



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,  
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
TECNÓLOGA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:**

**ESTUDIO DEL CONTROL DE LOS INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA  
EN EL NIVEL DE LAS VENTAS DE LA EMPRESA RETINTONER**

**Autora:**

Gutiérrez Reyes Juliana Margoth

**Tutora:**

Mg. Elena Tolozano Benites.

**Guayaquil, Mayo 2014**

## **DEDICATORIA**

A Dios por encima de todo, si él hubiese sido imposible llegar hoy aquí, a mi familia, amigos y compañeros de clase y las personas que siempre me apoyaron.

Gutiérrez Reyes Juliana Margoth

## **AGRADECIMIENTO**

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, que nos abrió sus puertas y con ello la oportunidad de formarnos profesionalmente, a sus autoridades y cuerpo docente por entregarnos los conocimientos necesarios para desempeñarnos en la vida profesional de una manera sólida y pertinente.

A los compañeros de clase quienes de diferentes maneras siempre estuvieron acompañándome y ayudándome en los momentos que se los requería, gracias por compartir sus conocimientos y darme sentimientos de alegría, amor y cariño, que me dejaron muchas enseñanzas y experiencias.

Gutiérrez Reyes Juliana Margoth

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Carátula.....	i
Certificación de la aceptación del tutor.....	ii
Autoría notariada.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de Figuras.....	ix
Índice de cuadros.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	2
Delimitación del problema.....	2
Planteamiento o formulación del problema.....	3
Evaluación del problema.....	3
Objetivos de la investigación.....	4
Justificación e importancia.....	4

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
Antecedentes históricos.....	7

Antecedentes referenciales.....	9
Antecedentes teóricos.....	12
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	26
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	30

### **CAPÍTULO III**

#### **METODOLOGÍA**

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	37
Población.....	37
Muestra.....	38
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	38
PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	43

### **CAPÍTULO IV**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS...	44
PLAN DE MEJORAS.....	52
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	56
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>57</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>59</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Títulos:</b>	<b>Páginas:</b>
<b>Figura 1</b> Diagrama de Pareto	41
<b>Figura 2</b> Tiempo	44
<b>Figura 3</b> Mercadería	45
<b>Figura 4</b> Comunicación	46
<b>Figura 5</b> Registro	47
<b>Figura 6</b> Bodegas	48
<b>Figura 7</b> Control de inventario	49
<b>Figura 8</b> Funciones	50
<b>Figura 9</b> Control	51

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Títulos:</b>	<b>Páginas:</b>
<b>Cuadro 1</b> Causas y consecuencias	1
<b>Cuadro 2</b> Organigrama	35
<b>Cuadro 3</b> Población	38
<b>Cuadro 4</b> Diagrama de Pareto	40
<b>Cuadro 5</b> Causa y efecto	42
<b>Cuadro 6</b> Tiempo	44
<b>Cuadro 7</b> Mercadería	45
<b>Cuadro 8</b> Comunicación	46
<b>Cuadro 9</b> Registro	47
<b>Cuadro 10</b> Bodegas	48
<b>Cuadro 11</b> Control de inventario	49
<b>Cuadro 12</b> Funciones	50
<b>Cuadro 13</b> Control	51



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y  
CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
TECNÓLOGA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:**

**ESTUDIO DEL CONTROL DE INVENTARIO Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL  
DE LAS VENTAS DE LA EMPRESA RETINTONER**

**Autora:** Gutiérrez Reyes Juliana Margoth

**Tutora:** Mg. Elena Tolozano Benites.

**RESUMEN**

El proyecto se basa en el control de inventario cuando se realiza las ventas de los productos de papelería que efectúa la empresa Retintoner. El propósito del estudio fue: realizar un estudio del control de inventarios y su incidencia en el nivel de las ventas de la empresa Retintoner. El control de inventario es importante para toda empresa ya que el inventario es tratado como un activo en el balance de una empresa. Esto significa que contribuye a la equidad de la compañía, de acuerdo con la fórmula fundamental de la contabilidad (activos menos pasivos igualdad de participación). Los activos, incluyendo el inventario, ayudan a una empresa incluso cuando no se están vendiendo o están en uso. En la presente investigación se utilizó los métodos teóricos el análisis – síntesis, inductivo – deductivo, el estadístico – matemático, las técnicas utilizadas fueron la observación y encuestas, se diagnosticó la situación actual de la empresa y la incidencia que esta tenía en la ejecución de las ventas como consecuencia se propuso un plan de mejoras. Los beneficiarios de la presente investigación serán los clientes y los empleados que laboran en la empresa.

Control

Inventario

Nivel

Ventas





**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y  
CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
TECNÓLOGA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:**

**ESTUDIO DEL CONTROL DE INVENTARIO Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL  
DE LAS VENTAS DE LA EMPRESA RETINTONER**

**Autora:** Gutiérrez Reyes Juliana Margoth

**Tutora:** Mg. Elena Tolozano Benites.

**ABSTRACT**

The project is based on inventory control when sales of stationery products making the company Retintoner is performed. The purpose of this study is a study of inventory control and its impact on the level of company sales Retintoner. Inventory control is important for every business since it is the inventory is treated as an asset on the balance sheet of a company. This means contributing to the equity of the company, according to the basic formula of accounting (assets minus liabilities equal share). The assets, including inventory, help a business even when you are not selling or are in use. Synthesis, inductive - - deductive, statistical - In the present investigation the theoretical methods used mathematical analysis, the techniques used were observation and surveys, the current situation of the company and the impact this had on the implementation of diagnosed sales as a result an improvement plan was proposed. The beneficiaries of this research will be the customers and employees who work in the company.

Control

Inventory

Level

Sales

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **Ubicación del problema en un contexto**

El inventario es tratado como un activo en el balance de una empresa, esto significa que contribuye a la equidad de la compañía, de acuerdo con la fórmula fundamental de la contabilidad (activos menos pasivos igualdad de participación). Los activos, incluyendo el inventario, ayudan a una empresa incluso cuando no se están vendiendo o están en uso.

La importancia del control de inventarios radica en el objetivo primordial de toda empresa, que es obtener utilidades, la obtención de éstas reside en gran parte en ventas, por lo que si no hay un control de inventarios adecuado, ventas no tendrá material suficiente para trabajar; aparte de esto al no tener un adecuado control de inventarios se presta las pérdidas, a mermas y desperdicios, lo que puede causar un fuerte impacto en las utilidades.

Las existencias de que un producto vendible no tenga un control o administración adecuada puede tener como consecuencia que una empresa pequeña o mediana baje sus utilidades de forma brusca, por otra parte la mala fluidez en el manejo de los productos de necesidad básica para los consumidores de dichas empresas pueden llevar a la pérdida de utilidades o hasta pérdida de clientes. Es por eso que es de trascendental importancia el conocer los inventarios así como también es de vital importancia el saber administrarlos.

Las empresas ecuatorianas en su gran mayoría atraviesan por esta problemática y la empresa Retintoner no es la excepción se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas en las calles Gómez Rendón entre la 28 y 29, se dedica a la venta de artículos de papelería.

### **Situación del conflicto**

La empresa Retintoner en la actualidad presenta problemas en el control de inventario y se lo sintetizó de la siguiente manera:

Cuadro 1 Causas y consecuencias

Causas	Consecuencia
Falta de registro	Incremento de los costos de comercialización.  No tener nivel de inventarios óptimos.
Exceso de inventario	Disminución de la liquidez.  Descontrol de las existencias del inventario.
Insuficiencia de inventarios	Disminución de las ventas.  Pérdida de clientes.
Desorden en las Bodegas.	Pérdida de la mercadería  Daños de la mercadería

**Elaborado por:** Juliana Gutiérrez.

### **Delimitación del problema**

**Campo:** Contable

**Área :** Inventario

**Aspecto:** Control de inventario, nivel de ventas.

**Tema :** Estudio del control de inventarios y su incidencia en el nivel de las ventas de la empresa Retintoner.

### **Variables de la Investigación**

Variable Independiente : Control de inventario

Variable dependiente : Nivel de ventas

### **Determinación del Tema**

Estudio del control de inventarios y su incidencia en el nivel de las ventas de la empresa Retintoner.

### **Formulación del Problema**

¿Cómo incide las falencias del control de inventarios en la realización de las ventas de la empresa retintoner, ubicada en la ciudad de Guayaquil, período 2014?

### **Evaluación del problema**

**Delimitado.-** La población está conformada por los empleados que laboran en la empresa Retintoner, el periodo de tiempo de la investigación está comprendido en el año 2014.

**Factible.-** Es un proyecto factible de realizar porque cuenta con el apoyo del gerente y personal que labora en la empresa.

**Claro.-** El problema planteado está redactado en forma precisa es coherente y fácil de comprender.

**Evidente.-** En la problematización se identifica la necesidad de un estudio del control de inventarios para determinar la incidencia en el nivel de ventas de la empresa.

**Original.-** Dentro de la empresa Retintoner es por primera vez que se realiza un estudio para solucionar las falencias que existen en el control de inventarios.

**Relevante.-** Es de suma importancia el control de inventarios que se debe llevar en la realización de las ventas.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Realizar un estudio del control de inventario para determinar su incidencia en el nivel de las ventas.

### **Objetivos específicos**

1. Analizar los referentes teóricos relacionado con control de inventarios ventas.
2. Diagnosticar la situación actual del control de inventario y del cumplimiento de los niveles de ventas.
3. Identificar las falencias en el control del inventario y su incidencia en el nivel de ventas.
4. Proponer un plan de mejoras para superar las falencias del control del inventario

## **JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

El control del inventario es uno de los aspectos de la administración que en la micro y pequeña empresa es pocas veces atendido, sin tenerse registros fehacientes, un responsable, políticas o sistemas que le ayuden a esta fácil pero tediosa tarea.

La importancia en el control de inventarios reside en el objetivo primordial de toda empresa: obtener utilidades. La obtención de utilidades obviamente reside en gran parte de ventas, ya que éste es el motor de la empresa.

Sin embargo, si la función del inventario no opera con efectividad, ventas no tendrá material suficiente para poder trabajar, el cliente se inconforma y la oportunidad de tener utilidades se disuelve. Entonces, sin inventarios, simplemente no hay ventas.

La investigación profundiza los conocimientos y enfoques teóricos, en relación con el control de inventarios y el nivel de las ventas por lo tanto constituye un material de apoyo y de consulta para el personal que labora en Retintoner y está comprometido a mejorar los niveles de venta de la empresa.

El presente estudio es factible de realizar, ya que Retintoner cuenta con los recursos necesarios, y con la voluntad de mantener el continuo crecimiento, por lo que la necesidad de mejorar el control de los inventarios en busca de optimizar los niveles de ventas.

El estudio propone además un plan de mejoras para superar las falencias del control del inventario en lo que refiere a la falta de registro, exceso de inventario, insuficiencia de inventarios, desorden en las Bodegas, así como también capacitar al talento humano factor decisivo en la solución de la problemática planteada, lo que constituiría el valor práctico del mismo.

La utilidad metodológica está en establecer un control en los inventarios de la empresa Retintoner que supere las debilidades actuales en los niveles de ventas.

La relevancia social se considera que en particular está, al mejorar los niveles de ventas que asegura los puestos de trabajo de quienes colaboran en la actualidad en Retintoner y abriendo la posibilidad de la creación de nuevos puestos de trabajos, ya que a un control de inventario aumento en los niveles de ventas y por lo tanto el crecimiento de la empresa.

