 2-Se confirma el pedido con el encargado 3-Se confirma el pedido en sistema.

Formatos Utilizados

Herramienta de Control de Inventario

Anexos- DIAGRAMA DE FLUJO: ENTREGA DEL PEDIDO



Página 3 de 3	ENTREGA DEL PEDIDO		
PO-PR-001			
Revisión: 0			
Documentos de referencia			
DOCUMENTOS UTILIZADOS			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pedido del cliente ▪ Herramienta de Control de Inventario 			
Registro			
Registro	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código de registro
▪ Herramienta de Control de Inventario	▪ SIEMPRE	▪ Socia Administrativa	▪ PO-PR-001
Cambios a esta versión			
Número de revisión	Fecha de actualización	Descripción del cambio	
0	1/2/2025	Creación Inicial	
Datos de Entrada		Controles para el procedimiento	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pedido del cliente 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Llevar un control de las unidades compradas, vendidas y existentes 	
CONTROL DE EMISIÓN			
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	
Socia Administrativa	Socia Administrativa	Socia Administrativa	

Figura 30 Flujo de Proceso-Entrega del Pedido

Fuente: Elaboración Propia

El proceso describe las etapas desde la preparación hasta la entrega de los pedidos. Se inicia con la elaboración del pedido, retirando los productos de la bodega y registrando su salida. Luego, se procede a empaquetar los productos según lo detallado en la orden de compra. En la etapa de envío del pedido, se contacta al transportista.

Finalmente, con la validación de la entrega, la Socia Administrativa confirma que el pedido ha llegado correctamente al cliente, ya sea recibiendo confirmación directa del cliente o del transportista. Si no se recibe confirmación, se contacta al transportista para resolver cualquier inconveniente.



Figura 31 Entrega del Pedido

Fuente: Elaboración Propia

El impacto de la propuesta en la empresa es positivo, debido a múltiples factores que benefician a la misma como ser:

- Crecimiento ya que a medida que la empresa va generando crecimiento, se puede observar el crecimiento y a su vez reducir colapsos administrativos.
- Eficiencia operativa debido a una mayor optimización y reducción de recursos.
- Eficiencia en las capacitaciones futuras, al tener los procesos debidamente estructurados permite la reducción de tiempo al presentar la situación en un futuro de delegar actividades dentro de la empresa.

6.4.2.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Tabla 8 Ventajas y Desventajas - Fichas de Procesos

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Claridad y mejor organización.	Tiempo periódico para actualizaciones.
Estandarización.	Resistencia al cambio.
Facilidad para capacitaciones futuras.	Rigidez en el desarrollo de actividades.
Fácil identificación de ineficiencias en las actividades.	Limitaciones para un entorno dinámico.
Reducción de errores.	

Fuente: Elaboración Propia

6.4.3 HERRAMIENTA DIGITAL DE GESTIÓN FINANCIERA PARA LA ELABORACIÓN DE BALANCES GENERALES, ESTADOS FINANCIEROS, RAZONES Y ANÁLISIS COMPARATIVOS DE DATOS FINANCIEROS.

Toda empresa debe realizar una adecuada gestión financiera. El conocer la situación financiera actual de la empresa brinda una perspectiva más clara de donde se encuentra la empresa actualmente económicamente. La gestión financiera es la práctica de gestionar las finanzas de la empresa de manera que le permita tener éxito y llevar un control exacta de su situación.

La herramienta permite:

- Optimizar la Toma de Decisiones: facilita el tener una idea clara de su situación financiera, para planificar y ajustar sus estrategias con base en datos reales.
- Monitoreo del Rendimiento: Las visualizaciones financieras ayudan a observar el rendimiento permitiendo responder rápidamente a cambios económicos.
- Facilita la Transparencia: La herramienta ofrece un entendimiento básico y accesible de los conceptos financieros facilitando su gestión

A su vez la herramienta permite tener una visual de distintos datos como ser los activos, pasivos, ventas, costos utilidad y muchos otros de manera amigable y de tal manera que facilita la comparación de datos actuales e históricos. Las gráficas son complementadas por tablas de datos totalizados con condicionantes en las celdas para que cambien de color cuando tiene un dato negativo. La herramienta también realiza cálculos automatizados de una serie de razones financieras que son de gran utilidad al momento de la toma de decisiones y para conocer la situación actual de la empresa.

La Herramienta para la gestión financiera busca brindar a DENTALIA una mejor visual y perspectiva de su situación financiera.

La herramienta cuenta con glosario de conceptos financieros básicos descritos a continuación:

- ECUACIÓN CONTABLE: Es la ecuación contable que refleja la situación contable de una empresa: $ACTIVO = PASIVO + PATRIMONIO$
- ACTIVO: recurso con valor que alguien posee con la intención de que genere un beneficio futuro (sea económico o no).

- **PASIVO:** son las deudas y obligaciones de una empresa.
- **PATIMONIO:** se refiere a todo lo que una persona, grupo de personas o una empresa posee y utiliza para lograr sus objetivos.
- **BALANCE GENERAL:** El balance general es un estado financiero que muestra la situación económica y financiera de una empresa en un momento específico. Se divide en tres masas patrimoniales: activo, pasivo y patrimonio neto.
- **ESTADO DE RESULTADO:** también llamada cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias, recoge los ingresos y gastos que ha tenido una empresa durante un período de tiempo.
- **ACTIVO CORRIENTE:** Activos a corto plazo que representa los recursos que una empresa espera convertir en efectivo o consumir dentro del ciclo normal de operaciones, generalmente dentro de un año o menos. Estos incluyen efectivo, cuentas por cobrar, inventario, inversiones a corto plazo y otros activos líquidos que pueden ser fácilmente convertidos en efectivo.
- **ACTIVO FIJO NETO:** Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. Son ejemplos de activos fijos: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc.
- **ACTIVO LARGO PLAZO:** Activos a largo plazo.
- **PASIVO CORRIENTE:** deuda con un plazo de hasta 12 meses.
- **PASIVO LARGO PLAZO:** deuda con un plazo mayor a 12 meses.
- **VENTAS:** la entrega de un determinado bien o servicio, a un precio estipulado, y a cambio de una contraprestación económica en forma de dinero.
- **COSTOS DE VENTAS:** es el valor directo que supone haber fabricado un producto o servicio comercializado en un periodo determinado.
- **UTILIDAD BRUTA:** se define como el beneficio económico que se obtiene a través de la venta de productos o mercancías.

- **GASTOS DE OPERACIÓN:** todos los desembolsos que permiten una entidad desarrollar sus diversas actividades y operaciones diarias.
- **GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:** son los gastos específicos que se originan en la actividad de dirección, administración y organización de una empresa.
- **UTILIDAD OPERATIVA:** Es el indicador que mide la utilidad que genera una compañía sin tomar en consideración los impuestos, gastos financieros u otro tipo de gasto contable que no implique una salida de dinero real de la organización.
- **GASTOS FINANCIEROS:** Son los pagos que deben ser cubiertos por concepto de interés de comisiones bancarias o un préstamo.
- **UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS:** Hace referencia a cuál es la pérdida o ganancia que tiene una compañía luego de que los compromisos financieros y operacionales son cubiertos.
- **IMPUESTO:** impuestos son un tipo de tributo que se establece por ley y se exige de manera obligatoria al contribuyente y sin contraprestación, es decir, sin recibir ningún beneficio a cambio.
- **UTILIDAD BRUTA:** es aquella resultante luego de descontar de los ingresos obtenidos por una empresa u organización, todos los gastos y tributos correspondientes.

