

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de  
investigación previo a la obtención del Título de  
Licenciada en Administración de Empresas**

**TEMA: “ La gestión administrativa y su incidencia en  
el control de inventarios en supermercado Karen en el  
cantón Quero”**

**AUTOR: Karen Andrea Flores Rodríguez**

**TUTOR: Ing. Mg. Silvia Melinda Oyaque Mora**

**AMBATO – ECUADOR**

**Septiembre 2022**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Mg. Silvia Melinda Oyaque Mora**

### **CERTIFICA**

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación “**La gestión administrativa y su incidencia en el control de inventarios en supermercado Karen en el Cantón Quero**” presentado por la señorita **Karen Andrea Flores Rodríguez** para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, **CERTIFICO** que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Título y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 1 de septiembre del 2022



---

**Ing. Mg. Silvia Melinda Oyaque Mora**  
**C.I.: 1802993079**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Karen Andrea Flores Rodríguez**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Karen Andrea Flores Rodríguez**  
**C.I.: 1804384541**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato



**Lic. Mg. Mario Fernando Sigüenza Espín**  
**C.I.: 1801670975**



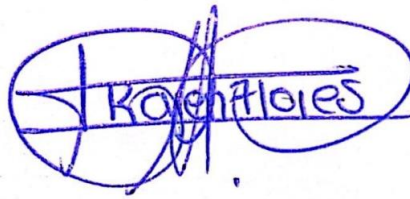
**Ing. Mg. Mayra Fernanda Sánchez Acosta**  
**C.I.: 1803251204**

**Ambato, 1 de septiembre del 2022**

## **DERECHOS DEL AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, que haga de este trabajo de titulación o parte del el, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



---

**Karen Andrea Flores Rodríguez**  
**C.I.: 1804384541**

## **DEDICATORIA**

Dedico todo el esfuerzo de este trabajo a Dios por no dejarme caer en ningún momento y darme la fortaleza para seguir adelante, a mi familia, amigos, y cada una de las personas que me apoyaron en este proceso, especialmente a mi Madre Patricia Rodriguez y a mi Padre por ser un apoyo incondicional en todo momento y a mi hija por ser mi motor para salir adelante.

**Karen Andrea Flores Rodríguez**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a todas las personas que confiaron en mi proceso, a Supermercado Karen por abrirme las puertas para poder realizar mi investigación en la misma y a cada uno de los profesores por ser una guía fundamental para poder cumplir esta meta.

## INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

|  |             |
|--|-------------|
| <b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....                            | <b>ii</b>   |
| <b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b> .....                     | <b>iii</b>  |
| <b>APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO</b> ..... | <b>iv</b>   |
| <b>DERECHOS DEL AUTOR</b> .....                              | <b>v</b>    |
| <b>DEDICATORIA</b> .....                                     | <b>vi</b>   |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....                                  | <b>vii</b>  |
| <b>INDICE GENERAL DE CONTENIDOS</b> .....                    | <b>viii</b> |
| <b>INDICE DE TABLAS</b> .....                                | <b>xi</b>   |
| <b>INDICE DE FIGURAS</b> .....                               | <b>xii</b>  |
| <b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....                               | <b>xiii</b> |
| <b>ABSTRAC</b> .....   | <b>xiv</b>  |
| <b>CAPITULO I</b> .....                                      | <b>1</b>    |
| <b>MARCO TEÓRICO</b> .....                                   | <b>1</b>    |
| 1.1.    Introducción.....                                    | 1           |
| 1.1.1    Tema .....  | 1           |
| 1.1.2    Planteamiento del problema.....                     | 1           |
| 1.1.3    Definición del problema .....                       | 1           |
| 1.1.4    Contextualización.....                              | 2           |
| 1.1.5    Delimitación del Problema.....                      | 3           |
| 1.1.6    Justificación.....                                  | 5           |
| 1.2    Antecedentes Investigativos .....                     | 5           |
| 1.2.1    Antecedentes Internacionales.....                   | 5           |
| 1.2.2    Antecedentes Nacionales .....                       | 6           |
| 1.2.3    Antecedentes Local .....                            | 7           |
| 1.3    Fundamentación Teórica .....                          | 7           |
| 1.3.1    Gestión Administrativa .....                        | 7           |
| 1.3.1.1    Administración.....                               | 7           |
| 1.3.1.2    Gestión de Talento Humano.....                    | 8           |
| 1.3.1.3    Gestión Administrativa. ....                      | 8           |
| 1.3.1.4    Principios de la gestión administrativa .....     | 9           |
| 1.3.1.5    Funciones de la gestión administrativa. ....      | 9           |



|                    |   |           |
|--------------------|---|-----------|
| 1.3.1.6            | Gestión administrativa de PYMES. ....             | 10        |
| 1.3.1.7            | Manual de funciones. ....                         | 10        |
| 1.3.2              | Control de Inventarios.....                       | 11        |
| 1.3.2.1            | Contabilidad. ....                                | 11        |
| 1.3.2.2            | Contabilidad de costos. ....                      | 11        |
| 1.3.2.3            | Inventarios.....                                  | 11        |
| 1.3.2.4            | Sistema de inventarios.....                       | 12        |
| 1.3.2.5            | Control de inventarios. ....                      | 13        |
| 1.3.2.6            | Control interno. ....                             | 13        |
| 1.3.2.7            | Control interno de inventarios.....               | 14        |
| 1.3.2.8            | Tipos de inventarios .....                        | 15        |
| 1.3.2.9            | Métodos de control de inventarios .....           | 16        |
| 1.3.2.10           | Pronóstico de venta .....                         | 17        |
| 1.3.2.11           | Métodos de evaluación de inventarios. Desde ..... | 17        |
| 1.3.2.12           | Rotación de Inventarios. ....                     | 18        |
| 1.3.2.13           | Método FIFO.....                                  | 18        |
| 1.3.2.14           | Método LIFO. ....                                 | 18        |
| 1.3.2.15           | Normas y técnicas de control interno.....         | 19        |
| 1.4                | Objetivos .....                                   | 20        |
| 1.4.1              | Objetivos General.....                            | 20        |
| 1.4.2              | Objetivos Específicos.....                        | 20        |
| <b>CAPITULO II</b> | .....   | <b>21</b> |
| <b>METODOLOGÍA</b> | .....   | <b>21</b> |
| 2.1                | Materiales.....                                   | 21        |
| 2.2                | Métodos.....                                      | 21        |
| 2.2.1              | Enfoque de la investigación .....                 | 21        |
| 2.2.1.1            | Cuantitativa. ....                                | 21        |
| 2.2.2              | Tipo de investigación .....                       | 21        |
| 2.2.2.1            | Descriptiva. ....                                 | 21        |
| 2.2.2.2            | Explicativa.....                                  | 21        |
| 2.2.2.3            | Exploratorio.....                                 | 22        |
| 2.2.3              | Métodos.....                                      | 22        |
| 2.2.3.1            | Histórico. ....                                   | 22        |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.2.3.2 Descriptivo.....                                       | 22        |
| 2.2.3.3 Inductivo.....   | 23        |
| 2.2.4 Hipótesis.....   | 23        |
| 2.2.4.1 Hipótesis Nula.....                                    | 23        |
| 2.2.4.2 Hipótesis alternativa.....                             | 23        |
| 2.2.5 Técnicas.....  | 24        |
| 2.2.5.1 Encuesta.....  | 24        |
| 2.2.6 Población.....   | 24        |
| <b>CAPITULO III.....</b>                                       | <b>25</b> |
| <b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>                            | <b>25</b> |
| 3.1 Análisis y discusión de los resultados.....                | 25        |
| 3.1.1 Encuesta dirigida a clientes de Supermercado Karen ..... | 25        |
| 3.1.2 Encuesta dirigida al personal de Supermercado Karen..... | 35        |
| 3.2 Verificación de la Hipótesis .....                         | 51        |
| 3.2.1 Prueba Chi Cuadrado .....                                | 51        |
| 3.2.2 Hipótesis.....   | 52        |
| 3.2.3 Ejecución.....   | 52        |
| 3.2.4 Conclusión .....   | 53        |
| <b>CAPITULO IV .....</b>                                       | <b>54</b> |
| <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>                    | <b>54</b> |
| 4.1 Conclusiones .....   | 54        |
| 4.2 Recomendaciones.....                                       | 54        |
| <b>Referencias bibliográficas. ....</b>                        | <b>55</b> |
| ANEXOS .....   | 60        |

## INDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>TABLA 1</b> <i>FRECUENCIAS DE REALIZAR COMPRAS EN EL SUPERMERCADO</i> .....      | 25 |
| <b>TABLA 2</b> <i>SATISFACCIÓN DE CLIENTES</i> .....                                | 26 |
| <b>TABLA 3</b> <i>VARIEDAD DE PRODUCTOS</i> .....                                   | 27 |
| <b>TABLA 4</b> <i>PORQUÉ ASISTE AL SUPERMERCADO</i> .....                           | 28 |
| <b>TABLA 5</b> <i>SATISFACCIÓN CON EL PERSONAL</i> .....                            | 29 |
| <b>TABLA 6</b> <i>PRODUCTOS QUE MÁS ADQUIERE</i> .....                              | 30 |
| <b>TABLA 7</b> <i>DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS</i> .....                               | 31 |
| <b>TABLA 8</b> <i>TIEMPO DE CONSUMO EN EL SUPERMERCADO</i> .....                    | 32 |
| <b>TABLA 9</b> <i>EXPECTATIVA HACIA EL SUPERMERCADO</i> .....                       | 33 |
| <b>TABLA 10</b> <i>PRECIO ADECUADO PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS</i> .....             | 34 |
| <b>TABLA 11</b> <i>COMERCIO</i> .....   | 35 |
| <b>TABLA 12</b> <i>IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO</i> .....                     | 36 |
| <b>TABLA 13</b> <i>PROCESO Y ACTIVIDADES EN EL TRABAJO</i> .....                    | 37 |
| <b>TABLA 14</b> <i>FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO</i> .....                           | 38 |
| <b>TABLA 15</b> <i>SATISFACCIÓN CON LOS PROVEEDORES</i> .....                       | 39 |
| <b>TABLA 16</b> <i>ORGANIZACIÓN DE PRODUCTOS</i> .....                              | 40 |
| <b>TABLA 17</b> <i>CAMBIO EN LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTOS EN BODEGA</i> .....       | 41 |
| <b>TABLA 18</b> <i>CONTROL DE PRODUCTOS EN BODEGA</i> .....                         | 42 |
| <b>TABLA 19</b> <i>AUMENTO DE BODEGA</i> .....                                      | 43 |
| <b>TABLA 20</b> <i>CONTROLES DE INVENTARIOS</i> .....                               | 44 |
| <b>TABLA 21</b> <i>HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE INVENTARIOS</i> .....                 | 45 |
| <b>TABLA 22</b> <i>CONTROL DE INVENTARIOS ACTUAL</i> .....                          | 46 |
| <b>TABLA 23</b> <i>STOCK EN BODEGA ANTES DE CADA COMPRA</i> .....                   | 47 |
| <b>TABLA 24</b> <i>FRECUENCIA DE ARQUEOS DE EXISTENCIAS FÍSICAS</i> .....           | 48 |
| <b>TABLA 25</b> <i>FRECUENCIA DE USO DE PUBLICIDAD PARA AUMENTO DE VENTAS</i> ..... | 49 |
| <b>TABLA 26</b> <i>OPINIÓN DE LOS CLIENTES</i> .....                                | 50 |
| <b>TABLA 27</b> <i>DATOS DE CHI CUADRADO</i> .....                                  | 52 |

## INDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>FIGURA 1</b> <i>ÁRBOL DE PROBLEMAS</i> .....                                      | 4  |
| <b>FIGURA 2</b> <i>FRECUENCIA DE REALIZAR COMPRAS EN EL SUPERMERCADO KAREN</i> ..... | 26 |
| <b>FIGURA 3</b> <i>SATISFACCIÓN DE COMPRAS</i> .....                                 | 27 |
| <b>FIGURA 4</b> <i>VARIEDAD DE PRODUCTOS</i> .....                                   | 28 |
| <b>FIGURA 5</b> <i>PORQUÉ ASISTE AL SUPERMERCADO</i> .....                           | 29 |
| <b>FIGURA 6</b> <i>SATISFACCIÓN CON EL PERSONAL</i> .....                            | 30 |
| <b>FIGURA 7</b> <i>PRODUCTOS QUE MÁS ADQUIERE</i> .....                              | 31 |
| <b>FIGURA 8</b> <i>DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS</i> .....                               | 32 |
| <b>FIGURA 9</b> <i>TIEMPO DE CONSUMO EN EL SUPERMERCADO</i> .....                    | 33 |
| <b>FIGURA 10</b> <i>EXPECTATIVA HACIA EL SUPERMERCADO</i> .....                      | 34 |
| <b>FIGURA 11</b> <i>PRECIO ADECUADO PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS</i> .....             | 35 |
| <b>FIGURA 12</b> <i>TIPO DE EMPRESA</i> .....  | 36 |
| <b>FIGURA 13</b> <i>IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO</i> .....                     | 37 |
| <b>FIGURA 14</b> <i>PROCESO Y ACTIVIDADES EN EL TRABAJO</i> .....                    | 38 |
| <b>FIGURA 15</b> <i>FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO</i> .....                           | 39 |
| <b>FIGURA 16</b> <i>SATISFACCIÓN CON LOS PROVEEDORES</i> .....                       | 40 |
| <b>FIGURA 17</b> <i>ORGANIZACIÓN DE PRODUCTOS</i> .....                              | 41 |
| <b>FIGURA 18</b> <i>CAMBIO EN LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTOS EN BODEGA</i> .....       | 42 |
| <b>FIGURA 19</b> <i>CONTROL DE PRODUCTOS EN BODEGA</i> .....                         | 43 |
| <b>FIGURA 20</b> <i>AUMENTO DE BODEGA</i> .....                                      | 44 |
| <b>FIGURA 21</b> <i>CONTROLES DE INVENTARIO</i> .....                                | 45 |
| <b>FIGURA 22</b> <i>HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE CONTROL INTERNO</i> .....             | 46 |
| <b>FIGURA 23</b> <i>CONTROL DE INVENTARIOS ACTUAL</i> .....                          | 47 |
| <b>FIGURA 24</b> <i>STOCK EN BODEGA ANTES DE CADA COMPRA</i> .....                   | 48 |
| <b>FIGURA 25</b> <i>FRECUENCIA DE ARQUEOS DE EXISTENCIAS FÍSICAS</i> .....           | 49 |
| <b>FIGURA 26</b> <i>FRECUENCIA DE USO DE PUBLICIDAD PARA AUMENTO DE VENTAS</i> ..... | 50 |
| <b>FIGURA 27</b> <i>OPINIÓN DE LOS CLIENTES</i> .....                                | 51 |

## RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo se realizó en la bodega y estanterías del supermercado Karen en el cantón Quero, donde se encontró una falta de sistemas de control de inventarios de los productos perecibles y no perecibles, siendo que el manejo de unidades es ineficiente y caótico.

El objetivo de este proyecto es analizar la gestión administrativa a través de la implementación del sistema de inventarios en las bodegas y estanterías del supermercado.

Se utilizó para esta metodología un proceso cuantitativo, donde se midió distintas variables para construir una idea del manejo de inventario antes de la intervención, se realizó una investigación de tipo inductivo y experimental, donde se estudió mediante encuestas y análisis de datos el funcionamiento de los inventarios y las estanterías, esto se realizó en trabajadores y clientes del supermercado. El análisis estadístico se realizó con una prueba Chi Cuadrado, dando como resultado un valor de siete noventa y nueve exponentes once negativos, mientras el valor crítico de nueve, treinta y cinco, indicando que el trabajo actual en bodega no tiene un impacto positivo en la percepción de los clientes sobre la existencia de productos.

En conclusión, el supermercado necesita una implementación de un plan de control de inventarios, mediante un sistema UEPS donde los primeros productos en salir son los que ingresaron al último, se dará una capacitación a los trabajadores y se solicitará una renovación de la gestión de las estanterías para mejorar las ventas y satisfacción de los trabajadores.

**PALABRAS CLAVES:** INVESTIGACIÓN, SISTEMA UEPS, GESTIÓN DE INVENTARIOS, MERCANCÍA, CADUCABLE, OPTIMIZACIÓN

## ABSTRAC

This work was carried out in the warehouse and shelves of the Karen supermarket in Quer, where a lack of inventory control systems for perishable and non-perishable products was found, since the management of units is inefficient and chaotic.

The objective of this project is to analyze the administrative management through the implementation of the inventory system in the warehouses and shelves of the supermarket.

A quantitative process was used for this methodology, where different variables were measured to build an idea of inventory management before the intervention, an inductive and experimental investigation was carried out, where the operation of the inventory was studied through surveys and data analysis. inventories and shelves, this was done in workers and customers of the supermarket. Statistical analysis was performed with a Chi Square test, resulting in a value of seven ninety-nine exponent eleven negative, while the critical value of nine, thirty-five, indicating that the current work in the warehouse does not have a positive impact on the customer perception of the existence of products.

In conclusion, the supermarket needs an implementation of an inventory control plan, through a LIPO system where the first products to leave are those that entered the last one, training will be given to workers and a renewal of the management of the warehouses will be requested. shelves to improve sales and worker satisfaction.

**KEY WORDS:** LIPO SYSTEM, INVENTORY MANAGEMENT, MERCHANDISE, EXPIRED, OPTIMIZATION

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### **1.1.Introducción**

#### **1.1.1 Tema**

La gestión administrativa y su incidencia en el control de inventarios en supermercado Karen en el cantón Quero.

#### **1.1.2 Planteamiento del problema**

Inasistencia de procedimientos de control de inventarios.

#### **1.1.3 Definición del problema**

Debido a la carencia de un procedimiento formal para el control de inventarios en el supermercado Karen de la ciudad de Quero, se identifica que dicha falta de control produce la pérdida de mercadería perecible, conflictos en personal interno y proveedores, lo que causa muchos conflictos para la bodega.

Por esto, la percepción de los clientes en la variedad, existencia, y distribución de los productos decae y puede hacer que dejen de asistir, mientras que, para la parte económica de la empresa, causa doble pérdidas entre la caducidad y las bajas en las ventas, no se tiene un buen conocimiento sobre la cantidad de unidades de cada producto en un inventario físico, lo que crea descoordinación en el abastecimiento.

Al no contar con un sistema de control de inventarios, esto causará una baja competitividad frente a las nuevas opciones que van surgiendo en el cantón, por ello el supermercado Karen debe modernizar sus áreas, en especial bodega, debido a la necesidad que tiene de manejar varios productos de distinta caducidad y esta es su actividad principal. En bodega existirá inconsistencias en los números de productos, sin conocer realmente cuantos hay, cuantos se necesitan y cuantos puede albergar las estanterías, el control del stock debe ir según los requerimientos de los clientes, este es el principal indicador que tiene el supermercado para manejar un inventario adecuado; reduciendo pérdidas y optimizando la bodega.

Por último, la propuesta que se da es analizar el proceso de manejo de existencias en el supermercado, la generación de un plan de manejo de inventarios y la supervisión de la aplicación de este, para mantener un flujo de entrada y salida de los productos de

consumo masivo, mediante un sistema que permita el continuo abastecimiento de estos productos y disminuya procesos innecesarios en el área de bodega.

#### **1.1.4 Contextualización**

Tomando en cuenta que en Ecuador como en todo el mundo las PYMES necesita de la gestión administrativa, ya que es la acción interna principal que debe alcanzar buena relación entre los procesos y relaciones que se llevan a cabo dentro de la empresa. La gestión administrativa tiene como objetivo principal el iniciar normas y reglamentos los cuales establezcan de mejor manera los compromisos de esta manera se podrá agilizar todos los procesos internos como externos de la empresa u organización; con una buena gestión administrativa se establece normas claras para poder tener una sociedad económica funcional, y permitir un progreso de la economía nacional.

La cultura económica y financiera de las empresas de Tungurahua no está desarrollada, teniendo falencias en varias áreas, una de ellas es la gestión de inventarios, tal es el caso de las empresas de venta de productos de primera necesidad, en el que los productos no tienen una rotación programada, es necesario que las empresas adopten políticas y normativas para esta función, con el fin de mejorar el uso de recursos y que aumenten su rentabilidad y competitividad frente al mercado.