Además de lo mencionado la investigación a desarrollarse constituirá un aporte para empresas similares que deseen conocer la mejor manera de tener un control y administración adecuada en su inventario y también los estudiantes en el país que requieran información sobre este importante tema de estudio lo tendrán como una fuente de consulta apropiado

En este proyecto los beneficiarios será el personal de la empresa Retintoner y los clientes, porque se mejorará el control de inventario cuando se realice las ventas.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

##### **Antecedentes históricos**

Hadley, G. y Whitin, T. M, (1963) Los problemas de inventario en las empresas son tan antiguos como la historia, pero no fue sino hasta comienzos del siglo XIX cuando se comenzaron a hacer intentos por aplicar técnicas analíticas para su estudio sistemático, racionalización y adecuada resolución.

En la medida en que se fueron desarrollando estas teorías y análisis, surgió la necesidad de emplear métodos matemáticos, debido principalmente al rápido crecimiento de las industrias manufactureras, al desarrollo de las distintas ramas de la ingeniería y a la implantación de nuevas técnicas de análisis, algunas de las cuales consideran a los sistemas de inventarios estrictamente ligados con la planificación de la producción.

En la actualidad la gran mayoría de las empresas, por pequeñas que éstas sean, presentan problemas de inventario con diversas características muy particulares unas de otras. Por esta razón a escala mundial, se han invertido grandes cantidades de dinero y tiempo en encontrar soluciones, que permitan minimizar estos problemas y racionalizar al máximo este importante aspecto, íntimamente relacionado con los costos de producción.

El mantenimiento de inventarios adecuados en la empresa posee implicaciones no solo económico-financieras, sino logísticas, de limitaciones de espacio físico e incluso de producción; de allí que en su



determinación se empleen grandes esfuerzos, los cuales en caso de ser exitosos, redundan favorablemente en el desenvolvimiento integral de las empresas.

El control de inventarios es un aspecto crítico para una administración exitosa. Cuando mantener inventarios implica un alto costo, las compañías no pueden darse el lujo de tener una cantidad de dinero detenida en existencias excesivas. Por otra parte los objetivos de un buen servicio al cliente y de una producción eficiente deben ser satisfechos manteniendo los inventarios en un nivel ideal. Esto es cierto aun cuando la inflación provoque que se incremente el valor de los inventarios de producto terminados. Tener existencias en los anaqueles significa tener dinero ocioso y, para reducir éste al mínimo, una empresa debe hacer que coincidan lo más posible las oportunidades que ofrecen la oferta y la demanda a los requerimientos de un determinado bien, de manera que las existencias se encuentren en los estantes justamente cuando se requieran, y pasen en los mismos el menor tiempo posible.

Por otra parte en el pasado se ha intentado en diversas ocasiones definir términos como problemas de administración de inventarios, control de inventarios, gestión de inventarios o sistemas de inventarios, por lo que al respecto no existe una terminología precisa generalmente aceptada. Pero no sólo no existe tal terminología, sino que puede haber además distintos puntos de vista en relación con lo que realmente significa un inventario.

Algunas personas consideran que los sistemas de administración de inventario son simplemente sistemas para mantener registros de las cantidades de artículos o productos almacenados. Para estas personas, el problema del inventario consiste en determinar las variables que deben controlarse. Hay quien ve el inventario desde un punto de vista más general, por lo cual se trata de financiar las inversiones para suplir los inventarios, además del problema de reducir costos. Otros grupos consideran el inventario desde otro punto de vista y sus problemas son: qué productos almacenar, cuánto almacenar y cuándo ordenar la reposición.

En cualquier caso se observa que existen diversas razones por las cuales las empresas deben adoptar una correcta política de inventarios, pero la razón fundamental es que resulta físicamente imposible o económicamente equivocado, que los productos lleguen a un determinado almacén en el preciso momento en que tiene lugar la demanda de dichos productos. Otra importante razón para mantener los inventarios, es que pueden aumentarse las ventas y los beneficios, al poder complacerse rápidamente las demandas de un mayor número de productos o repuestos, de allí que los problemas de inventarios sean comunes a todas las empresas en las que se haga necesario almacenar productos o artículos para futuras ventas o usos.

### **Antecedentes referenciales**

**Diseño de un sistema de control interno de inventarios en la ferretería “Lozada”, autora: Nidia Mercedes López Meneses Santo Domingo – Ecuador Mayo, 2010.**

### **Resumen**

La investigación que se presenta busca realizar un diseño de un sistema de control interno de inventarios para la Ferretería “Lozada”, en Santo Domingo de los Tsáchilas. En el desarrollo de este estudio, ha sido preciso dividir su contenido en cinco capítulos los cuales describen tanto el problema, la investigación, las soluciones y un compendio del trabajo; en el primero, se destaca la situación problemática que ha motivado la investigación, adicionalmente se indican los objetivos y justificación de la misma. El segundo capítulo abarca la fundamentación científica describiéndola de manera teórica, conceptual y legal, y viene a constituir el sustento de esta investigación, así como también se describe la historia de la empresa objeto del estudio. En el capítulo tercero, se refiere a la situación actual de la Ferretería y el estudio de mercado en el cual se realizó el análisis a los clientes internos y externos, exponiendo los problemas existentes a la vez que se da recomendaciones a las mismas, adicionalmente permitió definir las deficiencias en el control de inventarios,

finalmente se anexan los resultados de la encuesta por medio de la tabulación, gráfica e interpretación de ellas. El cuarto capítulo se describe la misión, visión, estrategias que la empresa utilizará para ser líder en el mercado, presentamos la propuesta de forma detallada con todas las Normas y Procedimientos, que ayudarán a solucionar las falencias del control de inventarios, así como también un organigrama por procesos para el recurso humano de la empresa, de tal manera que la Ferretería “Lozada” continúe con sus actividades económicas demostrando un crecimiento empresarial eficiente. Por último, se exponen las conclusiones y recomendaciones que se han recopilado a la par de la investigación, las mismas que se pondrán a consideración del propietario de la Ferretería para su posterior aplicación.

### **Análisis**

La tesis presentada por Nidia Mercedes López Meneses Santo, se enfoca en un diseño de sistema de control de inventario tiene similitud con el presente estudio donde se realiza un análisis de la situación actual de la empresa exponiendo los problemas existentes a la vez que da recomendaciones a las mismas, adicionalmente define las deficiencias en el control de inventarios, y anexan los resultados de la encuesta por medio de la tabulación, gráfica e interpretación de ellas, lo que se diferencia es de proponer un sistema de control de inventario al contrario de la presente investigación en proponer un plan de mejoras.

**Propuesta de un sistema de administración de inventarios de producto terminado y racionalización de inventarios en una empresa de consumo masivo, autor: José R., Sánchez M., 2001.**

### **Resumen**

A un importante Grupo Agroindustrial del país se le planteó la necesidad de iniciar la actualización y racionalización del modelo de organización y administración de inventarios, tratando de buscar una solución empresarial

integrada tendente a favorecer principalmente la reducción de sus costos. Para el estudio se seleccionaron siete (7) plantas, que almacenaban para el momento de esta investigación, setenta y cuatro (74) productos o presentaciones diferentes, en sus almacenes de productos terminados; al igual que 28901 ítems distintos, en sus correspondientes almacenes de repuestos y materiales de suministros. Se determinó la conveniencia de que las empresas mantuviesen una relación del valor total de sus inventarios de producto terminado, de un 41 por ciento como inventario de seguridad y un 59 por ciento como inventario operacional. La proporción de ahorro posible de lograr, se estimó en más de un cuarenta y siete por ciento (47%) de las existencias actuales, de productos terminados. Asimismo se estableció que racionalizando las existencias de tan solo cuatro (4) productos, se lograba más del treinta y siete por ciento (37%), de los ahorros posibles de alcanzarse, con el sistema propuesto. Para el análisis del problema de repuestos y materiales de suministro, se plantearon diversos escenarios, en función del tiempo de permanencia de los diversos ítems en los almacenes. Seleccionándose como el más idóneo, el que consideraba un año, como máximo tiempo de permanencia en los almacenes. La cuantificación de este escenario seleccionado, planteó la posibilidad de lograr ahorros, por concepto de eliminación de ítems, en las plantas estudiadas, equivalentes a 1.425 millones de bolívares. De esta cantidad, el 59.31 por ciento se podría obtener a través de la reducción de los excesos de inventario, y el 46.69 por ciento restantes, por liquidación de los no utilizados.

## **Análisis**

La investigación presentada por José R., Sánchez M, se centra en proponer un sistema de administración de inventarios de producto terminado y racionalización de inventarios planteó la necesidad de iniciar la actualización y racionalización del modelo de organización y administración de inventarios, tratando de buscar una solución empresarial integrada tendente a favorecer principalmente la reducción de sus costos, la

diferencia entre estos estudios está dada por el nivel de profundidad que se relaciona con el nivel de formación y de la realización de un estudio de control de inventario para determinar su incidencia en el nivel de ventas de la empresa.

De los estudios anteriormente mencionados se tomaron los referentes teóricos inventarios y ventas, estos estudios tiene cierta similitud a la presente investigación que se centra en el control de los inventarios y su incidencia en el nivel de ventas, la autora está de acuerdo con estos estudios porque determinan la situación actual de la empresa exponiendo los problemas existentes a la vez definen las deficiencias en el control de inventarios.

## **Antecedentes teóricos**

### **Inventario**

Rodríguez, Miguel (2002) menciona que: Se define por inventario al registro documental de los bienes y demás cosas pertenecientes a una persona o empresa, hecho con orden y precisión. Por extensión, se denomina inventario a la comprobación y recuento, cuantitativo y cualitativo de las existencias físicas en sí mismas y con las teóricas documentadas. (p. 4)

Con el fin de registrar y controlar los inventarios las empresas adoptan los sistemas pertinentes para evaluar sus existencias de mercancías con el fin de fijar su posible volumen de producción y ventas.

Según Rodríguez, Miguel (2002). Dice que: La Contabilidad es uno de los activos más grandes existentes en una empresa. El inventario aparece tanto en el balance general como en el estado de resultados. En el balance General, el inventario a menudo es el activo corriente más grande. En el estado de resultado, el inventario final se resta del costo de mercancías disponibles para la venta y así poder determinar el costo de las mercancías vendidas durante un periodo determinado. (p. 5)

## **Objetivos del inventario**

De acuerdo con Bock, Robert, (2003) menciona que: Proveer o distribuir adecuadamente los materiales necesarios a la empresa. Colocándolos a disposición en el momento indicado, para así evitar aumentos de costos y pérdidas de los mismos. Permitiendo satisfacer correctamente las necesidades reales de la empresa a las cuales debe permanecer constantemente adaptado. Por lo tanto la gestión de inventarios debe ser atentamente controlada y vigilada. (p. 3)

## **Tipos de Inventarios**

BUFFA, E., (1994) Los inventarios son importantes para los fabricantes en general, varía ampliamente entre los distintos grupos de industrias. La composición de esta parte del activo es una gran variedad de artículos, y es por eso que se han clasificado de acuerdo a su utilización en los siguientes tipos:

**Inventarios de mercancías en existencia.- Valor** de los bienes adquiridos a cualquier título para la venta y que no serán sometidos a ningún proceso de transformación.

**Inventarios de materia prima y suministros.-** Representan el valor de los materiales y suministros adquiridos para su transformación, explotación, construcción, o producción.

**Inventarios de productos en proceso.-** Representan el valor de los productos semielaborados, que requieren procesos de transformación, explotación, construcción o adición, para que se conviertan en bienes o mercancías terminadas y disponibles para la venta.