Tabla 9 Resumen datos- Balance General y Estado de Resultados

BALANCES GENERALES -TRIMESTRAL				
2024	enero-marzo	enero-junio	enero-septiembre	enero-diciembre
ACTIVO TOTAL	L 1,420,000	L 1,215,000	L 1,220,000	L 1,550,000
PASIVO TOTAL	L 20,000	L 15,000	L 25,000	L 30,000
PATRIMONIO	L 1,400,000	L 1,200,000	L 1,195,000	L 1,520,000
PASIVO Y PATRIMONIO	L 1,420,000	L 1,215,000	L 1,220,000	L 1,550,000

BALANCE GENERAL ANUAL

PERIODO ANUAL	2024	2025	2026
ACTIVO TOTAL	L 1,550,000	L 1,574,000	L 1,604,200
PASIVO TOTAL	L 30,000	L 40,000	L 50,000
PATRIMONIO	L 1,520,000	L 1,534,000	L 1,554,200
PASIVO Y PATRIMONIO	L 1,550,000	L 1,574,000	L 1,604,200

ESTADO DE RESULTADO ANUAL

PERIODO ANUAL	2024	2025	2026
VENTAS O INGRESOS TOTALES	L 382,374	L 1,338,838	L 1,405,780
COSTODE VENTAS	L 210,306	L 736,361	L 773,179
UTILIDAD BRUTA	L 592,679	L 2,075,199	L 2,178,958
GASTOS DE OPERACIÓN	L 25,000	L 67,060	L 68,402
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	L 50,000	L 120,000	L 120,000
TOTAL UTILIDAD/PERDIDA OPERATIVA	L 75,000	L 187,060	L 188,402
GASTOS FINANCIEROS	L -	L -	L -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	L 75,000	L 187,060	L 188,402
IMPUESTO 25%	L 18,750	L 46,765	L 47,100
UTILIDAD/PERDIDA NETA	L 56,250	L 140,295	L 141,301

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10 Balances Generales y Estados de Resultados

BALANCES Y ESTADOS DE RESULTADOS

2024								
PERIODO	Enero-Marzo		Enero-Junio		Enero-Septiembre		Enero-Diciembre	
BALANCE GENERAL	L	% ACTIVOS	L	% ACTIVOS	L	% ACTIVOS	L	% ACTIVOS
ACTIVO CORRIENTE	L 160,000	11%	L 160,000	13%	L 160,000	13%	L 480,000	31%
ACTIVO FIJO NETO	L 260,000	18%	L 55,000	5%	L 60,000	5%	L 70,000	5%
ACTIVO LARGO PLAZO	L 1,000,000	70%	L 1,000,000	82%	L 1,000,000	82%	L 1,000,000	65%
ACTIVO TOTAL	L 1,420,000	100%	L 1,215,000	100%	L 1,220,000	100%	L 1,550,000	100%
PASIVO CORRIENTE	L 20,000	100%	L 15,000	100%	L 25,000	100%	L 30,000	100%
PASIVO LARGO PLAZO	L -	0%	L -	0%	L -	0%	L -	0%
PASIVO TOTAL	L 20,000	1%	L 15,000	1%	L 25,000	2%	L 30,000	2%
PATRIMONIO	L 1,400,000	99%	L 1,200,000	99%	L 1,195,000	98%	L 1,520,000	98%
PASIVO Y PATRIMONIO	L 1,420,000	100%	L 1,215,000	100%	L 1,220,000	100%	L 1,550,000	100%

PERIODO	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	ANUAL
ESTADO DE RESULTADO						
VENTAS O INGRESOS TOTALES	L 69,200	L 72,660	L 76,293	L 80,108	L 84,113	L 382,374
COSTODE VENTAS	L 38,060	L 39,963	L 41,961	L 44,059	L 46,262	L 210,306
UTILIDAD BRUTA	L 31,140	L 32,697	L 34,332	L 36,048	L 37,851	L 592,679
GASTOS DE OPERACIÓN	L 5,000	L 5,000	L 5,000	L 5,000	L 5,000	L 25,000
GASTOS DE ADMINISTRACION	L 10,000	L 10,000	L 10,000	L 10,000	L 10,000	L 50,000
TOTAL UTILIDAD/PERDIDA OPERATIVA	L 16,140	L 17,697	L 19,332	L 21,048	L 22,851	L 75,000
GASTOS FINANCIEROS	L -	L -	L -	L -	L -	L -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	L 16,140	L 17,697	L 19,332	L 21,048	L 22,851	L 75,000
IMPUESTO 25%	L 4,035	L 4,424	L 4,833	L 5,262	L 5,713	L 18,750
UTILIDAD/PERDIDA NETA	L 12,105	L 13,273	L 14,499	L 15,786	L 17,138	L 56,250

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se muestran los datos comenzando desde el mes de agosto debido que no se tienen registros anteriores.

Tabla 11 Vista anual de datos

VISTA ANUAL DE DATOS			
ACTIVO			
PERIODO	2024	2025	2026
MONTO	L 1,550,000	L 1,574,000	L 1,604,200
PASIVO			
PERIODO	2024	2025	2026
MONTO	L 30,000	L 40,000	L 50,000
PATRIMONIO			
PERIODO	2024	2025	2026
MONTO	L 1,520,000	L 1,534,000	L 1,554,200
VENTAS			
PERIODO	2024	2025	2026
MONTO	L 382,374	L 1,338,838	L 1,405,780

COSTOS			
PERIODO	2024	2025	2026
MONTO	L 210,306	L 736,361	L 773,179
UTILIDAD			
PERIODO	2024	2025	2026
MONTO	L 56,250	L 140,295	L 141,301