#### **Contexto micro**

SUPERMERCADO KAREN, inicia sus actividades en el año 1992 en el Cantón Quero, siendo una empresa la cual destina sus actividades a cubrir las necesidades del sector Comercial y de servicios.

El cantón Quero y sus aledaños solo cuentan con un mercado para la venta al por mayor y menor de gran variedad de productos, mientras que hay pocos supermercados en los que predominan los productos alimenticios y de primera necesidad.

Este supermercado se ha convertido en una empresa que cuenta con un patrimonio propio para el desarrollo de las actividades económicas descritas, según Ligia Patricia Rodríguez Villacrés, Gerente General y representante legal, una parte esencial en el manejo del supermercado es el control de inventarios, la empresa en la actualidad cuenta con un sistema de control ineficiente, lo cual genera problemas notables, lo que causa pérdidas económicas.



La gestión administrativa y el control de inventarios es esencial en un supermercado, ya que permite establecer correctamente la existencia de cada uno de los productos, como también las pérdidas ocasionadas, tomando en cuenta el stock para que los clientes estén satisfechos con una buena reposición en los productos.

### **1.1.5 Delimitación del Problema**

Modalidad: Proyecto de Investigación

Campo: Ciencias Administrativas

Área: Administración.

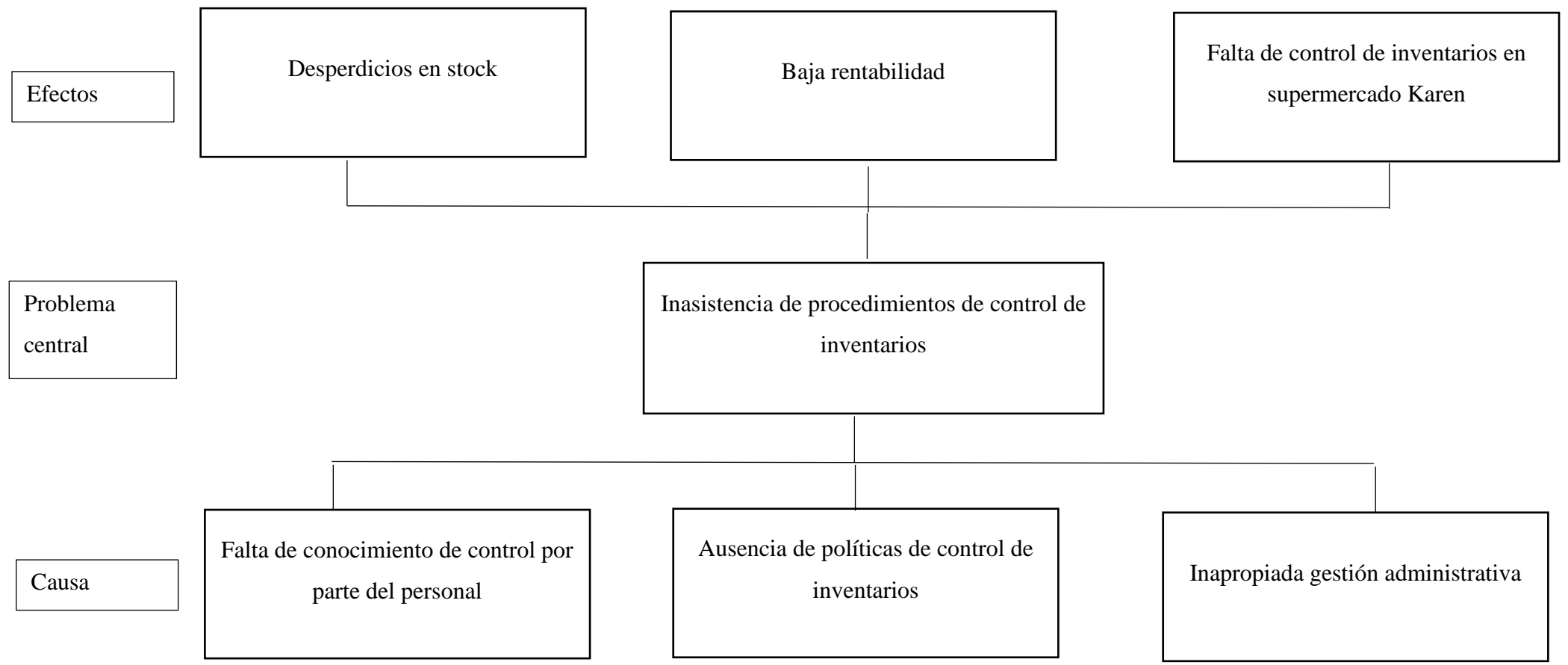
Aspecto: Gestión organizacional.

Línea de investigación: Productividad y competitividad empresarial – gestión organizacional.

Periodo: abril 2022 – septiembre 2022

Espacial: Supermercado Karen

**Figura 1** *Árbol de problemas*



### **1.1.6 Justificación**

Supermercado Karen, se dedica a la venta al por mayor y menor de productos de primera necesidad, aseo, entre varios, se encuentra ubicado en el Centro del cantón Quero provincia de Tungurahua.

Desde el punto de vista del autor Alvarado (2021) manifiesta “el manejo de inventarios es un proceso en la gestión estratégica de la empresa en su conjunto, tanto desde la perspectiva del servicio al cliente así como en la producción y por tanto en los resultados financieros” (p.4). Dado que, dentro de la empresa no se tiene establecido un sistema de inventarios, se debe desarrollar un sistema adecuado para el supermercado Karen, uno que esté acorde a las necesidades principales para el manejo, estos son: facturación electrónica y buen control interno.

En este sentido se puede entender que, a través de un mejor conocimiento de control por parte del personal es posible que se disminuya los desperdicios del stock dentro del inventario, así como con un mejor manejo de control de inventarios se evitará tener baja rentabilidad dentro del supermercado, por lo tanto, con una mejor gestión administrativa ya no existirá la falta de control en los inventarios.

Dado que esta investigación aporta a la formación profesional mediante su aplicación se podrá poner en práctica los conocimientos adquiridos durante toda la carrera, adicional se puede resaltar que la investigación de gestión administrativa es muy importante para verificar que todo funcione correctamente dentro del supermercado Karen y se cumpla con las actividades y metas establecidas.

Finalmente, es una investigación que se realiza por un interés personal para conocer los movimientos del supermercado Karen y la información que se pueda adquirir para brindar una mejor atención a los distinguidos clientes.

## **1.2 Antecedentes Investigativos**

### ***1.2.1 Antecedentes Internacionales***

Según Benavides & Berru (2016) en su trabajo de tesis para la obtención del título de Contador Público con tema “La gestión administrativa y su incidencia en el control de inventario de la empresa agrocentro N&B SCRL – Bagua Grande 2015” desarrollado en la Universidad Señor de Sipán de Pimentel en Perú que tenía como objetivo

determinar la incidencia de la gestión administrativa en el control de inventarios en la empresa, con una investigación teórica que ayudará para futuras investigaciones; metodológica para poder determinar instrumentos y técnicas novedosa y social para resolver los problemas de control de inventarios que existe en la empresa.

Semprún & Garcés (2021) en su trabajo Control y stock de inventarios. Un estudio en empresas ferreteras de Maracaibo – Venezuela, realizó la aplicación de control de inventarios en varias empresas, iniciando primero con un análisis de la situación actual, una planificación y por último la implementación de metodologías de control.

Pacheco et. al (2020) en su trabajo “Desafíos para la gestión de inventarios en empresas de distribución de bienes de consumo”, afirma que las empresas dedicadas a bienes de consumo son las que más requieren un correcto manejo de inventarios, implementando un plan adecuado, específico y dedicado para maximizar las ganancias, el control de inventarios es una parte importante de estas empresas, requiriendo un encargado y un registro constante de estas.

### ***1.2.2 Antecedentes Nacionales***

Según Morocho (2015) en su investigación titulada para la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría con título “ La Gestión del control de los inventarios y su incidencia en la rentabilidad de la empresa” desarrollado en la Universidad Técnica de Machala de El Oro en Ecuador con la finalidad de “Implementar una Guía de control interno para los inventarios en la empresa ORODIESEL C. LTDA.” En dicho trabajo se utilizó una metodología prospectiva, utilizando la entrevista y la encuesta como herramientas para conocer cómo se está manejando los inventarios dentro de la empresa teniendo en cuenta que se considera una parte fundamental dentro de la organización de la empresa, teniendo como resultados que se requiere controles internos para un mejor manejo de los inventarios que sean seguros para que la información financiera de la empresa sea confiable y exacta. El autor llega a las siguientes conclusiones 1. El control de inventarios es un proceso que no se realiza en las empresas ecuatorianas, en especial las PYMES, lo que lleva a la quiebra por el mal manejo, es necesario que se mejore con la aplicación de capacitaciones para los trabajadores para mejorar la eficiencia y evitar pérdidas al momento de manejar los inventarios. 2. La carencia de un bodeguero hace que los datos de los inventarios no sean reales ni adecuados, por lo que es indispensable un

bodeguero que lleve un control adecuado y eficiente de los inventarios para mantener una información exacta. 3. La empresa al carecer de normas y políticas de control no cuenta con un control en el pago de proveedores como en las compras para ello se aconseja realizar una guía de control interno para los inventarios con ello se facilitará las compras y los pagos a proveedores se realicen de manera eficiente.

### ***1.2.3 Antecedentes Local***

Según Burbano (2017) en su trabajo de investigación para la obtención del título en Contabilidad y Auditoría con título “ El control de inventarios y la gestión financiera de la empresa RECTIMAINDUSTRY Cía. Ltda.” desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato en Ecuador teniendo como resultado “ Estudiar el control de inventarios mediante el cumplimiento de sus procesos y la gestión financiera para garantizar la operatividad en la Empresa Rectima Industry Cía. Ltda.” Para este proceso se usó una investigación documental, mediante revisión de libros, artículos científicos, trabajos de grados y demás documentos que contienen la información requerida, entre otros. En esta investigación se encontró que no tener un control interno de los inventarios hace que la empresa no pueda abordar una alta demanda de productos, haciendo que se tenga que comprar productos a la brevedad y desequilibrando las finanzas de la empresa, esta compra sin previsión también puede aumentar la cantidad de existencias, en cualquiera de sus caminos va a generar problemas en la empresa y los inventarios.

El personal de bodega no presenta conocimientos para mantener el control un el inventario, no se puede determinar ni máximos ni mínimos de stock existente en los recursos, siendo necesario la aplicación de un sistema, la empresa al no mantener un control de inventario adecuado genera una pérdida de su rentabilidad y se debe replantear los procedimientos y procesos para obtener más ganancias.

## **1.3 Fundamentación Teórica**

### ***1.3.1 Gestión Administrativa***

**1.3.1.1 Administración.** Según, Hernández & Pérez (2015) la administración, es una actividad que es únicamente humana, ya que el hombre gracias a su capacidad de análisis y razonamiento puede realizar los procesos implicados a ella, siendo que no siguen el modelo básico estímulo-respuesta. Es una actividad que puede ser manipulada por el creador, por sus propias creencias y pensamientos, ya que las

herramientas y técnicas pueden ir variando a tal punto que puede llegar a ser considerado un arte (p.21).

Parte de este campo de conocimiento es la gestión de talento humano, que se aplica la administración en el personal de una organización, complementando otras áreas en que se aplica la administración.

**1.3.1.2 Gestión de Talento Humano.** De acuerdo con Vallejo (2016) esta disciplina dentro de la administración tiene como objetivo alcanzar las metas organizacionales, mediante una estructura organizativa del personal y la colaboración entre los trabajadores de manera coordinada. Los objetivos institucionales y personales son distintos, mientras los primeros son la productividad y competitividad, los segundos buscan la estabilidad laboral, buenos salarios; la empresa debe buscar un balance entre las metas de ambos grupos, para sacar beneficios mientras tiene a sus empleados satisfechos con la compañía (p.17).

**1.3.1.3 Gestión Administrativa.** Una de las cuestiones más importantes para un supermercado es la gestión administrativa. Según Ventura de Esquén (2021) “Es aquella que da la organización y dirección a la empresa, y sirve para elaborar los planes estratégicos, requiere un análisis de la situación actual de la empresa y la productividad esperada de los trabajadores.”(p.14). En cuestión de ello en toda empresa debe existir una buena gestión administrativa.

Para supermercado Karen es fundamental los componentes de esta. Según González et al. (2020) “La gestión administrativa es esencial para la administración general de una empresa, siendo el soporte y guía para el ámbito empresarial, económico, social y tecnológico para el desarrollo de las empresas en los últimos años.” (p.33).

Las funciones de la gestión administrativa son indispensables para todas las empresas. “La gestión administrativa cuenta con cuatro funciones principales para su ejecución: planificación, organización, dirección y control” González et al. (2020) (p.33).

Dicho lo anterior, la gestión administrativa es importante en todas las empresas ya que es la que sostiene muchos aspectos importantes relevantes dentro de la misma más aun en Supermercado Karen que es una empresa que se desarrolla junto a su entorno, por lo cual es de gran importancia contar con una organización de personal correcta como también la dirección adecuada por los administrativos.

### **1.3.1.4 Principios de la gestión administrativa**

#### Planificación

De acuerdo con González et al. (2020) “Primera función en desarrollarse, se define metas y objetivos a alcanzar, se detalla los recursos y actividades, además del período de tiempo donde se realizarán.” (p.33).

#### Organización

Con base en González et al. (2020) “Segunda función, con los recursos identificados, se distribuyen las diferentes áreas y se desarrolla el trabajo, los recursos son materiales, financieros, humanos, tecnológicos y comunicacionales” (p.33).

#### Dirección

Como expresa González et al. (2020) “Tercera función, se aplican las estrategias y actividades propuestas, para alcanzar los objetivos, se utiliza liderazgo y motivación.” (p.33).

#### **Control**

Empleando las palabras de González et al. (2020) “Cuarta función, donde se evalúan las tareas que se realizaron, se verifica si están acordes a las estrategias, si se identifica cualquier eventualidad se cambia o se planea nuevas estrategias, esto mejora la forma de decidir” (p.33).

**1.3.1.5 Funciones de la gestión administrativa.** Tomando en cuenta a Federico (2016) las funciones anteriores, trabajan junto a otras funciones u objetivos; deben alinearse con lo que realiza la empresa, no ser aisladas, aunque si ser superior a estas para poder coordinar todas las áreas tanto de personal como productivo (p.64).

Prever: Proyectar el futuro y armar un plan de acción

Organizar: Se construye un organismo con doble identidad, con el componente material y social de la empresa

Dirigir: Acción de encaminar al personal.

Coordinar: Armar una sola fuerza con los esfuerzos de todas las áreas.

Controlar: Inspeccionar el cumplimiento de las reglas establecidas y programadas, deben seguir los lineamientos.

**1.3.1.6 Gestión administrativa de PYMES.** Según Recalde et al. (2017) La administración emprendedora surge al alejarse de empleos fijos o grandes corporaciones, iniciando con negocios pequeños que progresivamente van creciendo, esta es una parte de la administración general, aunque enfocado en pequeña y mediana escala, con análisis distintos al tener números muy diferentes entre estas escalas, (PYMES) (p.4).

**1.3.1.7 Manual de funciones.** De acuerdo con Cárdenas (2015) este es la descripción y el diseño de los cargos dentro de la empresa, cada puesto tiene actividades, funciones y planificación distinta, lo que cada persona que ingresa al puesto debe ser calificada mediante pruebas técnicas, esto se realiza en la inducción; además se planifica las recompensas correspondientes al cargo (p.28).

Tal como menciona el autor en los pasos para el desarrollo de un manual de funciones son

Visita a la empresa y entrevista con los responsables para y obtención de información sobre:

- a. Organización de la empresa.
- b. Objetivo estratégico de la empresa
- c. Características de las diferentes áreas y puestos de trabajo.

Análisis del estado de la organización de la empresa.

Documentación y racionalización del estado actual de la organización.

Elaboración de un anteproyecto de manual de funciones.

Contrastar el contenido del anteproyecto de manual con el personal de la empresa.

Modificación, correcciones y/o ampliaciones del anteproyecto si las hubiera.

Presentación del manual de funciones a la empresa.



### **1.3.2 Control de Inventarios**

**1.3.2.1 Contabilidad.** Tomando en cuenta a Elizalde & Montero (2020) la contabilidad se basa en analizar y clasificar los datos contables de una operación, dentro del funcionamiento de la empresa. Brinda información clave para las decisiones de las esferas más altas de la empresa. Permite también obtener los datos contables de manera ordenada, sistemática y accesible, para que pueda ser revisado por cualquier interesado, como accionistas, entes reguladores, administradores, público en general, todos quienes deseen revisar estos datos (p.32).

Según Jesús (2018) la contabilidad se considera como la ciencia usada por los sujetos económicos para el tratamiento de datos contables, registrados en libros, de manera distinta entre datos cualitativos y cuantitativos del patrimonio (conocida como estática contable), y las operaciones que cambian dicho patrimonio (la dinámica contable). El empresario puede conocer el estado actual y la composición del patrimonio y la evolución que tiene mediante los libros de datos, en lo que se conoce como teneduría contable (p.21).

**1.3.2.2 Contabilidad de costos.** Menciona los autores Elizalde & Montero (2020) esta clase de contabilidad, está orientada en buscar los costos que se originan en el proceso productivo, la distribución, la administración y las fuentes de financiamiento de la empresa. Sirve para conocer la eficiencia que está teniendo la gestión administrativa en dicha empresa. Se realiza el cálculo de los costos unitarios y totales de cada producto. También se elabora las partidas presupuestarias y distribución de utilidades, esto para conocer todos los costos que tiene la empresa en los distintos períodos, siendo necesario para elaborar el presupuesto de los inventarios, compras, ventas y almacén (p.37).

**1.3.2.3 Inventarios.** Teniendo en cuenta al autor Velasco (2016):

Los inventarios son esenciales para los proyectos de investigación, en ellos se encuentran detallados los recursos y bienes con los que cuenta la empresa, siendo materiales, materias primas, productos en tránsito y finales, sea cual sea su uso, como producción, comercio final o uso presente o futuro de actividades complementarias a las principales de la empresa. (p.16)

Citando a Suárez (2018):

En Ecuador, la gestión de inventarios está tomando cada vez más importancia, en especial para manejar y pronosticar la demanda, gestionar la distribución y la comercialización; busca ayudar a las organizaciones con herramientas y mecanismos para gestionar sus bienes, y los costos relacionados a estos, el negocio se beneficia y puede alistarse frente a lo que pida el mercado. (p.7)

Tomando en cuenta a Esneider (2019):

Cuando se trabaja a nivel empresarial y comercial, los inventarios es el listado de recursos que tiene una entidad y que permiten realizar la actividad económica.

Debe mantenerse al día, para conocer en tiempo real los bienes que tiene la empresa, para que de esta manera no se tenga contratiempos o fallas en la línea de producción.

Es más relevante en las empresas dedicadas a la compra y venta de artículos, por lo que deben mantener un mayor control en este campo. Uno de los elementos que se usa es el flujo de caja, aunque van junto a las políticas que maneje cada empresa; esto permite el manejo adecuado de las materias primas para cubrir las necesidades del mercado y posicionar al negocio como responsable. (p. 18)

En el inventario de Supermercado Karen primero se debe registrar las principales cosas con las que cuenta la entidad económica para tener un adecuado control dentro de la empresa y poder tener un desarrollo óptimo de las actividades que se realizan, además de un control y registro de cada uno de los inventarios, que pueden estar en percha o bodegas, todo esto ayuda al correcto manejo contable de la empresa y al control administrativo.