**Inventarios de mercancías en existencia.- Valor** de los bienes adquiridos a cualquier título para la venta y que no serán sometidos a ningún proceso de transformación.

**Inventarios de obsoleto y vencidos.-** Cuenta que representa el valor de los inventarios que a causa de explotación a factores naturales y de tiempo, avances tecnológicos y otros han quedado obsoletos y vencidos. Para su consumo o utilización porque se encuentran en un proceso de trámite, transporte, legalización o entrega por parte de los proveedores o personas responsables.

**Inventario inicial.-** Son las existencias que tiene una empresa en el momento de comenzar su ejercicio económico. Este va ubicado en el Costo de Venta en el Estado de Pérdidas y Ganancias.

**Inventario final.-** Es el inventario físico que se toma al final del Ejercicio, entrara a formar parte del Activo en el Balance General y también ira disminuyendo al Costo de Venta en el Estado de Ganancias y Pérdidas.

### **Administración de inventarios**

Es la eficiencia en el manejo adecuado del registro, de la rotación y evaluación del inventario de acuerdo a como se clasifique y que tipo de inventario tenga la empresa, ya que a través de todo esto determinaremos los resultados de una manera razonable, pudiendo establecer la situación financiera de la empresa y las medidas necesarias para mejorar o mantener dicha situación.

Gestipolis (2011) Los inventarios representan bienes corporales destinados a la venta en el curso normal de los negocios, así como aquellos que se hallan en proceso de producción o que se utilizaran o consumirán en la producción de otros que van a ser vendidos.

Los costos de producción reflejan todo lo ocurrido en una planta de producción o las erogaciones que hacen parte del bien o del servicio, sin los cuales no podría comercializarse el bien o servicio.

Para la industria, el inventario está dividido en tres partes:

- Inventario de materiales

- Inventario de productos en proceso
- Inventario de productos terminados

El inventario de materiales, representa todos los materiales comprados y almacenados para ser usados en la fabricación de otros productos.

Gestipolis (2011) El inventario de productos en proceso representa las materias primas entregadas al proceso productivo, la porción de costos de mano de obra directa y la porción de los costos indirectos de fabricación, que aún no están en condiciones de ser vendidos. El inventario de productos terminados representa el valor de los productos terminados listos para la venta.

Los inventarios más comunes son los de: materias primas, productos en proceso y productos terminados

Narasimhan, M., y Billington, (1996) La administración de los inventarios depende del tipo o naturaleza de la empresa, no es lo mismo el manejo en una empresa de servicios que en una empresa manufacturera.

También depende del tipo de proceso que se use: producción continua, órdenes específicas y montajes o ensambles. En procesos de producción continua las materias primas se adquieren con anticipación y el producto terminado permanece poco tiempo en el inventario. En procesos de órdenes específicas la materia prima se adquiere después de recibir el pedido o la orden y el producto terminada prácticamente se entrega inmediatamente después de terminado.

En método de producción por proceso de montaje requiere, en general, más inventarios de productos en proceso que los sistemas continuos pero menos que los procesos por órdenes.

Sin embargo la administración del inventario, en general, se centra en 4 aspectos básicos: 1) cuantas unidades deberían ordenarse ( o producirse ) en un momento dado?, 2) en qué momento debería ordenarse ( o



producirse ) el inventario?, 3) que artículos del inventario merecen una atención especial?, 4) puede uno protegerse contra los cambios en los costos de los artículos del inventarios?

### **Finalidad de la administración de inventarios**

Holmes, W. Arthur. (1990) La administración de inventario implica la determinación de la cantidad de inventario que deberá mantenerse, la fecha en que deberán colocarse los pedidos y las cantidades de unidades a ordenar. Existen dos factores importantes que se toman en cuenta para conocer lo que implica la administración de inventario:

El inventario mínimo es cero, la empresa podrá no tener ninguno y producir sobre pedido, esto no resulta posible para la gran mayoría de las empresas, puesto que debe satisfacer de inmediato las demandas de los clientes o en caso contrario el pedido pasara a los competidores que puedan hacerlo, y deben contar con inventarios para asegurar los programas de producción. La empresa procura minimizar el inventario porque su mantenimiento es costoso.

### **Importancia**

Cordera Martin José (1994)

1. Establece medidas para corregir las actividades, de tal forma que se alcancen los planes exitosamente.
2. Se aplica a todo: a las cosas, a las personas, y a los actos.
3. Determina y analiza rápidamente las causas que pueden originar desviaciones, para que no vuelvan a presentarse en el futuro.
4. Localiza a los sectores responsables de la administración, desde el momento en que se establecen medidas correctivas.

5. Proporciona información acerca de la situación de la ejecución de los planes, sirviendo como fundamento al reiniciarse el proceso de la planeación.

6. Reduce costos y ahorra tiempo al evitar errores.

7. Su aplicación incide directamente en la racionalización de la administración y consecuentemente, en el logro de la productividad de todos los recursos de la empresa.

### **Control de inventario**

**Guajardo C. (1995)** El control del inventario es uno de los aspectos de la administración que en la micro y pequeña empresa es muy pocas veces atendido.

El empresario difícilmente encuentra tiempo para llevar a cabo todas las funciones que el mismo se ha asignado: las compras, las ventas, la producción, el manejo de personal, manejo del dinero, trámites bancarios, legales, contables y administrativos.

Ocupa su tiempo más en cuestiones operativas o tácticas que en labores de orden estratégico. Esto muchas veces ocurre porque debe enfocarse en generar dinero y apagar incendios ahora. Simplemente controlar el stock o inventario no produce beneficios inmediatamente.

Naddor, E (1995) En una PyME normalmente no se tienen registros fehacientes, un responsable, políticas o sistemas que le ayuden a esta fácil pero tediosa tarea.

En todos los negocios resulta de vital importancia el control de inventarios, dado que su descontrol se presta no sólo al robo hormiga, sino también a mermas y desperdicios, pudiendo causar un fuerte impacto sobre la rentabilidad.

En cuanto a la falta de registros (no sólo de inventarios, sino de todo tipo de operación) se oyen los siguientes comentarios:

- Los registros son complicados y sólo los contadores los entienden.
- Se necesita un programa de cómputo carísimo y complicado de entender.
- Necesito un encargado de depósito o almacén para llevar los registros bien y al día.
- No tengo tiempo suficiente para contar mi inventario.

Efectivamente, muchos de estos comentarios son ciertos, es por eso que quiero explicarte como resolver estas objeciones.

**Guajardo C. (1995)** El objetivo de contar con registros de inventario no es simplemente hacerlo porque las empresas grandes lo hacen, o porque el contador lo pide o porque los necesitamos para armar el balance general. El objetivo principal es contar con información suficiente y útil para: minimizar costos de producción y aumentar la liquidez.

Para eso hay que mantener un nivel de inventario óptimo y, comenzar a utilizar la tecnología, simplifica las tareas de control de stock con la consecuente disminución de gastos operativos.

Naddor, E (1995) Los programas de cómputo son excelentes, sin embargo, el que estén bien estructurados no nos garantiza que vayan a cubrir nuestras necesidades de información, si no los alimentamos con información real y constante.

En el caso de las microempresas recomiendo la utilización de una de las herramientas más sencillas pero más poderosas que la tecnología actual nos ha brindado: la hoja de cálculo.

El problema en cuanto a la cuantificación de los inventarios puede ser tan grande o tan pequeño como nuestra gama de productos.

No necesariamente una gama de productos extensa implica problemas grandes, lo que sí complica la operación de nuestro negocio es una gran gama de productos dentro de la materia prima, es decir, si vendemos pizzas, pero también vendemos sushi, tortas, pastas, helados, pollo y comida internacional, entonces nos enfrentamos con una diversificación excesiva que nos obliga a tener un inventario demasiado alto.

Castañas, D (1998) Mediante el control de inventarios se eliminan los tiempos muertos ya que cualquier cajera capacitada puede llevar a cabo el registro, con el apoyo de la persona encargada de recibir el material.

Para el conteo físico siempre se puede utilizar al personal operativo, de modo que sea más rápido. El objetivo es que el empresario siempre cuente con información valiosa para un mejor control de sus costos y su flujo de efectivo.

Como problemas frecuentes en el control de inventarios puedo señalar:

1. Falta de registros
2. Exceso de inventario
3. Insuficiencia de inventario
4. Baja calidad de la materia prima dada su caducidad
5. Robo
6. Mermas
7. Desorden

Hay procedimientos para el control de la mercadería y del almacén que permiten resolver los problemas mencionados en gran medida.

El manejo eficiente y eficaz del inventario trae amplios beneficios inherentes: venta de productos en condiciones óptimas, control de los costos, estandarización de la calidad... todo en aras de tener mayores utilidades.

## Ventas

Meltom Technologies (2001) El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.

Por ello, es imprescindible que todas las personas que están involucradas en actividades de mercadotecnia y en especial, de venta, conozcan la respuesta a una pregunta básica pero fundamental:

Definición de venta, según diversos autores:

- La American Marketing Association, (2010) define la venta como "el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)"
- El Diccionario de Marketing de Cultural S.A., (2011) define a la venta como "un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero". También incluye en su definición, que "la venta puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador"

- Allan L. Reid, (2011) autor del libro "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones", afirma que la venta promueve un intercambio de productos y servicios
- Ricardo Romero, (2012) autor del libro "Marketing", define a la venta como "la cesión de una mercancía mediante un precio convenido. La venta puede ser: 1) al contado, cuando se paga la mercancía en el momento de tomarla, 2) a crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición y 3) a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas"
- Laura Fischer y Jorge Espejo, (2012) autores del libro "Mercadotecnia", consideran que la venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como "toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan además, que es "en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)"
- El Diccionario de la Real Academia Española, (2000) define a la venta como "la acción y efecto de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado".

En síntesis, la definición de venta enfoca la misma desde dos perspectivas diferentes:

1. Una perspectiva general, en el que la venta es la transferencia de algo (un producto, servicio, idea u otro) a un comprador mediante el pago de un precio convenido.
2. Una perspectiva de mercadotecnia, en el que la venta es toda actividad que incluye un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor 1) identifica las necesidades y/o deseos del

comprador, 2) genera el impulso hacia el intercambio y 3) satisface las necesidades y/o deseos del comprador (con un producto, servicio u otro) para lograr el beneficio de ambas partes.

En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

Meltom Technologies (2001) Para algunos, la venta es una especie de arte basada en la persuasión. Para otros es más una ciencia, basada en un enfoque metodológico, en el cual se siguen una serie de pasos hasta lograr que el cliente potencial se convenza de que el producto o servicio que se le ofrece le llevará a lograr sus objetivos en una forma económica.

Una venta involucra al menos tres actividades: 1) cultivar un comprador potencial, 2) hacerle entender las características y ventajas del producto o servicio y 3) cerrar la venta, es decir, acordar los términos y el precio. Según el producto, el mercado, y otros aspectos, el proceso podrá variar o hacer mayor énfasis en una de las actividades.

### **Tipos de ventas**

Según Gerencia.com (2011) Existen diversos tipos de venta. Algunos relevantes incluyen:

**Ventas directas:** involucran contacto directo entre comprador y vendedor (ventas al detal, ventas puerta a puerta, venta social).

**Ventas industriales:** ventas de una empresa a otra.

**Ventas indirectas:** ocurre un contacto, pero no en persona (telemarketing, correo).

**Ventas electrónicas:** vía Internet (B2B, B2C, C2C).

**Ventas intermediadas:** por medio de corredores.

Otros tipos de ventas incluyen: ventas consultivas, ventas complejas.