Fuente: Elaboración Propia

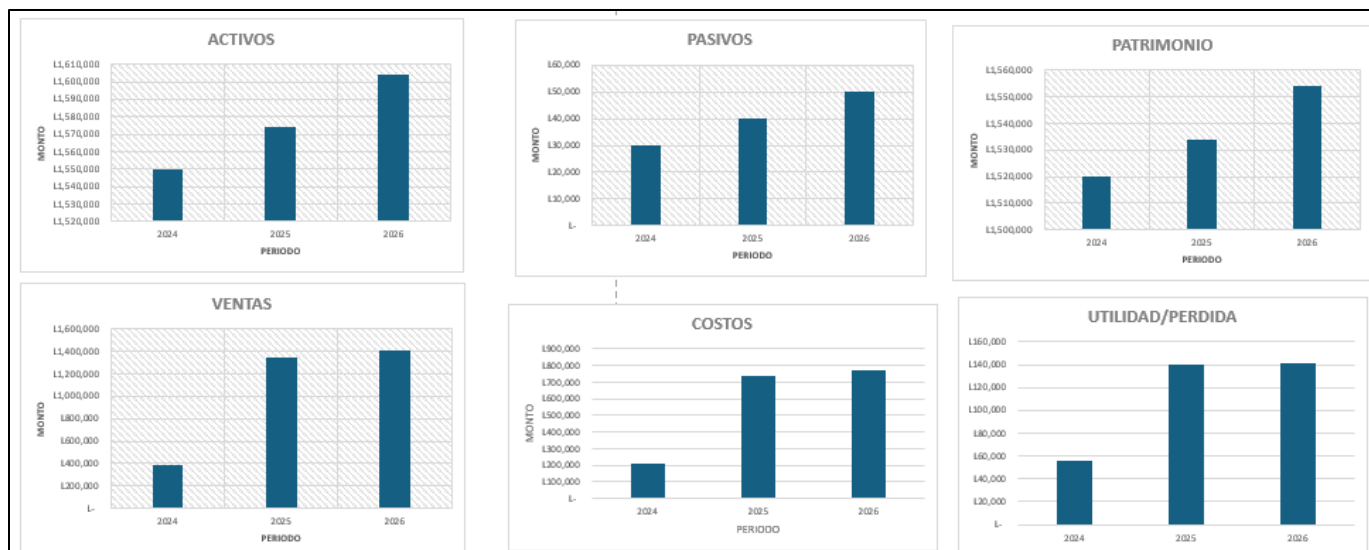


Figura 32 Visual de los datos anuales

Fuente: Elaboración Propia

LIQUIDEZ		
CIRCUANTE	$= \frac{\text{ACTIVO CIRCULANTE}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$	Indica cuanto se tiene de activo para hacer frente a las obligaciones de la empresa. Si es mayor a 1 puede cumplir con sus obligaciones.
PRUEBA ÁCIDA	$= \frac{\text{ACTIVO CIRCULANTE} - \text{INVENTARIO}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$	Indica la liquidez de la empresa, si la empresa puede cumplir sus obligaciones inmediatas. Si es mayor a 1 tiene liquidez.
ENDUDAMIENTO		
DEUDA/CAPITAL	$= \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{CAPITAL TOTAL}}$	Indica cuanto de los activos de la empresa fue aplancado. Generalmente un valor promedio para una PYME es entre 0.7 y 1.2 aprox.
RAZON DE DEUDA A LARGO PLAZO	$= \frac{\text{DEUDA A LARGO PLAZO}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	Indica que % de los activos de la empresa son financiados con una deuda con un plazo mayor a 12 meses. Entre mas alto el % indica que se encuentra más aplancado.
RAZÓN DE VECES QUE SE HA GANADO EL INTERÉS	$= \frac{\text{UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS}}{\text{INTERESES}}$	Indica cuántas veces las ganancias de la empresa antes pueden cubrir los pagos de intereses de la deuda.

INVENTARIO		
ROTACIÓN DEL INVENTARIO	= $\frac{\text{COSTOS DE VENTAS}}{\text{INVENTARIO}}$	Mide cuántas veces una empresa vende y repone su inventario durante un período, generalmente un año.
DÍAS DE VENTAS EN INVENTARIO	= $\frac{365}{\text{ROTACION DEL INVENTARIO}}$	Mide el número promedio de días que una empresa tarda en vender su inventario disponible.
ROTACIÓN DEL CAPITAL DE	= $\frac{\text{VENTAS}}{\text{CAPITAL DE TRABAJO}}$	Mide cuántas veces una empresa utiliza su capital de trabajo neto para generar ventas en un período
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	= $\frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS FIJOS NETOS}}$	Mide cuántas veces una empresa genera ingresos a partir de sus activos fijos (como edificios, maquinaria y equipo) en un período determinado.
RENTABILIDAD		
MARGEN DE UTILIDAD	= $\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}}$	Indica qué porcentaje de cada tempira de ventas se convierte en ganancia para la empresa.
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS (ROA)	= $\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$	Indica qué tan eficiente es la empresa en el uso de sus activos para generar ganancias. Un ROA más alto significa que la empresa está obteniendo más utilidades en relación con sus activos.
RENDIMIENTOS SOBRE EL CAPITAL (ROE)	= $\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{CAPITAL CONTABLE}}$	Indica qué tan bien la empresa utiliza los fondos propios para generar utilidades. Un ROE alto significa que la empresa está generando buenas ganancias en relación con el capital invertido.
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	= $\frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS FIJOS NETOS}}$	Indica qué tan eficientemente la empresa está usando sus activos fijos para generar ventas. Un valor alto de esta razón significa que la empresa está utilizando sus activos fijos de manera eficiente para generar ingresos, mientras que un valor bajo puede sugerir que los activos fijos no están siendo aprovechados.

Figura 33 Razones Financieras

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12 Razones Financieras

PERIODO	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
LIQUIDEZ							
CIRCULANTE	16.00	12.60	10.58	8.55	19.45	20.42	12.86
PRUEBA ACIDA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ENDEUDAMIENTO							
DEUDA/CAPITAL	0.02	0.03	0.03	0.04	0.02	0.02	0.03
DEUDA LP	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
VECES QUE SE HA GANADO INETRES	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
INVENTARIO							
ROTACIÓN DEL INVENTARIO	0.44	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46
DÍAS DE VENTAA EN INVENTARIO (DIAS)	833.07	249.82	249.82	249.82	249.82	249.82	249.82
ROTACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO	0.85	2.89	2.93	3.01	2.80	2.79	2.88
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	5.46	19.13	18.74	18.45	18.23	19.15	18.99
RENTABILIDAD							
MARGEN DE UTILIDAD	0.15	0.10	0.10	0.10	0.09	0.09	0.09
ROA	0.04	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.08
ROE	0.04	0.09	0.09	0.10	0.09	0.09	0.09
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	5.46	19.13	18.74	18.45	18.23	19.15	18.99

Fuente: Elaboración Propia

A su vez cuenta con un listado de cuentas generalmente utilizadas en el desarrollo de balances generales y estados de resultado. Tanto el listado como el glosario buscan agilizar la comprensión y el entendimiento de conceptos financieros básico.

La herramienta en mención cuenta con una hoja resumen donde muestra en síntesis el balance general de manera trimestral y anual, así como los estados de resultado de manera mensual y anual. Los datos en la hoja resumen se alimenta de los datos insertados en la hoja de BALANCES GENERALES Y ESTADOS DE RESULTADO. Dado que una gran parte de la herramienta esta automatizada el usuario solo debe insertar los datos financieros en el periodo que corresponda y los datos indicados dentro de los balances generales y estados de resultado según sea el caso en mención y la herramienta usara dichos datos para actualizar las tablas y los gráficos.

