



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

**UNIDAD ACÁDEMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

CARRERA: TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**Propuesta de mejoras al control de las mercaderías en el Comercial
Posligua ubicado en el cantón Vinces**

Autor:

Edilma Valeria Veliz Medina

Tutor:

PhD. Eco. Carlos Luis Rivera

Guayaquil, Ecuador

2017

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejoras al control de las mercaderías en el comercial Posligua ubicado en el cantón Vinces”** y problema de investigación: **¿Cómo mejorar el control de las mercaderías para establecer el saldo de la cuenta inventario del comercial “Posligua”, ubicado en el cantón Vinces, provincia de Los Ríos, periodo fiscal 2017, presentado por Edilma Veliz Medina como requisito previo para optar por el título de:**

TECNÓLOGA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:

Veliz Medina Edilma Valeria

Tutor:

PhD. Eco. Carlos Luis Rivera

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN



Yo, Veliz Medina Edilma Valeria en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de mejoras al control de las mercaderías en el comercial Posligua ubicado en el cantón Vinces de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Contabilidad y Auditoría, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Edilma Veliz Medina

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: 120800508-0



Factura: 001-002-000006373



20171208002D00540

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20171208002D00540

Ante mí, NOTARIO(A) RUBEN DARIO CARRASCO MUNOZ de la NOTARÍA SEGUNDA , comparece(n) EDILMA VALERIA VELIZ MEDINA portador(a) de CÉDULA 1208005080 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en VINCES, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. VINCES, a 22 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (15:31).

Edilma Veliz M

EDILMA VALERIA VELIZ MEDINA
CÉDULA: 1208005080



NOTARIO(A) RUBEN DARIO CARRASCO MUNOZ
NOTARÍA SEGUNDA DEL CANTÓN VINCES





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 1208005080

Nombres del ciudadano: VELIZ MEDINA EDILMA VALERIA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/LOS RIOS/VINCES/VINCES

Fecha de nacimiento: 8 DE OCTUBRE DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: VELIZ MEJIA NELSON MARTIN

Nombres de la madre: MEDINA SAHONA EDILMA NICOLASA

Fecha de expedición: 1 DE NOVIEMBRE DE 2012

Información certificada a la fecha: 22 DE NOVIEMBRE DE 2017

Emisor: RUBEN DARIO CARRASCO MUÑOZ - LOS RIOS-VINCES-NT 2 - LOS RIOS - VINCES

Edilma Veliz M.

N° de certificado: 176-071-81302



176-071-81302

Ing. Jorge Troya Fuertes
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente





REPUBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE No. 120800508-0

CIUDADANÍA
APELLIDOS Y NOMBRES
VELIZ MEDINA
EDILMA VALERIA

LUGAR DE NACIMIENTO
LOS RIOS
VINCES
VINCES

FECHA DE NACIMIENTO 1994-10-08
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO F
ESTADO CIVIL SOLTERA



INSTRUCCIÓN BACHILLERATO PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE E1133V3222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE VELIZ MEJIA NELSON MARTIN

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE MEDINA SAHONA EDILMA NICOLASA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
GUAYAQUIL
2012-11-01

FECHA DE EXPIRACIÓN
2022-11-01

000741945

Edilma Veliz M.
FIRMA DEL CEDULADO

YO FE: QUE LAS FOTOCOPIAS QUE EN 100 FOJAS ANTECEDE(N), CONCUERDA CON EL ORIGINAL DE LOS DOCUMENTOS QUE ME FUERON EXHIBIDOS.



REPUBLICA DEL ECUADOR CERTIFICADO DE VOTACIÓN ELECCIONES GENERALES 2017 2 DE ABRIL 2017

070 JUNTA No. 070 - 126 NÚMERO 1208005080 CEDULA

VELIZ MEDINA EDILMA VALERIA APELLIDOS Y NOMBRES

LOS RIOS PROVINCIA CIRCUNSCRIPCIÓN:
VINCES CANTÓN ZONA: 1
VINCES PARROQUIA

[Handwritten signature]

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.*

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Proyecto Valeria Veliz Medina(envio) (Recuperado).docx
(D32229037)
Submitted: 11/8/2017 11:08:00 PM
Submitted By: carluisrivera@hotmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

nueva tesis.docx (D13750322)
<http://docplayer.es/4078754-Escuela-de-administracion-de-empresas.html>
http://www.pastaza.gob.ec/pdf/plan_productivo_pastaza_borrador.pdf
https://carlosjumbo.files.wordpress.com/2010/11/codigo_de_la_produccion.pdf
http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Instances where selected sources appear:

8

DEDICATORIA

En primer lugar dedico este logro tan importante en vida a Dios quien hizo posible que culmine mi carrera con éxito, otorgándome salud, sabiduría y paciencia ya que fueron elementos fundamentales para el logro de mi título. A mis amados padres que me brindaron en todo el trayecto de mi carrera su apoyo incondicional, tanto económico como emocionalmente.

A mi sobrina Miley que día a día era mi motivación para seguir en la lucha. A mis hermanas que siempre estuvieron presente dándome aliento y a mi novio que jamás dejo de apoyarme y siempre me otorgo paciencia en todo momento.

Veliz Medina Edilma Valeria

AGRADECIMIENTO

Me siento muy agradecida con Dios por haber hecho posible que una de mis metas se realice con éxito. A mis padres y a mis hermanas por estar siempre presente y brindarme su apoyo incondicional. A mi novio por ser paciente y comprensivo en el trayecto de mi carrera. A los profesores del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano, quienes fueron un pilar fundamental para el logro de esta meta, a través de sus enseñanzas y consejos a lo largo de mi carrera, y por ultimo a mis compañeros de clases por compartir momentos inolvidables.

Veliz Medina Edilma Valeria

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA.**

Tema

“Propuesta de mejora al control de las mercaderías en el comercial
Posligua ubicado en el cantón Vinces

Autora: Veliz Medina Edilma Valeria

Tutor: PhD. Eco. Carlos Luis Rivera

RESUMEN

Este trabajo de investigación tuvo como propósito identificar las causas que están generando que el comercial Posligua desconozca las cantidades exactas de mercaderías que posee, por lo tanto esto provoca que no se pueda atender a tiempo a la demanda de determinados productos. Para poder determinar que está originando esta problemática en el comercial, se llevara a cabo un estudio en el cual intervendrá directamente el área de bodega y ventas, debido a que se presume que estas áreas están involucradas, porque es ahí donde la mercadería permanece y además que pueden existir trabajadores que desconozcan las formas correctas para ejercer sus respectivas actividades. Se recopiló información necesaria y relevante, que sirvieron para dar mayor comprensión a la problemática planteada, haciendo énfasis a la importancia que tiene el hecho de llevar un correcto y oportuno control de las mercaderías, ya que son el motor para el buen funcionamiento y rendimiento de una empresa o negocio comercial.

De tal manera que al concluir el trabajo de investigación, se realizaron propuestas en las cuales se detalló como administrara de forma correcta los productos adquiridos, mediante los proveedores hasta su respectiva venta. También se ideó utilizar Microsoft Excel como herramienta para de esta forma diseñar formatos que darán a conocer las cantidades reales de mercaderías existentes en el comercial. A través de esta investigación se estimó dar por culminado las falencias encontradas en el comercial objeto de estudio y en todas las empresas que pueden llegar a presentar problemas similares.

Análisis

Control

Inventario

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACÁDEMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA.**

Tema

“Propuesta de mejora al control de las mercaderías en el comercial
Posligua ubicado en el cantón Vinces

Autora: Veliz Medina Edilma Valeria

Tutor: Eco.Carlos Luis Rivera PhD

ABSTRACT

The purpose of this research was to identify the causes that are causing the Posligua commercial to be unaware of the exact quantities of merchandise that it owns, therefore this means that the demand for certain products cannot be met in time. In order to determine what is causing this problem in the commercial, a study will be carried out in which the winery and sales area will intervene directly, because it is presumed that these areas are involved, because that is where the merchandise remains and in addition that there may be workers who do not know the correct ways to exercise their respective activities. We gathered necessary and relevant information, which served to give greater understanding to the problem, emphasizing the importance of having a correct and timely control of the goods, since they are the engine for the proper functioning and performance of a business or commercial business.

In such a way that at the conclusion of the research work, proposals were made in which it was detailed how to properly administer the acquired products, through the suppliers until their respective sale. It was also thought to use Microsoft Excel as a tool to design formats that will make known the actual quantities of merchandise in the commercial. Through this research, it was estimated that the deficiencies found in the commercial object of study and in all the companies that may present similar problems were completed.

Analysis

Control

Inventory

ÍNDICE GENERAL

| Contenidos: | Páginas: |
|---|-----------------|
| Carátula..... | i |
| Certificación de la aceptación del tutor..... | ii |
| Cláusula de autorización para la publicación de trabajos de Titulación..... | iii |
| Certificación de aceptación de Cegescit..... | iv |
| Dedicatoria..... | v |
| Agradecimiento..... | vi |
| Resumen..... | vii |
| Abstract..... | viii |
| Índice general..... | ix |

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

| | |
|--|---|
| Ubicación del problema..... | 1 |
| Situación conflicto..... | 3 |
| Delimitación del problema..... | 5 |
| Formulación del problema..... | 5 |
| Variables de investigación..... | 5 |
| Evaluación del problema..... | 6 |
| Objetivos..... | 7 |
| Objetivos generales..... | 7 |
| Objetivos específicos..... | 7 |
| Justificación de la investigación..... | 7 |

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

| | |
|---------------------------------|----|
| Antecedentes históricos..... | 10 |
| Fundamentación teórica..... | 12 |
| Antecedentes referenciales..... | 19 |
| Fundamentación legal..... | 22 |
| Definiciones conceptuales..... | 27 |
| Variables de investigación..... | 30 |

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

| | |
|---|----|
| Presentación de la empresa..... | 32 |
| Objetivo social..... | 32 |
| Organigrama comercial..... | 32 |
| Diseño de la Investigación..... | 33 |
| Tipos de investigación..... | 35 |
| Población..... | 37 |
| Tipos de población..... | 37 |
| Muestra..... | 38 |
| Tipos de muestra..... | 39 |
| Técnicas e instrumentos de investigación..... | 40 |
| Guía de entrevista..... | 43 |
| Modelo de encuesta..... | 46 |

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

| | |
|--------------------------------|----|
| Análisis de la entrevista..... | 48 |
| Análisis de la encuesta..... | 54 |
| Plan de mejoras..... | 64 |
| Conclusiones..... | 70 |
| Recomendaciones..... | 71 |
| Bibliografía..... | 72 |
| Anexos..... | 74 |

ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Cuadro 1- población..... | 38 |
| Cuadro 2- muestra..... | 40 |
| Personal laboral | |
| Cuadro 3 y grafico 1 - condiciones para laborar..... | 48 |
| Cuadro 4 y grafico 2 - atención a las necesidades..... | 49 |
| Cuadro 5 y grafico 3 - satisfacción de clientes..... | 50 |
| Cuadro 6 y grafico 4 - ambiente laboral..... | 51 |
| Cuadro 7 y grafico 5 - aportación laboral..... | 52 |
| Cuadro 8 y grafico 6 - capacitación laboral..... | 53 |
| Clientes | |
| Cuadro 9 y grafico 7- edades..... | 54 |
| Cuadro 10 y grafico 8- atención agradable..... | 55 |
| Cuadro 11 y grafico 9- atención de necesidades..... | 56 |
| Cuadro 12 y grafico 10- rotación de productos constante..... | 57 |
| Cuadro 13 y grafico 11- productos en buenas condiciones.... | 58 |
| Cuadro 14 y grafico 12- precio de productos..... | 59 |
| Cuadro 15 y grafico 13- ubicación del producto..... | 60 |
| Cuadro 16 y grafico 14- horario de atención..... | 61 |
| Cuadro 17 y grafico 15- publicidad del comercial..... | 62 |
| Cuadro 18 y grafico 16- buenas condiciones del comercial.... | 63 |

CAPITULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

La frecuente transformación ocurrida en el inestable mundo de los negocios, se basa en la búsqueda y aplicación de procesos¹ que permitan a las grandes o pequeñas empresas comerciales poder llevar un control de sus operaciones para poder medir su desempeño, así también obtener mejoras en los resultados operacionales y financieros. Por lo tanto un frecuente control de los procesos que se ejecuten, lograra crear condiciones básicas y necesarias para las diversas actividades efectuadas.

Para poder competir con éxito en los mercados actuales es necesario una correcta administración de sus bienes ya sean estos tangibles o intangibles y aun mas de sus inventarios, los cuales son bienes de mayor importancia en toda empresa o negocio comercial; de tal modo que permitirá que se mantengan en el mercado y respondan ante las necesidades de los consumidores, para que así obtengan el mismo o mayor grado de competencia que las demás empresas o negocios comerciales. Pero esto se logra si se maneja un eficiente control de inventarios y si no ocurre un crecimiento de la competencia.

El control de las mercaderías y conocer el saldo de la cuenta inventarios son dos elementos que están estrechamente relacionados, debido a que el éxito o fracaso ya sea de una empresa o negocio comercial depende del correcto control de la entrada y salida de sus productos.

Es decir que realizar el correspondiente control y seguimiento de la información de inventarios es necesario para no cargar con exceso, faltante o pérdida de mercadería. De tal modo que todo negocio o empresa comercial debe tener un debido control de sus mercaderías, que permita establecer oportunamente el saldo de la cuenta inventario.

Actualmente en el cantón Vinces existe un mercado muy competitivo, lo cual genera fuentes de trabajo y una demanda exigente; en su gran mayoría existen negocios que se dedican a la compraventa de productos de primera necesidad, los cuales se comercializan a un precio ya sea al por mayor o menor, en vista que el mercado en el mencionado cantón es competitivo cada propietario debe de velar, porque su correspondiente negocio obtenga más demanda, lo cual es factible si se logra satisfacer las necesidades de los consumidores a tiempo y puntual.

El comercial "Posligua" es un negocio que se dedica a la compraventa de productos terminados, y da poca importancia al control de la entrada y salida de los productos que comercializa, por ello se ve en la necesidad de un mejor control de su mercadería para así conocer el saldo correcto de la cuenta inventario, de tal modo cumplir con las necesidades de los clientes a tiempo. Porque debido a que estamos en un mercado cada día más competitivo es necesario conocer las cantidades exactas de mercaderías con su respectiva rotación de inventarios, lo cual ayudara a conocer que productos tienen más demanda de tal forma se realizaran los pedidos con las cantidades necesarias a los proveedores. Por lo consiguiente que al llevar un control de la mercadería, también se obtendrán resultados confiables sobre si el comercial está generando pérdida o ganancia lo que ayudara para poder mantenerse en el mercado.

Situación conflicto

El comercial "Posligua" dedicado a la compraventa de productos de primera necesidad, actualmente presenta problemas de falta de control de las mercaderías. Debido a la evidente falta de información referente a como llevar un correcto control de las mismas y también porque no existe una supervisión pertinente por parte del propietario al no realizar observaciones y llamadas de atención a los empleados por el incumplimiento de sus labores.