**1.3.2.4 Sistema de inventarios.** Como expresan los autores Vasconez et al. (2020):

El encargado del diseño del sistema de gestión de inventarios debe tener en cuenta que la herramienta debe estar adaptado a la región en que se elabora, en este caso las PYMES de la región central andina de Ecuador; también debe socializar y comunicar a las demás empresas para lograr un progreso en común; también con el objetivo

de unir los conocimientos académicos con los de la sociedad y aportando positivamente al desarrollo económico y social de esta región. (p.4)

Con base en el autor Loja (2017):

El sistema de inventarios comprende varias normas, métodos y procedimientos, aplicados coordinadamente, para tener una planificación y control adecuado de los recursos y materiales de la empresa y organización. Se realiza manualmente o mediante sistemas automáticos; existen software especializado que permite estimar los costos de las mercancías y luego procesadas o vendidas. (p.21)

De acuerdo Esneider (2019):

El impacto económico que tiene los sistemas de control de inventarios protege la inversión en los materiales que tiene la empresa, evitando que se dañen o pierdan, además, esto permite a la organización mantener una buena gestión de sus inventarios. (p.33)

Debido a que, el sistema de inventarios es de mucha utilidad, ya que controla lo que existe dentro de un negocio o empresa y permite determinar cuánto se encuentra en stock para así poder realizar pedidos de los productos que se necesita y a la vez solicitar la cantidad adecuada y que no se quede por mucho tiempo en stock, será de gran ventaja para Supermercado Karen.

**1.3.2.5 Control de inventarios.** Según Yáñez (2018) el control de inventarios, permite optimizar los recursos financieros de una organización, se utiliza para rotar los bienes y materiales, para identificar fugas o fallas que limitan la capacidad operativa y productiva por cuellos de botella en el suministro de materiales, esto puede debilitar la imagen de la empresa frente a inversionistas, directivos y demás; esto puede llevar a decisiones fuera del transcurso normal de la empresa. (p.22).

**1.3.2.6 Control interno.** De acuerdo a la interpretación de los autores Mendoza-Zamora et al. (2018):

El control interno permite a la organización mantener un nivel de seguridad en torno a su dirección administrativa, permite que los

objetivos sean cumplidos e informar las actividades realizadas con la gestión para quienes deseen conocer estos datos. (p.11)

Como lo hace notar Salazar (2018):

Se genera un comprobante de pago para dejar constancia de las operaciones entre organizaciones, esto da registros de costos, gastos y efectos tributarios. El documento contable es la factura, que es un documento mercantil que detalla la información completa en una transacción de compraventa. (p.4)

Dicho lo anterior, el control interno es una de las cosas más fundamentales dentro de una empresa, debido a que es una herramienta que ayudara a los administrativos y altos mandos de esta a tomar mejores decisiones y poder delegar funciones a cada una de las personas que conforma su personal y las desarrollen sin ningún inconveniente

**1.3.2.7 Control interno de inventarios.** A juicio del autor Velasco (2016):

Es necesario usar varios procedimientos para mantener un control interno adecuado de los inventarios, debe tener la integración de las distintas áreas y departamentos, para que los recursos de todas ellas se mantengan almacenadas adecuadamente:

Tiene control de existencias físicas.

Registros de entradas y salidas

Revisión de la calidad de los productos. (p.30)

Según Suárez Monabanda (2018) :

El control interno cumple un rol importante en la gestión del inventario dentro de cada empresa, porque contribuye a crear procesos que sean idóneos para poder lograr una administración eficaz que guíe a sus dueños a tomar decisiones que sean lo más adecuadas en función de sus objetivos, detectando deficiencias en sus procesos que puedan ser corregidas de forma inmediata con actividades que ayuden a fortalecer sus procedimientos evitando un exceso de inventario, ya que esto implica costos y a su vez perjudica los estados financieros .(p.6)

Con lo expuesto anteriormente en el Supermercado Karen se dará a conocer los diferentes departamentos que existe para llevar a cabo un adecuado control en conjunto con el personal de la empresa.

Según el autor Velasco (2016):

Los trabajos de investigación examinados brindan un preámbulo para conocer y desarrollar un modelo de gestión de inventarios que se encuentre movido por políticas y controles adecuados, aportara de manera significativa a mejorar la rentabilidad de la empresa y el proporcionarle un costo bajo al consumidor en los productos que cuente la empresa. (p.14)

Porque, después de analizar de diferentes fuentes bibliográficas para los aportes de la investigación que se va a realizar dentro del supermercado Karen se dice que toda empresa ya sea pequeña o grande debe tener un sistema de control interno ya que este ayuda con la seguridad de la empresa y para poder cumplir con dichos objetivos determinando el cumplimiento de estos.

#### **1.3.2.8 Tipos de inventarios**

Inventario inicial

Citando a Loja (2017) :

Se realiza al inicio de las operaciones productivas, suele ser anual, se detalla el valor y número de cada una de las mercancías al inicio del período contable, se al inicio del año y se presenta el 1 de enero (generalmente). (p.14)

Inventario Final

Teniendo en cuenta a Loja (2017) :

Se realiza cuando va a terminar el período de ejercicio económico, permite conocer la situación del patrimonio y su evolución en comparación con el período anterior. También comparando con el inventario inicial se podrá determinar la cantidad de compras y ventas y por lo tanto las ganancias y pérdidas brutas, ya que requiere

descontar impuestos para determinar las netas. Se suele presentar el 31 de diciembre. (p.14)

#### Inventarios Físico

Tal como Loja (2017) :

Es el inventario a tiempo real, con los datos y medidas de todos los bienes, materiales y mercancías que se encuentran en la actualidad dentro de la empresa. Sirve para dar información a los auditores de cómo se encuentra las existencias en el almacén de la empresa y dar fiabilidad de la capacidad operativa. Se realiza mínimo una vez al año. (p.14)

#### Inventarios de productos terminados

Citando al autor Loja (2017) afirma “Es aquel que tiene registro de los bienes comprados por la compañía a otras que elaboran dichos productos, estos convierten la materia prima en productos útiles y ser usados para otro fin, tienen distinta presentación y características.” (p.14).

### **1.3.2.9 Métodos de control de inventarios**

#### Método de control ABC

Teniendo en cuenta Paredes (2020):

El análisis de los inventarios es necesario para establecer tres grupos el A, el B y el C. Los grupos deben establecerse con base al número de partidas y su valor. Generalmente el 80% del valor del inventario está representado por el 20% de los artículos y el 80% de los artículos representan el 20% de la inversión. Se asocia esta conversión con el nombre de “Análisis de Pareto”. (p.11)

Debido a que en supermercado Karen se va a implementar el sistema de inventarios junto a la facturación electrónica este método ayudará a recolectar de mejor manera la información de la empresa para un mejor control interno y que se pueda resaltar positivamente y tomar de mejor manera las decisiones dentro y fuera de la empresa.

#### Método JUST IN TIME

Como plantean los autores Sánchez y Huamán (2018):

Just in time es una metodología que se encarga de garantizar que los recursos se encuentren en el lugar y momento indicado con las cantidades que se exactas. Esta filosofía se basa principalmente en la calidad de los productos terminados, aminorar costos, aumentar la productividad y erradicar todo desperdicio del proceso productivo. (p.35)

En vista que, este método se basa en producir exactamente lo necesario para una dicha empresa en este caso no se va a utilizar para supermercado Karen porque no se sabe exactamente lo que los clientes van a necesitar o adquirir ya que es una extensión grande de productos.

#### **1.3.2.10 Pronóstico de venta**

Como dice Moreno (2019):

El pronóstico de ventas corresponde a la estimación de las ventas futuras de un bien o servicio para un determinado período de tiempo. Las ventas estimadas pueden ser expuestas en unidades o en valores monetarios expresando qué y cuánto se puede vender, considerando las variables internacionales, la situación de la industria en el mercado y la participación de la empresa en el sector industrial y, valga la redundancia, en el mercado. (p.15)

El tema que se expone ayudará a supermercado Karen a pronosticar las ventas futuras, como es el caso como de temporada navideña, siendo una época en la cual hay una gran cantidad de demanda en la sección de caramelos, juguetes e incluso productos de primera necesidad, y el hecho de que supermercado Karen se encuentra en el cantón Quero, las personas suelen entregar como presente productos de primera necesidad.

**1.3.2.11 Métodos de evaluación de inventarios.** Desde el punto de vista Velásquez (2015) afirma “son procesos de un control minucioso contable del movimiento que se produce en bodega; dichos movimientos se registran en tarjetas de control abiertas cada uno de los productos que existen en el inventario” (p.36).

Puesto que, en supermercado Karen no cuenta con un sistema de control interno adecuado, se controlará de manera adecuada al personal para así poder tomar decisiones adecuadas para crecer y resaltar los beneficios para la empresa.

**1.3.2.12 Rotación de Inventarios.** Como dice Campos (2018) afirma “La rotación de mercadería es un sistema utilizado especialmente en tiendas para reducir el desperdicio, en el que las existencias más antiguas se mueven al frente de los estantes y se agregan nuevas existencias en la parte posterior” (p.17).

Desde el punto de vista de Campos (2018):

El almacenamiento de mercancía nueva detrás o en lugar de la mercancía anterior se conoce como stock rotativo. La acción giratoria está moviendo las existencias más antiguas al frente de la estantería o la pantalla y colocando las existencias más recientes, o las que se acaban de entregar, detrás de esta acción. (p.17)

Como antes mencionado, Supermercado Karen necesita de una rotación de inventarios continuamente para así poder reducir los stocks que se encuentra en bodega y de esa manera reducir el desperdicio y de esa manera tener un control interno dentro de la empresa.

**1.3.2.13 Método FIFO.** Es un método de rotación de inventarios, se conoce como PEPS (primero en entrar y primero en salir), se usa para productos con fecha de caducidad temprana, como alimentos o medicinas.

La rotación es rápida y se evita un almacenamiento por mucho tiempo, el producto más antiguo es el que primero sale, quedando un margen de tiempo antes que pueda ser deteriorado u obsoleto, Bohórquez Forero (2015).

También se utiliza en supermercados y se reducen las pérdidas.

En el Supermercado Karen este es el método que se usará para el análisis y control de los inventarios por tener productos con fecha de caducidad que deben salir pronto.

**1.3.2.14 Método LIFO.** Es lo opuesto al FIFO, se conoce como UEPS (último en entrar, primero en salir), la rotación es distinta, salen los últimos que llegan.



Se utiliza para productos sin fecha de caducidad y que no pierden sus características en el tiempo. Permite tener un almacén pequeño por la salida constante de productos, siendo los bienes del almacén solo reserva para cuando sea necesario, León-Paladines et al. (2020).

**1.3.2.15 Normas y técnicas de control interno.** Según el autor López (2018):

Los administradores se sienten protegidos mediante un control interno. Por lo tanto, se deduce que en la ejecución de metas de la organización se contempla desequilibrios por equivocaciones y negligencias, mostrándose en la función de labor en la empresa y esto estropea la ejecución propuesta por la administración. Esto se apoya en proteger los activos de las adversidades que se estimen en amenaza de confusión, si a diario se muestra esta posición conviene descartarlo, la intención es promover la eficiencia en el uso de los procedimientos de regímenes aplicados de la entidad. (p.7)

Como se lo ha mencionado, Supermercado Karen debe contar con un control interno óptimo, para que cada uno de los colaboradores y administrativos de la empresa se sientan seguros dentro del trabajo que están realizando, debido a que tienen actividades grandes que cumplir que con llevan mucha responsabilidad. De esta manera mediante controles internos dentro de la empresa se mantendrá más activos a las personas y con motivación para cumplir satisfactoriamente las funciones y propósitos establecidos en la entidad.

#### **Normas NIIF**

Es el acrónimo de Normas Internacionales de Información Financiera; se utilizan para seguir procesos estandarizados de contabilidad y la información pueda seguir los mismos pasos y sea más sencillo su análisis a nivel mundial.

Entre ellas se encuentran las normas NIC2 que son enfocadas para inventarios, Reyes Maldonado et al. (2020).

#### **Normas NIC2**

Parte de las normas NIIF, es el acrónimo Norma Internacional de Contabilidad 2 Inventarios.

Permite llevar un registro de la contabilidad inherente a los inventarios, utilizando los valores económicos para llevar el control de estos, además de determinar costos y beneficios de los productos, Escandon et al. (2021).

## **1.4 Objetivos**

### ***1.4.1 Objetivos General***

Analizar la gestión administrativa a través de la implementación del sistema de inventarios en Supermercado Karen

### ***1.4.2 Objetivos Específicos***

- Fundamentar la base teórica de la gestión administrativa y el sistema de inventarios.
- Diagnosticar la gestión administrativa y el control de inventarios del Supermercado Karen en base a las actividades que desarrolle el personal.
- Diseñar un sistema de inventarios, además de resaltar sus beneficios para una correcta toma de decisiones mediante un control interno apropiado.

## CAPITULO II

### METODOLOGÍA

#### 2.1 Materiales

#### 2.2 Métodos

##### 2.2.1 *Enfoque de la investigación*

**2.2.1.1 Cuantitativa.** Dicho con palabras de Hernández et al. (2014)

“Enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.37).

En primer lugar, para el enfoque cuantitativo se debe recolectar datos de inventarios de años anteriores con la información verídica, y a la vez medir el funcionamiento interno de supermercado Karen, además de identificar cuántos departamentos existen y cuáles son las funciones y responsabilidades de las personas que conforma la empresa para mejorar los parámetros del control interno junto a las estrategias para una medición eficiente a los procesos financieros y productivos determinando la responsabilidad que tienen como colaboradores dentro de la misma.

##### 2.2.2 *Tipo de investigación*

**2.2.2.1 Descriptiva.** Como plantean Teodoro & Nieto (2018) manifiesta “es una investigación de segundo nivel, inicial, cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales” (p.2). Dado que, en este proyecto se analizará la estructura organizativa para describir y definir cada una de las características, elementos, y parámetros que deben contar en el control interno que se va a implementar en Supermercado Karen, en cuanto, todo el personal como es administradores y colaboradores tienen que adquirir.

**2.2.2.2. Explicativa.** Desde el punto de vista de Teodoro & Nieto (2018) mencionan “es un nivel más complejo, más profundo y riguroso de la investigación básica, cuyo objetivo principal es la verificación de hipótesis causales o explicativas; el descubrimiento de nuevas leyes científico- sociales, de nuevas micro teorías sociales” (p.2).

Por esa razón, en este trabajo se utiliza la investigación explicativa, para lo cual después de que la información de inventarios de años anteriores sea comprobada y registrada, se definirá el sistema informático con el cual se va a trabajar dentro de la empresa para el mejoramiento del control interno y que los administradores y colaboradores puedan realizar sus funciones y responsabilidades de acuerdo con cada uno de los niveles que se divide la entidad. Con la finalidad de comprobar que un correcto sistema de inventarios influye y aumenta el desempeño laboral y rendimiento del negocio.

**2.2.2.3 Exploratorio.** Desde la posición de los autores Hernández et al. (2014) manifiestan que “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes”(p.91).

Por tal motivo, se va a determinar que el objeto de estudio es una realidad poco estudiada, debido a que no existe un sistema de inventarios establecido en Supermercado Karen, por ende, se explora los datos de años anteriores para poder definir y establecer un óptimo sistema de inventarios en conjunto con un control interno adecuado, para beneficio de la empresa.

### **2.2.3 Métodos**

**2.2.3.1 Histórico.** Según los autores Hernández & Trujillo (2020) manifiestan que “método histórico es utilizado para conocer un hecho a través de indicios pasados. Ellos se encuentran recogidos en fuentes, ya sean escritas u orales. Estas son las encargadas de dar la información y el historiador, a través del método” (p.2).

Dado que, con el método histórico se va a realizar una búsqueda y análisis de información de compras y ventas que se ha llevado a cabo en los años anteriores, para implementar y mejorar la gestión administrativa en conjunto con el control interno dentro de Supermercado Karen para un mejoramiento en la gestión organizacional de la empresa como son las funciones y responsabilidades de cada uno de los colaboradores y administradores.

**2.2.3.2 Descriptivo.** Teniendo en cuenta al autor Hernández et al. (2014) enfatiza “detectar o identificar palabras clave, planteamientos, conceptos, variables y

definiciones, muestras instrumentos y análisis. Encontrar ejemplos. Comparar nuestros resultados con estudios previos” (p.66).

Con lo expuesto en el párrafo anterior, en esta investigación se detallará los parámetros que formarán parte de la gestión administrativa y de qué manera influirá en la realidad del funcionamiento de Supermercado Karen, es decir, si se obtendrán resultados positivos al implementar un sistema de inventarios para mejorar el desarrollo de las actividades del personal de la empresa.

**2.2.3.3 Inductivo.** Como plantean los autores Hernández et al. (2014) menciona “ (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general. Por ejemplo, en un estudio cualitativo típico, el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca conclusiones” (p.8).

Como se lo define anteriormente, con el método inductivo se inicia con la recolección de los datos de cada año anterior para el registro y análisis del sistema de inventarios, es decir, va desde los casos particulares a lo general, de esta manera establecer acertadamente el sistema y la facturación electrónica que ayudará a mejorar el control interno.

#### **2.2.4 Hipótesis**

**2.2.4.1 Hipótesis Nula.** Citando a los autores Hernandez & Mendoza (2018) “refutan o niegan lo que afirman las hipótesis de investigación. Representan el reverso o contradicción de estas” (p.133).

La gestión administrativa incide en el control de inventarios de supermercado Karen en cantón Quero.

**2.2.4.2 Hipótesis alternativa.** Tomando en cuenta a Hernandez & Mendoza (2018) “son posibilidades opcionales ante las hipótesis de investigación y nula: proporcionan otra explicación o descripción diferente de las que ofrecen estos tipos de hipótesis” (p.134).

La gestión administrativa no incide en el control de inventarios de supermercado Karen en el cantón Quero.

### **2.2.5 Técnicas**

**2.2.5.1 Encuesta.** Citando a los autores López & Fachelli (2017) manifiestan que “la encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano” (p.5).

Por esta razón, con esta técnica se podrá verificar que todo el personal de Supermercado Karen este en un ambiente adecuado, en relación con la situación organizacional en la que se encuentra la empresa para poder tener un mejor control interno y poder establecer las normas y parámetros que se necesita para las diferentes funciones y responsabilidades de los colaboradores de la empresa.

### **2.2.6 Población**

Con base en Hernández et al. (2014) enfatiza “una deficiencia que se presenta en algunos trabajos de investigaciones es que no describen lo suficiente las características de la población o consideran que la muestra la representa de manera automática” (p.174).

Según la investigación realizada en Supermercado Karen la población que se va a utilizar es interna, los mismos que proporcionaron el listado total de los empleados y administrativos, que laboran en el supermercado dando un total de 20 personas como población para el trabajo de titulación.

## CAPITULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

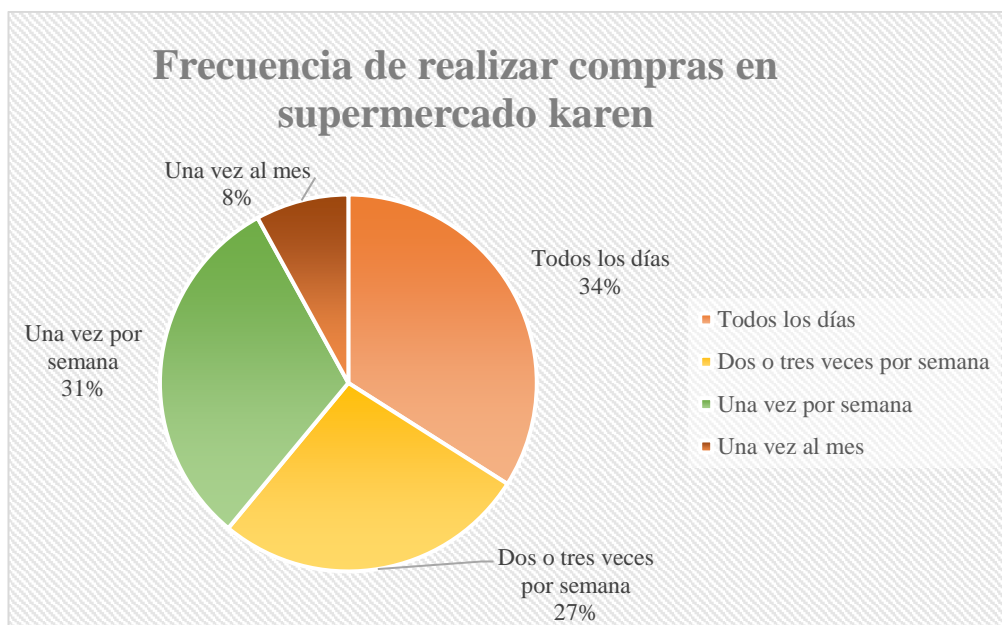
#### 3.1 Análisis y discusión de los resultados

##### 3.1.1 Encuesta dirigida a clientes de Supermercado Karen

**Tabla 1** Frecuencias de realizar compras en el supermercado

| ¿Con qué frecuencia usted acostumbra a realizar compras en supermercado Karen ? |                                    |            |            |                   |                      |
|---|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   | OPCIÓN                             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| <b>Válido</b>   | <b>Todos los días</b>              | 34         | 34%        | 34%               | 34%                  |
|   | <b>Dos o tres veces por semana</b> | 27         | 27%        | 27%               | 61%                  |
|   | <b>Una vez por semana</b>          | 31         | 31%        | 31%               | 92%                  |
|   | <b>Una vez al mes</b>              | 8          | 8%         | 8%                | 100%                 |
|   | <b>Total</b>                       | 100        | 100        | 100               |                      |

*Nota:* Información obtenida por el instrumento de recolección de información y los miembros de supermercado Karen



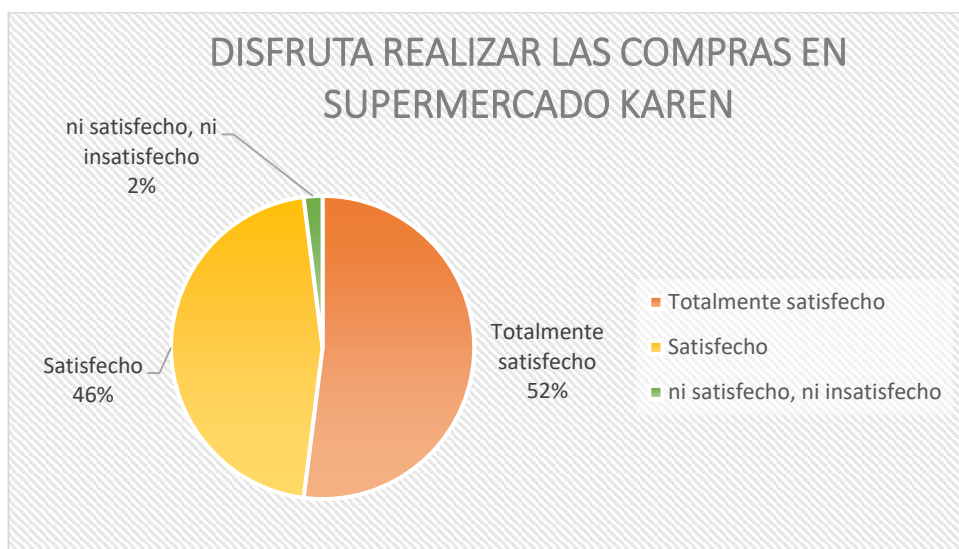
**Figura 2** Frecuencia de realizar compras en el supermercado Karen

Los clientes de Quero realizan su compra mayormente todos los días en el supermercado Karen, con un 34% de los clientes, luego le sigue una vez por semana y de dos o tres veces por semana con porcentajes similares, el consumo mensual ocurre en un 8% de los encuestados, esto indica que el supermercado es un negocio con alta proyección de ventas, además de estar consolidada en la zona.

**Tabla 2** Satisfacción de clientes

| ¿Qué tanto disfruta realizar las compras en el supermercado? |                                  |            |            |                   |                      |
|--|----------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  | OPCIÓN                           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| <b>Válido</b>  | <b>Totalmente satisfecho</b>     | 52         | 52%        | 52%               | 52%                  |
|  | <b>Satisfecho ni satisfecho,</b> | 46         | 46%        | 46%               | 98%                  |
|  | <b>ni insatisfecho</b>           | 2          | 2%         | 2%                | 100%                 |
|  | <b>Total</b>                     | 100        | 100        | 100               |                      |





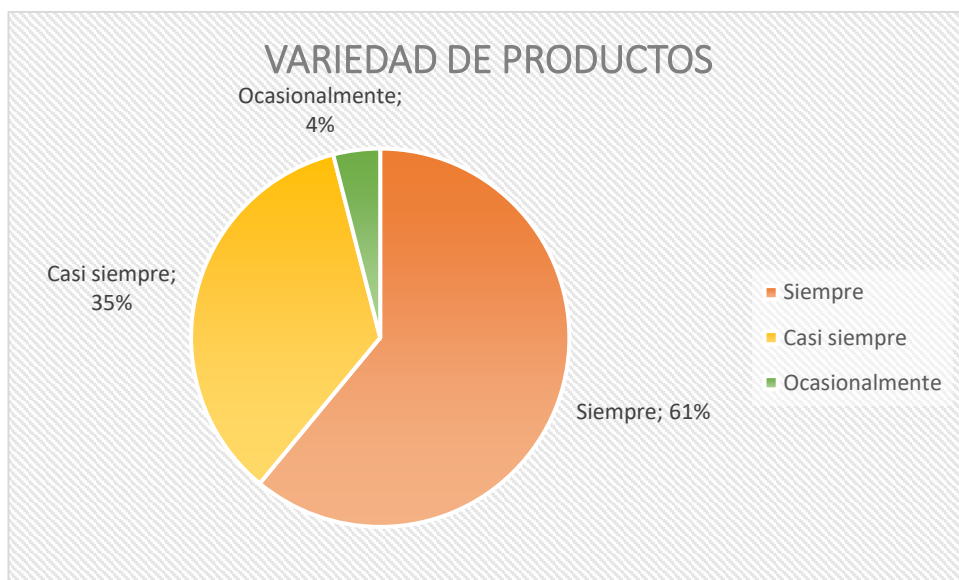
**Figura 3** Satisfacción de compras

La mayoría de encuestados están totalmente satisfechos en sus compras con un 52%, además de un 46% de satisfacción, haciendo un total de 98%, siendo esto un gran índice de aceptabilidad de productos y servicios por parte del supermercado.

**Tabla 3** Variedad de productos

**¿ Dentro de supermercado Karen encuentra productos que los otros no tienen ?**

| OPCIÓN                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| <b>Válido</b> Siempre | 61         | 61%        | 61%               | 61%                  |
| Casi siempre          | 35         | 35%        | 35%               | 96%                  |
| Ocasionalmente        | 4          | 4%         | 4%                | 100%                 |
| <b>Total</b>          | 100        | 100        | 100               |                      |

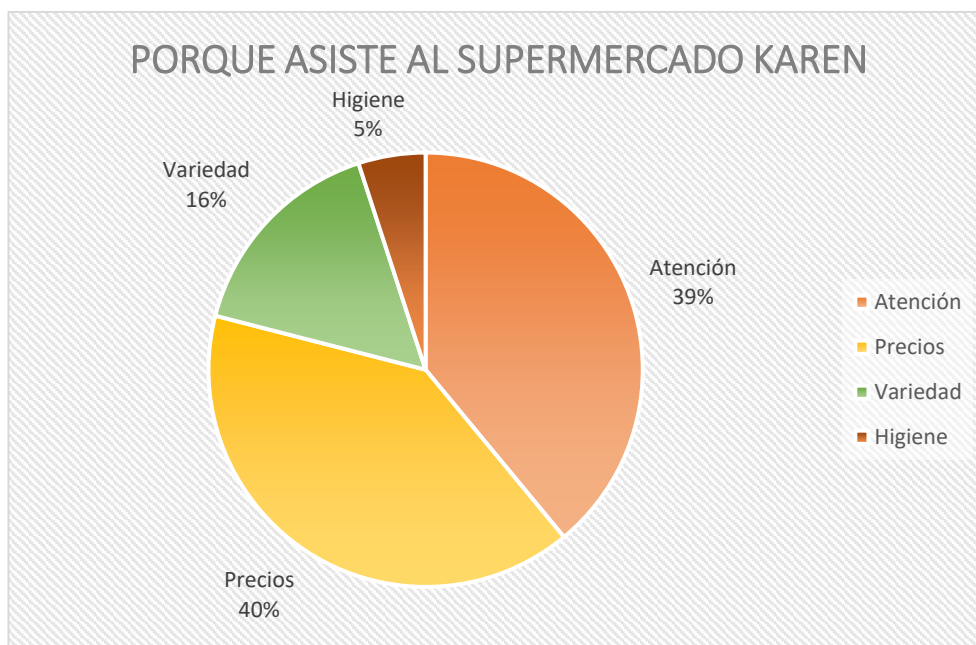


**Figura 4** Variedad de productos

El supermercado tiene una gran cantidad de productos, con una percepción del 61%, esto es una muestra de la funcionalidad del supermercado, al requerir variedad en sus productos y abastecimiento continuo, además se caracteriza por tener variedad en los productos.

**Tabla 4** Por qué asiste al supermercado

| ¿Por qué le gusta asistir al supermercado Karen ? |                 |            |            |                   |                      |
|---|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   | OPCIÓN          | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| <b>Válido</b>                                     | <b>Atención</b> | 39         | 39%        | 39%               | 39%                  |
|   | <b>Precios</b>  | 40         | 40%        | 40%               | 79%                  |
|   | <b>Variedad</b> | 16         | 16%        | 16%               | 95%                  |
|   | <b>Higiene</b>  | 5          | 5%         | 5%                | 100%                 |
|   | <b>Total</b>    | 100        | 100        | 100               |                      |

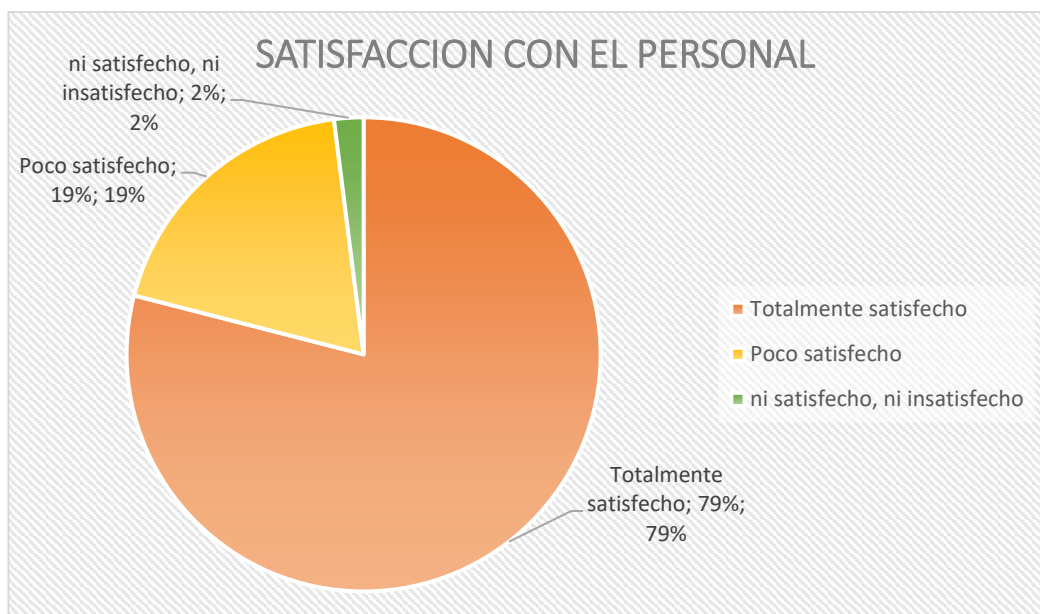


**Figura 5** *Porqué asiste al supermercado*

La principal razón por la que van al supermercado es sus precios seguido muy de cerca por la atención, estos dos son esenciales para la población que es principalmente clase media baja y requieren mantener costos bajos en sus compras, además por el tipo de cultura la atención adecuada es muy valorada para regresar a comprar en el lugar.

**Tabla 5** *Satisfacción con el personal*

| <b>¿Cuál es el nivel de satisfacción con el servicio prestado por el personal ?</b> |                   |                   |                          |                             |
|---|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| <b>OPCIÓN</b>   | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> | <b>Porcentaje válido</b> | <b>Porcentaje acumulado</b> |
| <b>Válido Totalmente satisfecho</b>   | 79                | 79%               | 79%                      | 79%                         |
| <b>Poco satisfecho</b>  | 19                | 19%               | 19%                      | 98%                         |
| <b>ni satisfecho, ni insatisfecho</b>   | 2                 | 2%                | 2%                       | 100%                        |
| <b>Total</b>  | 100               | 100               | 100                      |                             |



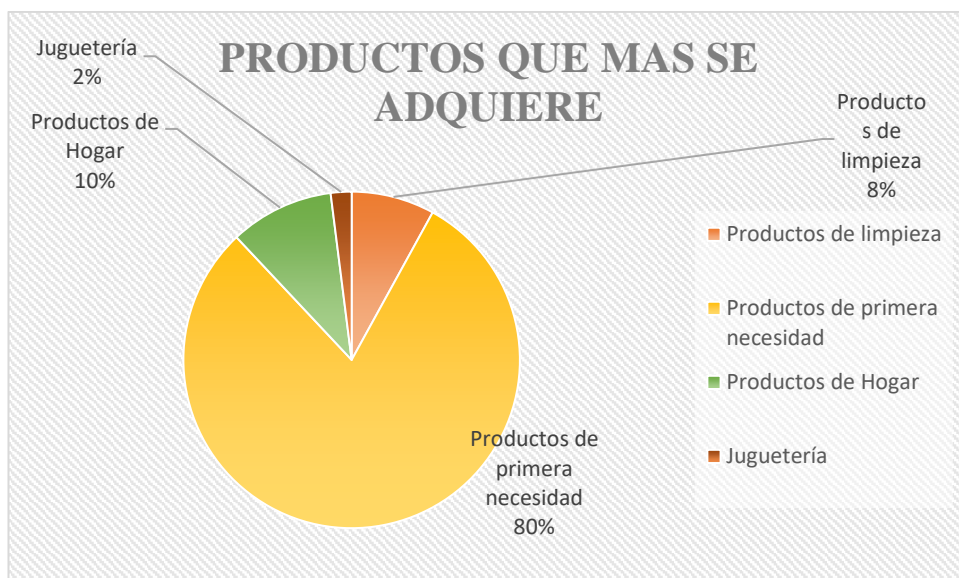
**Figura 6** Satisfacción con el personal

El 79% está de totalmente satisfecho con el trabajo del personal, es una alta aceptación del personal, indicando que los trabajadores están capacitados y su trabajo tiene buena recepción en los clientes.

**Tabla 6** Productos que más adquiere

**¿ Cuándo usted acude al Supermercado Karen cuales son los productos que más adquiere?**

| OPCIÓN                              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| <b>Válido</b> Productos de limpieza | 8          | 8%         | 8%                | 8%                   |
| Productos de primera necesidad      | 80         | 80%        | 80%               | 88%                  |
| Productos de Hogar                  | 10         | 10%        | 10%               | 98%                  |
| Juguetería                          | 2          | 2%         | 2%                | 100%                 |
| <b>Total</b>                        | 100        | 100        | 100               |                      |



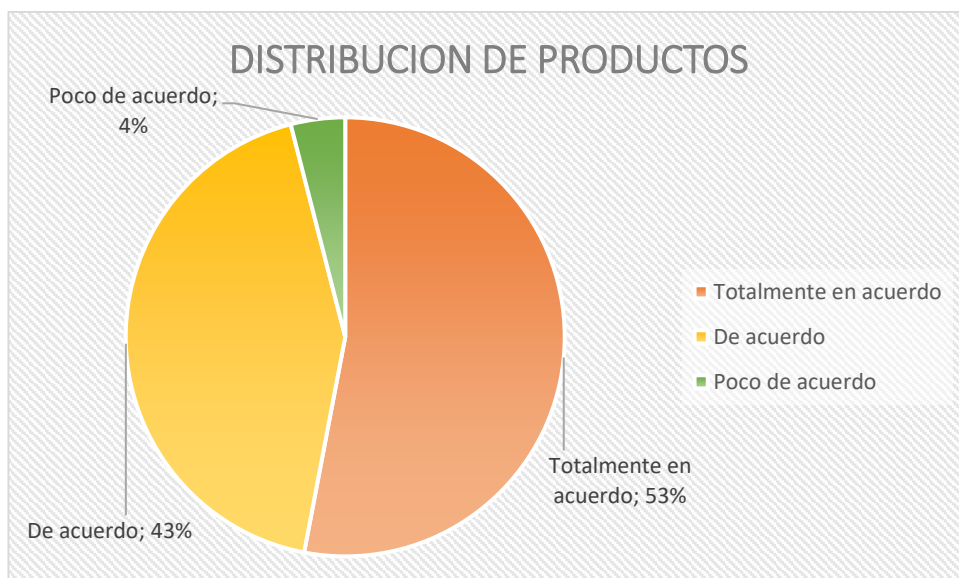
**Figura 7** *Productos que más adquiere*

Debido a la característica de la población los productos de primera necesidad son los más consumidos, por la facilidad y variedad de productos, mientras otros productos no tienen tanta diversidad como el primer rubro, esto justifica el 80% de predilección de estos productos.

**Tabla 7** Distribución de productos

**¿Considera que la distribución productos del supermercado Karen se encuentra adecuada?**

| OPCIÓN                              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| <b>Válido</b> Totalmente en acuerdo | 53         | 53%        | 53%               | 53%                  |
| De acuerdo                          | 43         | 43%        | 43%               | 96%                  |
| Poco de acuerdo                     | 4          | 4%         | 4%                | 100%                 |
| <b>Total</b>                        | 100        | 100        | 100               |                      |



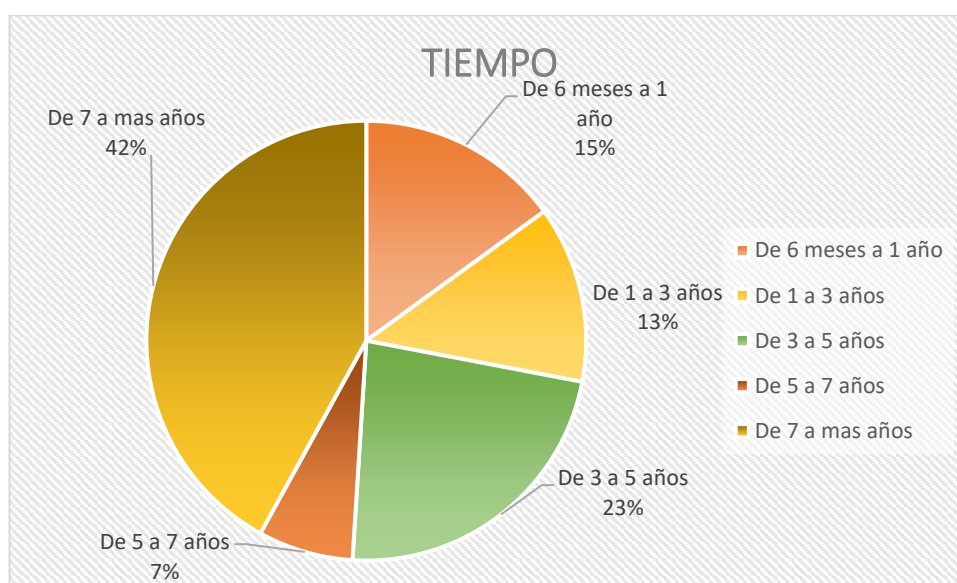
**Figura 8** *Distribución de productos*

La distribución de productos tiene un gran nivel de aceptación con un 53% seguido por un 43% que están de acuerdo con la distribución, contar con áreas especializadas para cada tipo de producto, da un toque de especialización y mayor profesionalidad al espacio del supermercado.