### **Volumen de ventas**

Mediowild (2012) El volumen de ventas, en economía, es una magnitud contable que agrega todos los ingresos que una empresa o unidad contable ha tenido, con motivo de su actividad ordinaria, en un periodo de tiempo determinado.

El volumen de ventas es una de las partidas que componen el resultado operativo.

Por otra parte, el volumen de ventas es una magnitud de gran importancia a la hora de evaluar el tamaño y la solvencia de una empresa. Para evaluar la solvencia suele tenerse en cuenta otras cifras como el resultado operativo, el capital social, el ebitda o la misma suma de los activos. Para evaluar el tamaño de la empresa también se tienen en cuenta otras cifras no puramente económicas, como el número de empleados.

### **Niveles de ventas**

Kruegeer (2012) Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ( $IT = CT$ ). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas/organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

### **Medidas para aumentar los niveles de ventas**

Impulsapopular (2012) Todo empresario sueña con que sus niveles de ventas aumenten más cada día y que al finalizar el mes todos sus vendedores hayan cumplido con las metas de ventas establecidas. Sin embargo, no siempre funciona así, ya que las exigencias del mercado se



incrementan constantemente, y la competencia también hace su trabajo, y así a diario surgen nuevas opciones sustitutas o alternativas para los consumidores.

Lo primero es que si quieres obtener resultados diferentes, debes tomar acciones diferentes. Si de una manera ves que las cosas no fluyen, cambia de dirección, actúa diferente y busca nuevas formas de hacerlo. Es importante que revises tu personal y que constantemente busquen en equipo implementar nuevas tácticas de ventas.

Impulsapopular (2012) Otro aspecto vital es aumentar el volumen de prospectos clientes y la calidad de los productos o servicios que ofreces. Tal vez haya muchas personas interesadas en ser tu cliente, pero no tienen el nivel adquisitivo para serlo. Debes emplear las acciones necesarias para atraer clientes buenos, que sepan valorar la calidad de tus productos y servicios y sobre todo que tengan la necesidad de consumo de lo que vendes.

También es bueno que ejecutes estrategias de mercadeo que te permitan posicionar tu marca en las mentes de los consumidores. Puedes implementar infinidad de acciones, como por ejemplo: campañas publicitarias en internet, acciones de relaciones públicas en radio, televisión o prensa escrita, implementar un programas de referidos con tus clientes actuales, o efectuar promociones que faciliten el conocimiento de tu oferta ante nuevos clientes.

Además, es importante que constantemente capacites a tu fuerza de venta. Al formar a tus vendedores, puedes lograr que ellos conozcan el producto a profundidad y sobre todo que desarrollen las técnicas de ventas necesarias para poder influir sobre el consumidor. La inversión en tus empleados se traducirá en ganancias tangibles para tu empresa.

Impulsapopular (2012) Otra medida para aumentar la frecuencia de venta es realizar programas de lealtad entre tus clientes como que los premien,

que les hagan descuento o simplemente que les hagan sentir importantes. Retribúyeles a tus consumidores un porcentaje aunque sea mínimo de los que ellos te han dado a ti. Dentro de poco, verás cómo vuelven y serán los primero voceros de tu empresa.

Crear paquetes comerciales o combos es otra opción que puede ayudarte a aumentar tus ventas. Esto no significa aumentar los precios, sino más bien crear paquetes para que te compren en mayor volumen y de esta manera le ofrezcas un valor agregado a tu clientela.

Finalmente, si es necesario, buscar la ayuda de un profesional de la materia para que te sirva de coach. Esta persona te guiará y te aconsejará para que todos los pasos que des estén orientados a alcanzar tus objetivos y por ende, a traducirlos en éxito.

### **Relación entre ventas e inventario**

Enrique Pereira vivas (2013) Para que la fuerza de ventas haga su trabajo, debe haber suficiente inventario disponible para la venta. Una relación exitosa entre las operaciones de ventas y el inventario se debe ya sea a un ritmo predecible de rotación de inventarios, a unas ventas consistentes, o a una comunicación fiable entre las dos divisiones de manera que el departamento de inventario sepa de cuánto es la necesidad del departamento de ventas. Para que este sistema funcione sin problemas, el departamento de ventas debe tener una idea clara de cuánto tiempo tarda el departamento de inventario en adquirir más productos, a través de la producción o el pedido, y debe planificar sus órdenes en consecuencia.

La relación que existe entre los inventarios y las ventas en el presente estudio es de vital importancia porque la situación actual de la empresa presenta falencias en el control de los inventarios y está afectando los niveles de ventas, las ventas que se realizan no tienen un registro de inventario provocando errores en la adquisición de mercaderías por no saber el número de existencias que tienen.

## **FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### **Constitución de la República del Ecuador**

Sección novena

#### **Personas usuarias y consumidoras.**

Capítulo tercero

#### **Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria.**

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

**Art. 53.-** Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

**Art. 54.-** Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad

defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

**Art. 55.-** Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

## **Plan Nacional del Buen vivir 2013-2017**

### **Objetivo 9**

#### **Garantizar el trabajo digno en todas sus formas**

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

Al olvidar que trabajo es sinónimo de hombre, el mercado lo somete al juego de la oferta y demanda, tratándolo como una simple mercancía Polanyi, (1980). El sistema económico capitalista concibe al trabajo como un medio de producción que puede ser explotado, llevado a la precarización, y hasta considerarlo prescindible. El trabajo, definido como tal, está subordinado a la conveniencia de los dueños del capital, es funcional al proceso productivo y, por lo tanto, está alejado de la realidad familiar y del desarrollo de las personas.

En contraste con esa concepción, y en función de los principios del Buen Vivir, el artículo 33 de la Constitución de la República establece que el trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo, en sus diferentes formas, es fundamental para el desarrollo saludable de una economía, es fuente de realización personal y es una condición necesaria para la consecución de una vida plena. El reconocimiento del trabajo como un derecho, al más alto nivel de la legislación nacional, da cuenta de una histórica lucha sobre la cual se han sustentado organizaciones sociales y procesos de transformación política en el país y el mundo.

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas. En perspectiva, el trabajo debe apuntar a la realización personal y a la felicidad, además de reconocerse como un mecanismo de integración social y de articulación entre la esfera social y la económica.

La Constitución establece de manera explícita que el régimen de desarrollo debe basarse en la generación de trabajo digno y estable, el mismo que debe desarrollarse en función del ejercicio de los derechos de los trabajadores (art. 276). Lo anterior exige que los esfuerzos de política pública, además de impulsar las actividades económicas que generen trabajo, garanticen remuneraciones justas, ambientes de trabajo saludables, estabilidad laboral y la total falta de discriminación. Una sociedad que busque la justicia y la dignidad como principios fundamentales no solamente debe ser evaluada por la cantidad de trabajo que genera, sino también por el grado de cumplimiento de las garantías que se establezcan y las condiciones y cualidades en las que se efectúe. Asimismo, debe garantizar un principio de igualdad en las oportunidades al trabajo y debe buscar erradicar de la manera más enfática cualquier figura que precarice la condición laboral y la dignidad humana.

Lo anterior también implica considerar la injerencia directa del Estado en los niveles de trabajo como empleador –especialmente como empleador de última instancia–, con el objeto de asegurar el acceso al trabajo a las poblaciones en condición de vulnerabilidad económica y de garantizar la total aplicación del concepto constitucional del trabajo como un derecho.

De la misma manera, las acciones del Estado deben garantizar la generación de trabajo digno en el sector privado, incluyendo aquellas formas de producción y de trabajo que históricamente han sido invisibilizadas y desvalorizadas en función de intereses y relaciones de poder. Tanto a nivel urbano como rural, muchos procesos de producción y de dotación de servicios se basan en pequeñas y medianas unidades familiares, asociativas o individuales, que buscan la subsistencia antes que la acumulación. Amparándose en la Constitución de la República, es necesario profundizar el reconocimiento y el apoyo a estas distintas formas de trabajo, sobre todo a las que corresponden al autosustento y al cuidado humano, a la reproducción y a la supervivencia familiar y vecinal (arts. 319 y 333).

Para alcanzar este objetivo, debemos generar trabajos en condiciones dignas, buscar el pleno empleo priorizando a grupos históricamente excluidos, reducir el trabajo informal y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales. Hay que establecer la sostenibilidad de las actividades de autoconsumo y autosustento, así como de las actividades de cuidado humano, con enfoque de derechos y de género. El fortalecimiento de los esquemas de formación ocupacional y capacitación necesita articularse a las necesidades del sistema de trabajo y a la productividad laboral.

## **VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Variable independiente: Control de inventario**

El control de inventario es el proceso de adoptar procedimientos para limitar el costo total del inventario. Los procedimientos de control concluyen

pedidos de balances contra fondos que están disponibles para elementos o productos en el inventario, salidas de despensa de la mercadería que ya no es necesaria y mantener un nivel de almacenamiento adecuado para cumplir con los pedidos. El control de inventario es una operación principal de una compañía u organización logística que maneja la recepción almacenamiento y distribución de elementos.

### **Variable dependiente: Nivel de ventas**

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto.

### **DEFINICIONES CONCEPTUALES**

**Activo:** conjunto o segmento cuantificable de los beneficios futuros fundadamente esperados y controlados por una entidad, representados por efectivo, derechos, bienes o servicios, como consecuencia de transacciones pasadas o de otros eventos ocurridos.

**Compras:** Adquisiciones de mercancía efectuadas durante el ejercicio, de contado o a crédito.

**Confiabilidad:** Característica de la información contable por la cual el usuario la utiliza y acepta para tomar decisiones.

**Consistencia:** Las políticas contables son consistentes de un período a otro.

**Costo:** Precio de intercambio de los bienes y servicios en la fecha de su adquisición. Sacrificio económico, expresado en unidades monetarias, necesarios para obtener un recurso o bien.

**Costo Promedio:** Método de valuación de inventario que consiste en determinar un nuevo precio de costo cada vez que se realice una transacción, dividiendo el saldo entre la existencia.

**Cuenta:** Registro donde se anota en forma clara, ordenada y comprensible los aumentos y las disminuciones que sufren un valor o concepto del activo, pasivo o capital contable, como consecuencia de las operaciones realizadas por la entidad.

**Dinero:** denominador común de toda la actividad económica, debido a que ningún otro instrumento es tan sencillo, aceptable, valioso y universal.

**Empresa:** Conjunto de elementos humanos, técnicos, materiales, financieros y capitales, cuyo objetivo natural y principal es la prestación de servicios a la comunidad o a la obtención de lucro, coordinados por una autoridad encargada de tomar decisiones acertadas para el logro de objetivos.

**Entidad:** lo que tiene ser, es decir, aquello que existe.

**Estado de resultado:** Estado financiero que permite juzgar los resultados de operaciones de una empresa en un periodo, a través de la utilidad o pérdida neta del ejercicio. Muestra los ingresos, devoluciones, costos, gastos y la utilidad o pérdida resultante en el período.

**Ganancia:** Ingreso resultante de una transacción incidental o derivada del entorno económico, social, político o físico, durante un período contable, que por su naturaleza se debe presentar neto de su costo correspondiente.

**Gasto:** Decremento bruto de activos o incremento de pasivos experimentado por una entidad, con efecto en su utilidad neta, durante un período contable, como resultado de las operaciones que constituyen sus actividades primarias o normales y que tienen por consecuencia la generación de ingresos.