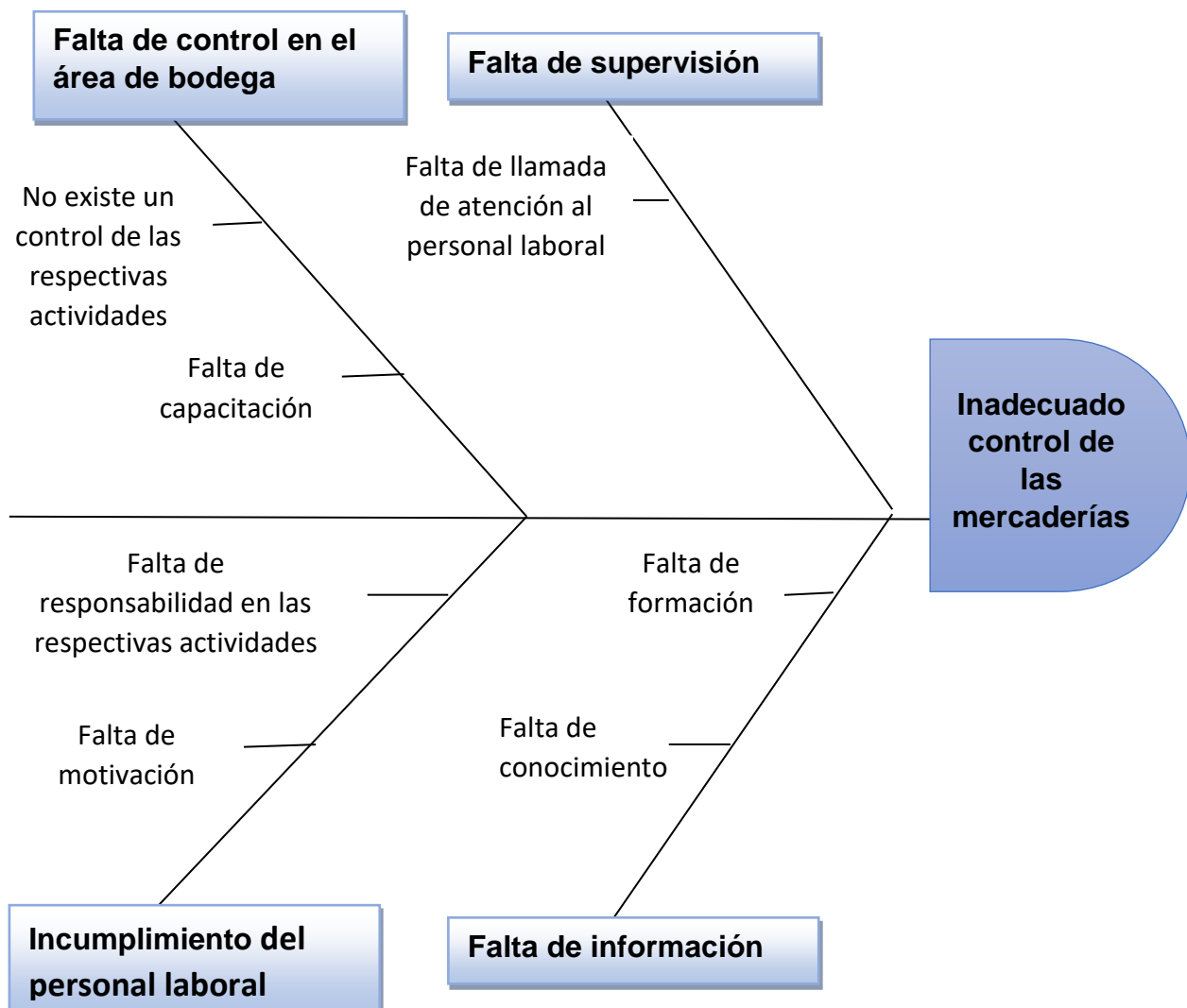
Por lo consiguiente el personal laboral no realiza sus actividades correspondientes de forma puntual, ya sea por la falta de responsabilidad o por la falta de capacitación, lo que ocasiona un mal manejo y frecuente desconocimiento referente al control de la entrada y salida de los productos que comercializa con su respectiva rotación, de tal forma que las causas mencionadas anteriormente generan las siguientes consecuencias:

- a) La compra de mercaderías a los proveedores se realiza desconociendo, las cantidades exactas de productos que hay en bodega; por lo tanto se compra la respectiva mercadería de manera incorrecta lo cual podría generar un exceso o faltante de productos porque no se conocen las cantidades exactas que existen en bodega.
- b) El personal encargado de bodega no ejecuta, el conteo físico de la mercadería ni verifica su rotación, esto provoca que el comercial no pueda responder de manera inmediata ante las necesidades de los clientes, lo cual no es conveniente porque acudirán hacia la competencia para que estos cumplan sus necesidades.
- c) Falencias al momento de perchar la mercadería, lo cual ocurre de manera frecuente al no tomar en cuenta la fecha de expedición de los productos por lo tanto se perchan desordenadamente, colocando los productos que están próximos a expedir al final y los que demoran en hacerlo al inicio, lo cual genera pérdida de mercadería ya que el producto se daña y ya no sirve para su respectiva venta.

d) Inexistencias de registros estadísticos de movimientos de mercaderías, ya que no se lleva el correspondiente registro de los productos en general sean estos en computadora o en un cuaderno, origina que el comercial desconozca las cantidades exactas de mercaderías que existen en bodega.

De lo antes ya mencionado, se llega a la conclusión de que si el comercial no toma medidas para estas falencias, podría estar generando pérdida y no responder ante ello.

Diagrama de Ishikawa



Tema: Propuesta de mejoras al control de las mercaderías en el comercial “Posligua”.

Delimitación del problema

País: Ecuador

Provincia: Los Ríos

Cantón: Vinces

Lugar: Callejón Vera entre calle Bolívar y Bálzar

Campo: Contable

Área: Inventarios

Aspectos: Saldo, cuenta inventario, control

Tiempo: 2017

Formulación del problema

¿Cómo mejorar el control de las mercaderías para establecer el saldo de la cuenta inventario del comercial “Posligua”, ubicado en el cantón Vinces, provincia de Los Ríos, periodo fiscal 2017?

Variables de investigación

Variable independiente: Control de mercaderías

Variable dependiente: Cuenta inventario

Evaluación del problema

Delimitado: El problema está delimitado exclusivamente al área de bodega, debido a que la problemática proviene de esa respectiva área y es de suma importancia identificar que se está realizando de forma incorrecta en bodega lo cual está provocando que exista un mal manejo del control de las mercaderías.

Factible: Es un proyecto factible de realizar, porque se cuenta con el apoyo del propietario, personal laboral de bodega y de atención al cliente del comercial.

Claro: El problema planteado es de fácil comprensión, ya que describe las ideas necesarias como son: llevar un correcto control de la entrada y salida de los productos que se comercializan y como poder establecer el saldo real de la cuenta inventarios, lo cual se redactara de forma clara y precisa.

Evidente: En la problemática se identifica la falta de control de las mercaderías con sus respectivas causas, las cuales generan que él comercial desconozca si está generando perdida o rentabilidad.

Original: Dentro del comercial "Posligua" es la primera vez que se realiza un estudio respecto al control de las mercaderías y como realizar un correcto control de dichas mercaderías, de tal manera se podrá conocer el saldo de la cuenta inventario.

Relevante: La presente investigación tiene mucha importancia, ya que el hecho de evaluar el control de la entrada y salida de la mercadería facilitara al comercial, para que pueda llevar un mejor control de sus productos, por lo tanto conocerá los resultados reales.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Diseñar proceso de control para el inventario de mercaderías, para que contribuyan al establecimiento del saldo real de la cuenta inventarios.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la Contabilidad con énfasis al control de las mercaderías.
- Identificar el proceso actual respecto al control de las mercaderías con el fin de establecer el saldo de la cuenta inventario.
- Presentar un plan de mejoras para el control de las mercaderías.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El control de las mercaderías ya sea en un negocio o empresa comercial, es vital debido a que si no se realiza el correspondiente control de las mismas, no se obtendrán resultados reales ya sean estos: pérdida o ganancia.

Actualmente el comercial "Posligua", al no contar con un correcto control de la entrada y salida de sus productos y no tener conocimiento de cómo realizar dichos controles, su propietario desconoce si está obteniendo rentabilidad o si está generando pérdidas.

Es importante realizar los correctivos necesarios ante la problemática, ya que si el comercial sigue funcionando como lo ésta haciendo hasta el momento, se verá en una situación tan difícil, con la posibilidad de que este generando pérdidas, debido al mal control de las mercaderías, lo cual podría llevarlo a la quiebra y cerrar de manera indefinida ya que no podrá responder de manera oportuna ante lo suscitado.

Este trabajo de investigación es conveniente, ya que ayudara a comprender a todas aquellas personas que tengan una empresa o negocio comercial, el grado de importancia que tiene el hecho de llevar control de las respectivas mercaderías que comercializan.

En este sentido, la presente investigación cobra importancia, debido a que permitirá mejorar el funcionamiento del proceso respecto a la entrada y salida de la mercadería del comercial en estudio, logrando así un correcto registro de todos los productos que se comercializan y por lo consiguiente se obtendrá el saldo real de la cuenta inventarios.

La presente propuesta tiene como propósito primordial beneficiar al comercial, en cuanto puede apoyarse al momento de realizar el respectivo proceso referente al control de las mercaderías, también se beneficiaran los consumidores o clientes en general, ya que sus necesidades serán cumplidas de manera oportuna y por ultimo servirá de base para otros trabajos de investigación.

Teniendo en cuenta las necesidades de los clientes y el mercado competitivo que existe es vital llevar un control de las mercaderías de tal manera que toda empresa o negocio comercial tendrá la capacidad de reaccionar a nuevos requerimientos de los clientes y otros cambios que se presentan en el entorno, por lo tanto es necesario diseñar un plan que permita tener control de las mercaderías que existen en bodega, de tal manera que podrán mantenerse y así aumentar la demanda de los productos.

La utilidad metodológica del presente estudio, para una propuesta de mejoras al control de las mercaderías, estará sujeta a la utilización de Microsoft Excel, mediante el cual se diseñarán formatos que tendrán similitud con las tarjetas kardex; lo que permitirá tener un correcto inventario, en las cantidades correctas, tiempo y lugar correcto.

Ésta claro que el resultado de la investigación, servirá como aporte a la empresa objeto de estudio, y al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano,

cuya información servirá de base para la búsqueda de nuevas alternativas respecto al estudio del control de las mercaderías y también brinda la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

Las primeras civilizaciones que surgieron sobre la tierra tuvieron que hallar la manera de dejar constancia de determinados hechos con proyección aritmética, que se producían con demasiada frecuencia y era demasiado complejo para poder ser conservados en la memoria.

Si bien es cierto, la Contabilidad tiene una fecha difícil de establecer. Lo que se conoce es que el hombre la utilizaba cuando tenía muchas posesiones lo cual dio inicio a un proceso que le permita poder registrar de manera puntal todos los bienes que contraía y también los tratos como objeto comercial con los demás habitantes. (Norma, 2006, pág. 149)

Lo que también se conoce es que la contabilidad existió mucho antes que la escritura ya que el hombre siempre tuvo la necesidad primordial de conocer las cantidades de bienes que poseían con su correspondiente control, alimentos que cazaba y propiedades, de tal forma podían sobrevivir a través de un control pertinente.

Por lo tanto desde la antigüedad los pueblos llevaban inventario de sus bienes, ya que era común la escases de alimentos, tenían que idear un método que les permita almacenar dicho alimento para que se mantenga en buen estado y puedan hacer frente a esas terribles épocas.

También era evidente que la actividad comercial era empleada por nuestras personas del ayer, debido a que se descubrió que aquellas

civilizaciones ejercían el comercio mediante la realización de un tipo de publicidad para sus artesanías que consistía en grabar señales ya sea en rocas, árboles o en las paredes de sus casas que permitían dar a conocer que ahí se realizaban las artesanías, como no sabían escribir se valían de esos métodos para poder comercializar.

Para conocer que bienes les pertenecían y como organizarlos utilizaban métodos que consistía en sellar los respectivos bienes con una marca que los idéntica que son de su propiedad, cuyo método se empleaba a través de tablillas de barro húmedo y con una punta afilada proveniente de un carrizo lo cual les permitía realizar las marcas a sus bienes tanto de consumo como los que realizaban para sus actividades mercantiles.

De tal manera que el inventario se ha empleado desde que el hombre se vio en la necesidad tener un orden en sus respectivos bienes, es decir, que pertenencias posee de acuerdo a los diferentes roles que desempeña. Por lo consiguiente contar con un correcto control de lo que se posee es vital ya que esto ayudara a obtener conocimiento de todo lo que se posee en forma organizada.

De lo antes mencionado se puede definir al inventario como forma de organización básica, lo que conlleva a una mejor economía, porque así se conocerá con que se cuenta y que debe de ser repuesto a tiempo, por lo consiguiente es un método valido para poder sobrevivir ya que si no lleva un correcto control de los bienes que se posee es posible perderlos de manera permanente sin tener opción a reaccionar oportunamente.

Fundamentación Teórica

Generalidades de la Contabilidad

A continuación se desarrollara la temática respecto a la definición, propósito, principios, los inventarios como partes del activo, de acuerdo a la definición de diferentes autores, los cuales darán soporte al desarrollo del trabajo de investigación.

Definición de Contabilidad

Para las autoras (Lucia Coral- Emma Gudiño, 1999) la contabilidad es la ciencia y técnica que ayudara a mantener en orden y controlar todas las operaciones financieras que se ejecuten en una empresa, lo cual permitirá obtener informes confiables que servirán para la correcta toma decisiones.

De tal modo que la contabilidad es una herramienta fundamental, la cual toda empresa debe de utilizar para llevar un correcto control y obtener resultados confiables referentes a las actividades que empleen, garantizando así el buen funcionamiento de la entidad de manera organizada y puntual.

Propósitos de la Contabilidad

La contabilidad si bien es cierto es la base para todo negocio o empresa porque a través de ella se lleva un control general de las actividades, por lo consiguiente el propósito primordial de la contabilidad es que las personas tengan una información real respecto a todas las actividades que se realicen, ya sea en una empresa o negocio, del tal manera que podrán tomar decisiones en base a la información que se obtiene, por lo tanto es vital emplear la contabilidad para la obtención de resultados confiables.(Norma, 2006, pág. 150).

Principios de la Contabilidad

De la misma manera (Norma, 2006), define como principios de contabilidad, son los elementos que deben de aplicarse para que se logren los objetivos establecidos por la contabilidad.

Ésta claro que el fin de emplear la contabilidad es para que se lleve un correcto control de las actividades de la empresa, por lo que para la realización de informes y registros contables confiables es vital conocer los conceptos de los principios que aportaran para la realización de los mismos. Entre ellos están:

- **Unidad de empresa.** Significa que la empresa tendrá su propia identificación sin depender de sus correspondientes dueños.
- **Equidad.** No debe de existir ningún tipo de preferencia hacia ningún usuario de tal manera que todo lo que se transmita sea totalmente equitativo para todos.
- **Negocio en marcha.** La creación de un negocio se realiza con el propósito obtener ganancia y que dicho negocio tenga su permanencia en el mercado correspondiente a la actividad que emplee, de forma correcta y responsable.
- **Unidad de medida.** Se refiere a que se debe de mantener en todo momento la misma unidad monetaria, para la realización de los informes y registros contables correspondientes.
- **Periodo contable.** Se estipula que tipo de periodo contable se va a realizar los cuales están dados en forma mensual trimestral o anual, lo que permitirá emplear decisiones de manera correcta.
- **Prudencia.** Los hechos económicos deben medirse con prudencia, esto se refiere a que los ingresos no se deben anticipar o sobrestimar. Deben corresponder al periodo contable, y los costos y gastos que se puedan cuantificar, deben contabilizarse.