A su vez la herramienta cuenta con una hoja de gráficos el cual muestra el comportamiento de los activos, pasivos, patrimonio ventas, costos y utilidad o perdido por periodo. Como complemento se incluye una vista de gráficos de manera mensual de las ventas, costos y utilidad

con el fin de poder observar de una manera más adecuada las tendencias de los distintos periodos. Como complemento la herramienta cuenta con una hoja de Razones financieras cuyo cálculo ya se encuentra automatizado. La misma es compuesta por razones de liquidez, Endeudamiento, Inventario y Rentabilidad las cuales son de utilidad.

La herramienta de gestión financiera ayuda al momento de la toma de decisiones dado que sus visuales y cálculos automatizados brinda los datos necesarios para una toma de decisiones informada. A su vez la herramienta es amigable para eliminar y agregar nuevos cálculos según el crecimiento de la empresa y la complejidad de los cálculos deseados a utilizar.

6.4.3.1 VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Tabla 13 Ventajas y Desventajas-Herramienta Financiera

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Mejora en la toma de decisiones.	Tiempo de comprensión y aprendizaje.
Control en tiempo y datos reales.	Dependencia de datos.
Facilidad para planificaciones.	Riesgo de sesgo por parte de la comprensión de datos.
Mejor entendimiento por medio de visuales.	Desactualización de los datos.
Mitigación de pérdidas monetarias.	

Fuente: Elaboración Propia

1.5 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

Se establecen 4 semanas para cada una de las propuestas expuestas, las mismas tomando en cuenta desde la socialización de las herramientas/sitio web hasta el inicio de la implementación.

Tabla 14 Diagrama de Gantt Propuestas

DIAGRAMA DE GANTT

ODOO	TIEMPO (Semanas)			
	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA
	1	2	3	4
Socializar plataforma Odoos con el encargado				
Contabilizar el inventario físico existente				
Alimentar los datos recolectados en Odoos				
Inicio oficial del registro de inventario (entrada y salida de productos)				

Gestión Financiera	TIEMPO (Semanas)			
	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA
	1	2	3	4
Socializar con el encargado sobre el uso de la herramienta				
Brindar una inducción sobre términos financieros				
Actualizar los datos en la herramienta				
Ajustes y Mejoras				
Inicio oficial de la herramienta				

Flujo de Proceso	TIEMPO (Semanas)			
	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA
	1	2	3	4
Socializar con el encargado los flujos establecidos				
Pruebas de validación				
Inicio de la implementación de los flujos				

Fuente: Elaboración Propia

6.6 PRESUPUESTO.

Dadas las 3 propuestas de mejora, en la única que se determina un costo monetario es en el sitio web Odoo debido a una suscripción ya sea mensual o anual.

- En el caso de realizar pagos de forma mensual (12 Pagos) se tomaría un costo anual de 2,730.00 lempiras y en el caso de realizar el pago anual (1 Pago) se determina un costo de 2,175.00 lempiras.
- La suscripción cubre un “Plan Estándar” que es el nivel medio el cual brinda el sitio web y ofrece el acceso a todas las aplicaciones del mismo.

Tabla 15 Presupuesto sitio web Odoo

Presupuesto sitio web Odoo (12 pagos)		Tasa cambio
		1 25.00
Precio	Mensual	Anual
Total	\$ 9.10	\$ 109.20
Total	1 227.50	1 2,730.00

Presupuesto sitio web Odoo (1 pago)		Tasa cambio
		1 25.00
Precio	Mensual	Anual
Total	\$ 7.25	\$ 87.00
Total	1 181.25	1 2,175.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16 Retorno sobre la Inversión

Retorno sobre la inversion en ODOO			
Ganancia	L 12,105.00	$\text{ROI} = \frac{(\text{Ganancia} - \text{Inversion})}{\text{Inversion}} * 100$	100
Inversion	L 227.50		
ROI	5221		
		$\text{ROI} = \frac{\text{L } 12,105.00}{\text{L } 227.50} * 100$	100
		$\text{ROI} = \frac{\text{L } 11,877.50}{\text{L } 227.50} * 100$	100
		$\text{ROI} = \text{L } 52.21 * 100$	100
		$\text{ROI} = 5221$	

Retorno sobre la inversion en ODOO			
Ganancia	L 12,105.00	$\text{ROI} = \frac{(\text{Ganancia} - \text{Inversion})}{\text{Inversion}} * 100$	100
Inversion	L 2,175.00		
ROI	457		
		$\text{ROI} = \frac{\text{L } 12,105.00}{\text{L } 2,175.00} * 100$	100
		$\text{ROI} = \frac{\text{L } 9,930.00}{\text{L } 2,175.00} * 100$	100
		$\text{ROI} = \text{L } 4.57 * 100$	100
		$\text{ROI} = 457$	

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en ambas imágenes el rendimiento alto. Esto significa que por cada unidad monetaria invertida se obtuvo 52.2x veces el valor de la inversión inicial en ganancias si solo se paga mensualmente ODOO y si realizara un pago anual el ROI sería de 45.7x la inversión inicial. El retorno de la inversión es bastante favorable para la empresa y en ambos escenarios y tendría un retorno en su inversión dado su nivel de ganancias.