**Gasto de compra:** Precio de costo pagado por el traslado de las mercancías adquiridas, incluyendo fletes, acarreos, maniobras de carga y descarga, impuestos, derechos aduanales, etc.



**Ingreso:** Incremento bruto de los activos o disminución experimentados por una entidad, con efecto en su utilidad neta, durante un periodo contable como resultado de las operaciones que constituyen sus actividades primarias o normales.

**Inventario Final:** Total de las existencias de mercancías al finalizar un periodo contable, valuado a precio de costo.

**Inventario Inicial:** Total de existencias de mercancías al iniciar un periodo contable, valuado a precio de costo.

**Libro Diario:** Registro donde se anotan cronológicamente las operaciones realizadas, para llevar un control y organización de las mismas.

**Libro Mayor:** Registro de segunda anotación donde se encuentran, en folios independientes, los movimientos que tuvieron las cuentas de activo, pasivo, capital y resultados, como consecuencia de las operaciones realizadas.

**Mercancía Disponible:** Es la suma del inventario inicial, mas las compras netas.

**Pasivo:** Recursos de que dispone una entidad para la realización de sus fines, que han sido aportados por fuentes externas (acreedores), derivados de transacciones o eventos realizados, que hacen nacer una obligación presente de transferir efectivo, bienes y servicios virtualmente ineludibles en el futuro, que reúnan los requisitos de ser identificables y cuantificables razonablemente en unidades monetarias.

**Pérdida:** Gasto resultante de una transacción incidental o derivada del entorno económico, social, político o físico en que el ingreso consecuente es inferior al gasto y que por su naturaleza se debe presentar neto del ingreso respectivo.

**Período contable:** División en la vida de la empresa para la toma de decisiones. Las operaciones y eventos, así como los efectos se identifican

con el periodo en que ocurren. Los costos y gastos deben identificarse con el ingreso originario, independiente de la fecha en que se paguen.

**Procedimiento de inventarios perpetuos:** Consiste en el registro y control de las operaciones de mercancías, a precio de costo y a precio de venta, controlando las entradas y salidas de almacén, conociendo en cualquier momento el inventario final y el costo de venta.

**Proceso:** conjunto de acciones o actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar con un fin.

**Realización:** Las operaciones y eventos se consideran realizados cuando se han efectuado transacciones con otros entes, han tenido lugar transformaciones internas y han ocurrido eventos externos a la entidad, identificables y susceptibles de ser cuantificados en unidades monetarias.

**Utilidad:** Características de la información contable de adecuarse a los propósitos del usuario.

**Ventas:** Total de mercancías vendidas a los clientes, ya sea de contado o a crédito, registradas a precio de venta.

**Volumen de Ventas:** es una medida contable que recoge los ingresos que una empresa ha obtenido con motivo de actividad durante un periodo determinado de tiempo. Es una magnitud contable que agrega todos los ingresos que una empresa o unidad contable ha tenido, con motivo de su actividad ordinaria, en un periodo de tiempo determinado.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

RETINTONER, es una empresa ecuatoriana con 10 años de experiencia en el mercado papelerero y asistencia técnica en reparación de impresoras, ofreciendo a nuestros clientes la mejor selección en marcas y productos.

Nuestra especialidad es la distribución de papelería, suministros de oficina y útiles escolares, al por mayor y menor, en oficinas, colegios, y empresas con el mejor surtido y entrega inmediata.

Nuestros clientes nos prefieren por la excelente calidad de los productos, precios competitivos y el servicio personalizado.

#### **MISION**

Somos una empresa ecuatoriana especializada en la comercialización de suministros de oficina, útiles escolares, complementada con asistencia técnica en reparación de impresoras; que brinda servicio con personal capacitado y precios competitivos en el mercado.

#### **VISION**

Ser la empresa líder en el mercado, con cobertura nacional, en la comercialización de suministros de oficina, útiles escolares y asistencia técnica en la reparación de impresoras, reconocida por su excelencia en el servicio, productos de alta calidad y responsabilidad social empresarial.

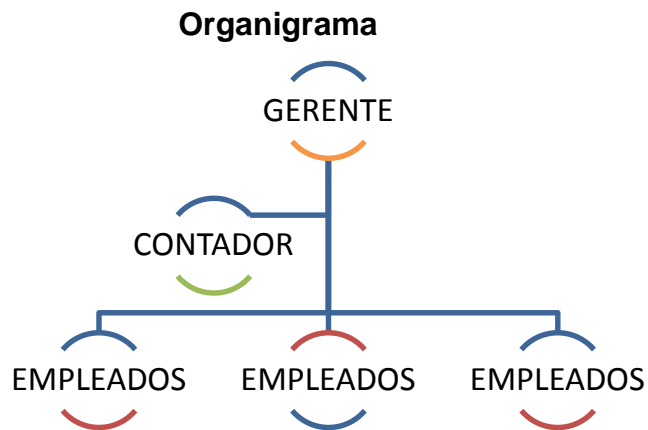
#### **VALORES INSTITUCIONALES**

- Amor, Pasión y Fe
- Superación Personal

- Comunicación Abierta y Franca
- Honestidad
- Trabajo en Equipo
- Lealtad
- Puntualidad

## ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL

**Cuadro 2**



**Elaborado por:** Juliana Gutiérrez.

## CLIENTES MÁS IMPORTANTES

- Colegio Vicente Rocafuerte de Guayaquil
- Perfumería Bibis
- Toyocosta
- Autolasa
- Guayaquil Tennis Club
- Importadora Galarza
- Importadora Bohorquez
- Suministros de Oficina Bismark

## **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

**Investigación Cualitativa.-** Izquierdo (2000) La investigación cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento. En otras palabras, investiga el por qué y el cómo se tomó una decisión, en contraste con la investigación cuantitativa la cual busca responder preguntas tales como cuál, dónde, cuándo. La investigación cualitativa se basa en la toma de muestras pequeñas.

**Investigación Cuantitativa.-** Tamayo (2002) La investigación cuantitativa se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas. Esto ya hace darle una connotación que va más allá de un mero listado de datos organizados como resultado; pues estos datos que se muestran en el informe final, están en total consonancia con las variables que se declararon desde el principio y los resultados obtenidos van a brindar una realidad específica a la que estos están sujetos.

Se desarrollará un diseño de investigación cualitativa y cuantitativa, en vista de que se usarán diversos instrumentos que ayuden a la observación de las variables presentadas en la formulación del problema.

## **TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **Investigación exploratoria.**

Cotrina, (2009) Recibe este nombre la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación.

## **Investigación descriptiva**

Cotrina, (2009) utiliza el método de análisis, logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Al igual que la investigación que hemos descrito anteriormente, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad.

## **Investigación explicativa**

Cotrina, (2009) Se requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta de los porqués del objeto que se investiga.

La investigación está ubicada dentro de la metodología de investigación de campo, debido a que se realizó en el lugar donde se presenta el problema, estableciendo una interacción entre los objetivos del estudio y la realidad actual de la organización, ha sido necesario aplicar instrumentos de recolección de datos y en base a las opiniones vertidas por ello se tiene las pautas para elaborar una propuesta consistente.

## **LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

Población según (Sábato, 2009) “Es el conjunto de todos los elementos de los cuales podemos tener alguna información, con características que la delimitan e identifican”.

### **Población infinita**

(© WebProfit Ltda., 2002) “Es infinita si se incluye un gran conjunto de medidas y observaciones que no pueden alcanzarse en el conteo.

## **Población finita**

(BONILLA & GUEVARA, 2009) “Población finita es aquella que está delimitada y conocemos el número de elementos que la integran”.

Se define universo infinito, cuando no se determina un límite en cuanto al número de observaciones que cada uno de ellos puede generar.

**Cuadro 3 Población**

<b>Elementos</b>	<b>Cantidad</b>
Personal Administrativo	10
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

**Elaborado por:** Juliana Gutiérrez

## **Muestra**

(CADENAS, 1974) Manifiesta: “una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia”.

En el presente proyecto no se va a tomar muestra porque se analizará a toda la población.

## **TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

### **Observación**

PUENTE, (2000) “Una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.”

La observación consiste en prestar mucha atención a la forma como se están suscitando los hechos o situación y realizar apuntes para su posterior estudio. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. Un científico es, ante todo, un observador cuidadoso y metódico.

### **Diagrama de Pareto**

www.quees.info (2013) El diagrama de Pareto es una herramienta de análisis que ayuda a tomar decisiones en función de prioridades, el diagrama se basa en el principio enunciado por Vilfredo Pareto que dice:

"El 80% de los problemas se pueden solucionar, si se eliminan el 20% de las causas que los originan".

En otras palabras: un 20% de los errores vitales, causan el 80% de los problemas, o lo que es lo mismo: en el origen de un problema, siempre se encuentran un 20% de causas vitales y un 80% de triviales.

Es por lo enunciado en los párrafos anteriores que al Diagrama de Pareto también se le conoce también como regla 80 - 20 o también por "muchos triviales y pocos vitales" o por la curva C-A-B.

El diagrama de Pareto es un caso particular del Figura de barras, en el que las barras que representan los factores correspondientes a una magnitud cualquiera están ordenados de mayor a menor (en orden descendente) y de izquierda a derecha.

Los pasos a seguir para la elaboración de un diagrama de Pareto son:

**1. Seleccionar los datos:** que se van a analizar, así como el periodo de tiempo al que se refieren dichos datos.



**2. Agrupar los datos:** por categorías, de acuerdo con un criterio determinado.

**3. Tabular los datos:** Comenzando por la categoría que contenga más elementos y, siguiendo en orden descendente, calcular: Frecuencia absoluta. Frecuencia absoluta acumulada. Frecuencia relativa unitaria. Frecuencia relativa acumulada.

**4. Dibujar el diagrama de Pareto.**

**5. Representar el Figura de barras:** correspondiente que, en el eje horizontal, aparecerá también en orden descendente.

**6. Delinear la curva acumulativa:** Se dibuja un punto que represente el total de cada categoría. Tras la conexión de estos puntos se formará una línea poligonal.