Los inventarios como parte del activo

Inventarios (Definición)

(Holguin, 2010) Manifiesta que los inventarios se los considera como uno de los elementos más importante en el área administrativa y forman parte de uno de los activos de mayor importancia de las entidades, porque interviene de manera directa en la realización de los estados financieros, por lo que se tiene claro que contar con la información de inventarios es vital ya que permitirá establecer resultados reales y confiables para la correcta toma de decisiones.

De tal modo que contar con una información real referente a la cantidad de mercaderías que cuenta, beneficiara a la entidad comercial ya que así podrá responder oportunamente ante alguna problemática que se presente y efectuar una correcta toma de decisiones.

- **Importancia de los Inventarios**

Contar con un correcto inventario es de gran importancia en las empresas comerciales, debido a que las mercaderías que se comercializan son el elemento principal para el funcionamiento de la empresa y por lo tanto tener un inventario de las mismas permitirá establecer correctamente si se está generando pérdida o ganancia. (Lucia Coral- Emma Gudiño, 1999, pág. 134).

Por lo consiguiente contar con un correcto control e información real respecto a los inventarios es fundamental ya que representan el elemento principal para obtención de las correspondientes utilidades porque si no se conoce con que mercadería se cuenta, es imposible establecer resultados reales.

- **Tipos de inventarios**

Para (Catácora F., 2007) los inventarios se presentan en los siguientes tipos:

Inventario de Mercaderías. Los cuales son realizados en las empresas comerciales que se dedican a la compraventa de productos.

Inventarios de Productos Terminados. Este tipo de inventario está conformado por todos aquellos factores que intervengan desde el proceso que inicia con la transformación de la materia prima a producto terminado y también se le atribuyen las ventas.

Inventarios de Productos en Proceso. Ésta constituido por todos aquellos elementos que se van a utilizar para el proceso de transformación del producto, los cuales dan lugar a la materia prima, su costo de fabricación y con la mano de obra empleada del, pero el cual aún no culmina.

Inventario de Materia Prima. Contiene los elementos que contribuirán para la elaboración del producto terminado.

Control de Inventarios(Garcia Cantú Alonso, 2000)

Se basa en el interés que deben de mostrar los gerentes o la alta dirección de una organización, lo cual consiste en prestar la mayor importancia al activo más primordial en toda empresa comercial o industrial, como bien es cierto que la mayoría del capital invertido por parte de los socios en este tipo de empresa, se encuentra en los productos, ya sean estos que pasan por un proceso o estén terminados; o bien la materia prima que será utilizada para la elaboración del determinado producto.

Para la planeación y ejecución de un correcto inventario, también intervienen todos los procesos relacionados para la obtención de resultados como lo son: el área de ventas, contabilidad entre otros. Por lo tanto el control de inventarios debe ser una actividad que se realice con mucha responsabilidad y total interés, debido a que se está poniendo en juego el capital invertido y la estadía en el mercado de la empresa sino se realizan los controles necesarios.

Sugerencias para el control de los materiales (Suarez Maria Luisa, 2012, págs. 30-31)

En toda empresa se debe tomar en cuenta ciertos criterios que son relevantes para la recepción de los respectivos pedidos a los proveedores, tales como:

- Comprobar que las cantidades recibidas corresponden a las cantidades facturadas.
- Cerciorarse si los productos recibidos se encuentran en buenas condiciones.
- Verificar si el precio de los productos es el mismo que se acordó cuando se realizó el pedido.
- Mantener en orden las facturas recibidas para evitar algún inconveniente a futuro.

Cumpliendo con cada una de las sugerencias se garantizara un mayor control de las mercaderías, puesto que esto le permitirá a las entidades establecer las cantidades de mercaderías que poseen.

Gestión de stock y surtido de productos (Suarez Maria Luisa, 2012)

Consiste en mantener cantidades de mercaderías de un producto a un nivel elevado, para así poder asegurar el suministro del determinado producto; tanto para el área de bodega como para el área de ventas. Pero tener un stock de productos con un surtido bajo es de alto riesgo ya que los consumidores son atraídos más por una gama de surtidos.

De tal modo que contar con un stock adecuado y un amplio surtido es importante, porque de esta manera se tendrá a la clientela satisfecha. Aunque hay que tomar en cuenta que la obtención de variedades de productos implica mayores gastos de almacenaje lo cual genera una desventaja pero como se supone que al obtener mayor demanda por el stock y surtido del producto brindado se respondería ante la elevación del costo de almacenaje.

Para toda empresa es fundamental contar con una gestión de stock adecuada, y con un correspondiente surtido ya sea este de: materia prima, producto en proceso o producto terminado, para responder a tiempo ante las necesidades de los consumidores y lo más importante que a través de ellos se lograra uno de los objetivos principales, el cual es la obtención de utilidades.

Rotación de Inventarios

(Garcia Cantú Alonso, 2000) Expone su criterio referente a la rotación de inventario manifestando, que se trata de la cantidad de veces que un producto es vendido y por lo consiguiente debe de ser repuesto de tal modo que se determina la cantidad de demanda que ejerce cada producto, logrando así, que el gerente o los inversionistas de las entidades conozcan que producto genera más demanda y mediante que producto van a obtener más utilidades.

Lo cual es muy importante identificar ya que así se tendrá claro que producto se debe de restablecer de manera inmediata para así satisfacer las necesidades de los consumidores a tiempo y oportunamente. La rotación de los inventarios es un cálculo de las veces que un material o producto tiene que ser restablecido por compras o fabricación en la planta.

Tamaño de Inventarios

Es de gran importancia establecer volúmenes de inventarios pertinentes y adecuados los cuales obedezcan según la rotación de un determinado producto, de tal manera que se podrá responder a tiempo las necesidades de los consumidores.

Se tiene más que claro que las mercaderías son el activo más indispensable para toda empresa comercial que por lo tanto es necesario llevar un correcto control de las mismas para y por lo consiguiente el inventario de mercaderías es vital ya que influya inmensamente en la

preparación de los estados financieros lo cual permitirá obtener resultados confiables. (García Cantú Alonso, 2000, pág. 19)

Control de existencias de material de bodega

El autor(Ruben Sarmiento R, 2005) pone en manifiesto los tipos de cantidades que se deben de establecer en las determinadas entidades. Las cuales se dan a conocer a continuación:

Cantidad máxima: Es la cantidad máxima que se establece en una entidad de acuerdo a sus intereses y políticas. Pero hay que poner en manifiesto que dicha cantidad no estipula el volumen exacto de producto a distribuir por lo consiguiente el capital invertido puede ser mucho más grande sin ninguna necesidad.

Cantidad mínima: Significa que para el cumplimiento de las necesidades de los consumidores es necesario contar con una cantidad la cual permitirá mantenerse en el mercado y poder responder a dichas necesidades.

Cantidad crítica: La cual es de alto riesgo ya que significa que la entidad pasa por momentos sumamente críticos en los cuales carece de los elementos fundamentales para establecerse en el mercado, por lo tanto esta situación podría llevar a quiebra indefinida de dicha entidad debido a que no podrá generar producción que es la actividad principal para los correspondientes ingresos.

Kárdex o auxiliar de la cuenta inventarios(Lucía Coral, Emma Gudiño, 2005) manifiestan que resultados, se conseguirán a través de la utilización de las tarjetas kárdex.

El kárdex de mercaderías se emplea a través de tarjetas, las cuales facilitaran obtener mayor control respecto a los productos que se compran y venden lo que permitirá conocer de manera inmediata las cantidades existentes en bodega sin necesidad de acudir al conteo físico de la correspondiente mercadería.

De tal manera que contar con este método de kárdex facilitara la obtención de información referente a las cantidades totales que existe de mercadería en bodega, lo cual facilitara el proceso de realización de pedidos a proveedores de manera correcta sin la probabilidad de exceso o faltantes de pedidos.

Por lo consiguiente a través del empleo de tarjeta kárdex se podrá obtener el saldo real de las mercaderías.

Antecedentes Referenciales

En el presente trabajo de investigación se presentaran varias investigaciones que servirán como guía para lograr la solución de la problemática.

ARRIETA GONZALEZ y GUERRERO FABIO ALIRIO (2013)
“PROPUESTA DE MEJORAS DEL PROCESO DE GESTIÓN DE INVENTARIO Y GESTIÓN DE ALMACÉN PARA LA EMPRESA FB SOLUCIÓN Y SERVICIOS S.A.S”, Universidad de Cartagena, facultad de Ciencias Económicas. Esta investigación está enfocada a resolver la problemática que presenta la empresa objeto estudio, la cual se rige a la necesidad de una gestión correcta tanto de inventarios como de almacén, por lo tanto se idea la realización de procedimientos que permitan obtener no solo cantidades de mercaderías existentes en almacén, sino que rotación de inventario poseen y así establecer que producto tiene más salida, lo cual ayudara a conocer que producto requiere mayor inversión, otro punto importante es la determinación de métodos adecuados que aportaran para la correcta ubicación de la mercadería obteniendo así una gestión de almacén más ordenada, confiable y factible.

La presente investigación servirá de base para interpretar la manera correcta de cómo llevar un inventario, por lo consiguiente es de gran

ayuda para el trabajo investigativo en proceso ya que manifiesta la importancia de tener controles a los correspondientes inventarios, la cual aclara muchas interrogantes establecidas y genera ideas para la ejecución de un correcto control de inventarios.

LONDOÑO, MÓNICA (2012)“PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE ALMACENAMIENTO Y CONTROL DE INVENTARIOS PARA BETMON”, Universidad Javeriana, facultad de Ingeniería, tiene como propósito primordial lograr la obtención de información real respecto a las cantidades de mercaderías, para que no se presenten dificultades, como es las diferencias frecuentes al momento de comparar el valor total de mercaderías que constan en el sistema con las que existen en bodega, y así mismo en la implementación de métodos que contribuyan al almacenamiento correcto de las mismas por lo consiguiente se llevara a cabo un mejoramiento enfocado en el sistema actual que maneja la empresa, cuya mejora consiste en que no solo se registren las correspondientes entradas y salidas de los productos, sino más bien que detallen cada tipo de producto, lo que facilitara encontrar el producto de manera inmediata y en buenas condiciones, acelerando también el restablecimiento de existencias.

Este trabajo de investigación sirve como guía en la realización de procesos que faciliten la ubicación de determinados productos con sus cantidades exactas, y estrategias que se empleen para poder salir del producto que genera menos rotación, de tal forma que la presente investigación tiene relación con los objetivos a alcanzar en el proyecto a realizar, lo cual es beneficioso ya que aportara a para dar soluciones de manera puntual y correcta a la problemática que se presenta en el comercial objeto de estudio.

PINARGOTE, CINTHIA GEMA (2015) “ANALISIS DEL CONTROL DE LOS INVENTARIOS DE LA COMPAÑÍA MANGUERAS ZAMBRANO EN EL PERIODO 2015”, Instituto Superior Tecnológico Bolivariano, Ciencias

Comercial y Administrativa. Este proyecto de investigación, tiene como objetivo primordial evaluar que falencias están provocando que existan diferencias entre el inventario físico y el inventario contable, lo cual genera que se planteen soluciones para la obtención de un eficaz control que abarcan desde la materia prima hasta el área de ventas, por lo consiguiente se manifestaran las formas adecuadas de cómo llevar un control del inventario que beneficiaran principalmente a la empresa en estudio.

La presente investigación aportara de manera significativa en el trabajo de investigación, ya que manifiesta los pasos a seguir para obtener resultados confiables respecto a la información de inventarios, lo cual es de mucha ayuda para tener claro cómo realizar dichos controles y lo más importante que a través de los mismos se podrá determinar los saldos reales referentes a la cuenta inventarios. De tal manera que el proyecto investigativo sirve como guía para la realización de métodos que faciliten el alcance de los objetivos establecidos.

TORRES, CARMEN (2012) “APLICACIÓN DE PROCEDIMIENTOS CONTABLES EN EL CONTROL DE INVENTARIOS PARA LA COMPAÑÍA MUNDILEC S.A.”, Universidad Estatal de Milagro, Ciencias Administrativas y Comerciales, el presente trabajo de investigación presenta la problemática, la cual es la necesidad de un control de inventarios el cual no se realiza y por lo consiguiente es vital ejecutarlo, ya que el inventario es fundamental para la obtención de resultados. De tal modo que para la solución de la presente problemática se efectuaran procedimientos que facilitaran el logro de resultados más confiables. Unos de los objetivos primordiales de esta investigación se trata en erradicar las diferencias que existen entre en el inventario físico y el contable, lo cual será más factible aplicando los procedimientos pertinentes.

El presente trabajo de investigación tiene mucha relación con el proyecto en proceso, debido a que presenta una problemática parecida, ya que no poseen procedimientos que controlen los inventarios, de tal manera que a

través de esta investigación se lograra desarrollar ideas que servirán para realizar las correspondientes mejoras a los controles de los inventarios en comercial objeto de estudio.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La fundamentación legal del presente trabajo de investigación estará basada en los artículos contemplados en la constitución de la republica del ecuador los cuales darán a conocer los derechos de los consumidores.

Constitución de la República del Ecuador

Capítulo Tercero

Sección Novena

Personas Usuarias y Consumidoras

Art. 52.- En este se manifiesta el derecho que poseen y deben de exigir las personas que adquieran ya sea un bien o servicio, que los mismo se encuentren en condiciones aceptables y además que puedan elegirlos libremente sin presión alguna; también que la descripción del bien o servicio sea veraz y confiable.

Art. 54.- Todo acto que genere una mala prestación de servicios, lo que incluye la venta de productos o bienes en mal estado, realizara la correspondiente penalización a aquellas personas que los generen. Por lo tanto es responsabilidad de las personas que presten determinados servicios, si estos ponen en riesgo la vida de los consumidores.

Capitulo Sexto

Derechos de Libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizara a las personas

15. Es derecho de todas las personas, el desarrollo de cualquier actividad comercial, ya se está individual o colectiva, siempre y cuando se realice respetando los principios social, ambiental, solidarios y de solidaridad.

Sección quinta

Intercambio Económicos y comercio justo

Art. 335.- El estado dará seguimiento a la realización de transacciones económicas e intercambios, efectuando controles e intervenciones cuando el caso lo amerite. También se asegurara que no exista ningún acto ilícito que perjudique a los bienes o servicios prestados.

También establecerá una determinada política de precios que dará protección a la producción nacional. Erradicara cualquier clase monopolio a través de sanciones, lo cual permitirá mantener un mercado comercial sin la presencia de competencia desleal.

Art. 336.- El estado prevalecerá por la consecución de un comercio justo, el cual permitirá obtener bienes o servicios de alta calidad, a través de los mismos se lograra disminuir las distorsiones de intermediarios y el logro de la sustentabilidad.

El estado garantizara, un mercado con igualdad de oportunidades y condiciones, lo cual estará estipulado mediante la ley.

Plan nacional del buen vivir

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva

Según el plan nacional del buen vivir nos dice que:

La constitución establece la construcción de un “sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo” (art.276), en el que los elementos de transformación productiva se orienten a incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la

acumulación del conocimiento, la inserción estratégica en la economía mundial y la producción complementaria en la integración regional; a asegurar la soberanía alimentaria; a incorporar valor agregado con eficiencia y dentro de los límites biofísicos de la naturaleza; a lograr un desarrollo equilibrado e integrado de los territorios; a propiciar el intercambio justo en mercados y el acceso a recursos productivos; y a evitar la dependencia de importaciones de alimentos.

La transformación de matriz productiva supone una interacción con la frontera científico-técnica en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producción que promueven la diversificación productiva en nuevos sectores, con mayor intensidad en conocimientos, bajo consideraciones de asimetrías tecnológicas entre países (eficiencia schumpeteriana) y con un rápido crecimiento de la demanda interna y externa que promueva el trabajo (eficiencia keynesiana o de crecimiento).