6.7 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA

Título de Investigación	CAPITULO I		CAPITULO II		CAPITULO III		CAPITULO V		CAPITULO VI	
	Objetivo General	Objetivos Específicos	Teorías / Metodológicas de sustento	Variables	Poblaciones	Técnicas	Conclusiones	Nombre de la propuesta	Objetivos propuesta	
DESARROLLO DE MEJORAS EN GESTIÓN FINANCIERA E INVENTARIO EN DENTALIA	Desarrollar instrumentos que mejoren la gestión financiera y de inventario en DENTALIA, mediante el análisis de la situación actual y la elaboración de propuestas basadas en datos reales, con el fin de facilitar la toma de decisiones estratégicas.	1. Determinar la situación actual de la empresa, enfocado en sus niveles de inventario, tiempos y proceso de reabastecimiento del mismo.	Teorías: PLANIFICACION ESTRATEGICA	Gestión logística	97 CLIENTES	ENCUESTA	1. Tras haber realizado un análisis de la situación actual de DENTALIA, se concluye que el desarrollo de instrumentos para mejorar la gestión financiera y de inventario es crucial para la empresa. La implementación de estas herramientas permitirá que los socios tengan una visión más clara y precisa de los recursos, así facilitando la toma de decisiones estratégicas.	1-Elaboración de una herramienta digital para el control del inventario.	•Desarrollar propuestas que mejoren la gestión del inventario de la empresa.	
		2. Describir la gestión financiera análoga de DENTALIA para obtener una visión clara de la manera en que se asignan los recursos disponibles.	MEJORA DE PROCESOS EN DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION Y PLANIFICACION ESTRATEGICA EN UNOTRANS S.A.	Gestión financiera			2. Se identificó que la empresa actualmente no cuenta con algún tipo de sistema, proceso o flujo establecido para la gestión de su inventario. El reabastecimiento de la misma se realiza de manera subjetiva, cuando el socio operativo observa que los niveles de inventario han disminuido considerablemente. Este tipo de metodología es inadecuada poco fiable y deja mucha incertidumbre, lo que podría generar muchos riesgos y posibles pérdidas.			
		3. Evaluar posibles soluciones que mejoren su gestión de inventario, que con el tiempo se refleje en su gestión financiera, aumentando sus niveles de liquidez y utilidades.	Teorías: GESTION FINANCIERA	Toma de decisiones	3- Se determinó que la gestión financiera que realiza la empresa es prácticamente inexistente. DENTALIA realiza un control básico e incompleto de las entradas y salidas de fondos, sin balances generales ni estados de resultado realmente confiables. Este inadecuado manejo de sus finanzas afecta considerablemente su capacidad operativa tanto en el corto como en el largo plazo, ya que no optimizan sus recursos.	2- Diseño de una Ficha de inventario y establecimiento de flujos de procesos.	•Presentar herramientas que mejoren el control y visualización de los datos.			
		4. Elaborar propuestas que permitan facilitar su gestión financiera y de inventario para mitigar desabastos, pérdidas monetarias y de clientes.	SALVATAJE FINANCIERO Y FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE GESTION FINANCIERA. CASO: EMPRESA INDUSTRIAL FLEXOGRAFICA					4. Después de evaluar diversas soluciones para mejorar la gestión de inventario de DENTALIA, se concluye que la implementación de una gestión de control sería más eficiente lo que permitirá a la empresa optimizar sus procesos de control de inventario. Con el tiempo, estas mejoras se verían reflejadas positivamente en su gestión financiera, incrementando la liquidez y maximizando las utilidades. El realizar una gestión de inventario efectiva y el realizar una administración financiera con fundamentos ayudará a la empresa a crecer de manera sostenible en el largo plazo, ya que contará con una base sólida en la cual apoyar su toma de decisiones estratégicas.		
		Teorías: GESTION DE INVENTARIO	Eficiencia	2 SOCIOS	ENTREVISTA	5. Se concluye que DENTALIA debe aprovechar y hacer uso las distintas herramientas financieras disponibles en el mercado. Así mismo es fundamental que los socios mejoraran sus conocimientos financieros y contables para así poder obtener una comprensión más real, global y a detalles de su situación financiera. Esto les permitiría identificar salidas de efectivo que generan pérdidas y llevar un control más adecuado de su capital de trabajo, evitando desabastos por falta de fondos para reabastecerse de inventario.	3- Herramienta Digital de Gestión Financiera para la elaboración de Balances Generales, Estados Financieros, Razones y Análisis comparativos de datos financieros.	•Diseñar herramientas que mejoren la gestión financiera.		

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barría, F. J. (6 de Febrero de 2024). *CIENCIA LATINA*. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9511#:~:text=El%20producto%20se%20refiere%20a,y%20deseos%20de%20los%20consumidores.>

BBVA MEXICO. (desconocido de desconocido de desconocido). *BBVA*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/blog/que-es-el-desarrollo-economico.html>

Castellanos, C. (s.f.). *SOC Lideres en asesoría financiera*. Obtenido de <https://blog.socasesores.com/como-surgieron-las-pymes-y-por-que-son-tan-importantes/>

COMERCIO, I. Y. (s.f.). *COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO*. Obtenido de COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO: <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tlc-entre-colombia-el-salvador-guatemala-honduras/resumen-del-acuerdo>

COMERCIO, O. M. (s.f.). *ORGANIZACION MUNDIAL DEL COMERCIO*. Obtenido de ORGANIZACION MUNDIAL DEL COMERCIO: [https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/trade_evolution_s/evolution_trade_wto_s.htm#:~:text=Crecimiento%20del%20comercio,\(1\)&text=A%20fecha%202022%2C%20el%20volumen,que%20se%20estableci%C3%B3%20la%20OMC.](https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/trade_evolution_s/evolution_trade_wto_s.htm#:~:text=Crecimiento%20del%20comercio,(1)&text=A%20fecha%202022%2C%20el%20volumen,que%20se%20estableci%C3%B3%20la%20OMC.)

Delgado, S. B. (s.f.). *UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN*. Obtenido de <https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/11458/3253/1/FISI%20-%20Samuel%20Bocanegra%20Delgado.pdf>

Enciclopedia Significados. (2022). Obtenido de <https://www.significados.com/producto/#:~:text=Un%20producto%20es%20una%20cosa,en%20el%20cual%20se%20emplee.>

GONZALEZ, D. E., & CASTRO, Y. (Abril de 2019). Obtenido de <https://repositorio.unitec.edu/bitstream/handle/123456789/8834/Salvataje%20financiero%20y%20fortalecimiento%20empresarial%20en%20el%20%20c3%a1rea%20de%20gesti%c3%b3n%20financiera%20caso%3a%20Empresa%20Industrial%20Flexografica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Guzmán, J. S. (s.f.). *JuanSGuzman* . Obtenido de <https://juansguzman.com/que-es-dashboard/>

HONDURAS, U. U. (s.f.). *UNAH UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS*. Obtenido de UNAH UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS: <https://odontologia.unah.edu.hn/acerca-de-la-facultad/resena-historica/#:~:text=Seg%C3%BAn%20datos%20del%20Colegio%20de,activos%20y%20distribuidos%20por%20zonas>.

INE. (julio de 2024). *INE INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA*. Obtenido de INE INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA: <https://ine.gob.hn/v4/>

KHAN ACADEMY. (desconocido de desconocido de desconocido). *KHAN ACADEMY*. Obtenido de KHAN ACADEMY: <https://es.khanacademy.org/economics-finance-domain/microeconomics/supply-demand-equilibrium/demand-curve-tutorial/a/lesson-summary-demand-and-the-determinants-of-demand#:~:text=La%20demanda%20es%20una%20descripci%C3%B3n,disminuci%C3%B3n%20de%20la%20canti>

KRESTON IBERAUDIT. (desconocido de desconocido de desconocido). *KRESTON IBERAUDIT*. Obtenido de KRESTON IBERAUDIT: <https://www.kreston.es/glosario/capacidad-financiera/#:~:text=La%20capacidad%20financiera%20de%20una%20empresa%20es%20la%20>

capacidad%20que,frente%20a%20sus%20obligaciones%20financieras.

Lopez, O. A. (2021). *Situación de la competitividad en la pequeña y mediana empresa (PYME) artesanal en Valle de Ángeles, desde la Perspectiva de la Gestión del conocimiento*. Tegucigalpa: Revista Centroamericana de Administración Pública.