**Tabla 8** *Tiempo de consumo en el supermercado*

| <b>¿ Cuánto tiempo lleva siendo cliente de Supermercado Karen ?</b> |                           |                   |                          |                             |     |
|---|---------------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|-----|
| <b>OPCIÓN</b>   | <b>Frecuencia</b>         | <b>Porcentaje</b> | <b>Porcentaje válido</b> | <b>Porcentaje acumulado</b> |     |
| <b>Válido</b>   | <b>De 6 meses a 1 año</b> | 15                | 15%                      | 15%                         | 15% |
|   | <b>De 1 a 3 años</b>      | 13                | 13%                      | 13%                         | 28% |
|   | <b>De 3 a 5 años</b>      | 23                | 23%                      | 23%                         | 51% |
|   | <b>De 5 a 7 años</b>      | 7                 | 7%                       | 7%                          | 58% |

|                        |     |     |     |      |
|------------------------|-----|-----|-----|------|
| <b>De 7 a más años</b> | 42  | 42% | 42% | 100% |
| <b>Total</b>           | 100 | 100 | 100 |      |

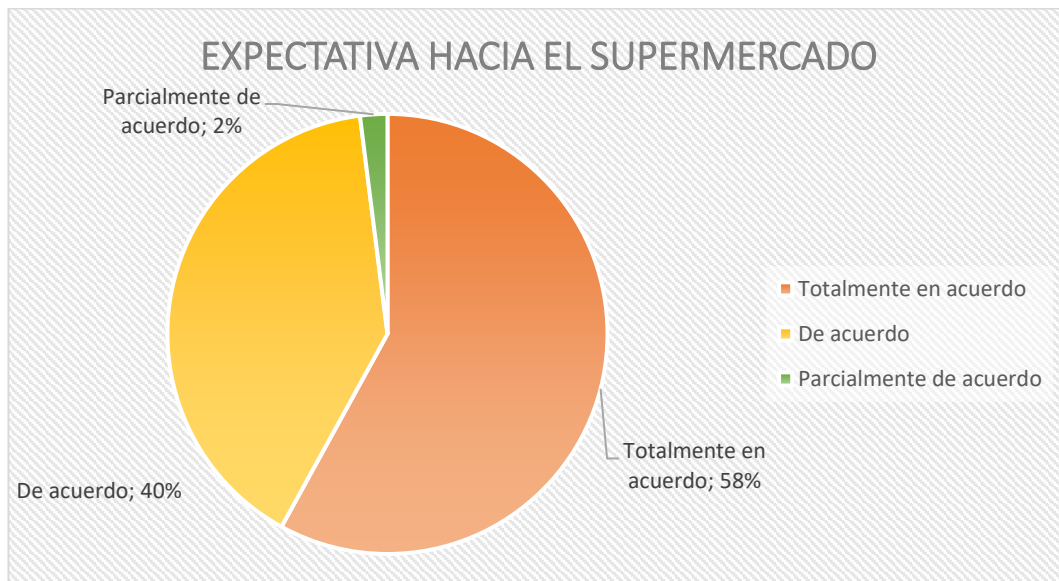


**Figura 9** Tiempo de consumo en el supermercado

La fidelidad de al menos 7 años es un indicador que los clientes principales son quienes habitan en el sector durante varios años, convirtiéndose en un negocio prominente en Quero, aunque la diferencia entre 5 a 7 años y de 3 a 5 años se puede explicar con personas que han salido del cantón y tener negocios en otras ciudades.

**Tabla 9** Expectativa hacia el supermercado

| <b>¿ Los productos del supermercado Karen cubre con sus expectativas?</b> |                                |                   |                   |                          |                             |
|---|--------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
|   | <b>OPCIÓN</b>                  | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> | <b>Porcentaje válido</b> | <b>Porcentaje acumulado</b> |
| <b>Válido</b>   | <b>Totalmente en acuerdo</b>   | 58                | 58%               | 58%                      | 58%                         |
|   | <b>De acuerdo</b>              | 40                | 40%               | 40%                      | 98%                         |
|   | <b>Parcialmente de acuerdo</b> | 2                 | 2%                | 2%                       | 100%                        |
|   | <b>Total</b>                   | 100               | 100               | 100                      |                             |



**Figura 10** *Expectativa hacia el supermercado*

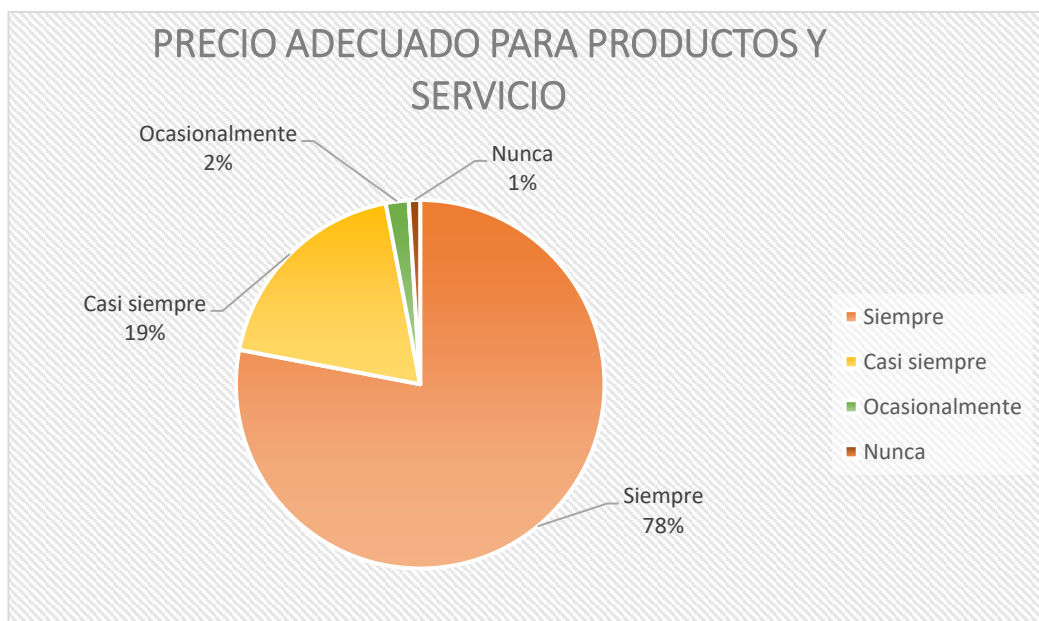
El 58% está totalmente de acuerdo con que el supermercado tiene una buena proyección y una gran expectativa, es importante tener la confianza de los clientes.

**Tabla 10** *Precio adecuado para productos y servicios*

**¿Considera que el precio es el adecuado para el producto/servicio que se ofrece?**

|               | OPCIÓN                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| <b>Válido</b> | <b>Siempre</b>        | 78         | 78%        | 78%               | 78%                  |
|               | <b>Casi siempre</b>   | 19         | 19%        | 19%               | 97%                  |
|               | <b>Ocasionalmente</b> | 2          | 2%         | 2%                | 99%                  |
|               | <b>Nunca</b>          | 1          | 1%         | 1%                | 100%                 |
|               | <b>Total</b>          | 100        | 100        | 100               |                      |





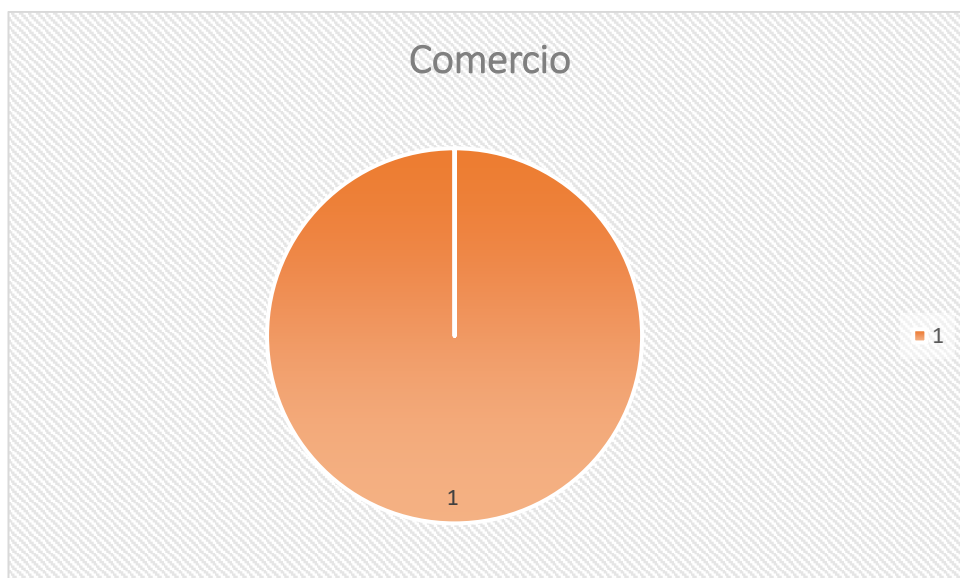
**Figura 11** Precio adecuado para productos y servicios

El 78% considera que siempre se tiene un precio adecuado para los productos, seguido por un 19% de casi siempre, indicando que los precios son lo más atractivo de este supermercado como lo observado en las preguntas anteriores.

### 3.1.2 Encuesta dirigida al personal de Supermercado Karen

**Tabla 11** Comercio

| ¿En qué clase de empresa se encuentra? |                 |            |            |                   |                      |
|--|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  | OPCIÓN          | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| <b>Válido</b>                          | <b>Comercio</b> | 20         | 100%       | 100%              | 100%                 |

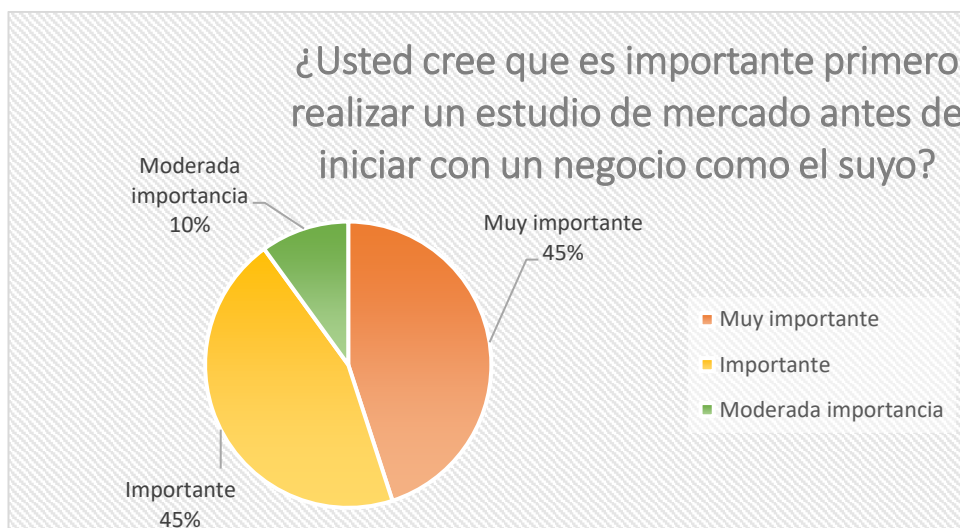


**Figura 12** *Tipo de empresa*

Todos saben que es una empresa de comercio.

**Tabla 12** *Importancia del estudio de mercado*

| <b>¿Usted cree que es importante primero realizar un estudio de mercado antes de iniciar con un negocio como el suyo?</b> |                             |                   |                   |                          |                             |
|---|-----------------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
|   | <b>OPCIÓN</b>               | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> | <b>Porcentaje válido</b> | <b>Porcentaje acumulado</b> |
| <b>Válido</b>   | <b>Muy importante</b>       | 9                 | 45%               | 45%                      | 45%                         |
|   | <b>Importante</b>           | 9                 | 45%               | 45%                      | 90%                         |
|   | <b>Moderada importancia</b> | 2                 | 10%               | 10%                      | 100%                        |
|   | <b>Total</b>                | 20                | 100               | 100                      |                             |

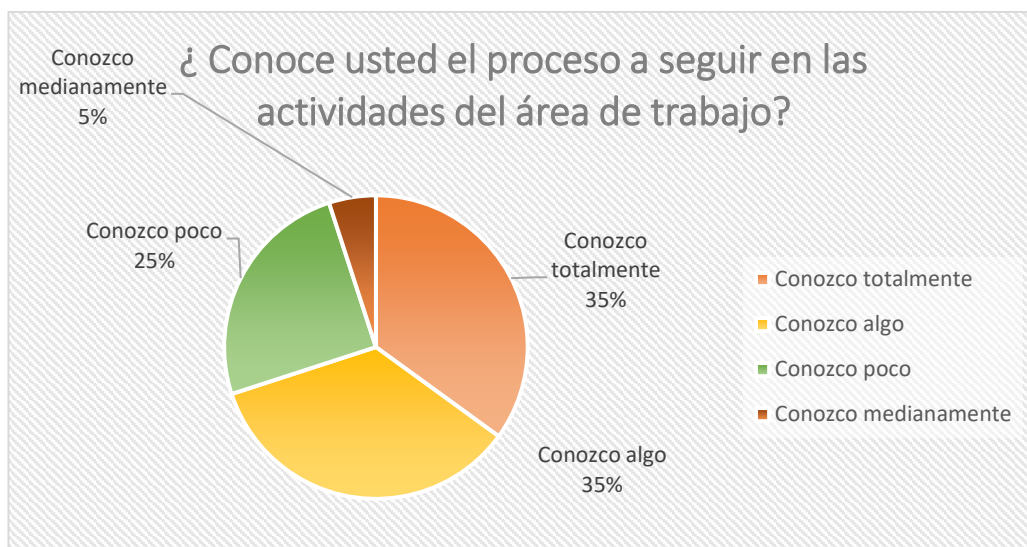


**Figura 13** *Importancia del estudio de mercado*

El 45% considera que es muy importante y el 45% que es importante un estudio de mercado, este es un elemento esencial antes de iniciar un negocio, en especial un supermercado de consumo masivo, para asegurar la inversión y poder mantener un alto margen de ganancia sin perder dinero, los encuestados si comprenden la importancia de este elemento.

**Tabla 13** *Proceso y actividades en el trabajo*

| ¿ Conoce usted el proceso a seguir en las actividades del área de trabajo? |                             |            |            |                   |                      |
|--|-----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  | OPCIÓN                      | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| <b>Válido</b>  | <b>Conozco totalmente</b>   | 7          | 35%        | 35%               | 35%                  |
|  | <b>Conozco algo</b>         | 7          | 35%        | 35%               | 70%                  |
|  | <b>Conozco poco</b>         | 5          | 25%        | 25%               | 95%                  |
|  | <b>Conozco medianamente</b> | 1          | 5%         | 5%                | 100%                 |
|  | <b>Total</b>                | 20         | 100        | 100               |                      |

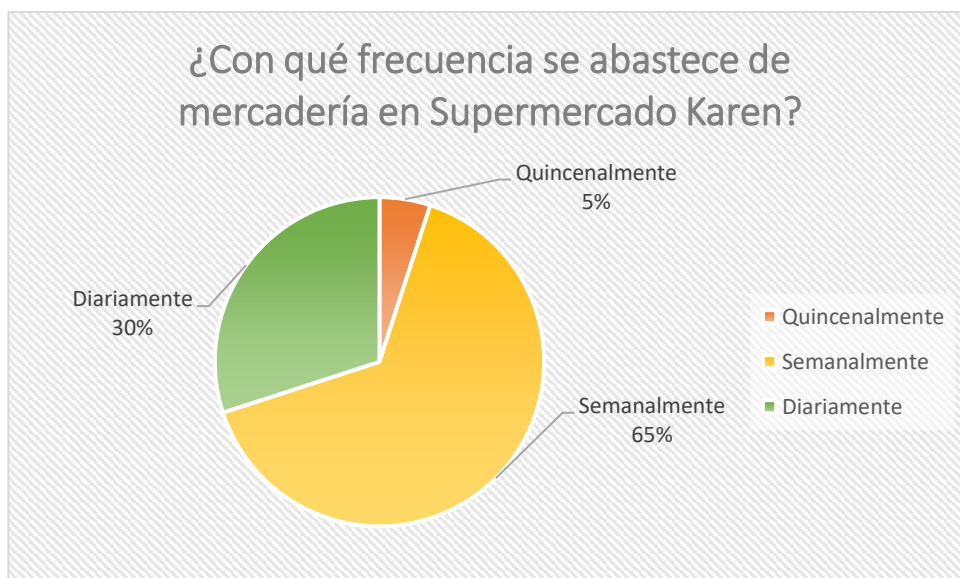


**Figura 14** *Proceso y actividades en el trabajo*

El porcentaje de conocer totalmente es de 35%, al igual que el de conozco algo, siendo que el conocimiento es inferior al esperado, requiere mayor capacitación e inmersión en los procesos para cada área de trabajo

**Tabla 14** *Frecuencia de abastecimiento*

| ¿Con qué frecuencia se abastece de mercadería en Supermercado Karen? |                       |            |            |                   |                      |
|--|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  | OPCIÓN                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| <b>Válido</b>  | <b>Quincenalmente</b> | 1          | 5%         | 5%                | 5%                   |
|  | <b>Semanalmente</b>   | 13         | 65%        | 65%               | 70%                  |
|  | <b>Diariamente</b>    | 6          | 30%        | 30%               | 100%                 |
|  | <b>Total</b>          | 20         | 100        | 100               |                      |

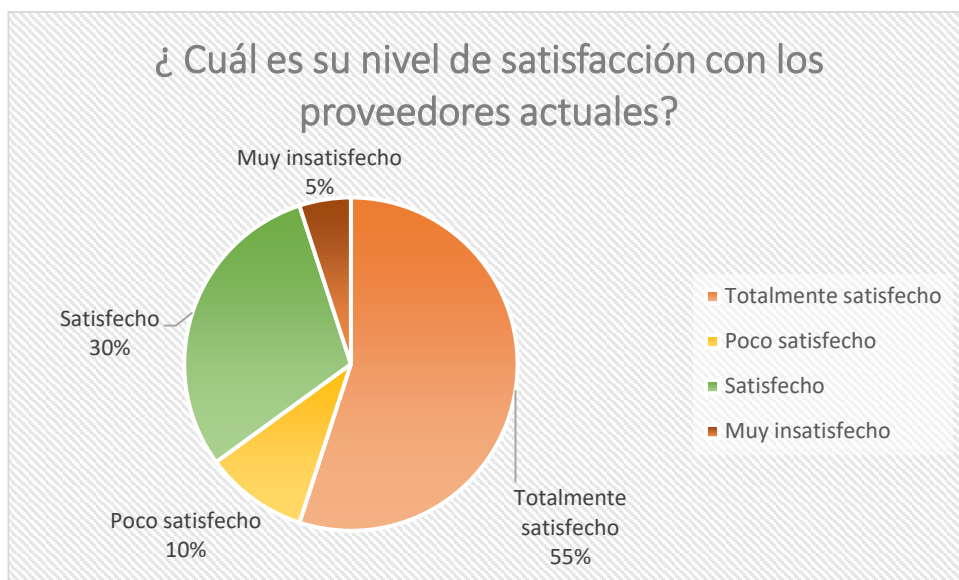


**Figura 15** *Frecuencia de abastecimiento*

La frecuencia en que se abastece el supermercado es de manera semanal principalmente, otros productos llegan a diario y otros cada quince días, esto depende del proveedor y la cantidad de demanda que tenga cada uno.