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivo, sostenible, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se deben impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. Esto promoverá la sustitución de importaciones, desagregación y transferencia tecnológica, conocimiento endógeno, y priorizará la producción nacional diversificada, con visión de largo plazo en el contexto internacional.

Políticas

10.1 Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional.

10.2 Promover la intensidad tecnológica en la producción primaria, de bienes intermedios y finales.

10.3 Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.

10.5 Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS-, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mi pymes- en la estructura productiva.

10.6 Potenciar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de transformación productiva.

10.7 Impulsar la inversión pública y la compra pública como elementos estratégicos de estado en la transformación de matriz productiva.

10.8 Articular la gestión de recursos financieros y no financieros para la transformación de la matriz productiva.

10.9 Impulsar las condiciones de competitividad y productividad sistémica necesarias para viabilizar la transformación de la matriz productiva y la consolidación de estructura más equitativas de generación y distribución de la riqueza.

Metas

10.3 Aumentar la participación de la industria manufacturera al 14.5%.

10.4 Alcanzar el 20.0% de participación de la mano de obra calificada.

10.6 Reducir la intermediación de productos de pequeños y medianos productores en 33%.

Ley de Defensa del Consumidor

Capitulo IV

Obligaciones y Responsabilidades del Proveedor

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.-

El proveedor tiene como obligación primordial brindar al consumidor, características claras y veraces de los bienes o servicios que ofrece; de tal forma garantizara que el consumidor establezca una elección consiente de acuerdo a sus necesidades y con el determinado conocimiento de la descripción del bien o servicio.

Por lo tanto el tomara en cuenta si tal bien o producto es favorable o no según sus necesidades.

Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación de Servicios

Lo cual consiste en que el proveedor tiene la obligación de entregar el bien o servicios prestados tal y como se quedó pactado sin alterar precios, que los mismos se encuentren en buenas condiciones.

Permitiendo así que se genere el cumplimiento de satisfacción de las respectivas necesidades en forma puntual y correcta. Como lo respalda la

ley se debe cumplir esta obligación, que garantizara que todo consumidor reciba un buen servicio.

Art. 21.- Facturas

Es obligación del proveedor entregar las correspondientes facturas que darán por sentado la transacción realizada que corresponde a la compra de bienes o servicios prestados. Puesto que el consumidor tendrá su respaldo de lo que ha recibido a cambio de la entrega de dinero, lo cual se efectuara con sus respectivas retenciones como lo manifiesta la ley tributaria. Y en tal caso que no se entreguen los bienes o servicios en el tiempo planificado, deberán emitir un comprobante que indique la fecha y los motivos por los que no se realizó la correspondiente entrega.

Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (Código de la producción nacional)

Art. 1.- Objeto de la Ley

El objetivo primordial de esta ley está basado impulsar la formalización y por ende el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, lo cual dará lugar a mayores fuente de trabajo, productividad y la obtención de rentabilidad. Se extenderá de manera considerable el mercado interno, por lo consiguiente habrá una exportación constante, sumado a esto se realizara la contribución tributaria correspondiente.

Art 2.- Definición de Micro y Pequeña Empresa La Micro y Pequeña Empresa

La Micro y Pequeña empresa se la describe como el ente económico el cual está constituido ya sea por una persona natural o jurídica, cuya organización puede realizarse en la forma que se desee la misma que deberá estar contemplada en la legislación vigente. La organización puede dedicarse a diferente tipo de actividades como: transformación, extracción, producción, comercialización de bienes o servicios.

La presente ley tiene las siglas MYPE, la cual significa Micro y Pequeña Empresa, las mismas que deben de poseer sus correspondientes características y tamaños propios.

DEFINICIONES CONCEPTUALES

Negocio: Cualquier ocupación, empleo, trabajo o actividad que se realiza para obtener un beneficio, especialmente el que consiste en realizar operaciones comerciales, comprando y vendiendo mercancías o servicios. Todo lo que es objeto de una ocupación lucrativa o de interés, que por lo tanto a través del mismo se espera el logro de una utilidad.

Inversión: Es una colocación de capital en búsqueda de una ganancia futura, la decisión de invertir supone resignar un beneficio inmediato por un futuro que es improbable. También se interpreta a la inversión como el empleo de capital en la producción general de bienes o en el aumento de la reserva de bienes productivos.

Control: Es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización, lo que da lugar a una inspección, intervención, registro que permitan controlar diversas actividades. Considerado como el conjunto de métodos que se emplean para dirigir u orientar la realización de procedimientos en forma correcta.

Compra: Acción de adquirir algo a cambio de dinero. También se conoce como la transacción en la cual intervienen bienes y servicios adquiridos en el acto de compra. Conjunto de bienes que se compran para el gasto diario de las casas, se considera compra a la adquisición de cualquier objeto.

Venta: Acción y efecto de vender. La venta es la entrega de productos o servicios a cambio de dinero. También conocida como el contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado. Cuya transacción establece la política de entregar un bien o producto a cambio de dinero.

Producto: Es todo aquello que la empresa o la organización elabora o fabrica para obtener al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores. Objeto resultante del trabajo ejercido sobre una primera materia el cual se espera vender y obtener beneficios.

Proveedor: Es una persona o empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compra para su venta. Suministra o facilita lo necesario o conveniente a las empresas o negocios para el logro de utilidades.

Consumidor: Persona o conjunto de personas que piensan comprar o ha consumido un producto determinado, eligiéndolo entre los de la competencia. Es una persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades.

Necesidades: Deseo de obtener un bien o un servicio lo que conlleva a la sensación de carencia de algo sumado al deseo de satisfacerlas. Manifestación natural de sensibilidad interna que despierta una tendencia a cumplir un acto o a buscar una determinada categoría de objetos.

Las necesidades son propias de todo organismo vivo y consisten en una sensación provocada por la idea de que nos falta algo.

Ingresos: Son incrementos de los recursos económicos, este debe entenderse en el contexto de activos y pasivos, puesto que es la recuperación de un activo. Cantidad de dinero que se percibe con regularidad, percibe a la cantidad de dinero que se carga a una cuenta bancaria.

Egresos: Constituyen la expresión monetaria de los valores causados, pagados o consumidos como resultado de erogaciones aplicadas en funcionamiento, administración, operación y financiación, en desarrollo de las actividades financieras, económicas y sociales del ente público.

Resultado contable: Es el resultado económico patrimonial; es la variación de los fondos propios de una entidad, este resultado se determina considerando la diferencia entre los ingresos o gastos. Resultado contable es la diferencia entre ingresos y gastos registrados en la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio.

VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable independiente: Control de mercaderías

Se define como el proceso, mediante el cual se establece la cantidad de productos que se va a almacenar, para que así no exista ni faltante ni pérdida de mercaderías en magnitudes significativas. De tal modo que el control de las mercaderías es necesario para mantener un orden específico y conocer con exactitud las cantidades de mercadería que existe en bodega.

Variable dependiente: Cuenta inventarios

Comprende todos aquellos artículos, materiales, suministros, productos y recursos renovables y no renovables, para ser utilizados en procesos de transformación, consumo, alquiler o venta dentro de las actividades propias del giro ordinario de los negocios del ente económico.

Se incorporan entre otras las siguientes cuentas: materias primas, productos en proceso, obras de construcción en curso, cultivos en desarrollo, productos terminados, semovientes, materiales, repuestos y accesorios, así como inventario en tránsito.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

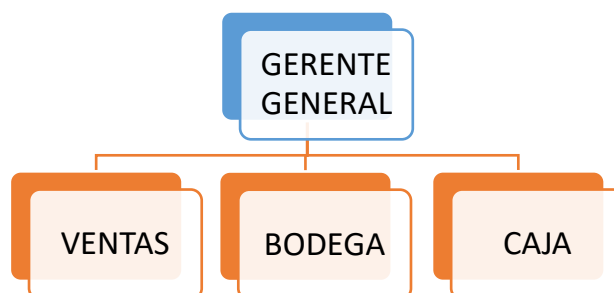
Presentación de la empresa

El comercial “Posligua” es un negocio familiar tuvo sus inicios el 2de Mayo del 1999, está ubicado en el centro de Vinces en el callejón vera y calle bolívar. El comercial se estableció para la compra y venta de productos de primera necesidad, que abarcan desde los elementos que son para alimentarse hasta los que son utilizados para la higiene; realizan sus ventas al por mayor y menor. El local es atendido por su propietario el Sr Guillermo Posligua y por sus hijos.

Objetivo social

El comercial “Posligua” fue fundada con el fin de cumplir todas las necesidades requeridas por los consumidores, las cuales son muy importantes porque son aquellas que son necesarias para alimentarse, para la higiene personal e incluso para el acto comercial, de tal modo que el objetivo fundamental del comercial es cumplir todas estas necesidades.

Organigrama del comercial



Proveedores



Diseño de la investigación

El diseño de una investigación consiste en la estructura de todos los procedimientos que se van a llevar a cabo, para alcanzar los objetivos propuestos y dar solución a la problemática planteada. De tal modo que en el diseño una investigación se manifestaran las técnicas, estrategias y los métodos que se aplicaran para obtener resultados óptimos. Teniendo presente que la información obtenida por parte de los informantes en determinados procesos será útil y la misma no se divulgará, garantizando así la integridad de las personas.

Diseñar una investigación es vital, para que esta se realice correctamente, ya que si se tiene un diseño, se podrá seguir un orden específico y correcto, por lo consiguiente si emplean los pasos propuestos en el

diseño de investigación se tendrán más posibilidades de obtener resultados satisfactorios .

Investigación Científica (Humberto Ñaupas Paltan, 2014)

La investigación científica consiste en la determinación de nuevos conocimientos, ya sean estos aplicados en el campo social, científico o tecnológico, de tal manera que es fundamental aplicar este tipo de investigación debido a que servirá para la comprobación de teorías no comprobadas o no corroboradas.

Con este tipo de investigación se pretende también implementar los conceptos, leyes, teorías, etc. Los cuales van relacionados con los campos que se va a aplicar, es interesante como a través de esta investigación se lograra profundizarun estudio científico e incluso aportara en el procedimiento de aprendizaje, ya que es vital interiorizar lo que se conoce para así explorar nuevos conocimientos que en muchas ocasiones son desconocidos.

Investigación Cualitativa. La investigación cualitativa está basada en la recolecta de información a través de preguntas a personas o grupos que tengan relación con la investigación, ya que es de gran importancia conocer que piensan las personas, las actividades que realizan, sus manifestaciones todo lo relevante que servirán como guía para la comprensión de los determinados comportamientos .

El enfoque cualitativo permitirá obtener datos y conceptos los cuales serán analizados para de este modo comprenderel origen de los comportamientos manifestados, lo cual es vital conocer. En este tipo de investigación van a participar de manera permanente las personas que tienen relación con la investigación, en todo el desarrollo del proceso.

Investigación Cuantitativa. Este tipo de investigación es aquella que se basa en la recolección de datos los cuales serán analizados y servirán para la aclaración de interrogantes investigativas, también está enfocada

en la comprobación de hipótesis la misma que ya fueron realizadas con anterioridad.

El enfoque cuantitativo se emplea a través de la utilización de números, porcentajes, magnitudes, datos estadísticos los cuales se obtienen mediante la realización de preguntas efectuadas a personas que forman parte de la muestra tomada de la correspondiente población, cuyos resultados estarán representados numéricamente. Este método cuantitativo es comúnmente utilizado en varios ámbitos, ya que a través de este se logra la obtención de resultados específicos y con una presentación más clara de fácil entendimiento, la presentación de los resultados facilitara la detección de las falencias que originan la problemática y servirá para la realización de soluciones oportunas a la problemática planteada en el trabajo investigativo.

Tipos de investigación (Humberto Ñaupas Paltan, 2014, págs. 91-92)

Para la realización de este trabajo se hará uso de diferentes tipos de investigación. Las cuales el autor realizara sus críticas respecto a cada una de ellas como son descriptiva, exploratoria y correlacionar:

- ✓ **Descriptiva.** Se la define como la investigación que se basa en la realización de estudios que permitan responder a diferentes interrogantes, lo cual permitirá obtener todo tipo de información que sea relevante para el tema a tratar.

Por lo tanto a través de este tipo de investigación se pretende especificar las características y diagnosticar todo lo relacionado con el manejo del control de las mercaderías en el comercial en mención.

- ✓ **Exploratoria.** Este tipo de investigación permitirá, mediante la realización de investigaciones, ya sean estos en libros, revistas e internet, obtener información que facilitara la penetración y comprensión del problema que se presenta.

Lo cual es importante ya que empapándose del tema que se va a investigar, será más factible encontrar soluciones correctas, que

servirán para tratar la presente problemática, la cual es como controlar la entrada y salida de las mercaderías.

- ✓ **Correlacionar.** Se emplea este tipo de investigación, ya que tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre la variable independiente la cual es control de mercaderías y la variable dependiente que es el saldo de la cuenta inventario.
- ✓ **De Campo.**(Paz, 2014)La investigación de campo se define como el tipo de investigación que tiene como objetivo primordial la búsqueda de datos relevantes que aporten a la investigación, en la cual cuyos elementos principales para la realización de la misma están conformados por la observación y la interrogación.

Para la realización de este trabajo de investigación, la autora llega a la conclusión que los métodos de investigación más convenientes para obtener resultados óptimo y confiables serán los siguientes: método exploratorio debido a que este permitirá realizar una exploración profunda respecto al problema planteado ocurrido en el comercial objeto de estudio a través de búsqueda de información que aportaran para alcanzar los objetivos propuestos; también se empleara el método descriptivo el cual ayudara a describir las causas del problema y las soluciones que se le darán al mismo y por último se utilizara el método correlacionar que servirá para establecer la relación entre las variables.

Población.

(Lerma Gonzalez, 2009, pág. 72) Define a la población como un grupo conformado por elementos los cuales estarán vinculados, porque poseerán características similares, de tal modo que a los elementos seleccionados se les realizaran la determinada caracterización, como lo es la descripción de cada uno. A los elementos escogidos se les ejecutara un correspondiente estudio el mismo que estará a cargo del investigador, el cual manifestara la descripción de cada uno y los relacionara. El determinado grupo no solo puede estar integrado por ser personas, sino también por otra clases de elementos los mismo que deben de obtener como se lo menciono anteriormente características o definiciones similares.

Por otro lado el autor (Sampieri, 2007, pág. 158) Manifiesta que al delimitar la población se de tomar en cuenta el grado del estudio que se va a realizar a dicha población, lo que conlleva a que no se tendrán mejores resultados si la determinada población es más grande, lo que realmente importa que la población este enfocada no solamente a los objetivos de la investigación sino más bien al problema planteado que se presenta. De tal que se representara la población correcta a estudiar esperando así resultados más óptimos con los cuales se va a llevar a cabo la investigación.

Está claro que establecer la población es muy relevante, debido a que permitirá obtener correctamente resultados respecto a la investigación planteada, porque los elementos escogidos que tengan relación con el proyecto de investigación, serán así estudiados lo cual ayudara, para la realización de hipótesis que generaran soluciones al problema planteado.

Tipos de Población

Los tipos de población se dividen en dos grupos, los cuales son los siguientes:

- **Población Finita:** Este tipo de población está compuesta por elementos finitos, los cuales se lo conoce por ejemplo: La población de una empresa, en donde aquí hay un determinado número de personas que pertenecen a la misma lo cual es fácil determinar.
- **Población Infinita:** Se denomina población infinita aquella que está compuesta por elementos infinitos los cuales son difíciles de determinar por ejemplo: La población de las diferentes especies de animales que existen como hay tantas cantidades de especies se la considera una población infinita.