Malmö University. (s.f.). Obtenido de Malmö University: <https://capp.mau.se/download/>

Melo, M. F. (2 de noviembre de 2022). *STATISTA*. Obtenido de STATISTA: <https://es.statista.com/grafico/28647/paises-con-mas-odontologos-profesionalmente-activos-por-cada-100000-habitantes/#:~:text=Esta%20informaci%C3%B3n%20revela%20que%20el,%2C%20y%20Grecia%2C%20con%20125.>

ORACLE. (30 de Enero de 2023). Obtenido de <https://www.oracle.com/es/erp/financials/financial-management/>

ORACLE. (6 de Junio de 2024). Obtenido de <https://www.oracle.com/es/scm/inventory-management/what-is-inventory-management/>

OTTODENT, C. D. (s.f.). *CLINICA DENTAL OTTODENT*. Obtenido de CLINICA DENTAL OTTODENT: <https://clinicaottodent.com/articulos/historia-de-la-odontologia/>

Puente, M., Carrillo, J., Gavilanez, O., & Calero, E. (2022). Obtenido de http://obsinvestigacion.unach.edu.ec/obsrepositorio/libros/portadas/108/fundamentos_de_gestion_financiera.pdf

RODRIGUEZ, E. S. (Octubre de 2023). Obtenido de <https://repositorio.unitec.edu/bitstream/handle/123456789/12851/Mejora%20de%20procesos%20en%20departamento%20de%20administraci%C3%B3n%20y%20planificaci%C3%B3n%20estrat>

%c3%a9gica%20en%20Unotrans%20S.A..pdf?sequence=2&isAllowed=y

Rodriguez, M. A. (s.f.). *TOMA DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES* . Obtenido de <https://salazarvirtual.sistemaeducativosalazar.mx/assets/5e1e21ffde5c0/tareas/726a955231cc475ca5a9c8d333848ed0ACTIVIDAD%206%20ARTICULO%20TOMA%20DE%20DECISIONES.pdf>

Rodriguez, M. L. (2016). *Tesis de postgrado FACTIBILIDAD PARA LA CREEACION DE SERVICIOS CONTABLES-TRIBUTARIOS PARA MIPYMES EN TEGUCIGALPA Y CHOLUTECA*. Tegucigalpa: desconocida.

RUEDA, E. J., & ESPINOZA, R. (Agosto de 2023). Obtenido de https://repositorio.unitec.edu/bitstream/handle/123456789/12801/Eduardo%20Lopez_Rebeca%20Espinoza.pdf?sequence=4&isAllowed=y

SAP Concur. (3 de Marzo de 2022). Obtenido de <https://www.concur.com.mx/blog/article/planeacion-estrategica-mx>

Westreicher, G. (8 de Mayo de 2020). *Econopedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inventario.html>

Westreicher, G. (20 de Mayo de 2024). *Econopedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gestion-financiera.html>

BVA. (DESCONOCIDO de DESCONOCIDO de DESCONOCIDO). *BBVA*. Obtenido de NNVA: <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/g/gasto-de-operacion.html>

Debitoor. (DESCONOCIDO de DESCONOCIDO de DESCONOCIDO). *debitoor*. Obtenido de [debitoor: https://debitoor.es/glosario/activo-](https://debitoor.es/glosario/activo-)

ANEXOS

Anexo 1 – Carta de Autorización

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN

TEGUCIGALPA FRANCISCO MORAZAN 03/08/2024
(Ciudad), (Departamento) (Día, mes y año)

REBECA LIZETTE HIDALGO CASTAÑEDA
(Nombre y apellidos del Director o Gerente)

GERENTE GENERAL
(Puesto Laboral)

DENTALIA S. de R.L.
(Empresa o Institución)

Casa propia, no cuenta con un instalaciones propias actualmente
(Dirección principal de la empresa o institución)

Estimado Señor(a): REBECA LIZETTE HIDALGO CASTAÑEDA

Reciba un cordial y atento saludo. Por medio de la presente deseamos solicitar su apoyo, dado que somos alumnos de UNITEC y nos encontramos desarrollando el Trabajo Final de Graduación previo a obtener nuestro título de maestría en DIRECCION EMPRESARIAL. Hemos seleccionado como tema ANALISIS INTEGRAL DE LA GESTION FINANCIERA Y OPERATIVA DE DENTALIA, por lo que estaríamos muy agradecidos de contar con el apoyo de la empresa que usted representa para poder desarrollar nuestra investigación. En particular, dicha solicitud se circunscribe a peticionar que se nos autorice a realizar: El acceso a todo tipo de documentación interna, base de datos e información financiera; así mismo la aplicabilidad de entrevistas, encuestas, sondeos y cualquier otro tipo de instrumentos para la realización del proyecto de investigación.
(encuestas, sondeos, etc).

A la espera de su aprobación, me suscribo de

Usted. Atentamente,

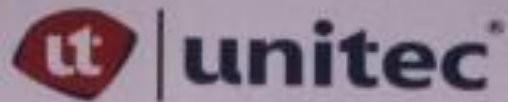
ALEJANDRO ANDRES HIDALGO SILVA LAURA LIZZETH MATAMOROS PAZ
Firma, nombre y apellidos Firma, nombre y apellidos
No. de cuenta: 12313116 No. de cuenta: 12313050

Por este medio, DENTALIA S. de R.L.
(empresa / institución),

Autoriza la realización dentro de sus instalaciones el proyecto de investigación de Postgrado antes mencionado.

REBECA LIZETTE HIDALGO CASTAÑEDA REBECA LIZETTE HIDALGO CASTAÑEDA
(Nombre y apellidos del Director o Gerente) Vo.Bo.

Anexo 2 – Entrevista a Socios/Primera Corrección

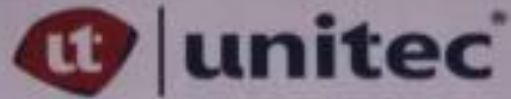


El propósito de la presente entrevista a realizar por los alumnos maestrantes Lic. Alejandro Hidalgo y Lic. Laura Matamoros de la Maestría de Dirección Empresarial con orientación en Inteligencia de Negocios de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) es el poder obtener datos sobre DENTALIA y para poder obtener una mejor perspectiva de la situación actual en relación a la gestión financiera e inventario de la misma para la elaboración del proyecto de tesis final.

Preguntas

1. ¿Cómo se originó DENTALIA?
2. ¿Cuál es la situación financiera actual de la empresa?
3. ¿Cómo funciona la operativa de DENTALIA?
4. ¿Cómo gestionan el inventario? *gestión in*
5. ¿Qué retos y desafíos han enfrentado en relación con la gestión del inventario?
6. ¿Cuál es el proceso utilizado en la toma de decisiones?
7. ¿Qué retos ha enfrentado DENTALIA y como los han solventado?
8. ¿Ha identificado puntos de mejora en la empresa?
9. ¿Cómo visualiza el futuro de DENTALIA en el corto y largo plazo?
10. ¿Cómo describiría la posición actual de la empresa en el mercado?

Anexo 3 - Entrevista a Socios/Segunda Corrección



El propósito de la presente entrevista a realizar por los alumnos maestrantes Lic. Alejandro Hidalgo y Lic. Laura Metamoras de la Maestría de Dirección Empresarial con orientación en Inteligencia de Negocios de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) es el poder obtener datos sobre DENTALIA y para poder obtener una mejor perspectiva de la situación actual en relación a la gestión financiera e inventario de la misma para la elaboración del proyecto de tesis final.

Entrevista

1. ¿Cómo se originó DENTALIA?
2. ¿Cuál es la situación financiera actual de la empresa?
3. ¿Cómo funciona la operativa de DENTALIA? *X - Filio o préstamo*
4. ¿Cómo gestión el inventario?
5. ¿Qué retos y desafíos han enfrentado en relación con la gestión del inventario?
6. ¿Cuál es el proceso utilizado en la toma de decisiones?
7. ¿Qué retos ha enfrentado DENTALIA y cómo los han solventado?
8. ¿Ha identificado puntos de mejora en la empresa? *X Incluye unos productos*
9. ¿Cómo visualiza el futuro de DENTALIA en el corto y largo plazo?
10. ¿Cómo describiría la posición actual de la empresa en el mercado?

Financiera

Anexo 4 - Entrevista Socios/Final

ENTREVISTA SOCIOS

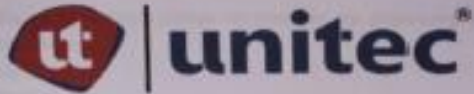


El propósito de la presente entrevista a realizar por los alumnos maestrantes Lic. Alejandro Hidalgo y Lic. Laura Matamoros de la Maestría de Dirección Empresarial con orientación en Inteligencia de Negocios de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) es el poder obtener datos sobre DENTALIA y para poder obtener una mejor perspectiva de la situación actual en relación con la gestión financiera e inventario de la misma para la elaboración del proyecto de tesis final.

Preguntas

1. ¿Cómo se originó DENTALIA?
2. ¿Cuál es la situación financiera actual de la empresa?
3. ¿Cómo funciona la operativa de DENTALIA?
4. ¿Cómo funciona actualmente la operativa del inventario?
5. ¿Qué retos y desafíos han enfrentado en relación con la gestión del inventario?
6. ¿Cuál es el proceso utilizado en la toma de decisiones?
7. ¿Qué retos ha enfrentado DENTALIA y como los han solventado?
8. ¿Ha identificado puntos de mejora en la empresa?
9. ¿Cómo visualiza el futuro de DENTALIA en el corto y largo plazo?
10. ¿Cómo describiría la posición actual de la empresa en el mercado?

Anexo 5 –Encuesta Clientes/Primera Corrección



El propósito de la presente encuesta a realizar por los alumnos maestrantes Lic. Alejandro Hidalgo y Lic. Laura Matamoros de la Maestría de Dirección Empresarial con orientación en Inteligencia de Negocios de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) es el poder obtener datos sobre DENTALIA y para poder obtener una mejor perspectiva de la situación actual en relación a la gestión financiera e inventario de la misma para la elaboración del proyecto de tesis final.

Preguntas

1. Género
 Masculino
 Femenino
 Otros
2. Rango de edad
 17-20 años
 21-25 años
 26-30 años
 31-35 años
 Mayor a 36 años
3. ¿Considera prudentes los tiempos de entrega de DENTALIA tras haber realizado su orden?
 Muy de acuerdo
 De acuerdo
 Neutral
 En desacuerdo
 Muy en desacuerdo
4. ¿Considera que los productos vendidos son de buena calidad?
 Muy de acuerdo
 De acuerdo
 Neutral
 En desacuerdo
 Muy en desacuerdo
5. ¿Considera accesibles los precios de los productos?
 Muy de acuerdo
 De acuerdo
 Neutral
 En desacuerdo
 Muy en desacuerdo
6. ¿Considera que se cuenta una amplia variedad de productos?
 Muy de acuerdo
 De acuerdo
 Neutral
 En desacuerdo
 Muy en desacuerdo

7. ¿Considera que encuentra la cantidad de productos que desea comprar?
- Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
8. ¿Con que frecuencia encuentra todos los productos que necesita y en las cantidades que necesita?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Algunas veces
 - Pocas veces
 - Nunca
9. ¿Volvería a realizar una compra en la empresa?
- Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
10. ¿Cómo definiría su experiencia de compra?
- Muy satisfecho
 - Satisfecho
 - Neutral
 - Poco satisfecho
 - Nada satisfecho
11. ¿Qué tan probable es que recomiende DENTALIA a sus familiares y amigos cercanos – NPC de forms1-10
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
 - 7
 - 8
 - 9
 - 10
12. ¿Con qué frecuencia realiza una compra?
- Semanal
 - Mensual
 - Bimestral
 - Trimestral
 - Semestral
13. ¿Cuál producto es el que más adquiere? Que sea por numeración del que mas compra al que menos
2. Gorros *- NO xoutido -*
- se os maneja y se compra a un año

- Kit Bag
- Landyards
- Decoraciones
- Scrubs

14. ¿Con que frecuencia no has encontrado algún producto en DENTALIA que sí encuentra en la competencia?

- Muy Frecuente
- Frecuente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

15. ¿Qué otros productos le gustaría que la empresa comercializara?

- Instrumentos odontológicos
- Equipo de bioseguridad
- Otros

16. ¿Te gustaría recibir información, promociones y información de eventos?

- SI
- NO

17. ¿Por qué medio estarías interesado en recibir a información?

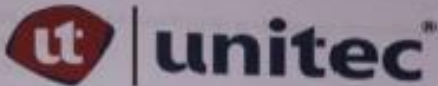
- Correo electrónico
- Redes sociales
- Mensajes

18. ¿Como conoció la empresa?

- Amigos
- Familiares
- Colegas
- Publicidad
- Eventos

¡Gracias por su tiempo!

Anexo 6 – Encuesta Clientes/Segunda Corrección



El propósito de la presente encuesta a realizar por los alumnos maestrantes Lic. Alejandro Hidalgo y Lic. Laura Matamoros de la Maestría de Dirección Empresarial con orientación en Inteligencia de Negocios de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) es el poder obtener datos sobre DENTALIA y para poder obtener una mejor perspectiva de la situación actual en relación a la gestión financiera e inventario de la misma para la elaboración del proyecto de tesis final.

Preguntas

1. Género
 - Masculino
 - Femenino
 - Otros
2. Rango de edad:
 - 17-20 años
 - 21-25 años
 - 26-30 años
 - 31-35 años
 - Mayor a 36 años
3. ¿Considera prudentes los tiempos de entrega de DENTALIA tras haber realizado su orden?
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
4. ¿Considera que los productos vendidos son de buena calidad?
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
5. ¿Considera accesibles los precios de los productos?
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
6. ¿Considera que se cuenta una amplia variedad de productos?
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo

7. ¿Considera que encuentra la cantidad de productos que desea comprar?
- Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
8. ¿Con que frecuencia encuentra todos los productos que necesita y en las cantidades que necesita?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Algunas veces
 - Pocas veces
 - Nunca
9. ¿Volvería a realizar una compra en la empresa?
- Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
10. ¿Cómo definiría su experiencia de compra?
- Muy satisfecho
 - Satisfecho
 - Neutral
 - Poco satisfecho
 - Nada satisfecho
11. ¿Qué tan probable es que recomiende DENTALIA a sus familiares y amigos cercanos –
NPC de forms1-10 *deberían cada es para promedio 7 y es muy probable*
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
 - 7
 - 8
 - 9
 - 10
12. ¿Con qué frecuencia realiza una compra?
- Semanal
 - Mensual
 - Bimestral
 - Trimestral
 - Semestral
13. ¿Cuál producto es el que más adquiere? Que sea por numeración del que mas compra al que menos
- Gorrros

- Kit Bag
- Landayards
- Decoraciones
- Scrubs

14. ¿Con que frecuencia no has encontrado algún producto en DENTALIA que si encuentra en la competencia?