**7. Identificar el diagrama,** etiquetándolo con datos como: título, fecha de realización, periodo estudiado.

**8. Analizar el diagrama de Pareto.**

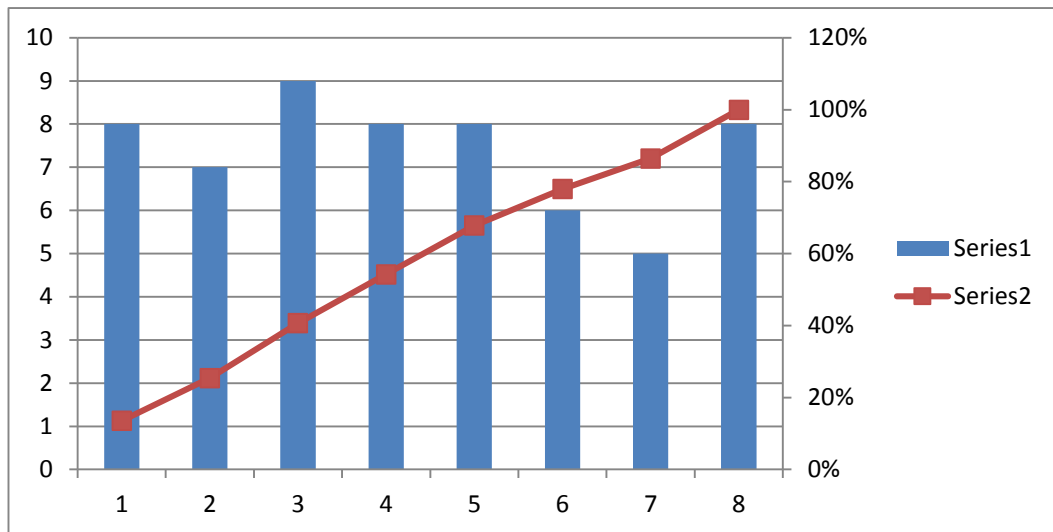
**Cuadro 4** Diagrama de Pareto

Nº	Aspectos a evaluar	cantidad	%	acumulativo de cantidad	% acumulativo
1	Tiempo transcurrido entre la fecha en que se hace el pedido y la que recibe la mercancía	8	14%	8	14%
2	Disponibilidad de mercadería	7	12%	15	25%
3	Comunicación entre empleados al momento de hacer los pedidos	9	15%	24	41%
4	Manejo de registro	8	14%	32	54%
5	Desorden en las bodegas	8	14%	40	68%
6	Precisión en la información	6	10%	46	78%
7	Funciones de los empleados	5	8%	51	86%
8	Control de inventario	8	14%	59	100%
		<b>59</b>	<b>100%</b>		

**Elaborado por:** Juliana Gutiérrez

**Figura 1**

**Diagrama de Pareto**



**Elaborado por:** Juliana Gutiérrez

Se observó en el diagrama de Pareto que las causas que se tiene que centrar la empresa Retintoner S.A. para mejorar el nivel de sus ventas son: el tiempo transcurrido entre la fecha en que se hace el pedido y la que recibe la mercancía, la disponibilidad de mercadería, la comunicación entre empleados al momento de hacer los pedidos, el manejo de registro, el desorden en las bodegas, y el control de inventario.

### **Determinación de las causas de mayor incidencia**

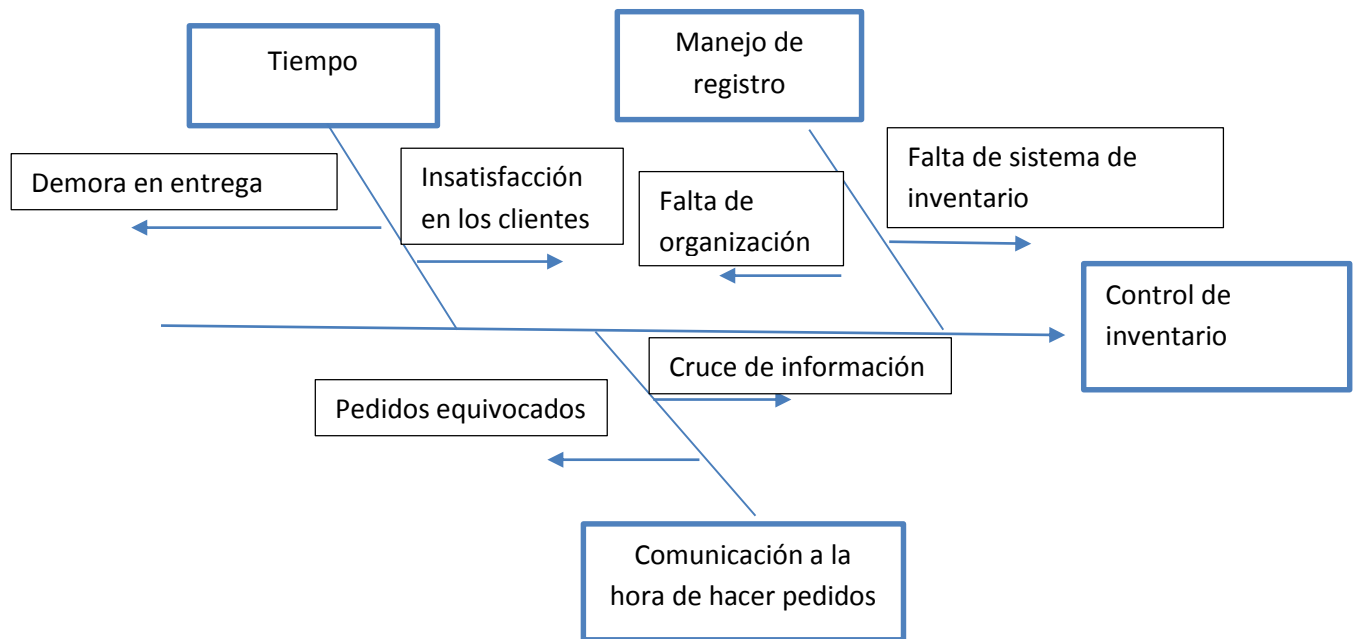
El análisis de las causas que originan la disminución del nivel de las ventas se realizará apoyando en el diagrama de Ishikawa.

www.quees.info (2013) El diagrama de causa - efecto es conocido también como el “diagrama de las espigas de pescado” por la forma que tiene o bien con el nombre de Ishikawa por su creador, fue desarrollado para facilitar el análisis de problemas mediante la representación de la relación entre un efecto y todas sus causas o factores que originan dicho efecto, por este motivo recibe el nombre de “Diagrama de causa – efecto” o diagrama causal.

Este diagrama fue desarrollado por K. Ishikawa y por su forma recuerda a una espina de pescado (de ahí su otro nombre), el objeto de Ishikawa era obtener un Figura de fácil interpretación que pusiera de manifiesto las relaciones entre un efecto y las causas que lo producen, de manera que quedasen expuestas visualmente todas las causas que contribuyen a un efecto hasta el nivel que se desease, aunque en la mayoría de los casos la intención es llegar hasta las causas raíz.

A continuación el diagrama de Ishikawa de los resultados de la encuesta aplicada.

**Cuadro 5 Causa y efecto**



## **PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

Con las técnicas aplicadas realizará el estudio estadístico el mismo que dará lugar a los resultados de las preguntas de investigación antes mencionadas. Con la encuesta realizada se conocerá los puntos de vista de los funcionarios con relación directa al problema y ayudará a obtener la información clave para la solución del mismo, estos datos mostrarán ciertos factores que inciden, en el proceso de funcionamiento de la empresa.

Una vez aplicado el instrumento, se procederá a la agrupación de los ítems por dimensiones, con los registros de las opiniones de cada encuestado. Se analizarán los resultados de las repuestas por medio de la estadística descriptiva, los cuales se agruparán según cada alternativa de repuestas, tabulados en una matriz de datos, que será mostrada en distribución de frecuencias absolutas y porcentuales.

Luego, se hará una representación gráfica en forma de pastel para una rápida visualización de los resultados, con el propósito de explicar los rangos, aspectos y propiedades en relación a las variables objeto de estudio. De allí, se formulará la propuesta del proyecto y posteriormente las conclusiones y recomendaciones.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

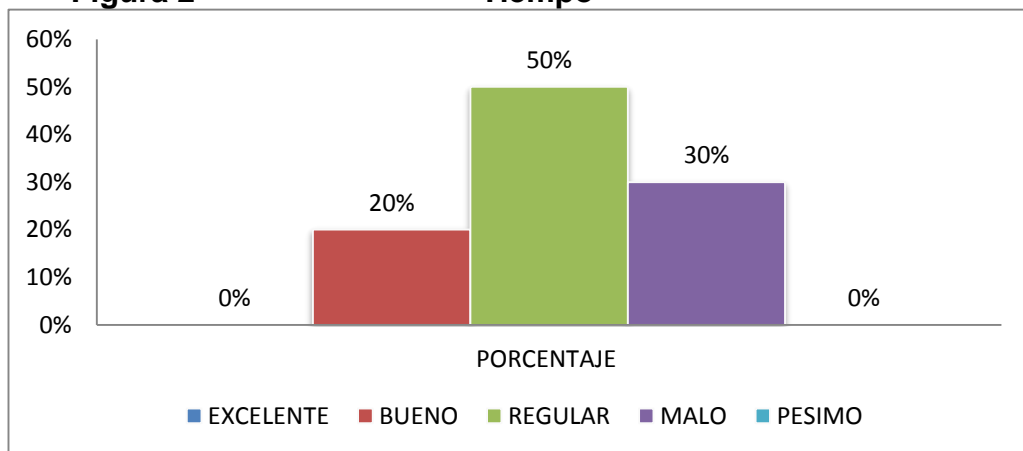
1.- ¿Cómo considera usted el tiempo transcurrido entre la fecha en que se hace el pedido y la que recibe la mercancía?

**Cuadro 6** Tiempo

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>EXCELENTE</b>	0	0%
<b>BUENO</b>	2	20%
<b>REGULAR</b>	5	50%
<b>MALO</b>	3	30%
<b>PESIMO</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juliana Gutiérrez

**Figura 2** Tiempo



Elaborado por: Juliana Gutiérrez

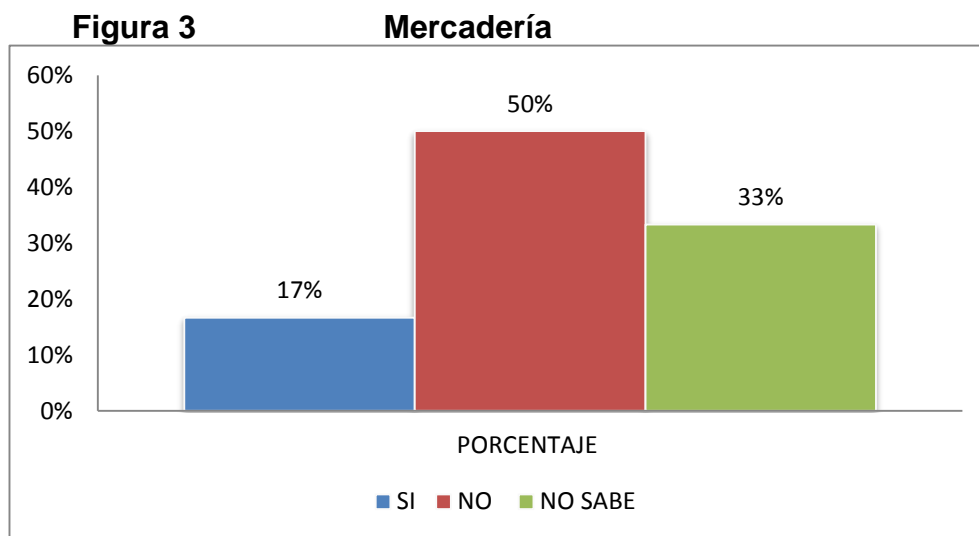
#### Análisis e interpretación

El 50% de los encuestados respondieron que es regular el tiempo transcurrido entre la fecha en que se hace el pedido y la que recibe la mercancía, un 30% que es malo y el restante 20% que es bueno. De los datos obtenidos se evidenció que la empresa tiene falencias en el tiempo de entrega de la mercadería lo que provoca insatisfacción en sus clientes.

**2.- ¿Considera usted que existe disponibilidad de mercadería en la empresa Retintoner?**

<b>Cuadro 7 Mercadería</b>		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>SI</b>	2	17%
<b>NO</b>	6	50%
<b>NO SABE</b>	4	33%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juliana Gutiérrez



Elaborado por: Juliana Gutiérrez

**Análisis e interpretación**

El 50% de los encuestados respondieron que no existe disponibilidad en la mercadería que tiene la empresa, un 33% no sabe y el restante 17% que si existe mercadería, de los datos obtenidos se observó que hay deficiencia en la existencia de mercadería por no contar con un control en sus inventarios, por lo que desconocen cuanta mercadería tienen en stock.

### 3.- ¿Considera usted que existe comunicación entre empleados al momento de hacer los pedidos?

**Cuadro 8**

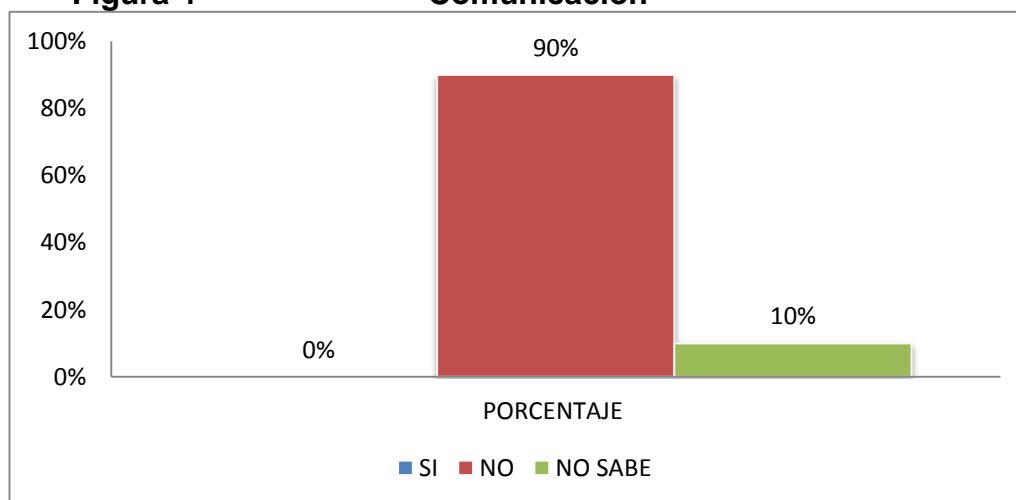
#### Comunicación

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	9	90%
NO SABE	1	10%
TOTAL	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juliana Gutiérrez

**Figura 4**

#### Comunicación



Elaborado por: Juliana Gutiérrez

### Análisis e interpretación

El 90% de los encuestados respondieron que no existe comunicación entre empleados al momento de hacer los pedidos, lo que se evidencia en las existencias que se encuentran en la bodega de la empresa, por lo que los productos que más tienen rotación no hay en la bodega y en cambio los productos que tienen poca rotación se encuentran en la bodega en ocasiones causando caducidad de estos.

#### 4.- ¿Cómo considera usted el manejo de registro de las existencias de la empresa?

**Cuadro 9**

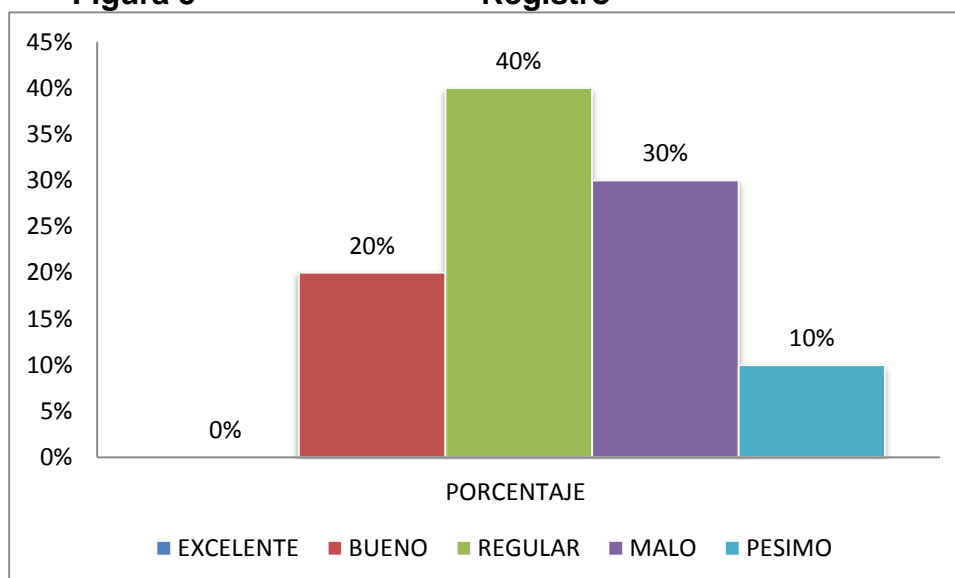
#### Registro

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>EXCELENTE</b>	0	0%
<b>BUENO</b>	2	20%
<b>REGULAR</b>	4	40%
<b>MALO</b>	3	30%
<b>PESIMO</b>	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juliana Gutiérrez

**Figura 5**

#### Registro



Elaborado por: Juliana Gutiérrez

#### Análisis e interpretación

El 40% de los encuestados considera regular el manejo del registro de las existencias, un 30% lo considera malo, un 20% lo considera bueno y el restante 10% lo considera pésimo. De los datos obtenidos se observó que el personal de Retintoner, no lleva un buen manejo de sus registros por lo que hay un desconocimiento de las existencias que tiene la empresa y esto es a causa a que no se cuenta con control en sus inventarios.



**5.- ¿Considera usted que existe desorden en las bodegas de la empresa Retintoner?**

**Cuadro 10**

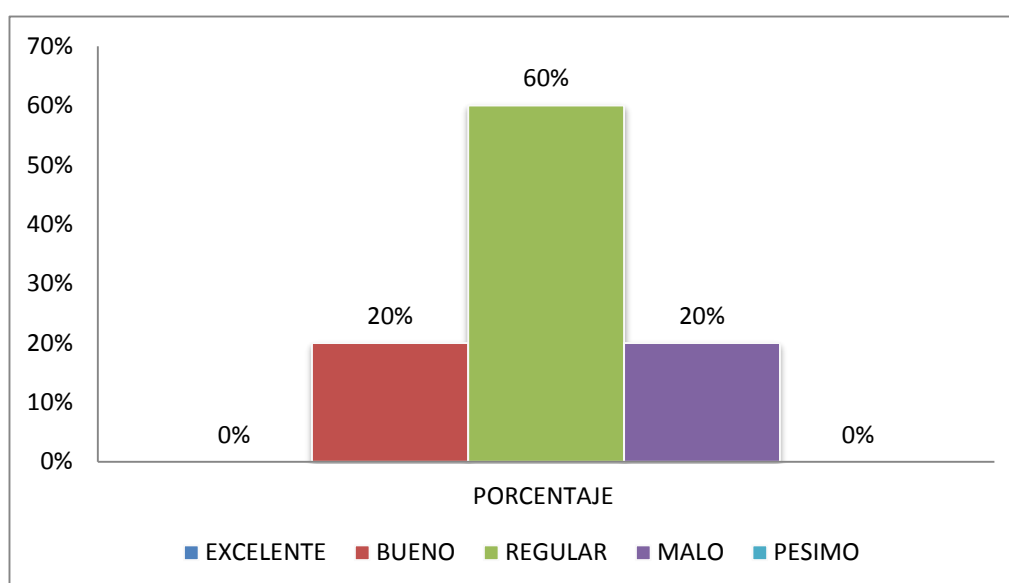
**Bodegas**

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>EXCELENTE</b>	0	0%
<b>BUENO</b>	2	20%
<b>REGULAR</b>	6	60%
<b>MALO</b>	2	20%
<b>PESIMO</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juliana Gutiérrez

**Figura 6**

**Bodegas**



Elaborado por: Juliana Gutiérrez

**Análisis e interpretación**

El 60% de los encuestados considera que si existe desorden en la bodega, por lo que cuando se busca la mercadería para la venta, como no se encuentra ordenado, el personal asume que no lo tienen en stock, y vuelve hacer pedido de algo que si se encontraba en bodega, que trae como consecuencia en algunas ocasiones que los productos caduquen.

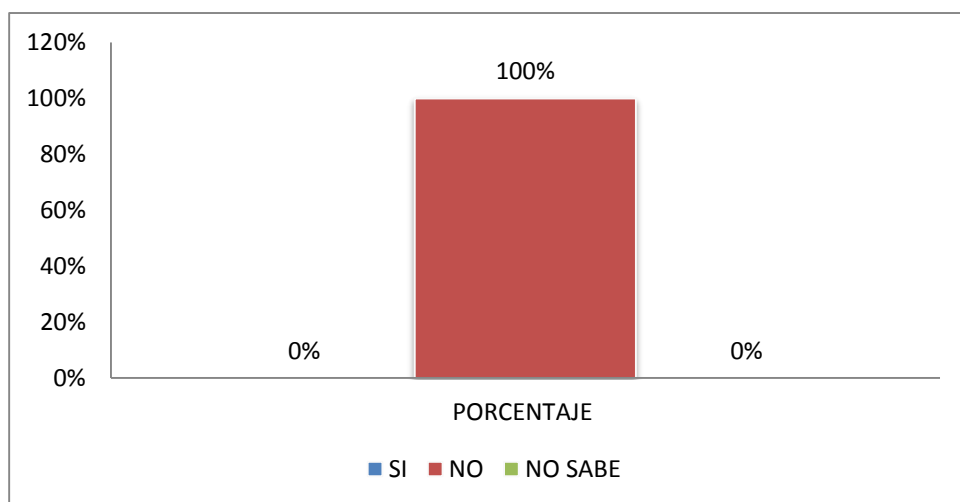
## 6.- ¿La empresa Retintoner cuenta con un control en sus inventarios?

**Cuadro 11** Control de inventario  
ALTERNATIVAS CANTIDAD PORCENTAJE

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	10	100%
NO SABE	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Juliana Gutiérrez

**Figura 7** Control de inventario



Elaborado por: Juliana Gutiérrez

### Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados respondieron que la empresa no cuenta con un control en sus inventarios, por lo que trae como consecuencia que se desconozca con cuanta existencia tiene su bodega, hacer pedidos de mercadería ya existente por el desorden en la bodega, también la insatisfacción de los clientes por la demora en el tiempo de entrega de la mercadería.

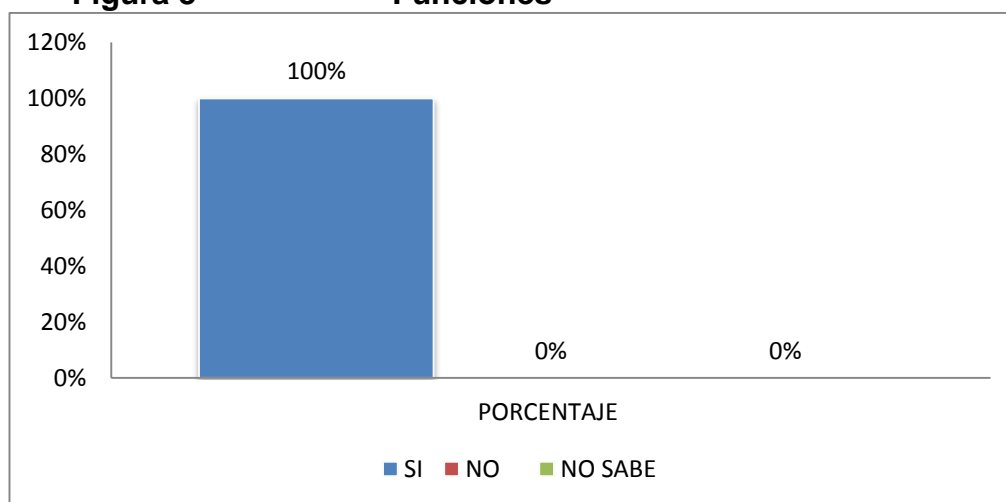
## 7.- ¿Considera usted que existe duplicación de funciones por parte de los empleados?

**Cuadro 12 Funciones**

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
NO SABE	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Juliana Gutiérrez

**Figura 8 Funciones**



Elaborado por: Juliana Gutiérrez

### Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados respondieron que en la empresa existe duplicación de función por lo que el personal que labora en Retintoner, en muchas ocasiones realiza las mismas tareas, esto provoca retrasos y falencias en la información que se presentan así como los registros de las existencias con que cuenta la empresa.

**8.- ¿Considera usted que la empresa Retintoner necesita implementar un control en sus inventarios?**

**Cuadro 13**

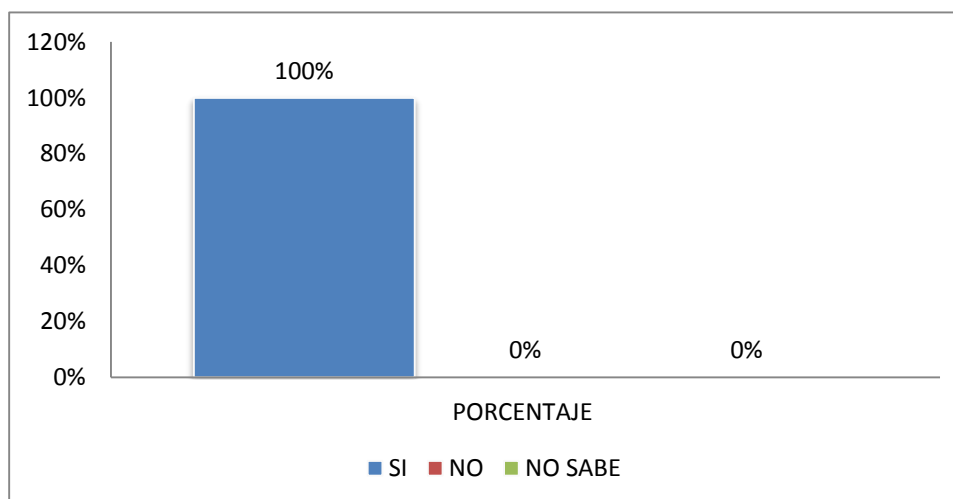
**Control**

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	50%
NO SABE	4	50%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Juliana Gutiérrez

**Figura 9**

**Control**



Elaborado por: Juliana Gutiérrez

**Análisis e interpretación**

El 100% de los encuestados respondieron que la empresa necesita implementar un control en sus inventarios, para dar solución a los problemas que se presentan en los inventarios, para conocer las existencias que se tienen en la bodega y optimizar el manejo de registro de las existencias.

## PLAN DE MEJORAS

Oportunidad de mejora:		Mejorar en el control del inventario			
<b>Meta:</b>	Aumento en el nivel de las ventas				
<b>Responsable:</b>	Juliana Gutiérrez				
¿QUÉ?	¿QUIÉN?	¿CÓMO?	¿POR QUÉ?	¿DÓNDE?	¿CUÁNDO?
Implementar un sistema de control de inventario	Juliana Gutiérrez, el personal de la empresa Retintoner	Realizando Talleres de gestión y control de inventario.  Adquisición de un sistema de inventario.  Realizando talleres de capacitación para el personal de cómo utilizar el sistema de inventario	Necesidad de aumentar el nivel de ventas.  Para disminuir las falencias en el registro de las existencias.  Para que el personal aprenda a utilizar un sistema de control de inventario	Empresa Retintoner  Área de bodega de la empresa Retintoner	Permanente

## **TALLER DE GESTION Y CONTROL DE INVENTARIO**

### **PRESENTACIÓN**

Quizás una de las actividades más ingratas y exigentes dentro de una empresa sea el manejo y la gestión de los inventarios, destinados en forma directa a la producción y los insumos necesarios indirectos.

Los profesionales que se desempeñan como responsables administran la mayor parte del capital del trabajo de forma tal que el material esté disponible en tiempo y forma, y en los niveles deseados, en los distintos almacenes o depósitos.

Es una actividad clave, inserta entre presiones financieras, de ventas y productivas, en la cual cada una de estas áreas busca que las decisiones relacionadas con el inventario, impacten lo menos posible en su actividad.

Las herramientas que el participante adquirirá en este taller, le permitirán ejecutar un correcto manejo de estos activos, y sobre todo argumentar e implementar decisiones relacionadas con el stock focalizadas a la búsqueda de generar un valor agregado de la función, ya sea a través de la generación de ahorros concretos, de cash flow, o garantizar la continuidad de una operación clave para la empresa.

### **OBJETIVOS**

- Determinar en cantidad, tiempo y tipo, la necesidad de materiales, insumos, semielaborados y productos terminados para satisfacer la demanda de los clientes y de las operaciones y procesos de la compañía, a un costo óptimo.
- Adquirir las competencias necesarias como para gestionar los tiempos de producción y entrega de los pedidos.

- Adquirir conocimientos para la toma de decisiones estratégicas y operativas de acuerdo a las políticas bajadas por la empresa.
- Establecer políticas y procedimientos de manejo de inventarios.

## **DESTINATARIOS**

Personas que trabajan en la empresa Retintoner y directivos.

## **METODOLOGÍA**

- Desarrollos teóricos conceptuales con un enfoque eminentemente aplicado, al incluir también casos donde se plantea la toma de una decisión utilizando los conceptos aprendidos
- Se tratarán problemáticas con ejercicios sobre casos reales
- Presentación en power point y multimedia
- Interacción expositora – participantes en sala, -Se utilizará material didáctico para el seguimiento de cada una de las clases
- Se le dará al participante, apuntes confeccionados por el docente

## **TEMARIO**

### **Módulo 1. Enfoque sistémico de la gestión de inventarios**

El manejo de inventarios en la Cadena de Valor

Diseño de un Sistema de Gestión de Inventarios

Subsistemas que interactúan con Gestión de Inventarios

Tipos de Demanda y su relación con el Inventario

### **Módulo 2. Planificación y control de inventarios**

Fijación de Políticas de Inventario

Función de Planificación y Control de Inventarios

Control y Metodología de Inventarios

### **Módulo 3. Evaluación económica de inventarios**

Costeo de Inventarios

Clasificación de los Inventarios

Principales KPI a controlar

### **Módulo 4. Reposición y control de evolución de inventarios**

Análisis de Evoluciones y Comportamientos de los Stocks

Cálculo de Lote Óptimo de Reposición (EOQ)

Métodos de Aprovisionamiento

Métodos de Cálculo de Lote a Ordenar

Establecer frecuencia de Pedido

Técnicas para evitar “Stocks Out” de material

### **Módulo 5. Tecnología soporte, manejo de materiales y almacenamiento**

Aplicación de la Tecnología de Información en la Administración de Inventarios

Registro, precisión y errores de las transacciones de inventario

Investigación de Causas de errores

Ubicación y Manejo dentro del almacén

Overview de técnicas de Almacenamiento



## **CONCLUSIONES**

- Una de las causas que más incide en el nivel de las ventas es el tiempo transcurrido entre la fecha en que se hace el pedido.
- La falta de comunicación entre empleados al momento de hacer los pedidos, ocasiona que no haya disponibilidad en las mercaderías y desorden en la bodega.
- El mal manejo del registro de las existencias es otras de las causas que más inciden en el inventario.
- Las funciones de los empleados, ocasiona que no haya la precisión en la información al momento de hacer los pedidos.
- El control de inventario es una de las causas más importante en la disminución de las ventas

## **RECOMENDACIONES**

- Implementar un sistema de inventario para aumentar el nivel de ventas.
- Capacitar a los empleados en el manejo del sistema de inventario.
- Establecer lineamientos en las funciones que los empleados ejercen.
- Mejorar el ambiente de trabajo para una óptima comunicación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Allan L. Reid, Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones, de, Editorial Diana, Pág. 54.
- American Marketing Asociation: MarketingPower.com, sección Dictionary of Marketing Terms, URL del sitio: <http://www.marketingpower.com/>.
- Buffa, E., “Administración de la producción y de las Operaciones”, Editorial Limusa, México, 1992
- Buffa, E., “Ciencias de la Administración e Investigación”, Editorial Limusa, México, 1994
- Burch, J.G y Strater, F.R., “Sistemas de Información”, Limusa, México, 1991
- Castañas, D., “Modelo Estadístico de Planificación de Inventarios”, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, 1998
- Cordera Martin José Gestión de Contabilidad. Ediciones Pirámides, Madrid, 1994 Administración financiera. Robert w. Johnson. Capitulo. Administración de inventarios. Inicio página 177.
- Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 340.
- Fischer Laura y Espejo Jorge, Mercadotecnia, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Págs. 26 y 27.
- Guajardo C. Gerardo. Contabilidad Financiera. México, 2da. Ed. Editorial McGraw-Hill, 1995.
- Hadley, G. y Whitin, T. M., “Analysis of Inventory Systems”, Editorial Prentice Hall, New York, 1963

- Holmes, W. Arthur. Principios y Procedimientos Contables. España, Editorial Hispanoamericana, 1990.
- Naddor, E., "Inventory Systems", Editorial John Wiley & Sons, Baltimore, 1995
- Narasimhan, M., y Billington, "Planeación de la Producción y Control de Inventario", Editorial Prentice Hall, México, 1996
- Romero Ricardo, Marketing, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 35.

### **Internet**

- [http://www.monografias.com/trabajos15/inventario/inventario.shtml#OBJET, 2510-2011.](http://www.monografias.com/trabajos15/inventario/inventario.shtml#OBJET,2510-2011)
- <http://www.monografias.com/trabajos60/control-inventarios/control-inventarios.shtml#ixzz34qQKZznA>
- <http://www.monografias.com/trabajos60/control-inventarios/control-inventarios2.shtml#ixzz35IEoTBrn>
- <http://www.degerencia.com/tema/ventas>
- <http://www.impulsapopular.com/marketing/ventas/4391-medidas-para-aumentar-los-niveles-de-ventas/>
- Del sitio web de la Real Academia Española: URL del sitio = <http://www.rae.es/>. Sección: Diccionario de la Lengua Española.

# **ANEXOS**

# **ANEXO 1**

## **Carta de autorización**

Guayaquil, Mayo 02 del 2014

Señores

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

Guayaquil.-

A petición de la estudiante:

Gutiérrez Reyes Juliana Margoth, alumna de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas, Comercial y Ciencia. Carrera de tecnólogo en administración de empresas he procedido a dar mi autorización para la investigación en la empresa Retintoner, la cual se les dará toda la colaboración requerida para ella.

Atentamente,

Johanna Gutiérrez

Gerente

# **ANEXO 2**

## **Encuesta**

## ENCUESTA

**1.- ¿Cómo considera usted el tiempo transcurrido entre la fecha en que se hace el pedido y la que recibe la mercancía?**

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Pésimo

**2.- ¿Considera usted que existe disponibilidad de mercadería en la empresa Retintoner?**

Si

No

No sabe

**3.- ¿Considera usted que existe comunicación entre empleados al momento de hacer los pedidos?**

Si

No

No sabe



**4.- ¿Cómo considera usted el manejo de registro de las existencias de la empresa?**

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Pésimo

**5.- ¿Considera usted que existe desorden en las bodegas de la empresa Retintoner?**

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Pésimo

**6.- ¿La empresa Retintoner cuenta con un control en sus inventarios?**

Si

No

No sabe

**7.- ¿Considera usted que existe duplicación de funciones por parte de los empleados?**

Si

No

No sabe

**8.- ¿Considera usted que la empresa Retintoner necesita implementar un control en sus inventarios?**

Si

No

No sabe