**Tabla 15** *Satisfacción con los proveedores*

| <b>¿Cuál es su nivel de satisfacción con los proveedores actuales?</b> |                              |                   |                   |                          |                             |
|--|------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
|  | <b>OPCIÓN</b>                | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> | <b>Porcentaje válido</b> | <b>Porcentaje acumulado</b> |
| <b>Válido</b>  | <b>Totalmente satisfecho</b> | 11                | 55%               | 55%                      | 55%                         |
|  | <b>Poco satisfecho</b>       | 2                 | 10%               | 10%                      | 65%                         |
|  | <b>Satisfecho</b>            | 6                 | 30%               | 30%                      | 95%                         |
|  | <b>Muy insatisfecho</b>      | 1                 | 5%                | 5%                       | 100%                        |
|  | <b>Total</b>                 | 20                | 100               | 100                      |                             |

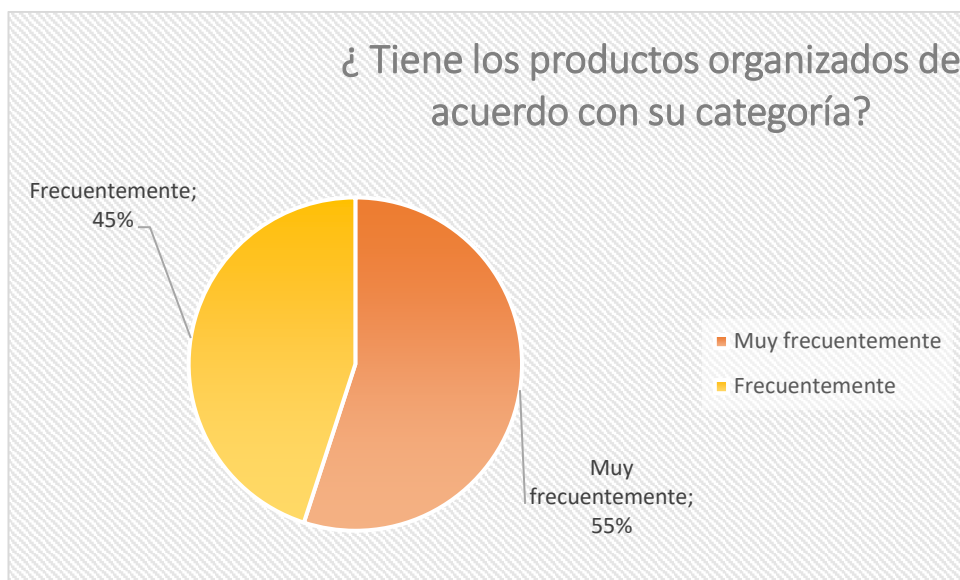


**Figura 16** Satisfacción con los proveedores

Los proveedores actuales generan alta satisfacción en los trabajadores con un 55%, seguido por un 30% de satisfecho, esto indica que hacen un buen trabajo y no ocurren conflictos al momento de entregar mercadería.

**Tabla 16** Organización de productos

| <b>¿ Tiene los productos organizados de acuerdo con su categoría?</b> |                           |                   |                   |                          |                             |
|---|---------------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
|   | <b>OPCIÓN</b>             | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> | <b>Porcentaje válido</b> | <b>Porcentaje acumulado</b> |
| <b>Válido</b>   | <b>Muy frecuentemente</b> | 11                | 55                | 55%                      | 55%                         |
|   | <b>Frecuentemente</b>     | 9                 | 45                | 45%                      | 100%                        |
|   | <b>Total</b>              | 20                | 100               | 100                      |                             |

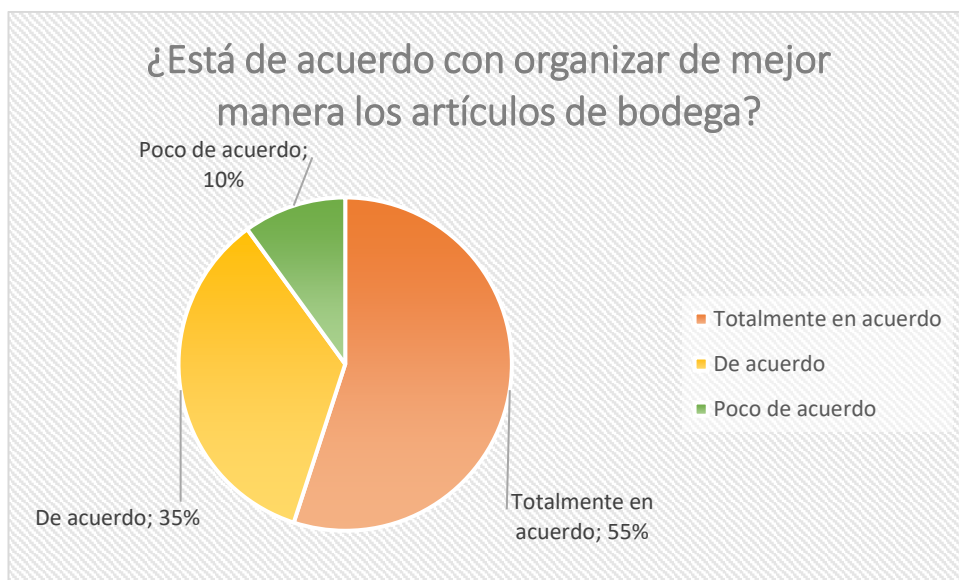


**Figura 17** Organización de productos

En esta pregunta solo se eligieron dos respuestas, muy frecuentemente con 55% y frecuentemente con 45%, siendo un gran nivel de organización de los productos, además de tener cada uno en su categoría, esto dando mayor valor agregado para el cliente.

**Tabla 17** Cambio en la organización de productos en bodega

| <b>¿Está de acuerdo con organizar de mejor manera los artículos de bodega?</b> |                              |                   |                   |                          |                             |
|--|------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
|  | <b>OPCIÓN</b>                | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> | <b>Porcentaje válido</b> | <b>Porcentaje acumulado</b> |
| <b>Válido</b>  | <b>Totalmente en acuerdo</b> | 11                | 55                | 55%                      | 55%                         |
|  | <b>De acuerdo</b>            | 7                 | 35                | 35%                      | 90%                         |
|  | <b>Poco de acuerdo</b>       | 2                 | 10                | 10%                      | 100%                        |
|  | <b>Total</b>                 | 20                | 100               | 100                      |                             |



**Figura 18** Cambio en la organización de productos en bodega

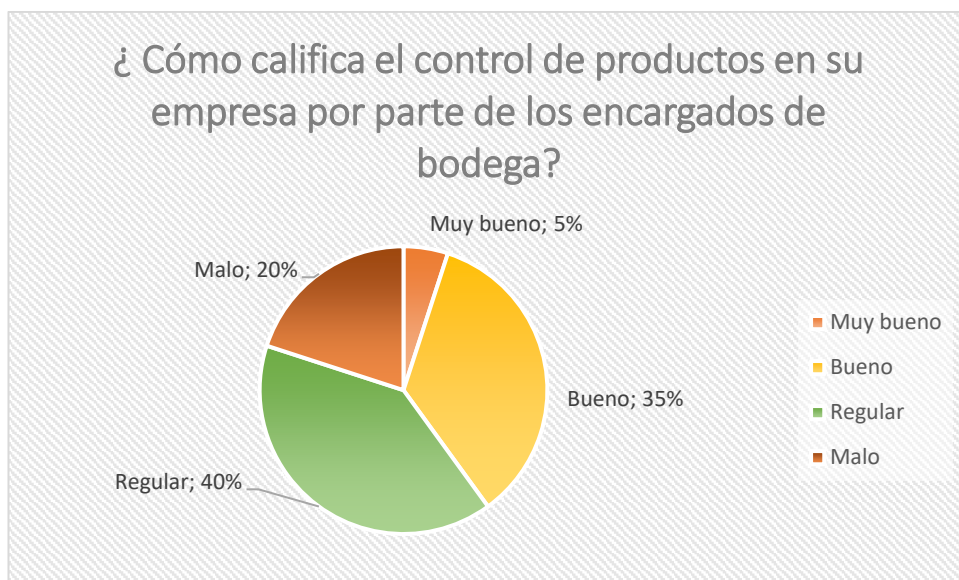
El 55% de trabajadores están totalmente de acuerdo en cambiar la organización de la bodega, seguido por un 35%, siendo esto necesario para satisfacción de los trabajadores y aumento de la eficiencia, lo que debe tomar en cuenta la opinión de los trabajadores de esta área para la reestructuración.

**Tabla 18** Control de productos en bodega

**¿ Cómo califica el control de productos en su empresa por parte de los encargados de bodega?**

| OPCIÓN                  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje | Porcentaje |
|-------------------------|------------|------------|------------|------------|
|                         |            |            | válido     | acumulado  |
| <b>Válido</b> Muy bueno | 1          | 5          | 5%         | 5%         |
| Bueno                   | 7          | 35         | 35%        | 40%        |
| Regular                 | 8          | 40         | 40%        | 80%        |
| Malo                    | 4          | 20         | 20%        | 100%       |
| <b>Total</b>            | 20         | 100        | 100        |            |



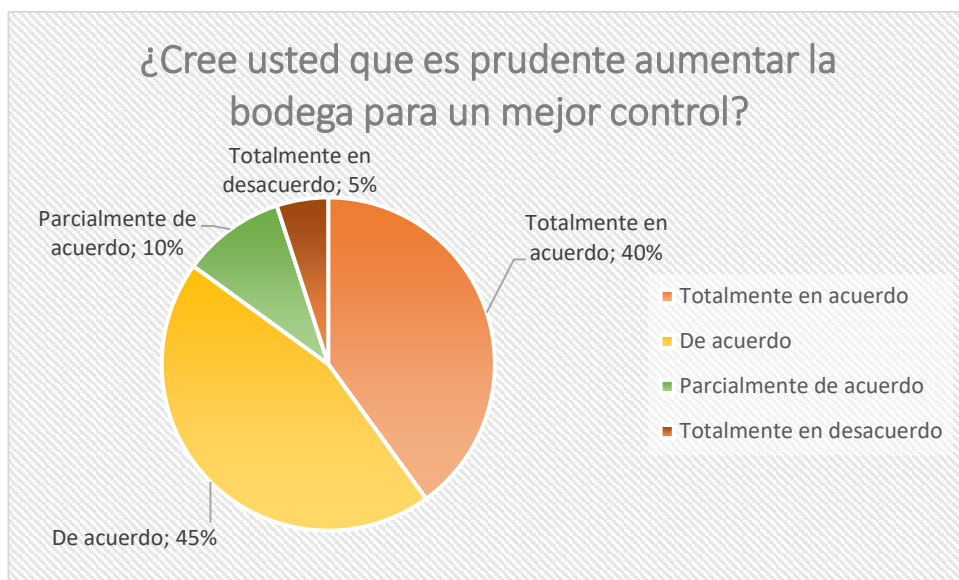


**Figura 19** Control de productos en bodega

Existe una deficiencia en el control de productos en la bodega, por lo que la calificación recibida fue regular con un 40%, seguido por bueno con un 35%, la bodega genera conflictos en los trabajadores, por lo que debe ser reestructurado como afirma la pregunta anterior.

**Tabla 19** Aumento de bodega

| ¿Cree usted que es prudente aumentar la bodega para un mejor control? |                     |             |            |                   |                      |      |
|---|---------------------|-------------|------------|-------------------|----------------------|------|
| OPCIÓN  |                     |             |            |                   |                      |      |
|   |                     | Frecuencia  | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |      |
| <b>Válido</b>   | <b>Totalmente</b>   | <b>en 8</b> | 40         | 40%               | 40%                  |      |
|   | <b>acuerdo</b>      |             |            |                   |                      |      |
|   | <b>De acuerdo</b>   |             | 9          | 45                | 45%                  | 85%  |
|   | <b>Parcialmente</b> | <b>de 2</b> | 10         | 10                | 10%                  | 95%  |
|   | <b>acuerdo</b>      |             |            |                   |                      |      |
|   | <b>Totalmente</b>   | <b>en 1</b> | 5          | 5                 | 5%                   | 100% |
|   | <b>desacuerdo</b>   |             |            |                   |                      |      |
|   | <b>Total</b>        |             | 20         | 100               | 100                  |      |



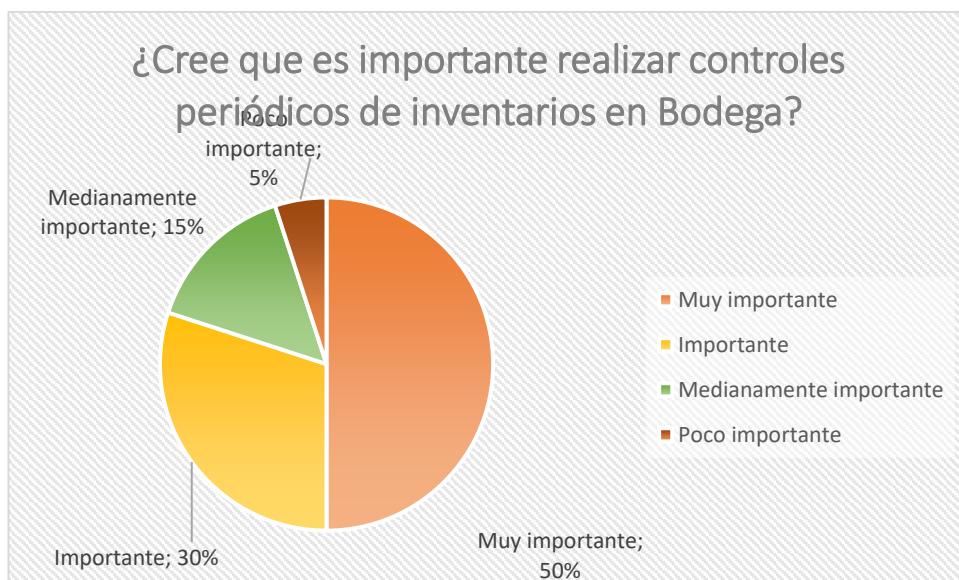
**Figura 20** Aumento de bodega

Hay un 40% del personal que está totalmente de acuerdo en aumentar la bodega, seguido del 45% de acuerdo, indicando que es una opción muy aceptada por los empleados, se debe tomar como prioridad para mejorar el trabajo en bodega.

**Tabla 20** Controles de inventarios

**¿Cree que es importante realizar controles periódicos de inventarios en Bodega?**

|               | OPCIÓN                         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| <b>Válido</b> | <b>Muy importante</b>          | 10         | 50         | 50%               | 50%                  |
|               | <b>Importante</b>              | 6          | 30         | 30%               | 80%                  |
|               | <b>Medianamente importante</b> | 3          | 15         | 15%               | 95%                  |
|               | <b>Poco importante</b>         | 1          | 5          | 5%                | 100%                 |
|               | <b>Total</b>                   | 20         | 100        | 100               |                      |



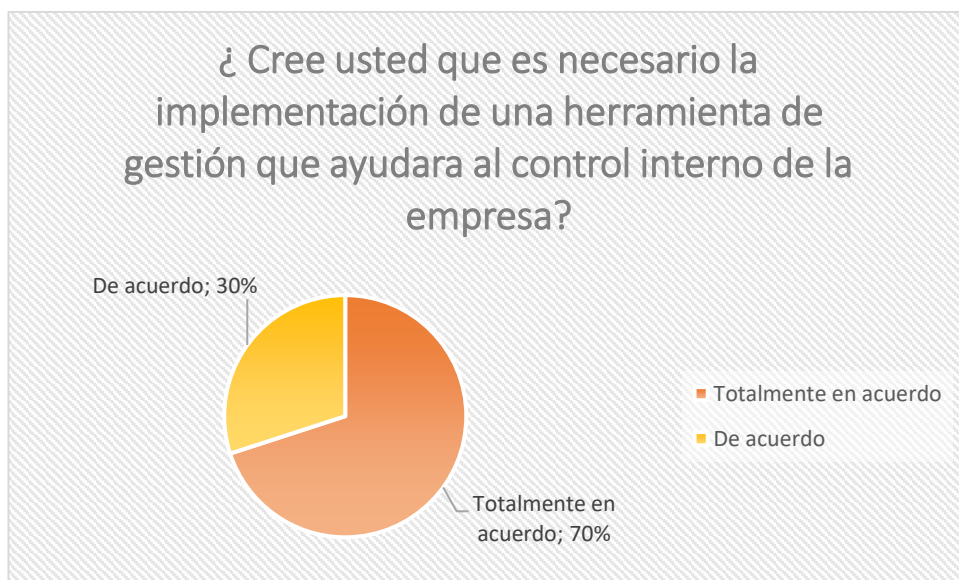
**Figura 21** *Controles de Inventario*

La mitad de los encuestados considera que es muy importante realizar controles periódicos en los inventarios, esta es otra solución que se puede implementar para mejorar la bodega y sus procesos, sumado las opciones importantes y muy importantes llega a un 80%, mientras la opción de aumentar el tamaño tiene un 85%, siendo que el aumento es más llamativo para los trabajadores.

**Tabla 21** *Herramientas de gestión de inventarios*

**¿ Cree usted que es necesario la implementación de una herramienta de gestión que ayudara al control interno de la empresa?**

| OPCIÓN        |                              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| <b>Válido</b> | <b>Totalmente en acuerdo</b> | 14         | 70         | 70%               | 70%                  |
|               | <b>De acuerdo</b>            | 6          | 30         | 30%               | 100%                 |
|               | <b>Total</b>                 | 20         | 100        | 100               |                      |

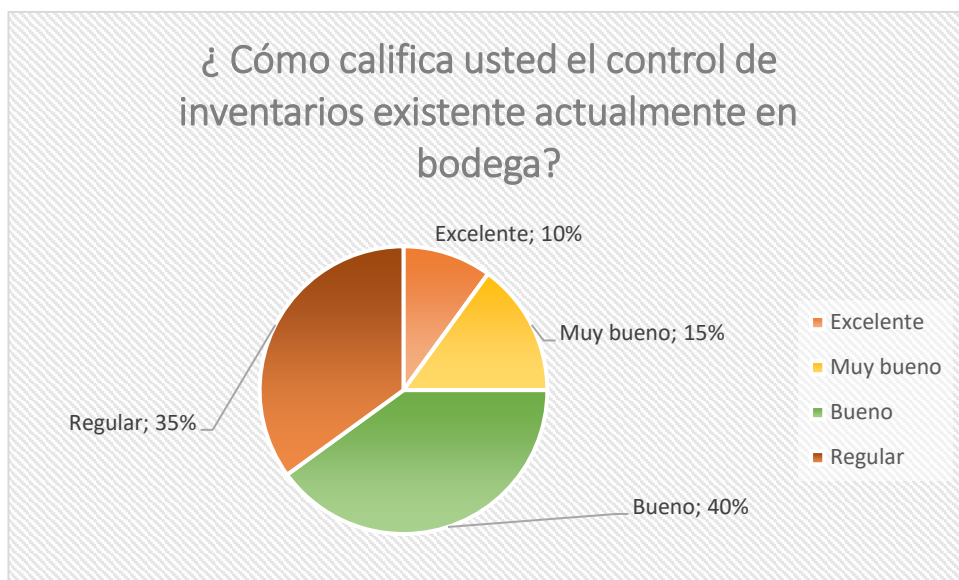


**Figura 22** *Herramientas de gestión de control interno*

La implementación de un sistema de gestión tiene una gran aceptabilidad, con 70% totalmente de acuerdo y un 30% de acuerdo, siendo esto que no se eligió otras opciones, ganándoles a las primeras alternativas y haciendo casi obligatorio el uso de estas herramientas para solventar las problemáticas en bodega y gestión en general.

**Tabla 22** *Control de inventarios actual*

| ¿ Cómo califica usted el control de inventarios existente actualmente en bodega? |                  |            |            |                   |                      |
|--|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  | OPCIÓN           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| <b>Válido</b>  | <b>Excelente</b> | 2          | 10         | 10%               | 10%                  |
|  | <b>Muy bueno</b> | 3          | 15         | 15%               | 25%                  |
|  | <b>Bueno</b>     | 8          | 40         | 40%               | 65%                  |
|  | <b>Regular</b>   | 7          | 35         | 35%               | 100%                 |
|  | <b>Total</b>     | 20         | 100        | 100               |                      |



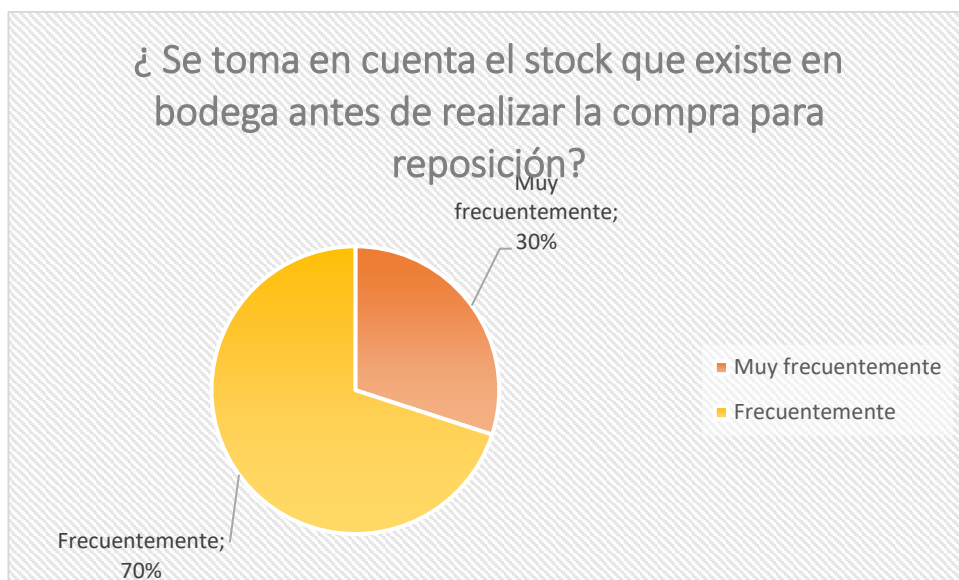
**Figura 23** Control de inventarios actual

Similar a preguntas anteriores, el control de inventarios no tiene satisfechos a todos los empleados, con solo un 10% de opiniones excelentes, 15% muy bueno y 40% bueno, además de un 35% regular, que en otros factores no había sido tan alto. Es necesario un cambio en el manejo de inventarios dentro de la empresa.