Cuadro Poblacional

| Ítem | Informante | Población |
|-------|-------------------------|-----------|
| 1 | Autoridades Gerenciales | 2 |
| 2 | Trabajadores | 5 |
| 3 | Clientes | 50 |
| TOTAL | | 57 |

Muestra.

La muestra se la representa como el subconjunto de la población, se la denomina como el método por medio del cual se escogerán varios elementos pertenecientes al grupo de la población, no se toman todos los elementos de la población, debido a que en algunos casos se presentan inconvenientes, como por ejemplo: la falta de dinero para tomar todos los elementos, por tiempo, o también porque la población es muy extensa y conviene más solo tomar muestras de la misma. De tal forma que a través de la muestra, se podrá obtener datos estadísticos que permitirán conocer opiniones respecto a la investigación en estudio, pero hay que tomar en cuenta que para la toma de las muestras, primero hay que tener claro qué tipo de muestra es la más conveniente para el estudio que se va a

realizar, puede ser esta muestra probabilística y la no probabilística.(Sampieri, 2007, pág. 159)

Lo que conlleva a la conclusión, que a través de la toma de muestras será más fácil, manifestar que tipo de soluciones serán necesarias, para el problema de investigación planteado, porque se estimaran datos que darán a conocer de forma estadística las falencias que existen en el comercial objeto de estudio, por tanto será útil para la realización de correcciones.

Tipos de Muestra

A continuación se detallaran el significado de cada uno de los tipos de muestra, lo cual permitirá conocer de manera correcta que clase de muestra es la indicada para que se pueda emplear.(Sampieri, 2007, págs. 159-162)

Muestra no Probabilística. Este tipo de muestra se tomará en cuenta los elementos que conforman la población, los cuales serán de mucha relevancia para el proceso de estudio. También se debe considerar que al realizar este tipo de muestra es necesario tomar el mismo porcentaje como se manifiesta en la población por ejemplo: si va a tomar una población respecto a un grupo de niños de los cuales un 40% son varones y el 60% restantes son mujeres así mismo en la muestra se debe de establecer el mismo porcentaje claro que serán con menos unidades.

Muestra Probabilística.En esta muestra estarán incluidos cualquiera de los elementos que forman parte de los grupos de la población, lo que significa que todos tendrán mismo grado de importancia al momento de ser escogidos pueden formar parte de la muestra

Fórmula para cálculo de muestra.

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Para los efectos de la presente investigación se utilizará un muestreo intencional debido a las características de la población rural y de la periferia del centro poblado donde radica el negocio.

Cuadro muestral.

| Ítem | Informantes | Muestra |
|-------------|-------------------------|----------------|
| 1 | Autoridades Gerenciales | 1 |
| 2 | Trabajadores | 3 |
| 3 | Clientes | 16 |
| TOTAL | | 20 |

Técnicas e Instrumentos de Investigación

La observación

Se define a la observación como una forma de investigar, dar profundidad y seguimiento a los fenómenos relacionados con el tema a tratarse. Todo investigador debe tener como base la técnica de observar, lo cual debe realizar de manera íntima y cercana no a través de un intermediario sino más bien debe ser de forma directa, esto le facilitara la realización de hipótesis las mismas que darán un aporte relevante para la correspondiente investigación.(Juan Báez y Pérez de Tudela, 2012, pág. 173)

Por lo consiguiente la observación en el trabajo de investigación será sumamente útil ya que a través de este método el investigador podrá formular determinadas hipótesis sobre las posibles causas que provocan la presente problemática. Porque se observaran diferentes ángulos que tendrán relación con el tema planteado, permitiendo así realizar un análisis general.

La observación se encuentra compuesta por tres tipos:

La observación regulada, que está relacionada con la investigación exploratoria la cual se basa en la recopilación de información, ya sea por medio de libros, internet, revistas entre otros.

La observación participante, la cual se realiza mediante la participación en un grupo determinado que tenga relación con el tema de investigación, para llevar a cabo la determinada observación no es necesario que el observador realice las mismas actividades de los participantes del grupo, puede realizar otro tipo de actividad que se encuentre en el grupo la cual dará lugar a que se mantenga un lazo cercano con el grupo lo que permitirá ganarse la confianza.

Por ultimo tenemos la **observación no participante**, la cual consiste en acercarse al grupo, pero no necesariamente perteneciendo al mismo sino más bien por otro medio cercano. La interrogación que es la que se realizara por medio de encuestas entrevistas a personas que sean relevantes para la investigación.

Por lo consiguiente este tipo de investigación es sumamente importante aplicar en el proyecto de investigación, ya que aportara técnicas que serán útiles para la obtención de soluciones al problema planteado.

Entrevista

(Juan Báez y Pérez de Tudela, 2012, pág. 95) Manifiestan que la entrevista es una técnica mediante la cual se trata de alcanzar la mayor información posible en la cual se detallan las causas de la problemática respecto al tema a tratar. Es decir que a través de la entrevista se va a realizar un análisis profundo que permitirá establecer un acercamiento más íntimo con determinados informantes los mismos que juegan un papel importante en el tema que se va a desarrollar. En la entrevista se debe detallar al informante cuales son los motivos porque se lo va a entrevistar, de tal forma que el entenderá y será más fácil entrevistarlo y lograr que exista confianza, para así obtener la información necesaria en el caso.

De tal modo que la entrevista es un método muy eficaz, el cual será aplicado en la presente investigación, debido a que este permitirá obtener información a través de los informantes, que en este caso serán el personal laboral del comercial. Los mismos que contestaran las determinadas preguntas según su criterio, y las respuestas adquiridas servirán para encontrar las causas de la problemática presentada y establecer las soluciones adecuadas.

Tipos de entrevista

La entrevista se puede realizar de diferentes formas, por lo cual se la divide en diferentes tipos como son:

❖ **Según el modo**

Se establecerá la clase de comunicación que se empleara entre el entrevistador y el entrevistado.

Entrevista cara: Se realiza a través de la interacción presencial entre el entrevistador con el entrevistado.

Entrevista telefónica: La cual es ejecutada mediante vía telefónica para la correspondiente recopilación de información. Este tipo de entrevista es más común en el ámbito psicológico o también político porque es importante conocer lo que piensan las personas entrevistadas.

Entrevista online: Esta se realiza estipulando un tiempo de duración de dicha entrevista con sus correspondientes preguntas y almacenando las respuestas obtenidas. Este tipo de entrevista es común en el ámbito laboral.

Entrevista por correo electrónico: Se emplea mediante el envío de las preguntas al correo electrónico del entrevistado, para luego obtener las respuestas por el mismo medio.

❖ **Según el número de participantes**

Este tipo de entrevista está compuesta según el número de participantes los cuales pueden ser una entrevista individual, grupal o en panel.

Entrevista individual: Se aplica de forma individual, es decir que se trata de una entrevista personal, dirigida a una persona, ya sea para la consecución de información, para un trabajo entre otros. Este tipo de entrevista permite tener un acercamiento directo e individual.

Entrevista grupal: Generalmente se emplea para la contratación de personal laboral cuyo fin es analizar cada uno de los comportamientos y respuestas de los aspirantes al puesto, de tal forma que se conocerá la interacción de cada una de las personas que forman parte del grupo.

Entrevista de panel: La cual tiene características similares con la entrevista grupal, pero hay una diferencia que en este tipo de entrevista se necesita de la intervención de varios entrevistadores no solo de uno como se aplica en la entrevista anterior. Se utilizan varios entrevistadores porque así cada entrevistador dará sus críticas referente a los entrevistados, de tal forma que al final se consultaran entre todos dichas opiniones, para luego escoger al candidato apto para el puesto requerido.

Guía de entrevista.

Objetivo: La presente entrevista, tiene como objetivo conocer el grado de capacitación, que posee el personal laboral del comercial objeto de estudio.

Entrevista

Personal laboral del comercial “Posligua”

- 1. ¿Considera que el comercial se encuentra en óptimas condiciones para laborar? ¿Por qué?**
- 2. ¿El comercial responde oportunamente a la demanda de productos? ¿Por qué?**

3. **¿Los clientes están satisfechos con la atención recibida sí o no? ¿porque?**

4. **¿Existe un agradable ambiente laboral sí o no? ¿Por qué?**

5. **¿Quién aporta y quien no en el equipo de trabajo? ¿Por qué?**

6. **¿Se siente capacitado para ejercer sus actividades laborales? ¿Por qué?**

Encuesta.(Sarmiento Lugo, 2013, pág. 29)

La encuesta es el medio x el cual se pretende obtener información, la misma que se establecerá formulando preguntas hacia un numero representativo de muestras tomadas de un grupo de población, lo que permitirá medir en cantidades y datos estadísticos cada respuesta obtenida. De tal modo que se evaluaran aquellos resultados que se los determinan como cuantitativos ya que manifestaran, el grado de importancia de cada respuesta en forma numérica o gráficos representativos.

En el trabajo de investigación se realizara el método de la encuesta, para poder conocer las opiniones de los clientes, y de tal modo establecer las cantidades de respuestas obtenidas, es decir determinar que respuestas obtuvieron mayor cantidad, ya sean estas a favor o en contra del comercial, lo que interesa es poder encontrar las causas de la problemática y emplear las correctas mejoras.

Tipos de encuestas.

La encuesta está constituida por varios tipos los cuales serán detallados a continuación:

❖ **Según la forma de su aplicación**

La cual está dividida en cuatro partes como son: encuesta por correo, vía telefónica, personal y online.

Encuesta por correo: Se emplea mediante el envío de las correspondientes preguntas, las cuales deberán ser devueltas con sus respectivas respuestas.

Encuesta vía telefónica: Es realizada a través de la formulación de preguntas por teléfono, en la cual se debe de anotar todas las respuestas que el encuestado responde.

Encuesta personal: Es la más factible ya que esta se realiza en persona, es decir se tiene al encuestado presencialmente, lo cual facilita la obtención de información.

Encuesta online: Consiste en la realización de las determinadas preguntas al encuestado a través del internet lo que conlleva la obtención de respuestas más rápidas con mayor volumen de encuestados y son más económicas de realizar.

❖ **Según sus objetivos**

Los cuales se derivan las encuestas descriptivas y las analíticas.

Encuesta descriptiva: Consiste en la descripción de cada elemento de la muestra perteneciente a una población. Desde el momento que se realiza la encuesta se pretende documentar cada respuesta obtenida e interpretar los resultados obtenidos.

Encuesta analítica: Consiste en la determinación de las causas de la determinada problemática a través de preguntas a los encuestados, para así mismo explicar las causas y describir que soluciones son las más convenientes, según la información obtenida.

Modelo de encuesta

Objetivo: Con esta encuesta se pretende buscar esclarecer ideas, respecto a la atención que reciben los clientes por parte del comercial y si los mismos están satisfechos.

Encuesta

Clientes del comercial "Posligua"

1. ¿Qué edad tiene?

2. ¿La atención recibida en el comercial es agradable?

Siempre

A veces

Nunca

3. ¿Sus necesidades son atendidas al instante?

Siempre

A veces

Nunca

4. ¿La rotación de los determinados productos se realiza constantemente?

Si

No

5. ¿Los productos adquiridos en el comercial se encuentran en buenas condiciones?

Siempre

A veces

Nunca

6. ¿Considera que el precio de los productos es el adecuado?

Siempre

A veces

Nunca

7. ¿Los productos requeridos se encuentran con facilidad?

Siempre

A veces

Nunca

8. ¿El horario de atención es el adecuado?

Si

No

9. ¿Recomienda a otras personas para que adquieran determinados productos en el comercial?

Siempre

A veces

Nunca

10. En su opinión, ¿el comercial posee buenas condiciones para servir al cliente?

Si

No

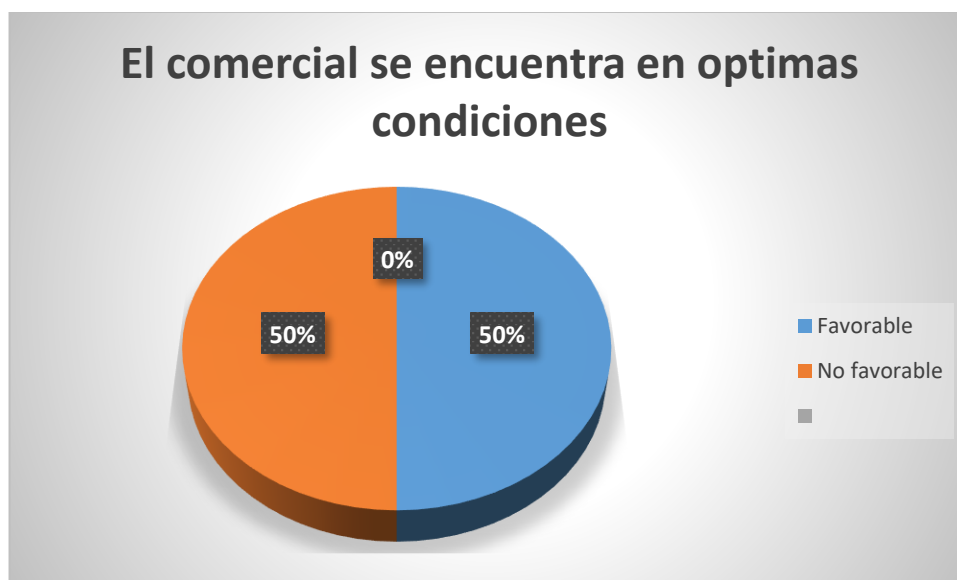
Capitulo IV

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Entrevista

1. ¿Considera que el comercial se encuentra en óptimas condiciones para laborar? ¿Por qué?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|----------|-------------|
| Favorable | 2 | 50% |
| No favorable | 2 | 50% |
| Total | 4 | 100% |



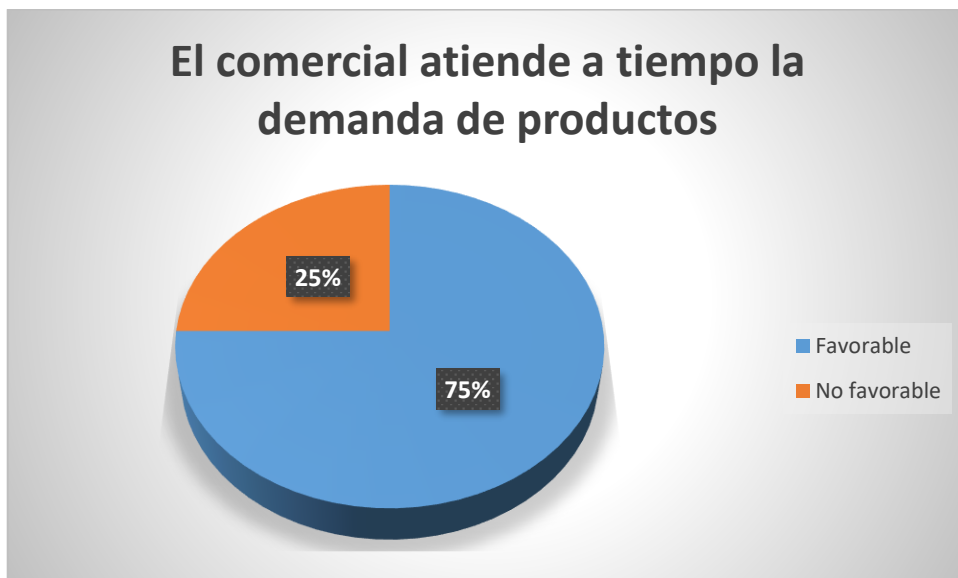
Análisis

El presente grafico muestra que el 50% está a favor y el otro 50% ésta en contra, respecto a si el comercial se encuentra en buenas condiciones para laborar, lo cual es sumamente importante conocer.

De tal manera que con los resultados obtenidos se demuestra que al comercial aún le falta mejorar sus condiciones con un mayor orden. Esto podría ser unas de las causas de la problemática, porque lo más importante es tener una buena fachada tanto externa como interna, para así mantener la clientela y no provocar la pérdida de la misma, debido a las malas condiciones laborales.

2. ¿El comercial responde oportunamente a la demanda de productos? ¿Por qué?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|----------|-------------|
| Favorable | 3 | 75% |
| No favorable | 1 | 25% |
| Total | 4 | 100% |



Análisis

El presente grafico se puede apreciar que el 75% está a favor y el 25% restante ésta en contra respecto, a que si en el comercial la atención de la demanda de productos se realiza a tiempo.

Con los resultados obtenidos a través del personal laboral del comercial, según ellos la mayoría de los productos se atienden a tiempo, pero lo más conveniente sería que fuera atendida en su totalidad la demanda de productos, lo cual no ocurre por una causa, que podría ser la falta de inventario en el área de bodega, la cual no permite conocer que producto necesita ser repuesto a tiempo.

3. ¿Los clientes están satisfechos con la atención recibida sí o no? ¿porque?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|----------|------------|
| Favorable | 4 | 100% |
| No favorable | 0 | 0% |
| Total | 4 | 100% |



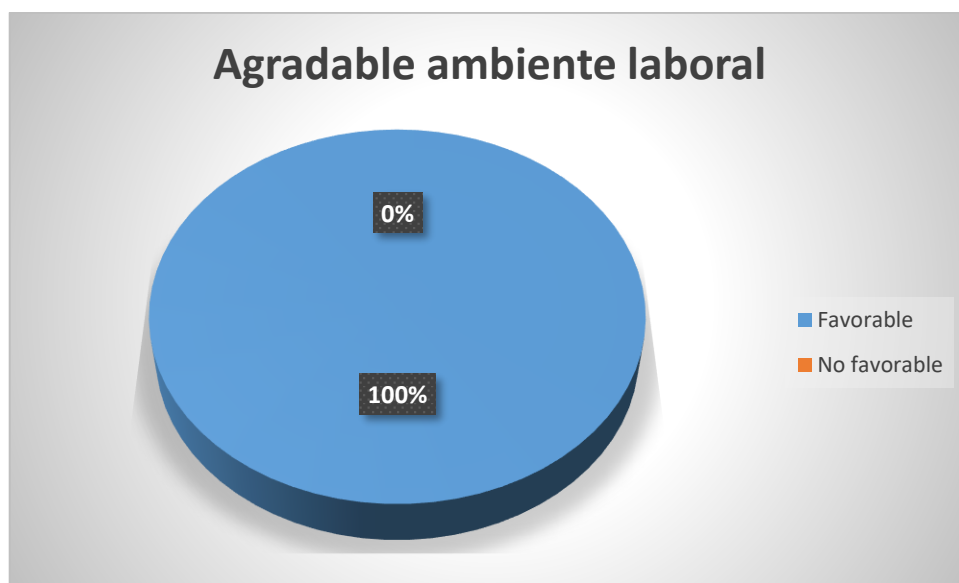
Análisis

En el presente grafico se puede observar que el 100% del personal laboral manifiesta que existe una satisfacción de los clientes respecto a la atención recibida.

Lo cual es favorable, ya que es uno de los elementos más importantes brindar buena atención al cliente y que este se encuentre satisfecho con la atención recibida, de tal manera que esto provocara que el cliente regrese y será beneficioso para el comercial y su correspondiente rentabilidad.

4. ¿Existe un agradable ambiente laboral sí o no? ¿Por qué?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|----------|-------------|
| Favorable | 4 | 100% |
| No favorable | 0 | 0% |
| Total | 4 | 100% |



Análisis

En el presente grafico se aprecia que el 100% del personal laboral manifiesta que existe un agradable ambiente laboral en el comercial objeto de estudio.

Lo cual es favorable, debido a que es importante que exista un agradable ambiente laboral, para que la realización de las funciones laborales sea más eficaz y entusiasta, de tal modo que generaran resultados positivos que aportaran de manera significativa al comercial objeto de estudio.

5. ¿Quién aporta y quien no en el equipo de trabajo? ¿Por qué?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|----------|-------------|
| Favorable | 3 | 75% |
| No favorable | 1 | 25% |
| Total | 4 | 100% |



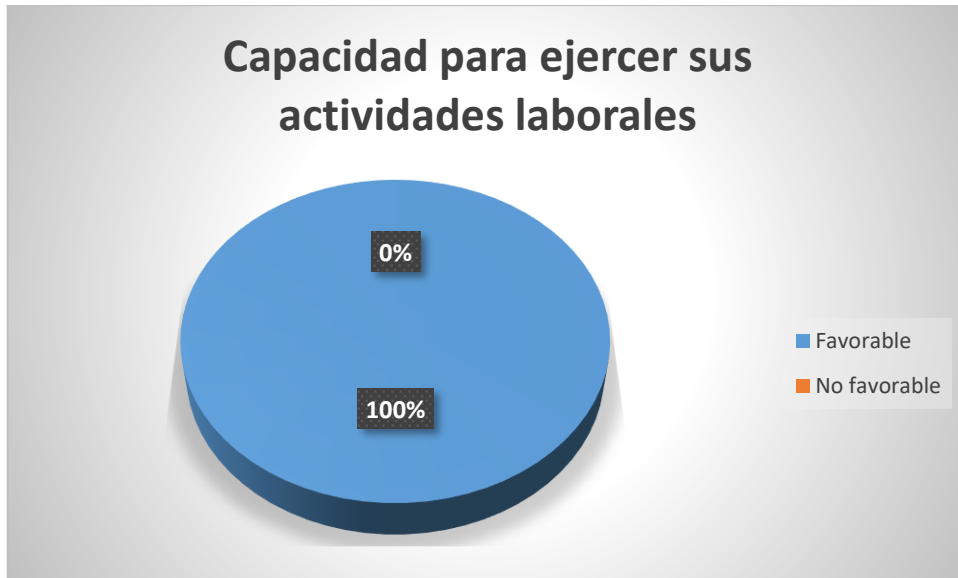
Análisis

El presente grafico muestra que un 75% está a favor y un 25% ésta en contra, respecto a si existe un aporte laboral por parte de los trabajadores del comercial en mención.

Los resultados obtenidos manifiestan, que en su mayoría aportan en el comercial pero el restante no, lo cual no es conveniente debido a que es importante, que todo el personal laboral aporte en cada una de las actividades a realizar, porque facilitara a la obtención de los objetivos propuestos en dicho comercial.

6. ¿Se siente capacitado para ejercer sus actividades laborales?
¿Por qué?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|----------|------------|
| Favorable | 4 | 100% |
| No favorable | 0 | 0% |
| Total | 4 | 100% |

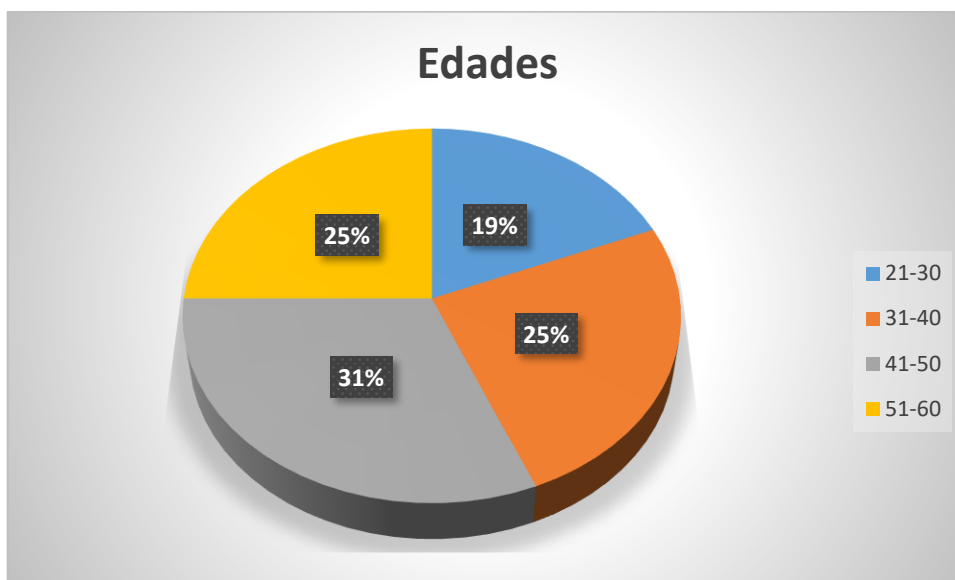


Encuesta

1. ¿Qué edad tiene?



| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| 21-30 | 3 | 19% |
| 31-40 | 4 | 25% |
| 41-50 | 5 | 31% |
| 51-60 | 4 | 25% |
| Total | 16 | 100% |



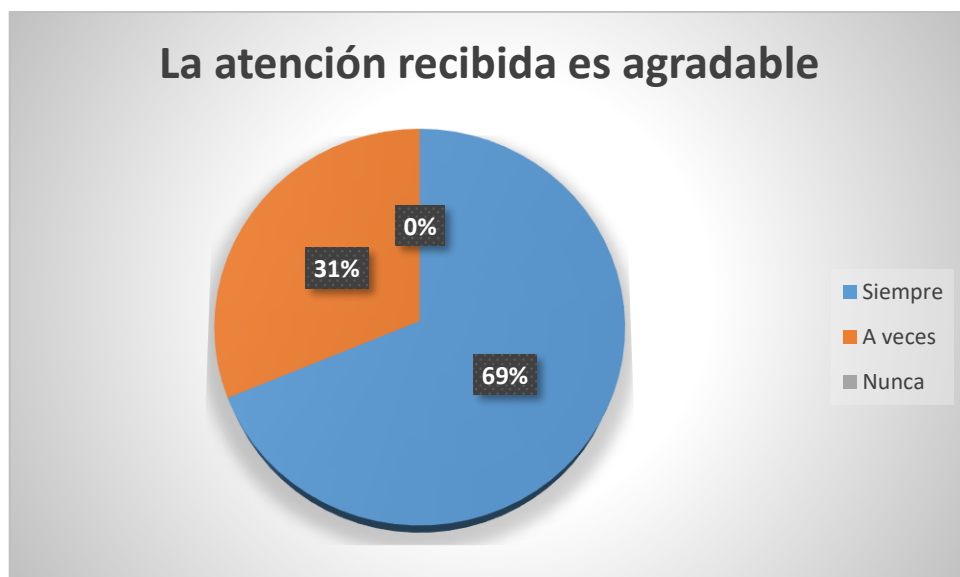
Análisis

En el presente grafico se aprecia que las edades de las personas que fueron sometidas a esta encuesta varían desde los 21 hasta los 60 años, lo que significa que ya son personas adultas con criterios formados y responsables de las respuestas manifestadas.

Los resultados obtenidos servirán para conocer las causas de la presente problemática en el comercial objeto de estudio.

2. ¿La atención recibida en el comercial es agradable?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Siempre | 11 | 69% |
| A veces | 5 | 31% |
| Nunca | 0 | 0% |
| Total | 16 | 100% |



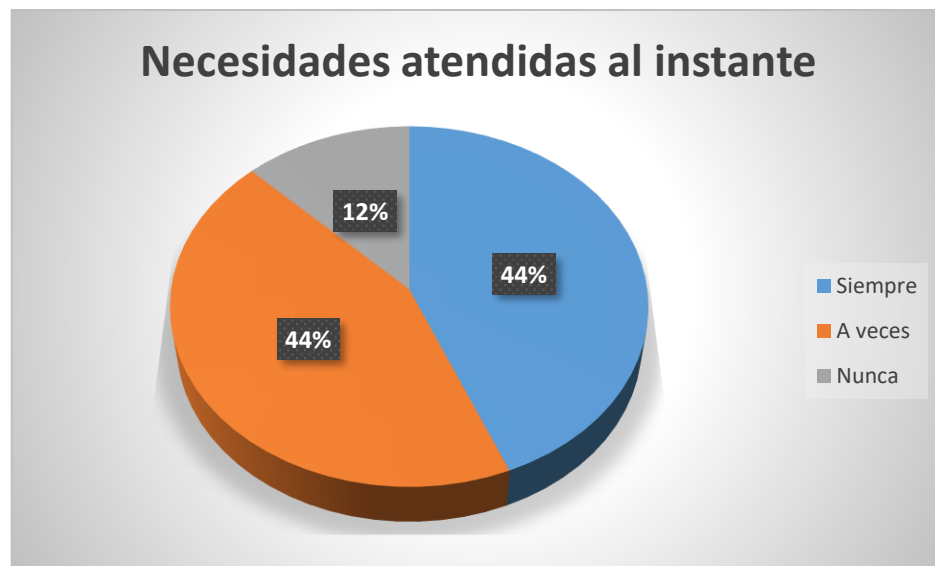
Análisis

El presente gráfico muestra que un 69% siempre está satisfecho con la atención recibida en el comercial, un 31% a veces se siente satisfecho y un 0% de nunca se sienten satisfechos.

Con los resultados obtenidos se determina que se debe de considerar el porcentaje de personas que manifiestan, que a veces se encuentran satisfechos con la atención recibida en el comercial, lo cual no es favorable debido a que es importante que la clientela en su totalidad se encuentre satisfecho con la atención recibida, ya que esto es sustancial para el logro de rentabilidad en el comercial en mención.

3. ¿Sus necesidades son atendidas al instante?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Siempre | 7 | 44% |
| A veces | 7 | 44% |
| Nunca | 2 | 12% |
| Total | 16 | 100% |



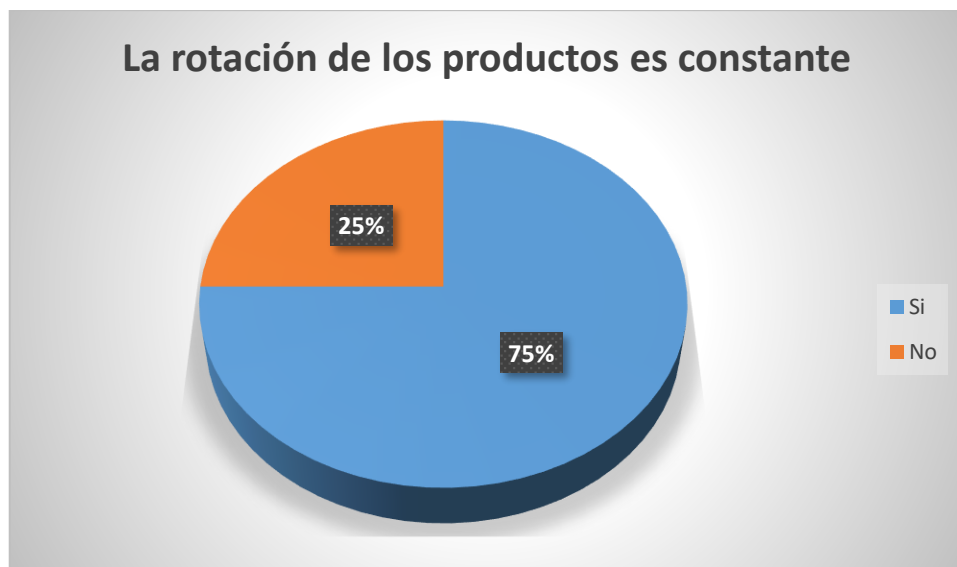
Análisis

El presente gráfico muestra que un 44% de los clientes afirman que sus necesidades son atendidas al instante, un 44% a veces lo está y por último un 12% nunca lo está.

Por lo consiguiente con los resultados obtenidos se determina, que existe una falta de reposición de determinados de productos, lo cual evita que se atiendan a tiempo las necesidades de los consumidores. De tal modo que es importante siempre responder a las necesidades de los consumidores, porque mientras se atiendan dichas necesidades se mantendrá a la clientela.

4. ¿La rotación de los determinados productos se realiza constantemente?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Si | 12 | 75% |
| No | 4 | 25% |
| Total | 16 | 100% |



Análisis

En el presente gráfico se puede apreciar que un 75% manifiesta que si existe rotación de los determinados productos y un 25% que no la hay en el comercial en mención.

Por lo tanto los resultados obtenidos serán útiles para conocer qué tan frecuente es la rotación de los productos. Se deben realizar mejoras que permitan disminuir el porcentaje de personas que afirman que no existe rotación de inventarios, debido a que no es conveniente para el comercial que la clientela encuentre productos con fecha vencida.

5. ¿Los productos adquiridos en el comercial se encuentran en buenas condiciones?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Siempre | 8 | 50% |
| A veces | 8 | 50% |
| Nunca | 0 | 0% |
| Total | 16 | 100% |



Análisis

En el presente grafico se muestra que el 50% de los clientes manifiestan, que siempre encuentran los productos en buenas condiciones y el 50% restante que a veces los encuentran en buen estado.

Con los resultados obtenidos se demuestra que en el comercial es necesario poner énfasis, respecto a las condiciones de los productos, debido a que es importante que estos mantengan sus características, desde que son adquiridos mediante los proveedores hasta la respectiva entrega a los consumidores, ya que así se evitara perdida de mercaderías por las malas condiciones del producto, porque un producto en malas condiciones es difícil de vender.

6. ¿Considera que el precio de los productos es el adecuado?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Siempre | 9 | 56% |
| A veces | 7 | 44% |
| Nunca | 0 | 0% |
| Total | 16 | 100% |



Análisis

El presente gráfico muestra que un 56% de los clientes confirman que el precio de los productos es el adecuado, mientras que un 44% indican que a veces el precio de los productos es el adecuado.

Con los resultados obtenidos se conoce que en el comercial la mayor parte de los productos se acomodan a la economía de los clientes, pero la otra parte que es importante opina que no en todos los productos el precio es el adecuado, por lo consiguiente es necesario evaluar los precios para que todos los productos obtengan el precio adecuado en el mercado, ya que es importante, porque el precio es el que llama la atención para que se genere la demanda de productos.

7. ¿Los productos requeridos se encuentran con facilidad?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Siempre | 5 | 31% |
| A veces | 10 | 63% |
| Nunca | 1 | 6% |
| Total | 16 | 100% |



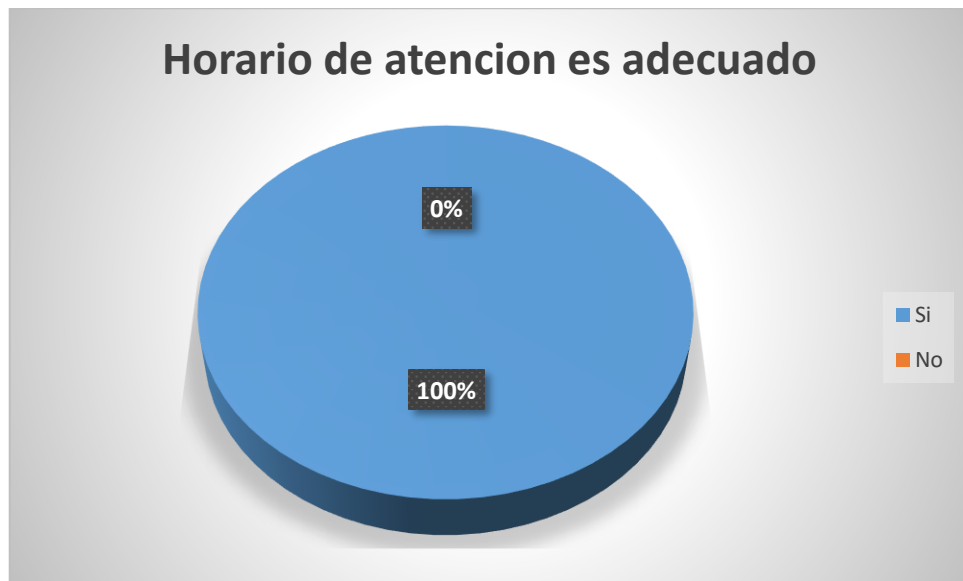
Análisis

En el presente gráfico se demuestra que un 31% de los clientes siempre encuentran los productos con facilidad, mientras que un 63% a veces los encuentran y por último un 6% nunca los encuentran.

Por lo tanto los resultados obtenidos demuestran que en el comercial existen falencias al momento de perchar la mercadería, debido a que en su gran mayoría los clientes manifestaron es difícil encontrar los productos requeridos, de tal forma que importante dar soluciones a lo suscitado, porque puede ocurrir que se está perdiendo de vender, a consecuencia de que no se encuentran los productos cuando son solicitados.

8. ¿El horario de atención es el adecuado?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Si | 16 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| Total | 16 | 100% |



Análisis

En el presente gráfico se puede observar que el 100% de los clientes afirman que el horario de atención es el adecuado.

Con los resultados obtenidos se demuestra que el horario de atención que presta el comercial es indicado, lo cual es favorable ya que la clientela tiene conocimiento de las respectivas horas que pueden adquirir sus productos.

9. ¿Recomienda a otras personas para que adquieran determinados productos en el comercial?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Siempre | 7 | 44% |
| A veces | 8 | 50% |
| Nunca | 1 | 6% |
| Total | 16 | 100% |



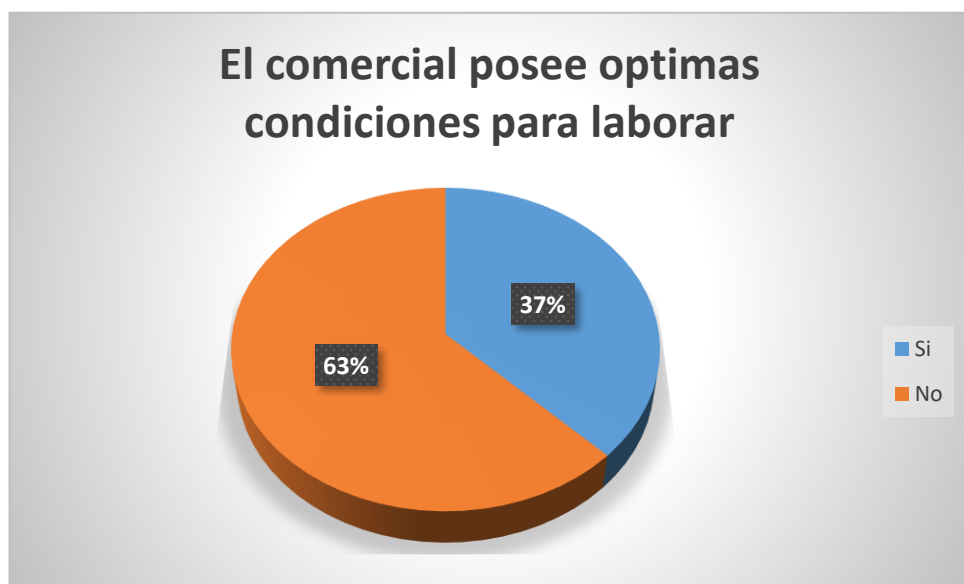
Análisis

El presente gráfico muestra que el 47% de los clientes recomiendan a las demás personas, para que adquieran productos en el comercial, mientras que un 53% indica que a veces recomienda.

Con los resultados obtenidos se demuestra que tan recomendado es el comercial para ir a adquirir determinados productos, lo cual servirá para incrementar el número de clientela.

10. En su opinión, ¿el comercial posee buenas condiciones para servir al cliente?

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|------------------|-----------------|-------------------|
| Si | 6 | 37% |
| No | 10 | 63% |
| Total | 16 | 100% |



Análisis

En el presente grafico se puede apreciar que un 37% de los clientes opinan que el comercial se encuentra en óptimas condiciones para laborar, mientras que un 63% manifiesta que no lo está.

Con los resultados obtenidos se demuestra que el comercial necesita realizar mejoras a sus instalaciones, debido a que es importante contar con una fachada interna y externa para dar buena imagen, por lo tanto es necesario realizar las mejoras correspondientes.

PLAN DE MEJORAS

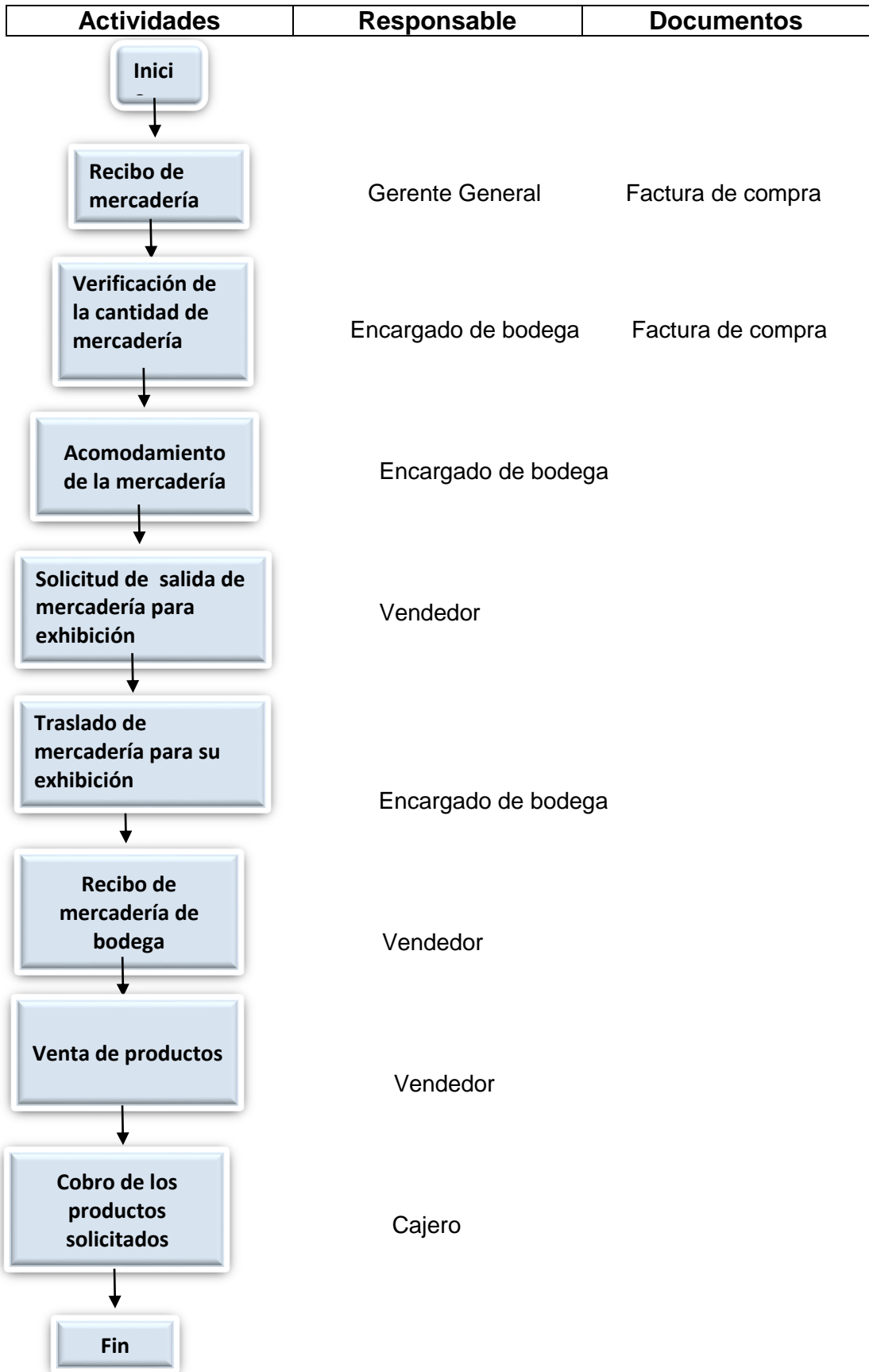
Mejoras en los procesos de control de las mercaderías

Proceso actual

Actualmente se evidencia que la recepción de la mercadería adquirida a través de los proveedores, hasta el traslado de la misma para su correspondiente exhibición y venta, se realiza de la siguiente manera:

Diagrama de flujo

| Área Responsable | Descripción |
|------------------|---|
| Bodega | 1.- Recibe la mercadería |
| Bodega | 2.- Verifica si la cantidad de la mercadería es la acordada |
| Bodega | 3.- Acomoda la mercadería en bodega |
| Ventas | 4.- solicita la mercadería para su exhibición |
| Bodega | 5.- Traslada la mercadería solicitada al área de ventas |
| Ventas | 6.- Recibe los productos provenientes de bodega |
| Ventas | 7.- Vende los productos solicitados por los clientes |
| Caja | 8.- Cobra el producto adquirido por el cliente |



Proceso propuesto

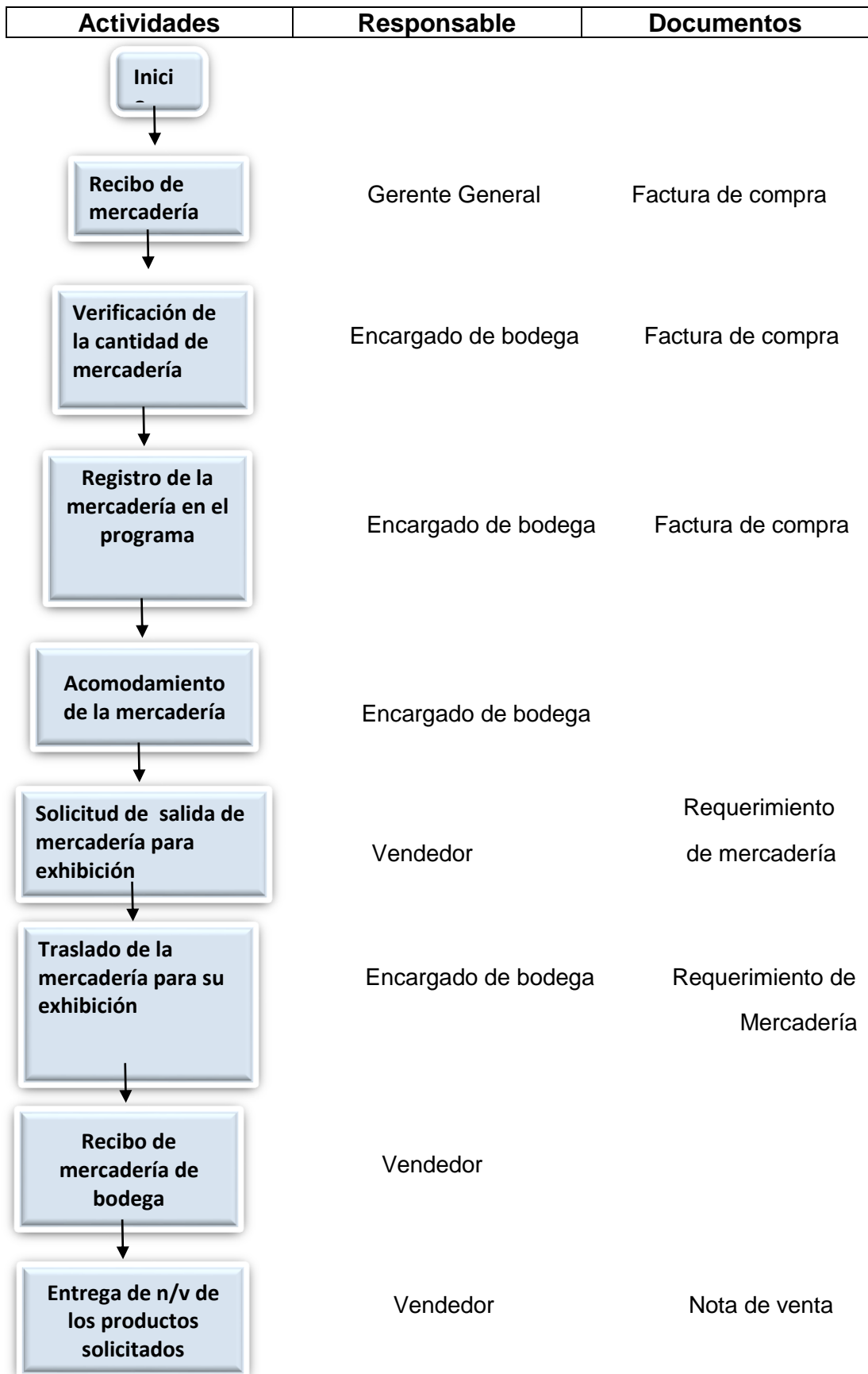
En el proceso actual respecto al control de las mercaderías que lleva acabo el comercial, se observó varias falencias existentes, tales como la falta de un control preciso que indique la cantidad de mercadería que está ingresando al área de bodega y la cantidad que sale, lo cual permitirá establecer la cuenta de inventario de la mercadería.