- Muy Frecuente
- Frecuente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

15. ¿Qué otros productos le gustaría que la empresa comercializará?

- Instrumentos odontológicos
- Equipo de bioseguridad
- Otros: *Enfermedades infecciosas*

16. ¿Te gustaría recibir información, promociones y información de eventos?

- SI
- NO

17. ¿Por qué medio estarías interesado en recibir a información?

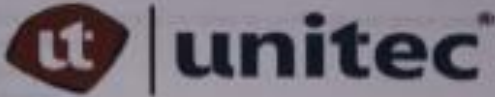
- Correo electrónico *NO aplica*
- Redes sociales
- Mensajes

18. ¿Como conoció la empresa?

- Amigos
- Familiares
- Colegas
- Publicidad
- Eventos

¡Gracias por su tiempo!

Anexo 7 – Encuesta Clientes/Tercera Corrección



El propósito de la presente encuesta a realizar por los alumnos maestrantes Lic. Alejandro Hidalgo y Lic. Laura Matamoros de la Maestría de Dirección Empresarial con orientación en Inteligencia de Negocios de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) es el poder obtener datos sobre DENTALIA y para poder obtener una mejor perspectiva de la situación actual en relación a la gestión financiera e inventario de la misma para la elaboración del proyecto de tesis final.

Preguntas

1. Género
 - Masculino
 - Femenino
 - Otros
2. Rango de edad
 - 17-20 años
 - 21-25 años
 - 26-30 años
 - 31-35 años
 - Mayor a 36 años
3. ¿Considera prudentes los tiempos de entrega de DENTALIA tras haber realizado su orden?
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
4. ¿Considera que los productos vendidos son de buena calidad?
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
5. ¿Considera accesibles los precios de los productos?
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
6. ¿Considera que se cuenta una amplia variedad de productos?
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo

7. ¿Considera que encuentra la cantidad de productos que desea comprar?
- Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
8. ¿Con que frecuencia encuentra todos los productos que necesita y en las cantidades que necesita?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Algunas veces
 - Pocas veces
 - Nunca
9. ¿Volvería a realizar una compra en la empresa?
- Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
10. ¿Cómo definiría su experiencia de compra?
- Muy satisfecho
 - Satisfecho
 - Neutral
 - Poco satisfecho
 - Nada satisfecho
11. ¿Qué tan probable es que recomiende DENTALIA a sus familiares y amigos cercanos – NPC de forms1-10
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
 - 7
 - 8
 - 9
 - 10
12. ¿Con qué frecuencia realiza una compra?
- Semanal
 - Mensual
 - Bimestral
 - Trimestral
 - Semestral
13. ¿Cuál producto es el que más adquiere? Que sea por numeración del que mas compra al que menos
- 2 Gorros

- Kit Bag
- Landyards
- Decoraciones
- Scrubs

14. ¿Con que frecuencia no has encontrado algún producto en DENTALIA que si encuentra en la competencia?

- Muy Frecuente
- Frecuente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

15. ¿Qué otros productos le gustarían que la empresa comercializara?

- Instrumentos odontológicos
- Equipo de bioseguridad
- Otros

16. ¿Te gustaría recibir información, promociones y información de eventos?

- SI
- NO

17. ¿Por qué medio estarías interesado en recibir a información?

- Correo electrónico
- Redes sociales
- Mensajes

18. ¿Como conoció la empresa?

- Amigos
- Familiares
- Colegas
- Publicidad
- Eventos

¡Gracias por su tiempo!

Recomendaciones
▷ Agregaría una pregunta sobre cuál es mi presupuesto al comprar los productos o el rango dispuesto a pagar.

Anexo 8 - Encuesta Clientes/Final

ENCUESTA CLIENTES



El propósito de la presente encuesta a realizar por los alumnos maestrantes Lic. Alejandro Hidalgo y Lic. Laura Matamoros de la Maestría de Dirección Empresarial con orientación en Inteligencia de Negocios de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) es el poder obtener datos sobre DENTALIA y para poder obtener una mejor perspectiva de la situación actual en relación con la gestión financiera e inventario de la misma para la elaboración del proyecto de tesis final.

Preguntas

1. Género
 - Masculino
 - Femenino
 - Otros
2. Rango de edad
 - 17-20 años
 - 21-25 años
 - 26-30 años
 - 31-35 años
 - Mayor a 36 años
3. ¿Considera prudentes los tiempos de entrega de DENTALIA tras haber realizado su orden?
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
4. ¿Considera que los productos vendidos son de buena calidad?
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo

- Muy en desacuerdo
5. ¿Considera accesibles los precios de los productos?
- Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
6. ¿Considera que se cuenta una amplia variedad de productos?
- Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
7. ¿Considera que encuentra la cantidad de productos que desea comprar?
- Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo
8. ¿Con qué frecuencia encuentra todos los productos que necesita y en las cantidades que necesita?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Algunas veces
 - Pocas veces
 - Nunca
9. ¿Volvería a realizar una compra en la empresa?
- Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo

10. ¿Cómo definiría su experiencia de compra?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

11. En una escala del 1-10, donde 1 es “nada probable” y 10 es “muy probable”, ¿qué tan dispuesto está a recomendar DENTALIA a sus familiares y amigos cercanos?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

12. ¿Con qué frecuencia realiza una compra?

- Semanal
- Mensual
- Bimestral
- Trimestral
- Semestral

13. Ordene la lista de productos que adquiere con mayor frecuencia del 1 al 5, donde 1 es el que más adquiere.

- Gorros
- Kit Bag
- Landayards
- Decoraciones
- Scrubs

14. ¿Con qué frecuencia no has encontrado algún producto en DENTALIA que si encuentra en la competencia?

- Muy Frecuente
- Frecuente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

15. ¿Qué otros productos le gustaría que la empresa comercializara?

- Instrumentos odontológicos
- Equipo de bioseguridad
- Productos de higiene dental
- Otros:

16. ¿Te gustaría recibir información, promociones e información de eventos?

- SI
- NO

17. ¿Por qué medio estarías interesado en recibir a información?

- Correo electrónico
- Redes sociales
- Mensajes
- Otros: _____

18. ¿Como conoció la empresa?

- Amigos
- Familiares
- Colegas
- Publicidad
- Eventos

¡Gracias por su tiempo!

Anexo 9 -Productos



Anexo 10-Red Social

shop.dentalia

144 publicaciones 3,055 seguidores 232 seguidos

Dental & Medical Concept Store
Gorros Quirúrgicos
Accesorios para personal de salud
Detalles para todos ✨
Find us at @theshops.hn
1645 Blvd San Juan Bosco, Tegucigalpa,
Honduras
Ver traducción
www.shopdentaliahn.com

Siguiendo Mensaje Contacto

SHOP Social FAQ Maria Pareja Colores

Grid of product images including surgical caps, lanyards, and bags.