**Tabla 23** Stock en bodega antes de cada compra

**¿ Se toma en cuenta el stock que existe en bodega antes de realizar la compra para reposición?**

| OPCIÓN        |                           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| <b>Válido</b> | <b>Muy frecuentemente</b> | 6          | 30         | 30%               | 30%                  |
|               | <b>Frecuentemente</b>     | 14         | 70         | 70%               | 100%                 |
|               | <b>Total</b>              | 20         | 100        | 100               |                      |

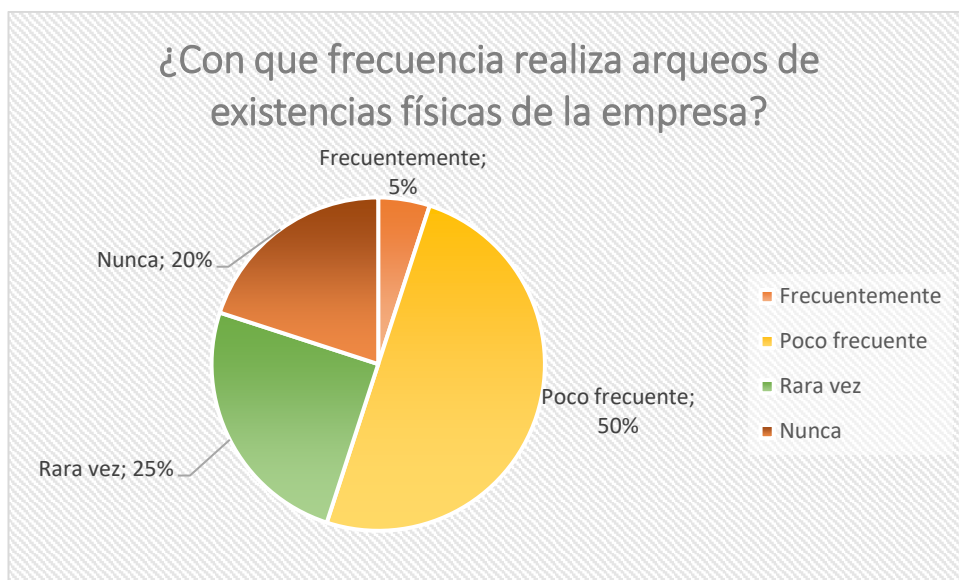


**Figura 24** Stock en bodega antes de cada compra

La revisión de la bodega antes de cada compra se realiza de manera frecuente, con un 70%, siendo que se realiza el pedido a los proveedores según la falta de productos que se cuente y la previsión de ventas para cada uno.

**Tabla 24** Frecuencia de arqueos de existencias físicas

| ¿Con que frecuencia realiza arqueos de existencias físicas de la empresa? |                       |            |            |                   |                      |
|---|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   | OPCIÓN                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| <b>Válido</b>   | <b>Frecuentemente</b> | 1          | 5          | 5%                | 5%                   |
|   | <b>Poco frecuente</b> | 10         | 50         | 50%               | 55%                  |
|   | <b>Rara vez</b>       | 5          | 25         | 25%               | 80%                  |
|   | <b>Nunca</b>          | 4          | 20         | 20%               | 100%                 |
|   | <b>Total</b>          | 20         | 100        | 100               |                      |

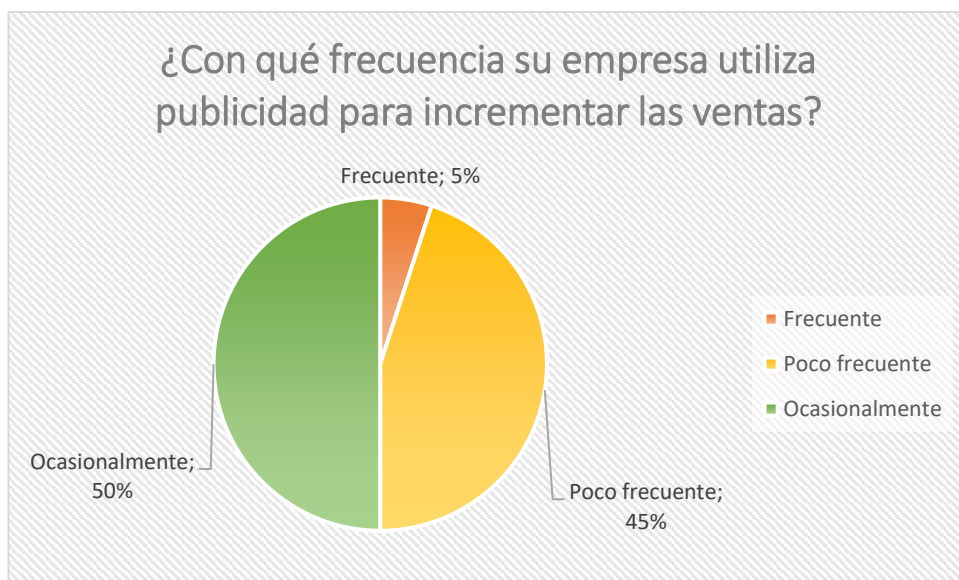


**Figura 25** *Frecuencia de arquezos de existencias físicas*

Si bien en preguntas anteriores se observó que el control de bodega e inventarios era aceptable, en esta la comprobación financiera de las mismas no se realiza frecuentemente, siendo solo un 5% de los encuestados quienes piensan que sí, y un 50% que es poco frecuente. Este es otro punto que se debe corregir para mejorar el control de inventarios.

**Tabla 25** *Frecuencia de uso de publicidad para aumento de ventas*

| <b>¿Con qué frecuencia su empresa utiliza publicidad para incrementar las ventas?</b> |                       |                   |                   |                          |                             |
|---|-----------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
|   | <b>OPCIÓN</b>         | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> | <b>Porcentaje válido</b> | <b>Porcentaje acumulado</b> |
| <b>Válido</b>   | <b>Frecuente</b>      | 1                 | 5%                | 5%                       | 5%                          |
|   | <b>Poco frecuente</b> | 9                 | 45%               | 45%                      | 50%                         |
|   | <b>Ocasionalmente</b> | 10                | 50%               | 50%                      | 100%                        |
|   | <b>Total</b>          | 20                | 100               | 100                      |                             |



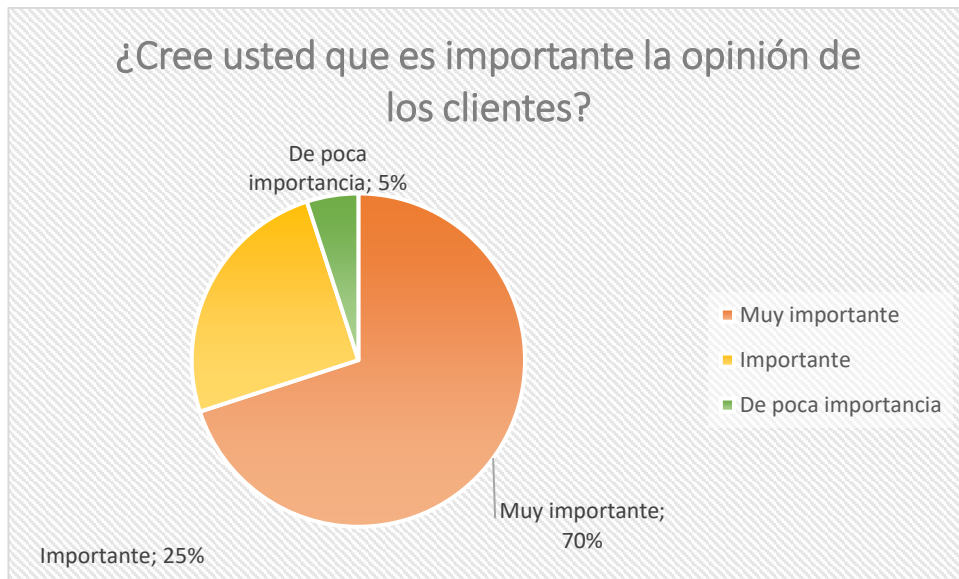
**Figura 26** Frecuencia de uso de publicidad para aumento de ventas

Los empleados creen que la publicidad realizada para su empresa es poco frecuente o se realiza ocasionalmente, esto genera que las ventas no despierten y se requiera cambiar de estrategia para llegar a más público y dar salida a los productos, siendo que se espera a las personas elijan a la empresa por su trayectoria.

**Tabla 26** Opinión de los clientes

| ¿Cree usted que es importante la opinión de los clientes? |                            |            |            |                   |                      |
|---|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   | OPCIÓN                     | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| <b>Válido</b>   | <b>Muy importante</b>      | 14         | 70         | 70%               | 70%                  |
|   | <b>Importante</b>          | 5          | 25         | 25%               | 95%                  |
|   | <b>De poca importancia</b> | 1          | 5          | 5%                | 100%                 |
|   | <b>Total</b>               | 20         | 100        | 100               |                      |





**Figura 27** *Opinión de los clientes*

Los empleados si consideran muy importante la opinión de los clientes, por lo que se debe consultar permanentemente la satisfacción de este grupo, para poder mejorar el servicio y los productos, maximizando las ventas.

### **3.2 Verificación de la Hipótesis**

#### **3.2.1 Prueba Chi Cuadrado**

Para analizar la importancia del manejo de inventarios en las ventas y la apreciación de los clientes, se realizó una prueba de Chi Cuadrado ( $\chi^2$ ) en la pregunta “**¿Cree usted que es prudente aumentar la bodega para un mejor control?**”

Para elaborar esta prueba, se tuvo que elegir el porcentaje esperado para cada opción; para que sea aleatorio, se colocó que cada una tendría el mismo porcentaje, 25% para cada una de las cuatro opciones.

La tabla se construyó con los porcentajes observados luego de la validación.

**Tabla 27 Datos de Chi Cuadrado**

|                                 | <b>Porcentaje observado</b> | <b>Porcentaje esperado</b> |
|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| <b>Totalmente en acuerdo</b>    | 40 %                        | 25%                        |
| <b>De acuerdo</b>               | 45 %                        | 25%                        |
| <b>Poco de acuerdo</b>          | 10 %                        | 25%                        |
| <b>Totalmente en desacuerdo</b> | 5 %                         | 25%                        |

### **3.2.2 Hipótesis**

Ho la gestión administrativa incide en el control de inventarios de supermercado Karen en el cantón Quero

H1: la gestión administrativa no incide en el control de inventarios de supermercado Karen en el cantón Quero

El planteamiento de hipótesis se ajusta al enunciado teórico de:

Ho: los datos se ajustan a la distribución teórica.

H1: los datos no se ajustan a la distribución teórica

### **3.2.3 Ejecución**

Posteriormente se procedió a calcular los grados de libertad

$$GL = (filas - columnas) = 4 - 1 = 3$$

Para obtener el valor de Chi cuadrado de referencia se necesita el nivel de significación  $\alpha$

$$\alpha = 0,05$$

Se calcula el Chi cuadrado de referencia con estos dos valores y utilizando la tabla dedicada para este fin

$$x_{ref}^2 = 9,35$$

Luego se calcula el Chi cuadrado experimental, con la siguiente fórmula:

$$x^2 = \frac{\Sigma(fe - fo)^2}{fe}$$

El valor obtenido fue

$$x^2 = 7,99x10^{-11}$$

Se realiza la comparación entre los dos valores

$$x_{ref}^2 > x^2$$

$$9,35 > 7,99x10^{-11}$$

El valor teórico fue superior al valor experimental.

### **3.2.4 Conclusión**

Se acepta la hipótesis nula, por ende, la encuesta no es estadísticamente diferente entre los valores esperados y los reales; siendo que la distribución actual y tamaño en bodegas no tiene una aprobación total en los empleados, lo que significa que debe optimizarse para dar un impacto real en los trabajadores y en la organización administrativa.

Lo que hace necesario la intervención en este aspecto, para mejorar gestión de inventarios y ubicación de productos.

## CAPITULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

Se analizó la gestión administrativa, mediante encuestas a los clientes y trabajadores del Supermercado Karen, llegando a la conclusión que la gestión de inventarios es ineficiente y no genera un acto impacto en la aceptación del cliente, bienestar laboral, aumento de las ventas, lo que hizo que requiera una intervención para cambiar el sistema obsoleto.

Se fundamentó mediante investigación bibliográfica, los principales métodos de gestión de inventarios, las normas que lo rigen, los distintos requerimientos y los beneficios que se pueden obtener de una buena gestión administrativa, esto sirvió para elegir el mejor programa para el Supermercado Karen.

Se diagnosticó el estado actual de la gestión administrativa y el control de inventarios mediante encuestas y tratamiento estadístico de los datos, este último dio como resultado que no se genera un impacto suficiente en la aceptación de la distribución de los productos dentro del supermercado, indicando que se debe mejorar este aspecto.

Se diseñó un nuevo sistema de inventarios, según la metodología FIFO, para reducir las pérdidas por mercancía caducada, control actualizado de precios, esto sirvió para que la empresa mantenga una imagen más fuerte frente al público y los trabajadores tengan una planificación y entendimiento del control de inventarios.

#### 4.2 Recomendaciones

Poner en conocimiento del personal con que clase de inventario se esta llevando a cabo de acuerdo con la investigación, lo cual será de utilidad para el mejor manejo de cada stock existente y todos los artículos que componen la bodega.

Gestionar el uso de herramientas para la gestión administrativa, donde se pueden hacer capacitaciones para el personal para que maneje el inventario de manera correcta y se pueda distribuir de mejor manera los productos dentro del Supermercado Karen.

Dentro del inventario llevar un registro de los productos con la fecha de vencimiento, además poner en promoción o descuento dichos productos próximos a caducarse, de esa manera reducir perdidas por productos caducados.

### Referencias bibliográficas.

- Alvarado, I. B. (2021). *MANUAL DE CONTROL INTERNO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTION FINANCIERA DE LA EMPRESA CONDELPANO S.A. CONSTRUCTORA DEL RIO PANO S.A.*
- Benavides, M., & Berru, A. (2016). *LA GESTION ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL CONTROL DE INVENTARIO DE LA EMPRESA AGROCENTRO N & B SCRL - BAGUA GRANDE 2015.*
- Bohórquez Forero, N. D. P. (2015). Implementación de norma internacional de inventarios en Colombia. *Innovar*, 25(57), 79–92.  
<https://doi.org/10.15446/innovar.v25n57.50352>
- Burbano, J. (2017). *El Control de inventarios y la gestion financiera de la empresa Rectimaindustry Cia. Ltda.*
- Campos, S. (2018). Rotación de inventario y liquidez en la empresa Perno Centro San Martín E.I.R.L., Distrito de Tarapoto, 2014-2018. In *Universidad César Vallejo*.
- Cárdenas, I. (2015). El manual de organización y funciones y el rendimiento laboral del personal operativo de la empresa Olpi ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. *Universidad Técnica de Ambato*, 189.  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13034/1/FCHE-PSIC-119.pdf>
- Elizalde, L., & Montero, E. (2020). *Contabilidad Inicial*.
- Escandon, R., Guerrero, J., Campos, H. F., Espinoza, R. A., & Espinoza, W. (2021). NIC 2 y su efecto en la presentación razonable de los Estados Financieros de la Empresa Macoser S.A. *Espacios*, 42(06), 1–13.  
<https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n06p01>
- Esneider, M. (2019). Diseño E Implementación De Sistema De Inventarios Para La Mpresa. Almacén De Pinturas Y Ferretería Ferrecolor. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Federico, M. (2016). *Introducción a la Gestión y administración en las*

*organizaciones.*

- González, S., Viteri, D., Izquierdo, A., & Verdezoto, G. (2020). Administrative management model for the business development of hotel barros in quevedo city | Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del hotel barros en la ciudad de quevedo. *Universidad y Sociedad*, 12(4), 32–37.
- Hernández, A., & Trujillo, J. (2020). *El Método Histórico Crítico en el estudio de movimientos sociales : La ideología cubana en el panorama social mexicano . The Critical Historical Method in the study of social movements : The Cuban ideology in the Mexican social landscape*. 3, 164–183.
- Hernández, F., & Pérez, Y. (2015). Administración básica. In *Administracion basica* (Vol. 1, Issue 1).
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de Investigación*.
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. In *McGRAW-HILL Interamericana Editores S.A. de C.V.*  
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1292/1/Hernández-Metodología de la investigación.pdf>
- Jesús, O. (2018). Contabilidad General. In *Contabilidad General*.  
<https://doi.org/10.29018/978-9942-792-00-6>
- León-Paladines, K. C., Moreno-Narváez, V. P., & Díaz-Córdova, J. F. (2020). El control de inventarios en el sector camaronero y su aporte en los estados financieros. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(4), 4.  
<https://doi.org/10.35381/r.k.v5i4.937>
- Loja, J. (2017). Propuesta de un sistema de Gestion de Inventarios - Empresa FEMARPE CIA.LTDA. In *Tesis*.  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7805/1/UPS-CT004654.pdf#page=13&zoom=100,0,554>
- López, C. (2018). “ *Análisis Control Interno Del Proceso De Compra Del Inventario De La Lubricadora Blanquita* ” Autor : Cecilia Rocio López Vera Tutor : Cpa

Dayse Cevallos Villegas Msc .