De tal modo que se propondrá el programa Microsoft Excel, en el cual se diseñaran formatos que tengan relación con las tarjetas kardex, cuya diferencia se verá reflejada, en que el registro de la mercadería no se realizara con el propósito de estimar el precio de costo de cada producto, sino para conocer las cantidades exactas de productos según sus características que existe en bodega.

A continuación se mostrara el proceso propuesto que abarcara desde la compra de las mercaderías a los proveedores hasta su correspondiente venta, implementando en este proceso el programa Microsoft Excel con formato con similitud a las tarjetas kardex.

Diagrama de flujo

| Área Responsable | Descripción |
|------------------|--|
| Bodega | 1.- Recibe la mercadería |
| Bodega | 2.- Verifica si la cantidad de la mercadería es la acordada |
| Bodega | 3.- Registro de la mercadería en el programa |
| Bodega | 4.- Acomoda la mercadería en bodega |
| Ventas | 5.- solicita la mercadería para su exhibición |
| Bodega | 6.- Traslada la mercadería solicitada al área de ventas |
| Ventas | 7.- Recibe los productos provenientes de bodega |
| Ventas | 8.- Entrega de nota de venta con la descripción de los productos adquiridos con sus valores al cliente |
| Caja | 9.- Cobra el producto solicitado por el cliente |
| Caja | 10.- Ingreso de los productos vendidos al programa |





Es importante tomar en cuenta al momento de acomodar la mercadería recibida en el área de bodega, las siguientes técnicas o formas de hacerlo:

- Acomodar la mercadería en general según sus características, que estas tengan características similares, por ejemplo; no se puede colocar la mercadería de limpieza con la que es para alimentarse.
- Colocar letreros que indiquen la fecha próxima a caducar de cada producto, es decir que se deben agrupar cuyos productos tengan las mismas fechas a caducar, y estos poseen similares características.
- Verificar constantemente las condiciones de los determinados productos, es decir que estos no presenten algún tipo de anomalía diferente a las características propias del mismo.
- Mantener el área de bodega siempre limpia y en óptimas condiciones.

Por otro lado se manifestaran técnicas que serán útiles, para que la mercadería también tenga un correcto orden en el área de ventas, las cuales son los siguientes:

- Verificación constante respecto a que producto falta en las perchas.
- Verificación constante sobre que producto esta vencido, el cual se encuentra en percha.
- Cerciorarse que los productos se encuentren en buenas condiciones y si existe algún producto en malas condiciones, se realizara el inmediato retiro del mismo del área de exhibición.
- Tomar en cuenta al momento de perchar los determinados productos, que estos estén ordenados de acuerdo a su fecha de vencimiento, es decir, colocando el producto próximo a vencer en la parte de adelante y el que este a una fecha más lejana de vencer en la parte de atrás.
- Acomodar los productos según sus características; por ejemplo si se va a perchar el detergente, que este se encuentre junto a los demás productos que tengas características similares, que son utilizados para la misma área.
- Siempre se debe de mantener limpio el lugar donde se encuentren los productos exhibidos, ya que esto permitirá dar una buena apariencia ante los clientes y generara mayor adquisición de los productos

CONCLUSIONES

Una vez analizados los resultados obtenidos mediante las encuestas y entrevistas, se estima que el comercial Posligua presenta problemas de control de la mercadería, lo cual no le permite conocer con exactitud la cantidad de mercadería que posee en bodega, lo mismo que está generando la falta de atención a la demanda de productos de forma inmediata y oportuna.

También se identificó los procesos actuales que se ejecutan en el comercial respecto al control de las mercaderías, cuyos procesos son inadecuados debido a que no existe un orden específico que dé a conocer que producto necesita ser repuesto a tiempo, sino más bien lo conocen, ya cuando el cliente lo solicita y no se encuentra, lo cual estaría originando la falta de atención a las necesidades requeridas de forma inmediata.

Por otro lado se evidencia que los productos no se encuentran con facilidad, de tal modo que estos se perchan de forma incorrecta, lo cual provoca la pérdida de la respectiva venta del producto e incluso la pérdida del producto.

Por lo tanto se diseñarán mejoras a estos procesos, las cuales permitirán que la mercadería se encuentre en orden, buenas condiciones y lo más importante se conocerán las cantidades exactas de mercaderías que existen en el área de bodega, para que de este modo se puedan atender a tiempo las necesidades requeridas por los clientes.

RECOMENDACIONES

Luego de realizar este proyecto de investigación sobre propuesta de mejoras al control de las mercaderías en comercial Posligua, de tal modo que es necesario realizar las siguientes recomendaciones:

- Se tenga en consideración los resultados obtenidos, a través del presente trabajo de investigación y la propuesta planteada para que el comercial adquiriera un mejor control de la mercadería que posee.
- La realización de mayor supervisión hacia el personal laboral por parte del gerente o administrador del comercial, para evitar que las falencias encontradas se vuelvan a repetir.
- Establecer reglas o políticas que en el caso de incumplirlas se realizarán multas.
- Realizar una constatación física y contable de los inventarios de las mercaderías, por lo menos una vez al mes.

Bibliografía

(s.f.).

Ruben Sarmiento R. (2005). *Contabilidad de Costos* (1 ed.). Quito, Ecuador: Editorial Voluntad.

<http://www.economia48.com/spa/d/compra/compra.htm>. (s.f.). Recuperado el 5 de 10 de 2017

Catácora F. (2007). *Contabilidad como base para toma de decisiones*. Caracas, Venezuela: MCgraw/hill.

Concepto definicion . (s.f.). Recuperado el 4 de 10 de 2017, de <http://conceptodefinicion.de/consumidor/>

Constitución de la Republica del Ecuador. (s.f.). Recuperado el 20 de 09 de 2017, de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Definición de. (s.f.). Recuperado el 4 de 10 de 2017, de <https://definicion.de/venta/>

desarrollo, S. N. (s.f.). *Secretaria Nacional de planificación y desarrollo*. Recuperado el 18 de 9 de 2017, de

<http://www.buenvivir.gob.ec/inicio;jsessionid=2F90656063A05CC8D2966B9192830F3A>

2006Enciclopedia Tematica Ilustrada MaestraBogotaColombiaGrupo Editorial Norma

Garcia Cantú Alonso. (2000). *Enfoques Prácticos para Planeación y Control de Inventarios* (4 ed.). Mexico: Editorial Trillas.

Holguin, C. J. (2010). *Fundamentos de control y gestion de Inventarios* (Vol. 1). (V. H. Rivera, Ed.) Santiago de Cali, Colombia: Programa Editorial Universidad de Cali.

Humberto Ñaupas Paltan. (2014). *Metodología de la Investigación* (4 ed.). Bogota, Colombia: Ediciones de la U.

Juan Báez y Pérez de Tudela. (2012). *Investigación Cualitativa* (2 ed.). Ciudad de México: Alfaomega.

Lerma Gonzalez, H. D. (2009). *Metodologia de la Investigación (propuesta, anteproyecto y proyecto)* (4 ed.). (A. d. Sierra, Ed.) Bogota: ECO Ediciones.

Ley organica de defensa del consumidor. (s.f.). Recuperado el 20 de 9 de 2017, de http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=251868

Lucia Coral- Emma Gudiño. (1999). Contabilidad 2000. En E. G. Lucia Coral, *Contabilidad 2000* (3 ed., pág. 301). Bogota, Colombia: McGraw-Hill.

Lucia Coral, Emma Gudiño. (2005). *Contabilidad 2000 plus* (5 ed.). Bogota: Mc Graw Hill.

Monografias.com. (s.f.). Recuperado el 4 de 10 de 2017, de <http://www.monografias.com/trabajos14/control/control.shtml>

Paz, G. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. (M. d. Gomez, Ed.) Ciudad de Mexico: Patria.

Sampieri, R. H. (2007). *Fundamentos de Metodología de la Investigación* (5 ed.). (J. M. Cejudo, Ed.) Ciudad de México: Editoriales F.T S.A de C.V.

Sarmiento Lugo, B. (2013). *Estadística Descriptiva* (1 ed.). Bogotá: Ediciones de la U.

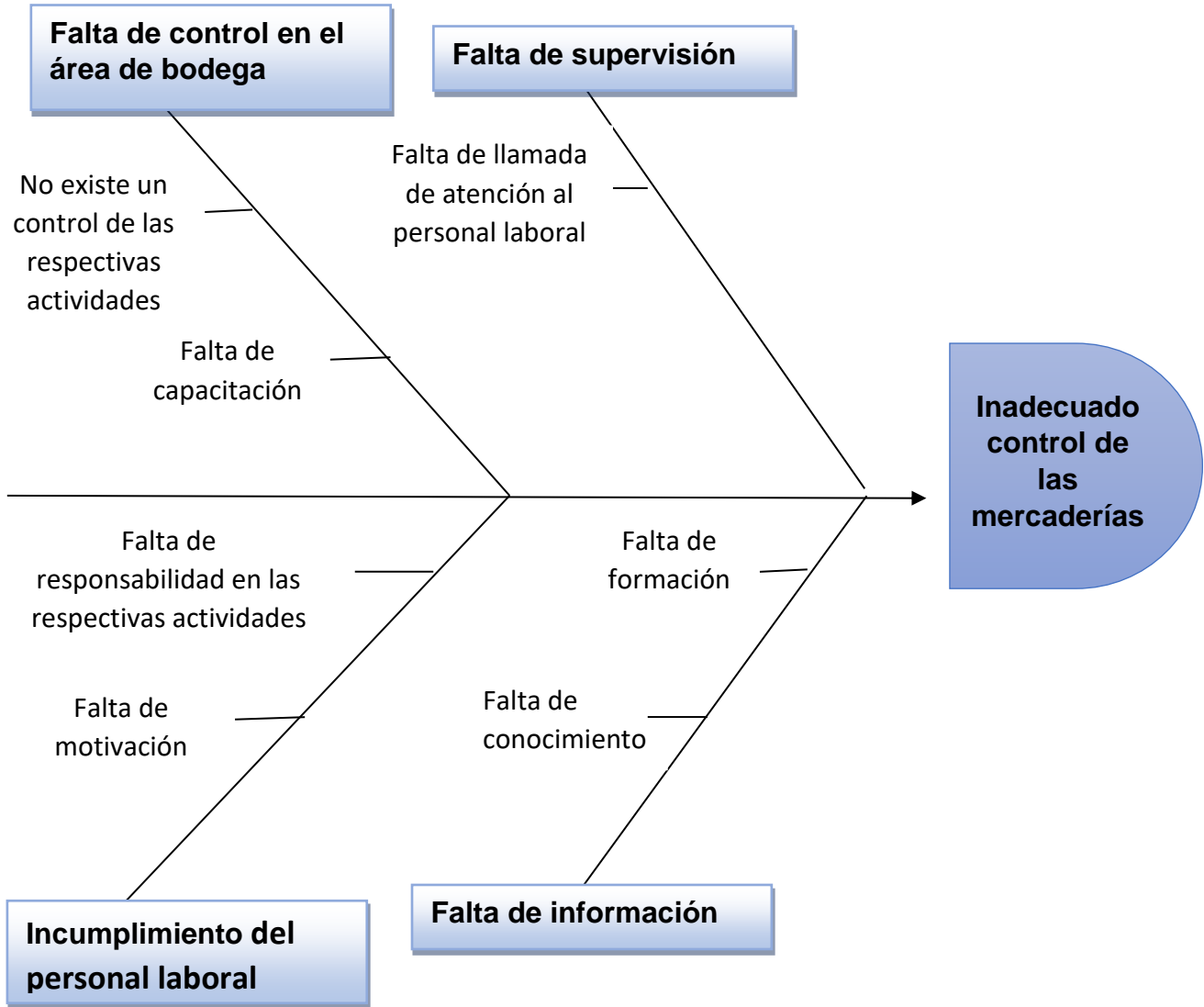
Suarez Maria Luisa. (2012). *Gestión de Inventarios* (1 ed.). (A. G. M, Ed.) Bogota: Ediciones de la U.

Word reference.com. (s.f.). Recuperado el 4 de 10 de 2017, de <http://www.wordreference.com/definicion/buscar>

Anexos

Anexo 1

Diagrama de Ishikawa



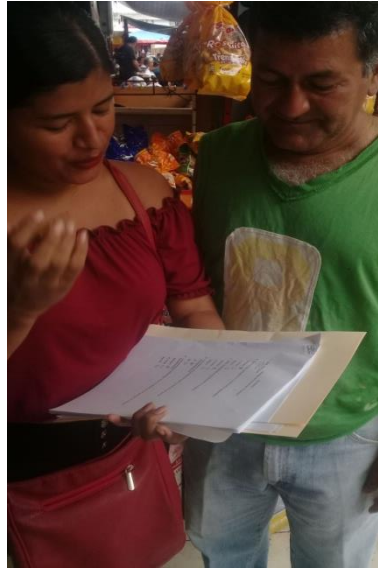
Anexo 2

Posteriormente se describen cada uno de los pasos que se desarrollan en el trabajo de investigación.

- **Paso 1:** Revisión documental de trabajos disponibles que tienen relación con el tema de investigación.
- **Paso 2:** Identificación del proceso de control de las mercaderías en el comercial “Posligua”.
- **Paso 3:** Aplicación del programa Microsoft Excel con formato similar al de las tarjetas Kardex, para establecer un correcto inventario de los productos y facilitar su almacenamiento.
- **Paso 4:** Proponer mejoras al proceso de control de mercaderías que incluya la distribución física, procedimientos y caracterización de los procesos.

Anexo 3





Encuesta



Entrevista

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES* del ITB.

Luis Alberto Abatep

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Luis Abatep

Firma