- López, P., & Fachelli, S. (2017). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA. *Éxito*, 58–62.  
<https://doi.org/10.2307/j.ctt1v2xt4b.8>
- Mendoza-Zamora, W. M., García-Ponce, T. Y., Delgado-Chávez, M. I., & Barreiro-Cedeño, I. M. (2018). El control interno y su influencia en la gestión administrativa del sector público. *Dominio de Las Ciencias*, 4(4), 206.  
<https://doi.org/10.23857/dc.v4i4.835>
- Moreno, T. (2019). *El pronóstico de ventas en los negocios: modelos y aplicaciones*.  
<https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/130781>
- Morocho, R. (2015). La gestión del control de los inventarios y su incidencia en la rentabilidad de la empresa. In *Tesis De Unidad Académica De Ciencias Empresariales Cpa*. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/3073>
- Pacheco, D. A. de J., Marteletti, C., & Matos Da Silveira, R. (2020). Desafíos para la gestión de inventarios en empresas de distribución de bienes de consumo. *Revista Lasallista de Investigación*, 17(1), 371–388.  
<https://doi.org/10.22507/rli.v17n1a15>
- Paredes, H. (2020). *DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIOS ABC, A LA SOCIEDAD CASA BRITO, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*.
- Recalde, M., Páez, J., Yépez, J., & Andrade, M. (2017). Los Modelos De Gestión Administrativa De Las Pequeñas Y Medianas Empresas En La Ciudad De Quito. *Eumednet*, 1–27.  
[http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/22613/1/Los modelos de gestión administrativa de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Quito.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/22613/1/Los%20modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20administrativa%20de%20las%20peque%C3%B1as%20y%20medianas%20empresas%20en%20la%20ciudad%20de%20quito.pdf)
- Reyes Maldonado, N. M., Chaparro García, F., & Guerrero Barajas, A. H. (2020). Normas Internacionales de Información Financiera como instrumentos de gestión empresarial y control gerencial: más allá de una función en contabilidad. *Revista Universidad y Empresa*, 22(39).  
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7561>

- Salazar, N. (2018). *Comprobante de pago que se emite en las operaciones entre empresas o personas que necesitan acreditar costo o gasto para efecto tributario, comprobante de pago. Una factura, factura de compra o factura comercial, es un documento mercantil que refleja toda.* 256.  
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28063/1/T4279i.pdf>
- Sánchez, J., & Huamán, V. (2018). Aplicación de just in time para mejorar el abastecimiento de almacén. Empresa Tecnológica de Alimentos S.A. Chimbote, 2018. In *Universidad César Vallejo*.
- Semprún, N. S., & Garcés, J. M. (2021). Control y stock de inventarios. Un estudio en empresas ferreteras de Maracaibo – Venezuela. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 30(Vol. 21 Núm. 30 (2021)).  
<https://doi.org/10.47189/rcct.v30i30.445>
- Suárez, G. (2018). Análisis de Control Interno en la Gestión de Inventarios del Año 2017 en la Empresa Comautor S.A. de la Ciudad de Guayaquil. *Universidad Politécnica Salesiana*, 127.
- Teodoro, N., & Nieto, E. (2018). *Tipos de investigación*. 1–4.
- Vallejo, L. (2016). *Gestión del talento humano*.  
[http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-222134-gestión del talento humano-comprimido.pdf](http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-222134-gestión%20del%20talento%20humano-comprimido.pdf)
- Vasconez, V. H., Mayorga, M., Moreno, M. A., Arellano, A. V., & Pazmiño, C. A. (2020). Gestión del sistema de inventarios orientado a pequeñas y medianas empresas , PYMEs , ecuatorianas del sector ferretero : caso de estudio. *Revista Espacios*, 41(2003), 7.  
<http://www.revistaespacios.com/a20v41n03/20410307.html%0A>
- Velasco, E. (2016). “*DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN DE INVENTARIOS EN LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO*” (Vol. 4, Issue 4).
- Velásquez, G. (2015). *Propuesta de un sistema de administración de inventarios en la Comercializadora y Reparadora de Calzado Recordcalza Cia. Ltda.*

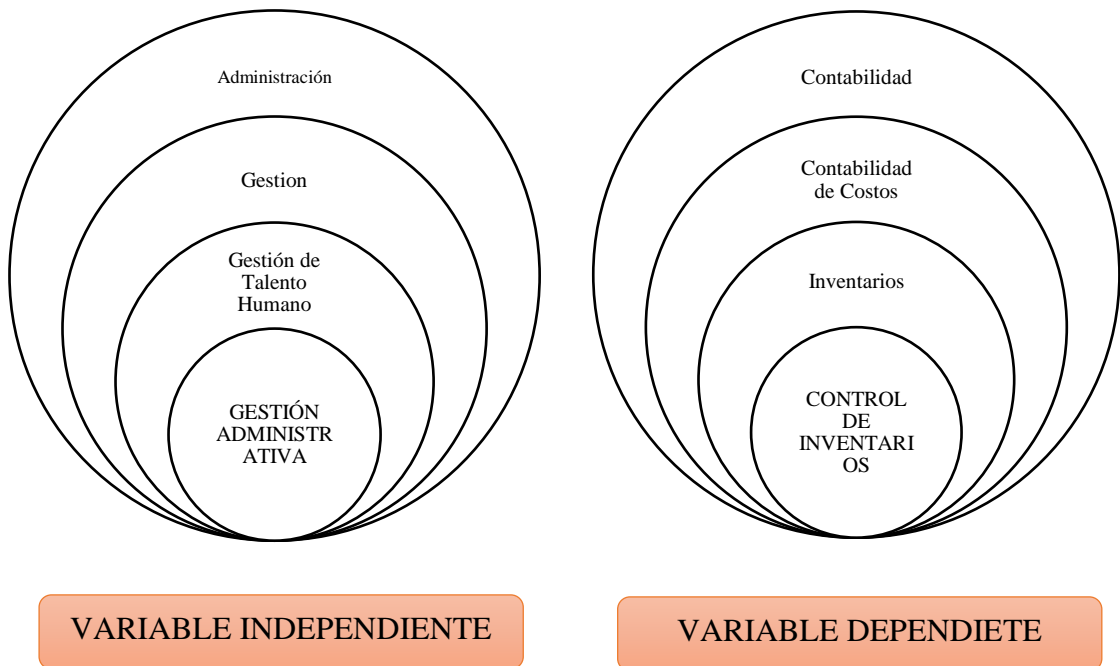


Ventura de Esquén, A. (2021). Gestión administrativa y motivación en la producción de una empresa de productos naturales, 2020. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(2), 43–60. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.2.465>

Yáñez, A. (2018). Sistema de control de gestión de inventarios para la cadena de suministros de Instituciones de Educación Superior de la Provincia de Tungurahua. In *Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato* (Vol. 593, Issue 03). <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/12640>

## ANEXOS

### Categorías fundamentales



### Formato de Encuesta

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DE SUPERMERCADO KAREN**

**TEMA: LA GESTION ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL CONTROL DE INVENTARIOS EN SUPERMERCADO KAREN EN EL CANTÓN QUERO**

**OBJETIVO:** Analizar la gestión administrativa a través de la implementación del sistema de inventarios en Supermercado Karen

**Especificaciones:** Lea detenidamente antes de responder a cada pregunta y marque con una (X) la alternativa de respuesta que esté acorde a su criterio. Fines únicamente académicos

## DESARROLLO DEL CUESTIONARIO

### 1. ¿En qué clase de empresa se encuentra?

|                |              |              |           |
|----------------|--------------|--------------|-----------|
| 1.-Manufactura | 2.- Comercio | 3.- Servicio | 4.- Otros |
|                |              |              |           |

### 2. ¿Usted cree que es importante primero realizar un estudio de mercado antes de iniciar con un negocio como el suyo?

|                    |                |                          |                         |                     |
|--------------------|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|
| 1.- Muy importante | 2.- Importante | 3.- Moderada importancia | 4.- De poca importancia | 5.- Sin importancia |
|                    |                |                          |                         |                     |

### 3. ¿ Conoce usted el proceso a seguir en las actividades del área de trabajo?

|                        |                  |                  |                          |                |
|------------------------|------------------|------------------|--------------------------|----------------|
| 1.- Conozco totalmente | 2.- Conozco algo | 3.- Conozco poco | 4.- Conozco medianamente | 5.- No conozco |
|                        |                  |                  |                          |                |

### 4. ¿Con qué frecuencia se abastece de mercadería en Supermercado Karen?

|                |                  |                    |                  |                 |
|----------------|------------------|--------------------|------------------|-----------------|
| 1.- Anualmente | 2.- Mensualmente | 3.- Quincenalmente | 4.- Semanalmente | 5.- Diariamente |
|                |                  |                    |                  |                 |

### 5. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los proveedores actuales?

|                           |                     |                |                  |                      |
|---------------------------|---------------------|----------------|------------------|----------------------|
| 1.- Totalmente satisfecho | 2.- Poco satisfecho | 3.- Satisfecho | 4.- Insatisfecho | 5.- Muy insatisfecho |
|                           |                     |                |                  |                      |

### 6. ¿ Tiene los productos organizados de acuerdo con su categoría?

|                        |                    |                    |                    |           |
|------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-----------|
| 1.- Muy frecuentemente | 2.- Frecuentemente | 3.- Poco frecuente | 4.- Ocasionalmente | 5.- Nunca |
|                        |                    |                    |                    |           |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|

**7. ¿Está de acuerdo con organizar de mejor manera los artículos de bodega?**

|                           |                |                     |                   |                              |
|---------------------------|----------------|---------------------|-------------------|------------------------------|
| 1.- Totalmente en acuerdo | 2.- De acuerdo | 3.- Poco de acuerdo | 4.- En desacuerdo | 5.- Totalmente en desacuerdo |
|                           |                |                     |                   |                              |

**8. ¿Cómo califica el control de productos en su empresa por parte de los encargados de bodega?**

|               |           |             |          |              |
|---------------|-----------|-------------|----------|--------------|
| 1.- Muy bueno | 2.- Bueno | 3.- Regular | 4.- Malo | 5.- Muy malo |
|               |           |             |          |              |

**9. ¿Cree usted que es prudente aumentar la bodega para un mejor control?**

|                           |                |                             |                   |                              |
|---------------------------|----------------|-----------------------------|-------------------|------------------------------|
| 1.- Totalmente en acuerdo | 2.- De acuerdo | 3.- Parcialmente de acuerdo | 4.- En desacuerdo | 5.- Totalmente en desacuerdo |
|                           |                |                             |                   |                              |

**10. ¿Cree que es importante realizar controles periódicos de inventarios en Bodega?**

|                    |                |                             |                     |                     |
|--------------------|----------------|-----------------------------|---------------------|---------------------|
| 1.- Muy importante | 2.- Importante | 3.- Medianamente importante | 4.- Poco importante | 5.- Sin importancia |
|                    |                |                             |                     |                     |

**11. ¿Cree usted que es necesario la implementación de una herramienta de gestión que ayudara al control interno de la empresa?**

|                           |                |              |                   |                              |
|---------------------------|----------------|--------------|-------------------|------------------------------|
| 1.- Totalmente en acuerdo | 2.- De acuerdo | 3.- Indeciso | 4.- En desacuerdo | 5.- Totalmente en desacuerdo |
|                           |                |              |                   |                              |

**12. ¿Cómo califica usted el control de inventarios existente actualmente en bodega?**

|               |               |           |             |          |
|---------------|---------------|-----------|-------------|----------|
| 1.- Excelente | 2.- Muy bueno | 3.- Bueno | 4.- Regular | 5.- Malo |
|               |               |           |             |          |

**13. ¿ Se toma en cuenta el stock que existe en bodega antes de realizar la compra para reposición?**

|                        |                    |                    |              |           |
|------------------------|--------------------|--------------------|--------------|-----------|
| 1.- Muy frecuentemente | 2.- Frecuentemente | 3.- Ocasionalmente | 4.- Rara vez | 5.- Nunca |
|                        |                    |                    |              |           |

**14. ¿Con que frecuencia realiza arqueos de existencias físicas de la empresa?**

|                        |                    |                    |              |           |
|------------------------|--------------------|--------------------|--------------|-----------|
| 1.- Muy frecuentemente | 2.- Frecuentemente | 3.- Poco frecuente | 4.- Rara vez | 5.- Nunca |
|                        |                    |                    |              |           |

**15. ¿Con qué frecuencia su empresa utiliza publicidad para incrementar las ventas?**

|                        |               |                    |                    |           |
|------------------------|---------------|--------------------|--------------------|-----------|
| 1.- Muy frecuentemente | 2.- Frecuente | 3.- Poco frecuente | 4.- Ocasionalmente | 5.- Nunca |
|                        |               |                    |                    |           |

**16. ¿Cree usted que es importante la opinión de los clientes?**

|                    |                |                          |                         |                     |
|--------------------|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|
| 1.- Muy importante | 2.- Importante | 3.- Moderada importancia | 4.- De poca importancia | 5.- Sin importancia |
|                    |                |                          |                         |                     |

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES DE SUPERMERCADO KAREN**

**TEMA: LA GESTION ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL CONTROL DE INVENTARIOS EN SUPERMERCADO KAREN EN EL CANTÓN QUERO**

**OBJETIVO:** Analizar la gestión administrativa a través de la implementación del sistema de inventarios en Supermercado Karen

**Especificaciones:** Lea detenidamente antes de responder a cada pregunta y marque con una (X) la alternativa de respuesta que esté acorde a su criterio. Fines únicamente académicos .

---

**DESARROLLO DEL CUESTIONARIO**

**1. ¿Con qué frecuencia usted acostumbra a realizar compras en supermercado Karen ?**

|                    |                                 |                        |                    |
|--------------------|---------------------------------|------------------------|--------------------|
| 1.- Todos los días | 2.- Dos o tres veces por semana | 3.- Una vez por semana | 4.- Una vez al mes |
|                    |                                 |                        |                    |

**2. ¿Qué tanto disfruta realizar las compras en el supermercado?**

|                           |                |                                    |                  |                             |
|---------------------------|----------------|------------------------------------|------------------|-----------------------------|
| 1.- Totalmente satisfecho | 2.- Satisfecho | 3.- ni satisfecho, ni insatisfecho | 4.- Insatisfecho | 5.- Totalmente Insatisfecho |
|                           |                |                                    |                  |                             |

**3. ¿ Dentro de supermercado Karen encuentra productos que los otros no tienen ?**

|             |                  |                       |                |           |
|-------------|------------------|-----------------------|----------------|-----------|
| 1.- Siempre | 2.- Casi siempre | 3.-<br>Ocasionalmente | 4.- Casi nunca | 5.- Nunca |
|             |                  |                       |                |           |

**4. ¿Por qué le gusta asistir al supermercado Karen ?**

|              |             |              |             |                   |
|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------------|
| 1.- Atención | 2.- Precios | 3.- Variedad | 4.- Higiene | 5.- Trascendencia |
|              |             |              |             |                   |

**5. ¿Cuál es el nivel de satisfacción con el servicio prestado por el personal ?**

|                           |                     |                                    |                  |                             |
|---------------------------|---------------------|------------------------------------|------------------|-----------------------------|
| 1.- Totalmente satisfecho | 2.- Poco satisfecho | 3.- ni satisfecho, ni insatisfecho | 4.- Insatisfecho | 5.- Totalmente insatisfecho |
|                           |                     |                                    |                  |                             |

**6. ¿ Cuándo usted acude al Supermercado Karen cuales son los productos que más adquiere?**

|                           |                                    |                        |                |                       |
|---------------------------|------------------------------------|------------------------|----------------|-----------------------|
| 1.- Productos de limpieza | 2.- Productos de primera necesidad | 3.- Productos de Hogar | 4.- Juguetería | 5.- Electrodomésticos |
|                           |                                    |                        |                |                       |

**7. ¿Considera que la distribución productos del supermercado Karen se encuentra adecuada?**

|                           |                |                     |                   |                              |
|---------------------------|----------------|---------------------|-------------------|------------------------------|
| 1.- Totalmente en acuerdo | 2.- De acuerdo | 3.- Poco de acuerdo | 4.- En desacuerdo | 5.- Totalmente en desacuerdo |
|                           |                |                     |                   |                              |

**8. ¿ Cuánto tiempo lleva siendo cliente de Supermercado Karen ?**

|                        |                   |                   |                   |                     |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| 1.- De 6 meses a 1 año | 2.- De 1 a 3 años | 3.- De 3 a 5 años | 4.- De 5 a 7 años | 5.- De 7 a más años |
|                        |                   |                   |                   |                     |

**9. ¿ Los productos del supermercado Karen cubre con sus expectativas?**

|                           |                |                             |                   |                              |
|---------------------------|----------------|-----------------------------|-------------------|------------------------------|
| 1.- Totalmente en acuerdo | 2.- De acuerdo | 3.- Parcialmente de acuerdo | 4.- En desacuerdo | 5.- Totalmente en desacuerdo |
|                           |                |                             |                   |                              |

**10. ¿Considera que el precio es el adecuado para el producto/servicio que se ofrece?**

|             |                 |                    |                |           |
|-------------|-----------------|--------------------|----------------|-----------|
| 1.- Siempre | 2.-Casi siempre | 3.- Ocasionalmente | 4.- Casi nunca | 5.- Nunca |
|             |                 |                    |                |           |



## Validación por jueces



### VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

## APRECIACIÓN

Encuesta dirigida al personal de Supermercado Karen

**Tema:** La gestión administrativa y su incidencia en el control de inventarios en Supermercado Karen en el Cantón Quero.

|  | SI | NO |
|--|----|----|
| El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los Encuestados puedan responderlo adecuadamente. | ✓  |    |
| El número de preguntas del cuestionario es excesivo.   | ✓  |    |

| CRITERIOS                                       | Excelente | Bueno | Regular | Deficiente |
|---|-----------|-------|---------|------------|
| Presentación del instrumento.                   |           | ✓     |         |            |
| Claridad en la redacción de las preguntas.      |           | ✓     |         |            |
| Pertinencia de la variable con los indicadores. |           | ✓     |         |            |
| Relevancia del contenido.                       |           | ✓     |         |            |
| Factibilidad de la aplicación.                  |           | ✓     |         |            |
| Validez de contenido del cuestionario.          |           | ✓     |         |            |

**Observaciones:**

### IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

|                                     |                         |
|-------------------------------------|-------------------------|
| <b>Validado por:</b>                | Jenny Gamboa.           |
| <b>Profesión:</b>                   | Docente                 |
| <b>Lugar de Trabajo:</b>            | U.T.A. F.C.ADM.         |
| <b>Cargo que desempeña:</b>         | Docente                 |
| <b>Lugar y fecha de validación:</b> | 25-05-2022              |
| <b>E-mail:</b>                      | jennygamboa@uta.edu.ec. |
| <b>Teléfono o celular:</b>          | 0984346396              |
| <b>Firma:</b>                       |                         |

**Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario**



## VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

### APRECIACIÓN

Encuesta dirigida al personal de Supermercado Karen

Tema: La gestión administrativa y su incidencia en el control de inventarios en Supermercado Karen en el Cantón Quero.

|  | SI | NO |
|--|----|----|
| El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente. | X  |    |
| El número de preguntas del cuestionario es excesivo.   |    | X  |

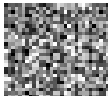
| CRITERIOS                                       | Excelente | Bueno | Regular | Deficiente |
|---|-----------|-------|---------|------------|
| Presentación del instrumento.                   |           | X     |         |            |
| Claridad en la redacción de las preguntas.      |           | X     |         |            |
| Pertinencia de la variable con los indicadores. |           | X     |         |            |
| Relevancia del contenido.                       |           | X     |         |            |
| Factibilidad de la aplicación.                  |           | X     |         |            |
| Validez de contenido del cuestionario.          |           | X     |         |            |

Observaciones:

En el instrumento

### IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO



|                              |   |
|------------------------------|---|
| Validado por:                | Marcelo Gallardo Medina   |
| Profesión:                   | Ing. en Gestión Financiera  |
| Lugar de Trabajo:            | Universidad Técnica de Ambato   |
| Cargo que desempeña:         | Docente   |
| Lugar y fecha de validación: | Ambato, 25 de mayo 2022   |
| E-mail:                      | Wm.gallardo@uta.edu.ec  |
| Teléfono o celular:          | 0987826453  |
| Firma:                       |  <p> <small>Escanea el código QR para verificar la autenticidad de la firma</small><br/> <b>MARCELO GALLARDO MEDINA</b><br/> <small>CALLARDO MEDINA</small> </p> |



## VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

# APRECIACIÓN

Encuesta dirigida al personal de Supermercado Karen

**Tema:** La gestión administrativa y su incidencia en el control de inventarios en Supermercado Karen en el Cantón Quero.


|  | SI | NO |
|--|----|----|
| El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente. | X  |    |
| El número de preguntas del cuestionario es excesivo.   | X  |    |

| CRITERIOS                                      | Excelente | Bueno | Regular | Deficiente |
|--|-----------|-------|---------|------------|
| Presentación del instrumento                   | X         |       |         |            |
| Claridad en la redacción de las preguntas      | X         |       |         |            |
| Pertinencia de la variable con los indicadores | X         |       |         |            |
| Relevancia del contenido                       | X         |       |         |            |
| Factibilidad de la aplicación                  | X         |       |         |            |
| Validez de contenido del cuestionario          | X         |       |         |            |

### Observaciones:

Corregir la última opción de la pregunta 1

### IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Validado por:                | Luis Fabricio Lascano Perez  |
| Profesión:                   | Economista   |
| Lugar de Trabajo:            | UTI  |
| Cargo que desempeña:         | Docente  |
| Lugar y fecha de validación: | Ambato, 26/05/2022   |
| E-mail:                      | Llascano_uta@hotmail.com   |
| Teléfono o celular:          | 0987546214   |
| Firma:                       |  |

*Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario*