



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

TEMA:

“CONTROL DE STOCK DE MERCADERÍAS Y LA RENTABILIDAD DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EDUCADORES DE TUNGURAHUA EN EL AÑO 2012”.

AUTORA: TIBÁN CHAGUEZÁ PAULINA IVONNE

TUTOR: ALTAMIRANO MARCO

AMBATO – ECUADOR

2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Marco Altamirano, con cédula de ciudadanía N° 1801105634 en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre el tema: **“CONTROL DE STOCK DE MERCADERÍAS Y LA RENTABILIDAD DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EDUCADORES DE TUNGURAHUA EN EL AÑO 2012”**, desarrollado por la Srta. TIBÁN CHAGUEZÁ PAULINA IVONNE, estudiante de la carrera de contabilidad y auditoría, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos mínimos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación, de la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Universitario.

Ambato, 30 de octubre de 2014

TUTOR



Dr. MARCO ALTAMIRANO

C.C 1801105634

AUTORÍA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Paulina Ivonne Tibán Chaguezá, con cédula de ciudadanía N°180446505-0, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el informe investigativo, bajo el tema: **“CONTROL DE STOCK DE MERCADERÍAS Y LA RENTABILIDAD DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EDUCADORES DE TUNGURAHUA EN EL AÑO 2012”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis y síntesis de datos y resultados son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de Investigación.

Ambato, 30 de octubre de 2014

AUTORA



.....
Paulina Ivonne Tibán Chaguezá
C.I. 180446505-0

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del tribunal de grado, una vez revisado, aprueban el informe de Investigación, sobre el tema “**CONTROL DE STOCK DE MERCADERÍAS Y LA RENTABILIDAD DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EDUCADORES DE TUNGURAHUA EN EL AÑO 2012**”, de la estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por el Honorable Consejo Universitario de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 30 de octubre de 2014

Para constancia firman



.....
Dra. María Augusta Albornoz

PROFESOR CALIFICADOR



.....
Ing. Mario Rubio

PROFESOR CALIFICADOR



.....
Eco. Diego Proaño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, dentro de las regulaciones de la universidad siempre y cuando esta reproducción no genere una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Paulina Ivonne Tibán Chaguezá

AUTORA

DEDICATORIA

El esfuerzo de la presente investigación se lo dedico a mi madre, quien gracias a su esfuerzo, apoyo, y ejemplo ha guiado día a día mis pasos para motivarme a seguir adelante, ya que siempre supo guiarme por el camino correcto depositando toda su confianza en mí, por su bondad y sacrificio, hoy puedo decir que gracias a ella he logrado culminar una etapa más en mi vida.

Juntas compartimos este logro Mamita.

Paulina Tibán

AGRADECIMIENTO

Mi especial agradecimiento a Dios, por concederme la oportunidad de terminar mis estudios, ya que gracias a su voluntad y la fuerza constante que me ha concedido, he logrado terminar mi etapa de estudios.

A mi madre, que siempre ha estado a mi lado, para apoyarme y animarme a seguir luchando en la vida.

Un sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato por mantener docentes capacitados que ayudaron a formarme como profesional y persona.

Paulina Tibán

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

A. PÁGINAS PRELIMINARES

Contenido

TEMA:	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN PROFESORES CALIFICADORES.....	iv
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	v
<i>DEDICATORIA</i>	vi
<i>AGRADECIMIENTO</i>	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1. Tema de Investigación.....	3
1.2 Planteamiento del problema	3
1.2.1 Contextualización	3
1.2.2 Análisis crítico.....	7
1.2.3. Prognosis.....	10
1.2.4 Formulación del problema.....	10
1.2.6 Delimitación	11
1.4 Objetivos.....	12
1.4.1. Objetivo General.....	12
1.4.2 Objetivos Específicos.....	13
CAPÍTULO II.....	14
MARCO TEÓRICO	14

2.1 Antecedentes Investigativos	14
2.2 Fundamentación Filosófica	16
2.3 Fundamentación Legal	17
2.4 Categorías Fundamentales	21
2.4.1 Definiciones de la Variable Independiente	24
Auditoría de gestión	24
Proceso administrativo	25
Administración de Inventarios	26
Control de stock de mercaderías	26
Componentes de control	27
Clases de stock	29
Sistemas de Control	30
Métodos para fijación del costo	30
La rentabilidad económica	33
<i>Rentabilidad financiera</i>	33
Costos Operativos	34
Análisis Vertical	35
Análisis Horizontal	36
2.5. HIPÓTESIS	36
2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES DE LA HIPÓTESIS	36
CAPÍTULO III.....	37
METODOLOGIA.....	37
3.1 Enfoque	37
3.2 Modalidad Básica de la Investigación	37
3.2.1 Investigación Bibliográfica.....	37
3.2.2 Investigación de Campo	38
3.3. Nivel o tipo de Investigación	38
3.3.1 Investigación Exploratoria	38
3.3.2 Investigación Descriptiva	39
3.3.3 Investigación Correlacional	39
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	39
3.4.1 Población.....	39

3.4.2 Muestra.....	40
3.5 Operacionalización de las Variables	42
3.6. Técnicas e Instrumentos	44
3.7. Recolección de la Información	45
3.8. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	46
CAPÍTULO IV	48
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	48
4.1 Análisis de Datos	48
4.2 Interpretación de Resultados	48
Tabla N° 07 Gestión de Stocks	49
Verificación de la hipótesis	61
Combinación de frecuencias.....	62
Cálculo del valor esperado	62
CAPÍTULO V	67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
CAPÍTULO VI	69
LA PROPUESTA	69
6.1. Datos informativos	69
6.1.1. Título.....	69
6.1.2. Institución Ejecutora.....	69
6.1.3. Beneficiarios	69
6.1.4 .Ubicación	70
6.1.5. Tiempo.....	70
6.1.6. Equipo Técnico Responsable	70
6.1.7. Costo	70
6.2 ANTECEDENTES.....	71
6.3 Justificación	73
6.4 Objetivos.....	74
6.4.1. Objetivo general.....	74
6.4.2. Objetivos específicos	74
6.5 Análisis de factibilidad.....	74
6.6 Fundamentación	75

La gestión de stocks	76
Definición sistema ABC.....	79
6.7 Metodología, Modelo operativo	80
I ETAPA	80
Análisis situacional	80
II ETAPA	86
APLICACION INTERNA.....	86
FUNCIONES DEL PERSONAL DEL AREA DE COMERCIALIZACION	96
6.8 Administración de la propuesta	108
6.9 Previsión de la evaluación	108
Bibliografía.....	109
Anexos	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N° 01 Árbol de problemas	9
Grafico N° 02S upraordinación	21
Grafico N° 03 variable independiente: Control de stock.....	21
Grafico N° 04 Variable Dependiente: Rentabilidad	23
Grafico N° 05 Gestión de Stock.....	49
Gráfico N° 06 Selección de proveedores.....	50
Grafico N° 07 Stock de seguridad.....	52
Grafico N° 08 Análisis máximos y mínimos.....	53
Grafico N° 09 Control fisico	54
Grafico N° 10 Devoluciones.....	55
Grafico N° 11 Rentabilidad	57
Grafico N° 12 Gestión de stock	58
Grafico N° 13 Mercadería dañada	59
Grafico N° 14 Área de comercializacion	61
Grafico N° 15 gráfico de verificación.....	37

Grafico N° 16 Modelo operativo.....	80
Grafico N° 17 Flujograma Situacion Actual COACET	85
Gráfico N°18 Clasificación Bajo El Sistema ABC.....	85
Gráfico N° 19 Stock De Seguridad.....	88
Gráfico N° 20 Stock De Pedido.....	89
Gráfico N° 21 Stock Mínimo.....	90
Gráfico N° 22 Stock Máximo.....	91
Gráfico N° 23 Flujograma de Adquisición.....	100
Gráfico N° 24 Flujograma de Almacenamiento.....	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n° 01.- Análisis abc.....	32
Tabla n° 02.- Población.....	40
Tabla n° 03.- Operacionalización de la Variable Independiente.....	42
Tabla n° 04.- Operacionalización de la Variable Dependiente.....	43
Tabla n° 05.- Técnicas de Investigación.....	44
Tabla n° 06.- Recolección de la información.....	46
Tabla n° 07.- Gestión de Stocks.....	49
Tabla n° 08.- Selección de proveedores	50
Tabla n° 09.- Stock de seguridad	51
Tabla n° 10.- Análisis máximos y mínimos.....	53
Tabla n° 11.- Control físico.....	54
Tabla n° 12.- Devoluciones.....	55
Tabla n° 13.- Rentabilidad.....	56
Tabla n° 14.- Gestión de stock.....	58
Tabla n° 15.- Mercadería dañada.....	59
Tabla n° 16.- Área de comercialización	60
Tabla n° 17.- Valores Observados.....	62
Tabla n° 18.- Valores Esperados.....	62
Tabla n° 19.- Cálculo Matemático Chi Cuadrado	64

Tabla n° 20.- Rubro de Gastos	71
Tabla n° 21.- Secciones del Área de Comercialización.....	83
Tabla n° 22.- Aplicación Sistema ABC	84
Tabla n° 23.- Clasificación ABC	84
Tabla n° 24.- Consumos Mensuales	87
Tabla n° 25.- Cálculo Costo Mínimo Combinado	93

RESUMEN EJECUTIVO

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua cuenta actualmente dos áreas: Ahorro y Crédito y Comercialización, esta entidad, a más de enfocarse en el servicio financiero, se incursionó en la comercialización de productos, buscando satisfacer la necesidad de sus socios y público en general.

La presente investigación se orientó en analizar el impacto que tiene mantener un adecuado control de stock de mercaderías frente a la rentabilidad que se encuentra generando el comisariato, estableciendo falencias para así proponer la estructuración de un sistema de gestión de stock, basado en el abastecimiento de los productos, saber cuánto y cuándo comprar, mantener un correcto almacenaje y así minimizar pérdidas de mercaderías.

Palabras claves: Control de Stock, Administración de Mercadería, Rentabilidad.

INTRODUCCIÓN

Un adecuado control de mercaderías es considerado un elemento esencial dentro de una organización, se considera importante señalar:

García, J. (2008) indica: El manejo efectivo de los inventarios es esencial a fin de proporcionar el mejor servicio a los clientes. Si la situación de pedidos atrasados o falta de artículos en bodega se convierte en una situación constante, se invita a la competencia a llevarse el negocio sobre la base de un servicio más completo.

En base a la cita anterior, se concluye que, mantener un adecuado control de mercaderías es primordial para la entidad, ya que de esta manera se puede hacer frente a la competencia y cumplir con las necesidades de los consumidores, es decir contar con la cantidad adecuada de artículos y un el tiempo oportuno.

La presente investigación se enfoca en la importancia del control de stock de mercaderías del área de comercialización, para lo cual se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I, está constituido por el planteamiento del problema, es decir la identificación de las falencias que actualmente está enfrentando el área de comercialización, un análisis de la situación actual de la Cooperativa, a más de la determinación de los objetivos a cumplir con la elaboración de la investigación.

Capítulo II, está estructurado por el marco, es decir citas bibliográficas, fundamentación filosófica y legal, que justifican la importancia de las variables que intervienen en el proceso investigativo, además se determina la hipótesis que se verificará en los siguientes capítulos.

Capítulo III, está determinado por la metodología que utiliza el investigador para la elaboración del trabajo, se identificará la población que se tomará en cuenta para la investigación y la operacionalización de

la variable independiente, gestión de stocks y la variable dependiente; rentabilidad.

Capítulo IV, en este capítulo se realiza el análisis de los resultados que se obtuvieron, referente al problema localizado en el área de comercialización, además se indica la aplicación del modelo estadístico para la verificación de la hipótesis.

Capítulo V, se manifiesta las conclusiones y recomendaciones que el investigador indica, desde su punto de vista y en base a los resultados del trabajo realizado.

Capítulo VI, finalmente se concluye el proceso investigativo con la propuesta, la misma que dará una solución al problema existente en el área de comercialización, aquí se encontrará la manera que se debe administrar el stock de mercaderías para mejorar la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema de Investigación

“Control de stock de mercaderías y su incidencia en la rentabilidad del Área de Comercialización en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Tungurahua en el año 2012”.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

Macro

Actualmente las cooperativas de ahorro y crédito no solamente realizan actividades financieras, pues debido a su alta competencia, buscan la manera de atraer a más socios, es así que se encuentran ofertando servicio de salud, entretenimiento, comisariato, almacén, etc. Tratando de esta manera satisfacer en su totalidad las necesidades de los socios.

A nivel mundial, los comisariatos y supermercados, enfrentan problemas en cuanto al control de mercaderías, según se indica en la siguiente cita:

Barberis, P. (2012), se puede determinar que el nivel porcentual de faltantes es inversamente proporcional a la rotación en términos de ventas, es decir, productos con mayor rotación poseen menor nivel de faltantes, o viceversa, productos con baja rotación poseen un alto nivel de faltantes.

Las causas de los Faltantes de Mercadería en Chile, y en forma consecuente con los estudios mundiales en el Retail, se originan en la sala de Ventas (casi un 90%), siendo la mayor causal el desajuste de inventarios físico vs. Teórico (más del 74%). Estudios en EE.UU. muestran que, en promedio, el 73% de los faltantes se producen por mala gestión de sala. En Chile, el 14,5% de las personas que visitan un supermercado declaran encontrar faltantes.

De lo anteriormente mencionado, se concluye que, la gestión de mercaderías es importante dentro de las empresas comercializadoras, ya que existe un porcentaje considerable que indica que los problemas y falencias en cuanto al control de productos, entre ellos los faltantes de mercaderías, son causados por una mala gestión, lo cual puede generar un fuerte impacto en los resultados de la empresa, poniendo en riesgo su inversión.

Es importante destacar el artículo publicado por:

Ojeda, M. (2012) Cuando se tiene un negocio con una gran cantidad de mercancía, una de las cosas más importantes es tener el control de ésta, qué se tiene, qué falta, qué excedente hay, y aun si nuestro negocio no maneja una extensa cantidad de productos, el control de inventarios se vuelve indispensable para que pueda fluir la empresa sin retrasos indeseados y sobre todo, sin pérdidas de capital.

Cualquier tipo de negocio de comercialización, sin importar la cantidad de productos que maneje, debe mantener un control adecuado, ya que las utilidades provienen de las ventas, y si no se cuenta con la mercadería necesaria para satisfacer las necesidades de los consumidores, las ventas, no se realizan; por lo cual es necesario entender la importancia de contar con un control de stock eficiente y oportuno que nos permita combatir con la competencia, manteniendo los productos en la cantidad y en el tiempo que requieren los clientes.

No es posible recuperar una venta perdida, que no se efectuó por la falta de stock de mercaderías, y de esta manera se estaría cediendo el cliente a la competencia.

Meso

El crecimiento del número de cooperativas en el Ecuador ha sido muy notable, cabe mencionar el comentario que se expresó en diálogo con diario El Telégrafo (2013):

Según(Jácome, 2013)Superintendente de Economía Popular y Solidaria (SEPS), “informó que en el Ecuador existen actualmente cerca de 3.255 cooperativas, de las cuales 945 son de ahorro y crédito”.

Debido a la cantidad de entidades existentes, cada una de ellas trabaja por ofrecer diferentes beneficios a sus socios, es por esto que optan por manejar un área dedicada a la compra y venta de mercaderías en beneficio de sus socios y público en general.

Toda empresa comercializadora busca mantener un nivel de ventas adecuado que genere utilidad para la empresa, para lo cual el control de mercaderías se considera de importancia, según se menciona a continuación:

(Jiménez, 2013)Una de las cuestiones a tener más en cuenta en la gestión de nuestra empresa es el control de nuestros niveles de stock, esto es, de nuestra cobertura de existencias. Se trata de una función básica en todo negocio y nos servirá para tener controlado en todo momento nuestra capacidad de autoabastecimiento frente a las ventas del día a día. No hacerlo podría traducirse en una pérdida de clientes que pondría en riesgo nuestra actividad empresarial.

Un inadecuado control de stock muestra una ineficiente gestión empresarial, s existe problemas en el abastecimiento de productos indudablemente significará pérdidas para la entidad, y desconfianza por parte de los clientes.

Pese a que Ecuador se encuentra avanzando con la tecnología y se cuenta con la existencia de programas útiles para llevar un control de mercaderías, esto no se considera suficiente, ya que es necesario desarrollar métodos y herramientas que ayuden a la reposición y a las ventas, evitando generar pérdidas económicas entre faltantes y sobrantes

de mercaderías, datos contables irreales, lo cual conlleva a mantener dinero sin movimiento, capital de trabajo sin retorno, afectando notoriamente el resultado económico.

Micro

Según datos recopilados de los colaboradores de la entidad, se indica que la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Tungurahua”, lleva 46 años de servicio en la ciudad de Ambato, cuenta con dos áreas: Ahorro y Crédito y Comercialización. Es una institución que aporta significativamente con la colectividad, manteniendo como socios únicamente al personal relacionado con la docencia.

La entidad se preocupa por el bienestar de sus socios, creando para ello el Área de Comercialización, ofertando productos de primera necesidad, electrodomésticos y vestimenta; de tal manera que al establecer la diversificación de los servicios ha evidenciado problemas en la gestión empresarial, particularmente se evidencia en el control de stock debido a su poca planificación.

Las políticas contables y los procedimientos para el manejo de mercaderías no han sido los más adecuados, puesto que estos se han desarrollado y aplicado de acuerdo a las necesidades; consecuentemente el manual de procedimientos para el control de la mercadería, no se encuentra correctamente establecido, ya que las funciones que debe cumplir el personal no se describen detalladamente, lo cual es fundamental ya que así permitirá una adecuada toma de decisiones y servirá de guía para el manejo adecuado de la mercadería. Se puede mencionar también, que la capacitación del personal encargado es nula, existen pérdidas de mercaderías por descuido de los trabajadores a cargo; es necesario que éstos comprendan el impacto y la importancia que tiene un trabajo bien hecho sobre la rentabilidad de la empresa para la cual trabajan. Finalmente se considera analizar la administración de la

mercadería, ya que han existido ventas no realizadas por no mantener los artículos requeridos en stock.

1.2.2 Análisis crítico

El problema de investigación detectado en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Tungurahua”, en su Departamento de Comercialización, afecta el desempeño actual de la institución, según comentarios del personal del comisariato, en ocasiones se ha notado pérdida de mercadería, debido a su corta fecha de caducidad, deterioro e ineficiente análisis de máximos y mínimos, por lo cual, se ha tratado de buscar una pronta solución sacando estos productos en oferta, consiguiendo venderlos al precio de compra sin generar ningún tipo de utilidad.

Según datos del área de Comercialización el problema respecto a la delimitación de funciones de los empleados, radica desde la fusión del almacén con el comisariato en el año 2010, pues a partir de este suceso, las funciones del personal a cargo, no se encuentran detalladas correctamente; además se realizan los pedidos de mercaderías sin previa planificación y constatación del stock existente de mercadería, es por ello existe un porcentaje de productos mayor al realmente necesitado.

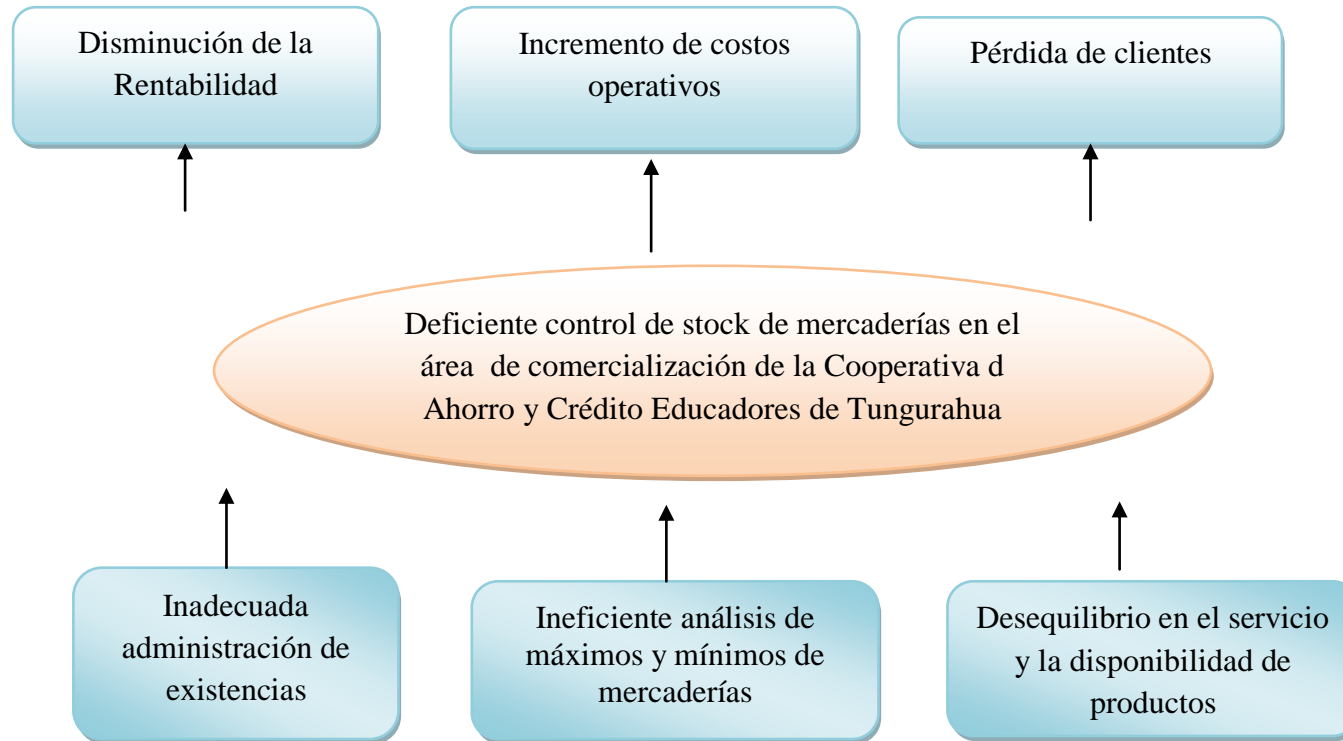
Resulta perjudicial para la empresa este tipo de sucesos, ya que está poniendo en riesgo la confianza de sus socios y demás clientes, y por ende su crecimiento económico y posición en el mercado.

Mantener un inadecuado control de stock de mercaderías, genera descoordinación y conlleva a realizar compras innecesarias de los productos de poca rotación generando baja liquidez.

Finalmente, ante los sucesos presentados, y según los datos de los estados financieros, se evidencia que la rentabilidad generada por el área de comercialización, no está siendo la adecuada. Por lo cual es necesario buscar correctivos y soluciones adecuadas para hacer frente al problema suscitado.

Árbol de problemas

Gráfico N° 01



1.2.3. Prognosis

El problema existente en el Área de Comercialización de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua radica en el deficiente control de stock de mercaderías, puesto que de no encontrar alternativas de solución a este problema dará como resultado un exceso o escasez de mercadería, generando una baja de rendimiento sobre el capital invertido es decir una disminución en la rentabilidad de la cooperativa.

Es importante que la empresa realice un eficiente análisis de máximos y mínimos de la mercadería pues de no hacerlo el costo para mantener la mercadería sería elevado, ya que el mantener niveles excesivos de mercadería genera un problema para la entidad, teniendo que reducir los precios y por ende no obtener utilidad, mientras que si se sufre de escasez de mercadería, se reduce el volumen de las ventas y consecuentemente la pérdida de confianza de los clientes.

Es importante que los directivos de la Cooperativa tomen medidas de solución que permitan mantener un eficiente control de la mercadería, pues se requiere de una estrecha coordinación entre las áreas de ventas, compra y finanzas., si no se aplica este control eficientemente y si el personal no está preparado a colaborar con el cambio, y al no tomarse medidas correctivas, existe la posibilidad de que los directivos de la cooperativa tomen la decisión de prescindir del servicio de comercialización y cerrar definitivamente el comisariato y almacén.

1.2.4 Formulación del problema

¿De qué manera el deficiente control de stock de mercaderías afecta a la rentabilidad del área de Comercialización en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua en el año 2012.?

Preguntas directrices

- ¿Existe en la empresa una correcta administración en el proceso de abastecimiento que garantice un control de stock de mercaderías?
- ¿Cuáles son los elementos que generan una baja rentabilidad en el área de comercialización?
- ¿Existe en la empresa un modelo de gestión de stock de mercaderías para mejorar la rentabilidad del área de comercialización en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua en el año 2012?

1.2.6 Delimitación

Delimitación de Contenido

Aspecto: Control de stock

Área: Comercialización

Campo: Rentabilidad

Delimitación Espacial

La investigación se realizará en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua, ubicada en la Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Ciudadela Ingahurco, en la Avenida las Américas 1288 y Bolivia.

Delimitación Temporal

El período de estudio del problema antes mencionado será el último semestre del año 2013.

1.3. Justificación

El presente trabajo parte de la importancia que asume el control interno en las empresas, ya que es una herramienta esencial para garantizar la fiabilidad y veracidad de la información financiera y de esta manera facilitar la toma de decisiones.

A más de lo antes mencionado, la elaboración del presente proyecto le permitirá al investigador adquirir experiencia laboral para tener un buen desempeño en su vida profesional. Al mismo tiempo, demostrar que existe interés y la capacidad necesaria para proponer una solución oportuna. Y en efecto, tener certeza de la importancia de llevar un adecuado control de stock de mercaderías, y de cómo se deben organizar o utilizar todos los recursos que se necesitan para poder alcanzar los objetivos, que ayuden al mejoramiento de la Cooperativa.

Se considera de mucha importancia mencionar, la facilidad y apertura, por parte de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua, hacia el investigador, para obtener la información necesaria para la elaboración del proyecto. Por lo cual, resulta claro observar, que este hecho motiva a la juventud a trabajar pensando en el bienestar y desarrollo del país.

1.4 Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Indagar la incidencia de la implementación de un eficiente control de stock, sobre la rentabilidad del área de comercialización de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar los elementos relacionados con el control de stock de mercaderías para mejorar el proceso de abastecimiento.
- Establecer los factores que limitan la rentabilidad financiera para acceder a un alto desarrollo organizacional.
- Proponer un modelo de gestión de control de stock para incrementar la rentabilidad del área de comercialización de la Cooperativa “Educadores de Tungurahua”

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Una vez realizada la búsqueda de antecedentes investigativos respecto al tema de estudio, se presentan las siguientes:

Granda, G. & Rodríguez, R.(2013), en la tesis realizada en la Escuela Superior Politécnica del Litoral, previo a la obtención del título de Ingeniería en Auditoría y Contaduría Pública Autorizada, con el tema: “Diseño de un sistema de control basado en el Método ABC de gestión de inventarios, a través de indicadores de medición, aplicado a un estudio fotográfico en la ciudad de Machala”, concluyen lo siguiente:

- El avance tecnológico masivo para los estudios fotográficos tradicionales ha causado un gran impacto generando que los productos y servicios que se comercializan queden obsoletos generando pérdidas y desesperación en los gerentes. De esta necesidad surge el diseño de un sistema de control basado en el Método ABC de Gestión de Inventarios con la finalidad de conseguir distribuir de una forma técnica los recursos destinados a la verificación y control, además de conocer aquellos inventarios que se está vendiendo más o vendiendo menos o lo que nunca se vendió.
- El inventario, como en la mayoría de empresas, representa una inversión que se recupera en el tiempo a medida de la gestión de ventas o producción que posee la compañía; por tal motivo debe ser administrado y controlado eficientemente.
- El Diseño de un sistema de control basado en el Método ABC de gestión de inventarios, se irá adaptando progresivamente a la

organización, al hacer modificaciones a las estrategias e identificar nuevas metas, procesos y objetivos.

Es importante mantener un adecuado sistema que aporte significativamente en el control de inventarios, considerando que en él se encuentra la inversión de la empresa, por lo tanto se lo debe manejar correctamente utilizando estrategias apropiadas para que la administración sea eficiente.

El método ABC representa una herramienta que sirve para controlar las existencias y conocer el porcentaje que representan los productos en relación al capital de la empresa, además de identificar a los artículos en los cuales hay que poner mayor atención y control, lo cual servirá de apoyo para tener una correcta toma de decisiones.

Mendoza, N & Rivas, G.(2011), en el proyecto realizado en la Universidad Estatal de Milagro, previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial, con el tema: “Implementación de un Sistema Integral en la Microempresa “Moto Repuesto Mendoza” para mejorar los procesos y las utilidades”, se concluye:

- En las últimas décadas la Implementación del Control Interno en las sociedades ha trascendido, llegándose a convertir en una herramienta indispensable para la operación de las mismas.
- La definición y correcta aplicación de los controles y procedimientos para el área de inventarios permite tener un registro de existencias de mercadería, una valoración adecuada y correcta contabilización de los registros. Dando lugar a una mayor fluidez en el área operativa.
- El control interno se basa en la asignación de funciones entre la gestión y manipulación de los fondos, registros y contabilización de los mismos, ya que no siempre puede evitar errores o fraudes pero si detectarlos.

Para mantener un control oportuno y hacer cumplir los procedimientos establecidos en el área de comercialización, es indispensable contar con una gestión apropiada que garantice tener información oportuna y eficiente acerca de la existencia de mercadería, pudiendo así detectar

errores y corregirlos a tiempo, de manera que el cliente se sienta satisfecho con el producto y el servicio ofrecido.

Cárdenas K. (2010), en el proyecto realizado en la Universidad Privada del Norte en el tema “Efectos del control interno de inventarios en la rentabilidad de la empresa de reparación y fabricaciones metálicas “Inversiones y Servicios generales JORLUC S.A””, concluye:

- Las pérdidas por la excesiva acumulación de inventarios y su deterioro por haber estado almacenados largo tiempo pueden ser consecuencia de mal control de materiales en almacén, y propiciar, por otra parte, nuevas compras del todo innecesarias para las necesidades urgentes. Si la administración no es informada en forma regular y precisa sobre las cantidades y localización de los bienes en existencia, el desperdicio e insuficiencia resultantes de esta situación, pueden ser mayores que las pérdidas generadas por robos.
- Un buen control constituye un medio por el cual se proporciona información precisa para la valuación de los inventarios, así como la correcta información respecto de las cantidades en existencia.
- Controles internos deficientes pueden ocasionar pérdidas, propiciar que la administración utilice información errónea en cuanto a costos para establecer precios de venta y tomar decisiones basadas en los márgenes de utilidad reportados.

Es notorio cómo un adecuado control de mercaderías asegura mantener resultados positivos; la manera como se administra la mercadería conlleva a que se minimicen pérdidas por deterioro y exceso de productos, además de obtener información fiable para la toma de decisiones. Por estas razones nace la importancia de establecer un sistema de control de stock de mercaderías que garantice a la empresa mantener cifras satisfactorias en los resultados financieros.

2.2 Fundamentación Filosófica

La presente investigación se basará en el paradigma crítico propositivo, ya que está orientada al mejoramiento continuo, a través de la eficiencia en cada una de los elementos que constituyen el control interno de la

Cooperativa, identificando los posibles cambios que de una u otra forma se va a derivar en una mayor productividad, calidad, mayor satisfacción del cliente, mayores ventas y mayores utilidades.

El fundamento de esta filosofía es diseñar las estrategias necesarias para mantener un apropiado control interno , lo cual conlleva a un análisis cuidadoso de normas y políticas establecidas dentro de la institución, y de esta manera solucionar el problema suscitado en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua, y lograr los objetivos en cuanto a mejorar el control de stock de inventarios, ya que esto representa un complemento importante para el desarrollo y crecimiento de la cooperativa y el bienestar de sus socios.

Mediante la aplicación de estas estrategias se logrará influenciar también en la rentabilidad y en la satisfacción brindada al cliente al recibir productos de calidad y a precios accesibles.

2.3 Fundamentación Legal

Toda investigación, debe respaldarse a través de normas, leyes o estatutos que se encuentren vigentes y estén relacionados al tema central del proyecto.

Según lo establece la Dirección Nacional de Cooperativas:

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua, se fundó el 19 de mayo de 1.966, mediante Acuerdo Ministerial N° 6242, inscrita en el Registro General de Cooperativas el 26 de mayo de 1.966 con el número de orden 1536; documentación que contiene todos los datos actualizados de acuerdo con las disposiciones constantes en la Ley de Cooperativas y su Reglamento General y Estatuto.

En cuanto a sus obligaciones tributarias la Cooperativa se basa en la Ley de Régimen Tributario Interno y respectivo Reglamento.

Tomando en consideración lo establecido en la Norma Internacional de Contabilidad n° 2 (NIC 2) Existencias:

Objetivo

1. El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de las existencias. Un tema fundamental en la contabilidad de las existencias es la cantidad de coste que debe reconocerse como un activo, y ser diferido hasta que los correspondientes ingresos ordinarios sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de ese coste, así como para el posterior reconocimiento como un gasto del ejercicio, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas de coste que se utilizan para atribuir costes a las existencias.

7. El valor neto realizable hace referencia al importe neto que la entidad espera obtener por la venta de las existencias, en el curso normal de la explotación. El valor razonable refleja el importe por el cual esta misma existencia podría ser intercambiada en el mercado, entre compradores y vendedores interesados y debidamente informados. El primero es un valor específico para la entidad, mientras que este último no. El valor neto realizable de las existencias puede no ser igual al valor razonable menos los costes de venta.

8. Entre las existencias también se incluyen los bienes comprados y almacenados para revender, entre los que se encuentran, por ejemplo, las mercaderías adquiridas por un minorista para revender a sus clientes, y también los terrenos u otras inversiones inmobiliarias que se tienen para ser vendidos a terceros. También son existencias los productos terminados o en curso de fabricación por la entidad, así como los materiales y suministros para ser usados en el proceso productivo. En el caso de un prestador de servicios, tal como se describe en el párrafo 19, las existencias incluirán el coste de los servicios para los que la entidad aún no haya reconocido el ingreso ordinario correspondiente (véase la NIC 18 Ingresos ordinarios).

Valoración de las existencias

9. Las existencias se valorarán al menor de: el coste o el valor neto realizable.

Coste de las existencias

10. El coste de las existencias comprenderá todos los costes derivados de la adquisición y transformación de las mismas, así como otros costes en los que se haya incurrido para darles su condición y ubicación actuales.

Costes de adquisición

11. El coste de adquisición de las existencias comprenderá el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), los transportes, el almacenamiento y otros costes directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, los materiales o los servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el coste de adquisición.

Valor neto realizable

28. El coste de las existencias puede no ser recuperable en caso de que las mismas estén dañadas, si han devenido parcial o totalmente obsoletas, o bien si sus precios de mercado han caído. Asimismo, el coste de las existencias puede no ser recuperable si los costes estimados para su terminación o su venta han aumentado. La práctica de rebajar el saldo, hasta que el coste sea igual al valor neto realizable, es coherente con el punto de vista según el cual los activos no se valorarán en libros por encima de los importes que se espera obtener a través de su venta o uso.

Información a revelar.

36. En los estados financieros se revelará la siguiente información:

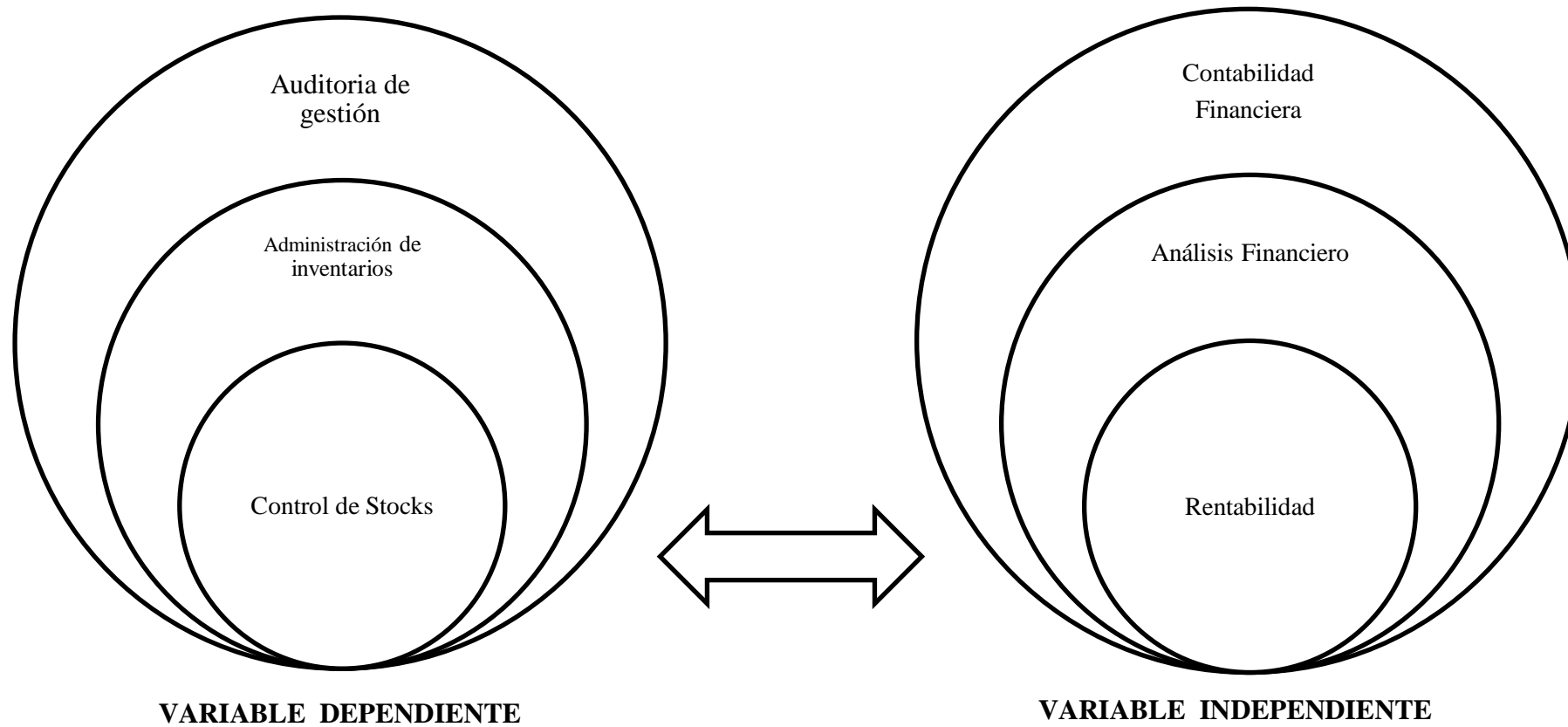
- (a) las políticas contables adoptadas para la valoración de las existencias, incluyendo la fórmula de valoración de los costes que se haya utilizado;
- (b) el importe total en libros de las existencias, y los importes parciales según la clasificación que resulte apropiada para la entidad;
- (c) el importe en libros de las existencias que se contabilicen por su valor razonable menos los costes de venta;
- (d) el importe de las existencias reconocido como gasto durante el ejercicio;
- (e) el importe de las rebajas de valor de las existencias que se haya reconocido como gasto en el ejercicio.
- (f) el importe de las reversiones en las rebajas de valor anteriores, que se haya reconocido como una reducción en la cuantía del gasto por existencias en el ejercicio.
- (g) las circunstancias o eventos que hayan producido la reversión de las rebajas de valor.
- (h) el importe en libros de las existencias pignoradas en garantía del cumplimiento de deudas.”

También se tomará como referencia: La Ley de Cooperativas emitida por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, y en lo que respecta a leyes tributarias: La Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

2.4 Categorías Fundamentales

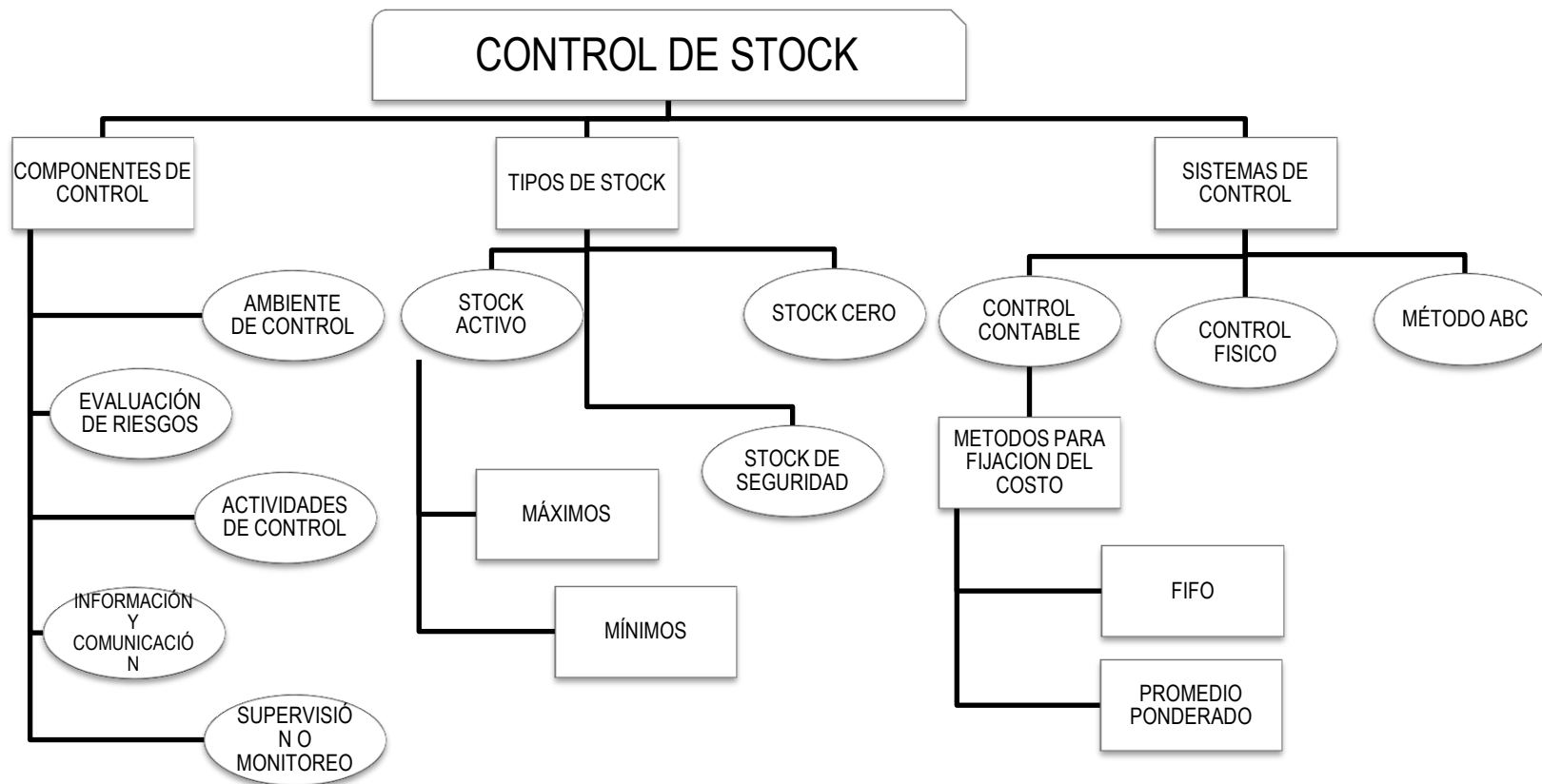
SUPRAORDINACIÓN

GRÁFICO N° 02



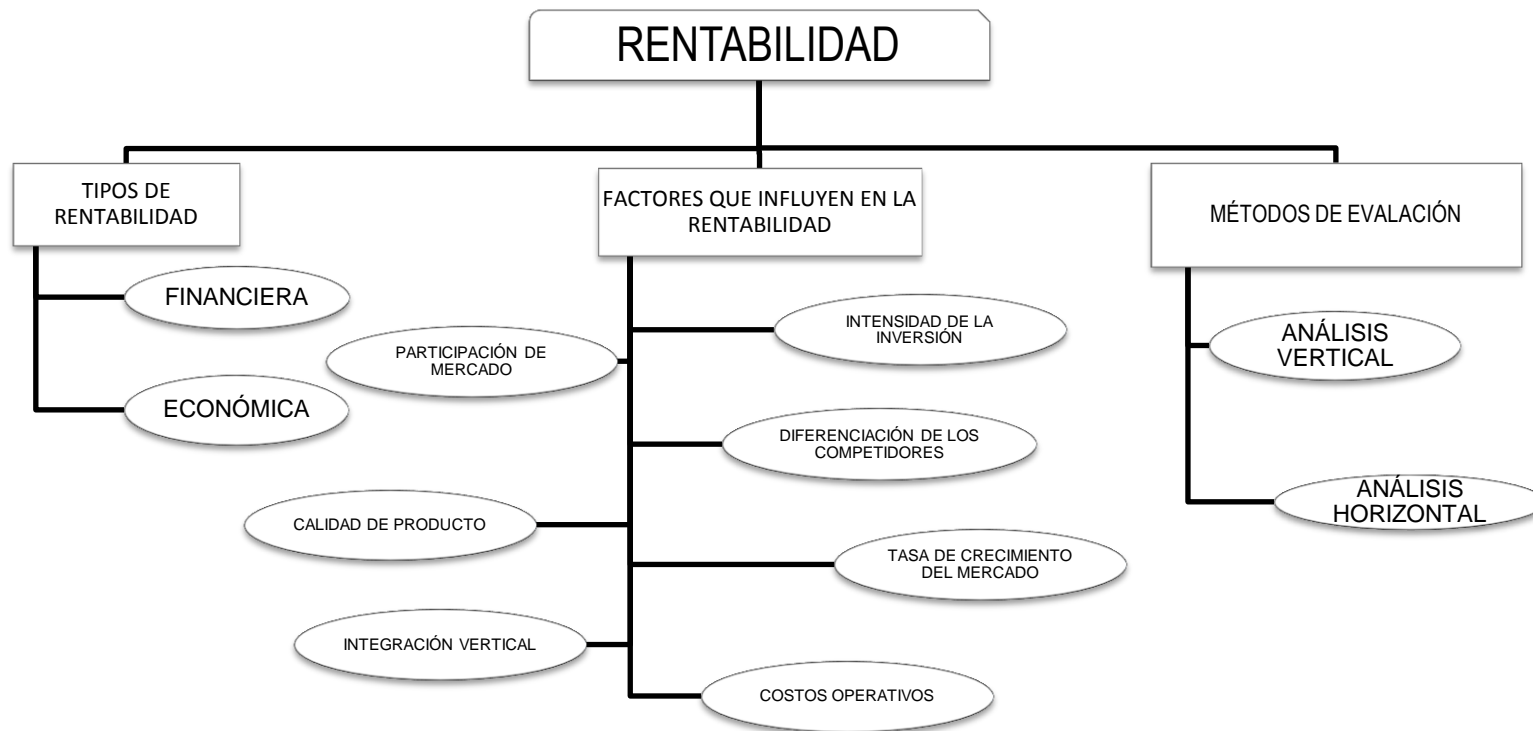
VARIABLE INDEPENDIENTE: Control de stock

Gráfico N° 03



VARIABLE DEPENDIENTE: Rentabilidad

Gráfico N° 04



2.4.1 Definiciones de la Variable Independiente

Auditoría de gestión

Según (Correa, 1999)“La auditoría de gestión es un sistema de información estadística, financiera, administrativa y operativa, les permite tomar decisiones acertadas y oportunas, adoptar las medidas correctivas que correspondan y controlar la evolución en el tiempo de las principales variables y procesos”.

FUNCIONES

En cuanto a las funciones que puede cumplir la Auditoría de Gestión en la organización, podemos enumerar las siguientes:

- Facilitar que se puedan conocer las economías de la empresa.
- Facilitar los procesos de toma de decisiones.
- Racionalizar el futuro de la información.
- Controlar la evolución en el tiempo de los principales procesos y variables.
- Operar en términos de rendimientos y no simplemente en función de desarrollar actividades.
- Sirve de base para adoptar normas y estándares efectivos y útiles para la empresa u organización.
- Sirve de base para establecer planes de remuneración y sistemas de incentivos.
- Sirve de base de negociación.
- Sirve de base para la planificación.

En conclusión la Auditoría de Gestión ayuda a establecer procedimientos adecuados que promuevan al mejoramiento continuo de la organización, a través de la utilización de herramientas de control, lo cual plantea correctivos necesarios para mejorar la toma de decisiones, en general una auditoría de gestión mejora el desempeño de una entidad, evaluando el grado de eficiencia y eficacia para incentivar al logro de objetivos.

Dentro de la presente investigación es relevante mencionar la importancia que conlleva mantener una adecuada administración de inventarios, para lo cual se menciona el siguiente concepto:

Administración

Para (Münch , 1995) "La Administración es el proceso cuyo objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad".

Proceso administrativo

Según (Fayol, 1916) "El proceso administrativo está compuesto por funciones básicas: planificación, organización, dirección, coordinación, control".

Planificación: Procedimiento para establecer objetivos y un curso de acción adecuado para lograrlos.

Organización: Proceso para comprometer a dos o más personas que trabajan juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas.

Dirección: Función que consiste en dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera, con respecto a una tarea. A partir de la dirección, los administradores ayudan a las personas a ver que pueden satisfacer sus propias necesidades y utilizar su potencial al contribuir a las metas de una empresa.

Coordinación: Integración de las actividades de partes independientes de una organización con el objetivo de alcanzar las metas seleccionadas.

Control: Proceso para asegurar que las actividades reales se ajusten a las planificadas.

El proceso se da al mismo tiempo. Es decir, el administrador realiza estas funciones simultáneamente.

Para establecer una correcta administración es necesario conocer sus funciones ya que cada una de ellas mantiene una relación importante y esto ayudará a alcanzar las metas propuestas por la organización.

Administración de Inventarios

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

Importancia

La administración de inventario, en general, se centra en cuatro aspectos básicos:

1. Cuántas unidades deberían ordenarse o producirse en un momento dado.
2. En qué momento deberían ordenarse o producirse el inventario.
3. Que artículos del inventario merecen una atención especial.
4. Puede uno protegerse contra los cambios en los costos de los artículos del inventario.

Como conclusión se establece que la administración de inventarios, es un elemento de suma importancia, ya que a través de ella se conocerá la cantidad y el tiempo en que se debe realizar los pedidos, evitando mantener un stock elevado e innecesario de productos o por el contrario un stock escaso de productos, generando perdida para la empresa.

Control de stock de mercaderías

Según (Luchini, 2010), el control de stock es el proceso de adoptar procedimientos para limitar el costo total del inventario. Los procedimientos de control concluyen pedidos de balances contra fondos que están disponibles para elementos o productos en el inventario, salidas de despensa de la mercadería que ya no es necesaria y mantener un nivel de almacenamiento adecuado para cumplir con los pedidos. El control de inventario es una operación principal de una compañía u organización logística que maneja la recepción almacenamiento y distribución de elementos.

El autor indica que el control de stock de mercaderías, es una herramienta principal para mantener los productos en el tiempo y en la cantidad que los consumidores la requieran y de esta manera no perder ventas.

Según(Trejos, 2008). El objetivo general de una gestión de stock consiste en garantizar el suministro continuo y oportuno de los materiales y medios de producción requeridos para asegurar los servicios de forma ininterrumpida y rítmica. Es importante mencionar que los controles básicos se deben realizar constantemente para predecir futuros errores y corregirlos oportunamente, entre los controles más comunes que se debe realizar tenemos:

- Recepción de Materiales.
- Registro de entradas y salidas del Almacén.
- Almacenamiento de materiales.
- Mantenimiento de materiales y de almacén.
- Despacho de materiales.
- Coordinación del almacén con los departamentos de control de inventarios y contabilidad.

En base a la cita anterior, se puede concluir que para obtener información oportuna y resultados favorables para la empresa se debe realizar controles constantemente para determinar errores y poder establecer soluciones en bienestar de la organización.

Componentes de control

- **Ambiente de Control**

Se considera oportuno mencionar los componentes del control interno, para lo cual se hace referencia la siguiente cita:

Según (Mantilla, 2007) El ambiente de control tiene una influencia profunda en la manera como se estructuran las actividades del negocio, se establecen los objetivos y se valoran los riesgos. Esto es cierto no solamente en su diseño, sino también en la manera cómo opera en la práctica.

El ambiente de control se concluye que es la base de los demás componentes, ya que aquí se establecen objetivos, se miden parámetros, disciplina de los involucrados y se fomenta el trabajo en equipo.

- **Evaluación de Riesgos**

Según (Coopers & Lybrand S.A, 1997) La evaluación de los riesgos consiste en la identificación y el análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos, y sirve de base para determinar cómo han de ser gestionados los riesgos.

A través de este componente del control se pueden establecer los riesgos que existirán e identificar el grado de relevancia y establecer medidas correctivas.

- **Actividades de Control**

(Mantilla, 2007) Las actividades de control son las políticas y procedimientos, son acciones de las personas para implementar las políticas para ayudar a asegurar que se están llevando a cabo las directivas administrativas identificadas como necesarias para manejar los riesgos. Las actividades de control se pueden dividir en tres categorías, basadas en la naturaleza de los objetivos de la entidad con los cuales se relaciona: operaciones, información financiera, o cumplimiento.”

Las actividades de control, son básicas en la determinación de herramientas para mantener un adecuado control, estas herramientas son utilizadas para minimizar los riesgos detectados.

- **Información y Comunicación**

(Coopers & Lybrand S.A, 1997) Indica que en cuando a la Información y comunicación, se debe identificar, recopilar y comunicar información pertinente en forma y plazo que permitan cumplir a cada empleado con sus responsabilidades. Los sistemas informáticos producen informes que contienen información operativa, financiera y datos sobre el cumplimiento de las normas que permite dirigir y controlar el negocio de forma adecuada.

Para llevar un buen control interno, la información que se obtenga de diferentes fuentes es importante, ya que ayudará a instruir al auditor para establecer controles adecuados y acorde a cada organización.

- **Supervisión o Monitoreo**

(Coopers & Lybrand S.A, 1997), menciona acerca de la supervisión que: Los sistemas de control interno requieren supervisión, es decir, un proceso que comprueba que se mantiene el adecuado funcionamiento del sistema a lo largo del tiempo. Esto se consigue mediante actividades de supervisión continuada, evaluaciones periódicas o una combinación de ambas cosas.

Una vez establecidos procedimientos para un control interno eficiente, es necesario controlar el nivel de satisfacción que está generando y la forma en que se está aplicando, para asegurar el buen funcionamiento del mismo.

Clases de stock

Es considerable mencionar el concepto de stock, para lo cual se menciona:

Según (López, 2006) "El stock de una empresa puede definirse como el conjunto de materiales y artículos que la empresa almacena en espera de su utilización o venta posterior".

Dentro de la definición existen diferentes tipos de Stock, los cuales se conocerán a detalle en los siguientes capítulos, se menciona la clasificación:

(López, 2006) "Los stocks de las empresas se pueden clasificar de múltiples formas:

Según su función:

- Stock normal o de ciclo
- Stock de seguridad o protección
- Stock de especulación y anticipación
- Stock máximo

Según su naturaleza física:

- Según su vida útil
- Según la actividad de la empresa.

Sistemas de Control

Control Contable

Según (Economía48, 2008) “El control contable comprende aquella parte del control interno que influye directa o indirectamente en la confiabilidad de los registros contables y la veracidad de los estados financieros, cuentas anuales o estados contables de síntesis”.

Se concluye que el control en los registros contables, es primordial ya que de esta manera se puede obtener información confiable y en base a ella tomar decisiones acertadas.

Métodos para fijación del costo

Primero en entrar, primero en salir (FIFO, por sus siglas en inglés)

Para Rayburn G (2003,p. 549). El método de primeras-entradas, primeras-salidas (PEPS) supone que los primeros costos que ocurren son los costos representados por las primeras salidas de materiales, independientemente del flujo físico. Los contadores costean las salidas de materiales al costo unitario correspondiente al precio (oferta) más antiguo que esté disponible.

Métodos de costeo promedio

Acerca del método del promedio ponderado (Gody, 2013) indica: Con este método lo que se hace es determinar un promedio, sumando los valores existentes en el inventario con los valores de las nuevas compras, para luego dividirlo entre el número de unidades existentes en el inventario incluyendo tanto los inicialmente existentes, como los de la nueva compra.

Se indicó los métodos para fijación del costo, el FIFO y el promedio ponderado, que son los generalmente más utilizados, dependiendo de la empresa.

El método ABC en la gestión de stock

El método ABC será aplicable en la presente investigación ya que de esta manera, se clasificarán los inventarios dependiendo de su porcentaje de inversión, a continuación se menciona que:

En (Internet) se indica que el método ABC consiste en efectuar un análisis de los inventarios estableciendo capas de inversión o categorías con objeto de lograr un mayor control y atención sobre los inventarios, que por su número y monto merecen una vigilancia y atención permanente.

El análisis de los inventarios es necesario para establecer 3 grupos de productos, denominados el **A, B y C**. Los grupos deben formarse 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. Algunos recordarán esta conversión con el nombre de "Análisis de Pareto".

Los artículos **A** incluyen los inventarios que representan el 80% de la inversión y el 20% de los artículos, en el caso de una composición 80/20. Los artículos **B**, con un valor medio, abarcan un número menor de inventarios que los artículos **C** de este grupo y por último los artículos **C**, que tienen un valor reducido y serán un gran número de inventarios. Este sistema permite administrar la inversión en 3 categorías o grupos para poner atención al manejo de los artículos **A**, que significan el 80% de la inversión en inventarios, para que a través de su estricto control y vigilancia, se mantenga o en algunos casos se llegue a reducir la inversión en inventarios, mediante una administración eficiente.

Clasificación ABC, donde los productos no tienen la misma importancia:

- Productos A: pocos productos (ex. 15%) pero que tienen un alto nivel de uso o un alto costo y que representan el 80% del valor total de uso del inventario.
- Productos B: número de productos (ex. 25%) que representan en total el 15% del valor total de uso de inventario.
- Productos C: gran cantidad de productos (ex. 60%) con un poco uso individual o un bajo valor que representan solamente el 5% del uso total de inventario.

La siguiente Tabla del Análisis ABC muestra la importancia relativa de los productos en inventario.

Tabla N° 1 Análisis ABC

Clase de producto	% del producto	% del valor
Clase A	15%	80%
Clase B	25%	15%
Clase C	60%	5%

Fuente: Internet

Contabilidad financiera

Alcarria, J. (2009), la contabilidad financiera es la técnica mediante la cual se recolectan, se clasifican, se registran, y se informa de las operaciones cuantificables en dinero, realizadas por una entidad económica.

Es el arte de usar ciertos principios al registrar, clasificar en términos monetarios datos financieros y económicos, para informar en forma oportuna y fehaciente de las operaciones de la vida de una empresa.

La función principal de la contabilidad financiera es llevar en forma histórica la vida económica de una empresa, los registros de cifras pasadas sirven para tomar decisiones que beneficien al presente o al futuro.

La contabilidad es de mucha importancia en las empresas, ya que a través de ella se conoce el estado actual de la misma, proporciona información real siempre y cuando los registros se realicen de manera correcta y oportunamente.

Análisis financiero

(Fierro, Ángela., 2007) La Administración financiera es el área de la Administración que cuida de los recursos financieros de la empresa. La Administración Financiera se centra en dos aspectos importantes de los recursos financieros como lo son la rentabilidad y la liquidez. Esto significa que la Administración Financiera busca hacer que los recursos financieros sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo.

Indicadores de gestión financieros

Según (Córdova, Marcial., 2003, pág. 74) Para evaluar las condiciones financieras y el desempeño de una organización, el analista financiero necesita ciertos patrones, el más utilizado con mucha frecuencia es una razón, o índice, que relaciona dos piezas de información financiera entre sí. El análisis y la interpretación de las diversas razones deben proporcionar a los análisis experimentados y hábiles una mejor comprensión de la situación financiera y el desempeño de la organización que la obtendrían solo con el análisis de la información financiera.

Un análisis financiero permite que la información contable sea provechosa al momento de tomar decisiones, ya que si se presenta una contabilidad únicamente con cifras sin un previo análisis de la situación de la empresa, esta no estaría proporcionando ninguna clase de información, lo cual es fundamental para tomar decisiones adecuadas.

La rentabilidad económica

Cabe mencionar el texto de (Sociales, 2008) en el cual se hace referencia a la cita de Sánchez (2002), la rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad.

Rentabilidad financiera

(Sociales, 2008) Según su fuente consultada por el autor Sánchez (2002) agrega que la rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista. Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuible, dividendos, variación de las cotizaciones, etc., y

en el denominador la inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa.

Cálculo de la rentabilidad financiera

Para (Parés, A. 2001, Pág 85): A diferencia de la rentabilidad económica, en la rentabilidad financiera existen menos divergencias en cuanto a la expresión de cálculo de la misma. Como concepto de resultado la expresión más utilizada es la de resultado neto, considerando como tal al resultado del ejercicio. Otros conceptos de resultado, siempre después de intereses, que se suelen enfrentar a los fondos propios para obtener la rentabilidad financiera serían los siguientes:

- *Resultado antes de impuestos*, para medir el rendimiento de los fondos propios con independencia del impuesto de sociedades.
- *Resultado de las actividades ordinarias*, prescindiendo así tanto del efecto del impuesto sobre sociedades como de los resultados extraordinarios, bajo la pretensión de facilitar la Comparabilidad inter temporal y entre empresas.
- *Resultado previo a la deducción de amortizaciones y provisiones*, debido a que son costes de difícil estimación económica y que, tanto por la diversidad de políticas de unas empresas a otras como por la manipulación de que pueden ser objeto, se configuran como un posible factor distorsionante del resultado real.
- Resultado de explotación una vez deducidos los intereses de la deuda y los impuestos directos.

Costos Operativos

Cabe mencionar el texto publicado en internet, en monografías.com:

Los costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido, durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema.

Dentro de los costos de operación más importantes tenemos los siguientes:

- A. **Gastos técnicos y administrativos.** Son aquellos que representan la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa, tales como, jefes de compras, almacenistas, mecánicos, veladores, dibujantes, ayudantes, mozos de limpieza y envíos, etc.

- B. **Alquileres y/o depreciaciones.** Son aquellos gastos por conceptos de bienes muebles e inmuebles, así como servicios necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas, técnicas y administrativas de una empresa, tales como: rentas de oficinas y almacenes, servicios de teléfonos. Etc.
- C. **Obligaciones y seguros.** Son aquellos gastos obligatorios para la operación de la empresa y convenientes para la dilución de riesgos a través de seguros que impidan una súbita descapitalización por siniestros. Entre estos podemos enumerar: inscripción a la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción, registro ante la Secretaría del Patrimonio Nacional, Seguros de Vida, etc.
- D. **Materiales de consumo.** Son aquellos gastos en artículos de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa, tales como: combustibles y lubricantes de automóviles y camionetas al servicio de las oficinas de la planta, gastos de papelería impresa, artículos de oficina, etc.
- E. **Capacitación y Promoción.** Todo colaborador tiene el derecho de capacitarse y pensamos en que tanto éste lo haga, en esa misma medida o mayor aún, la empresa mejorará su productividad. Entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar: cursos a obreros y empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas, etc.

Los costos de operación son los necesarios a fin de operar y mantener el sistema que se proyecta, de manera que se obtenga de éste los productos esperados, en las condiciones previstas durante la etapa de estudio y diseño.

Análisis Vertical

Según Internet: El método vertical se refiere a la utilización de los estados financieros de un período para conocer su situación o resultados.

El análisis vertical es de gran importancia a la hora de establecer si una empresa tiene una distribución de sus activos equitativa y de acuerdo a las necesidades financieras y operativas.

Como hacer el Análisis Vertical

Como el objetivo del análisis vertical es determinar que tanto representa cada cuenta del activo dentro del total del activo, se debe dividir la cuenta que se quiere determinar, por el total del activo y luego se procede a multiplicar por 100. Si el total del activo es de 200 y el

disponible es de 20, entonces tenemos $(20/200)*100 = 10\%$, es decir que el disponible representa el 10% del total de los activos.

Análisis Horizontal

Según Internet: Es un procedimiento que consiste en comparar estados financieros homogéneos en dos o más periodos consecutivos, para determinar los aumentos y disminuciones o variaciones de las cuentas, de un periodo a otro.

En el análisis horizontal, lo que se busca es determinar la variación absoluta o relativa que haya sufrido cada partida de los estados financieros en un periodo respecto a otro. Determina cual fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un periodo determinado. Es el análisis que permite determinar si el comportamiento de la empresa en un periodo fue bueno, regular o malo.

2.5. HIPÓTESIS

El deficiente control de stock de mercaderías incide de manera negativa en la rentabilidad del área de comercialización en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua.

2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES DE LA HIPÓTESIS

Variable Independiente: Control de stock

Variable Dependiente: Rentabilidad

CAPÍTULO III

METODOLOGIA

3.1 Enfoque

Según (Hernández, 2010) sostiene que el enfoque cuantitativo: “Se fundamenta en un esquema deductivo y lógico busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas, confía en la medición estandarizada y numérica, utiliza el análisis estadístico, es reduccionista y pretende generalizar los resultados de sus estudios mediante muestras representativas”.

El enfoque cuantitativo está basado en la obtención de datos apoyados en escalas numéricas, lo cual permite un tratamiento estadístico de diferentes niveles de cuantificación, de tal manera que el control de stock será el eje de medición de la rentabilidad en la institución.

3.2 Modalidad Básica de la Investigación

3.2.1 Investigación Bibliográfica

Para (Valderrama, 2011) “Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos.”

En la realización del presente trabajo se acudió a la biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, con el fin de recopilar información en cuanto a conceptos acerca de control interno y administración financiera, basándose principalmente en libros, folletos revistas y tesis referentes a los temas antes mencionados que serán tomados como referencia para respaldar la investigación teóricamente y luego ponerla en marcha en la práctica.

3.2.2 Investigación de Campo

Dice (Hernández, 2010) “Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos.”

Por lo tanto en la presente investigación se realizó a las personas que manejan los procesos de control de stock y la rentabilidad institucional, se obtuvo información directamente en la empresa, es decir en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua, de donde se recopilaran los datos necesarios para realizar la investigación.

3.3. Nivel o tipo de Investigación

3.3.1 Investigación Exploratoria

(Valderrama, 2011) Sobre la investigación exploratoria indica que: “Esta clase de estudios es común de la investigación del comportamiento, sobre todo en situaciones donde hay poca información.”

En la presente investigación se estableció la revisión de cada una de las variables, el control de stock de mercaderías y de la rentabilidad de la Cooperativa.

3.3.2 Investigación Descriptiva

Para (Hernández, 2010) la investigación descriptiva “Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos, esto es detallar como son y se manifiestan.”

Mientras que para (Bernal, 2006), la investigación descriptiva “Los estudios descriptivos pueden ofrecer la posibilidad de predicciones aun en forma rudimentaria.”

Por tanto, a través de este tipo de investigación se pudo clasificar los elementos y estructurar modelos de comportamiento que genera el control de stock y cómo afecta a la rentabilidad en el área de comercialización, a fin de proporcionar datos exactos para el desarrollo de la presente investigación.

3.3.3 Investigación Correlacional

Según (Hernández, 2010) manifiesta que “La investigación correlacional son estudios que asocian las variables mediante un patrón predecible para las poblaciones en estudio”.

De tal manera que la aplicación de la investigación correlacional fue factible en la elaboración del presente proyecto ya que se pretendía establecer la asociación de las variables independiente y dependiente en el contexto especificado de la institución.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

Manifiesta (Hernández, 2010) “El universo poblacional es el conjunto de individuos y objetos de los que se desea conocer algo en una investigación”.

En esta investigación se considerará como población a las personas involucradas en la Cooperativa Educadores de Tungurahua, quienes con su participación contribuirán de una manera clara el desarrollo de la presente investigación.

El personal a ser investigado es que se detalla a continuación:

Tabla N° 02Población

DEPARTAMENTO	POBLACION
Gerencia	1
Consejo de Administración	9
Consejo de Vigilancia	5
Contabilidad	2
Comisariato	5
Empleados	11
TOTAL	33 PERSONAS

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

3.4.2 Muestra

Para (Bernal, 2006) “Muestra es un conjunto de unidades, una porción del total, que representa la conducta del universo total.”

En la presente investigación no es necesario el cálculo para la obtención de la muestra debido al reducido número de personas que conforman la población, puesto que la muestra será probabilística de tipo regulado, en la cual la misma población se convierte en la muestra, es decir estará representada por las 33 personas en la institución.

3.5 Operacionalización de las Variables

Operacionalización de la Variable Independiente: **Control de stock**

Tabla N° 3

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIA	INDICADORES	ITEMS	TENICAS/ INSTRUM.
<p>El control de stock se lo ejerce mediante el establecimiento de <u>procedimientos</u> efectivos de <u>control interno</u> para todos los inventarios y el uso de <u>técnicas</u> para mantener al mínimo el costo de los inventarios, tales como políticas de pedidos económicos y el mantenimiento del nivel de seguridad apropiado de existencias</p>	<p>Procedimientos</p> <p>Control interno</p> <p>Técnicas</p>	<p>Gestión de Stock</p> <p>Control físico</p> <p>Evaluación</p>	<p>¿Cómo califica la gestión se stock en el área de comercialización?</p> <p>¿Existe un control físico de los productos que se recibe antes de ingresar a bodega?</p> <p>¿Se ha recibido devoluciones del cliente periódicamente por mercadería dañada u obsoleta?</p> <p>¿Se realizan análisis de máximos y mínimos de la mercadería para la compra de cada producto?</p> <p>¿Para seleccionar a los proveedores, que aspectos se consideran de mayor importancia?</p>	<p>Formulario de encuestas dirigido al personal de la institución</p>

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

Operacionalización de la Variable **Dependiente: Rentabilidad**

Tabla N° 4

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIA	INDICADORES	ITEMS	TENICAS/ INSTRUM.
<p>La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa para cumplir con sus <u>objetivos</u>, como la planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a l <u>crecimiento</u> económico y <u>solvencia</u> de una empresa, en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados. (Zamora, 2008)</p>	<p>Objetivos</p> <p>Crecimiento</p> <p>Solvencia</p>	<p>Resultados</p> <p>Posicionamiento</p> <p>Liquidez</p>	<p>¿Cómo afecta a la empresa las mercancías que se dañan o faltan en bodega?</p> <p>¿La empresa cuenta con un stock de seguridad para cubrir la demanda de productos ante posibles imprevistos?</p> <p>¿Cómo califica usted la rentabilidad que genera actualmente el área de comercialización?</p> <p>¿Considera necesario establecer una evaluación al retorno de la inversión en el área de comercialización?</p> <p>¿Considera necesario establecer un sistema de gestión de stock en el área de comercialización para mejorar la rentabilidad?</p>	<p>Formulario de encuestas dirigido al personal de la institución .</p>

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

3.6. Técnicas e Instrumentos

Técnicas de la investigación

Según (Ferrer, 2010)“La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación”.

La técnica pretende los siguientes objetivos:

- Ordenar las etapas de la investigación.
- Aportar instrumentos para manejar la información.
- Llevar un control de los datos.
- Orientar la obtención de conocimientos.

Para la presente investigación se utilizará las siguientes técnicas de investigación:

Tabla N° 5 Técnicas de Investigación

TIPO DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN
1. Información Primaria	1.1. Encuesta	2.1.1. Cuestionario La aplicación de la encuesta será dirigida a los empleados de la cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua.

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

La técnica seleccionada para llevar a cabo la presente investigación es la encuesta ya que es la recopilación de opiniones por medio de cuestionarios en un universo.

Cuestionario

Para(Ferrer, 2010)“El cuestionario es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista. En el cuestionario se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Posibilita observar los hechos a través de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de éste”.

3.7. Recolección de la Información

(Bernal, 2006)Los instrumentos que se utilizaron para la elaboración del trabajo son:

“*Encuesta*.- considera en recolectar información sobre una parte de la población denominada muestra. Se elabora en función a las variables e indicadores de trabajo en la investigación, la encuesta se lo realiza por el cuestionario.”

La recolección de información se obtendrá a través de encuestas, para lo cual se utilizará la aplicación de instrumentos como: cuestionarios.

Todos estos instrumentos deben contener información real, ya que mediante ella se buscará proponer una solución al problema de investigación.

Tabla N° 6 Recolección de la información

Preguntas básicas	Explicación
1. ¿Para qué?	Analizar el control de stock
2. ¿De qué persona u objeto?	Área de comercialización.
3. ¿Sobre qué aspecto?	Impacto en la Rentabilidad
4. ¿Quiénes?	Investigadora
5. ¿Cuándo?	Segundo semestre 2013
6. ¿Dónde?	Cooperativa de Ahorro y Crédito
7. ¿Cuántas veces?	Prueba definitiva de encuesta
8. ¿Qué técnica de recolección?	Encuesta dirigida a la población elegida
9. ¿Con que?	Cuestionario
10. ¿En qué situación?	Visitas intempestivas

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

3.8. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

La información será recopilada mediante la aplicación de las diferentes técnicas e instrumentos de investigación, las cuales serán procesados y analizados de una manera detallada, para lo cual se empleará métodos en la presente investigación y se realizará de la siguiente manera:

- Revisión
- Limpieza de la información
- Tabulación de los datos

La recopilación de la información se iniciará revisando la encuesta aplicadas al personal de la cooperativa, verificando que los cuestionarios se encuentren llenados correctamente y al mismo tiempo establecer posibles fallas que puedan existir con la finalidad de obtener información de una manera clara y ordenada.

Para la tabulación de la información, se utilizará programas computarizados, lo cual permitirá verificar, representar e interpretar la información de la mejor manera, ya que el producto del análisis ayudará a formular las conclusiones y recomendaciones finales del presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de Datos

La estadística constituyó una herramienta fundamental para el análisis de la información mediante la utilización del programa SPSS. De tal manera que se estableció un análisis de los resultados de la información recopilada, el cual se demuestra por cuadros de sumatorias tanto en las diferentes variables de la problemática.

4.2 Interpretación de Resultados

La interpretación es buscar un significado más amplio a las respuestas mediante su enlace con otros conocimientos disponibles. Ambos propósitos, por supuesto, presiden la totalidad del proceso de investigación, todas las fases precedentes han sido tomadas y ordenadas para hacer posible la realización de estos dos últimos momentos, entonces la recopilación de datos es el registro sistemático de la información.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Pregunta N° 01

¿Cómo califica la gestión de stock en el área de comercialización?

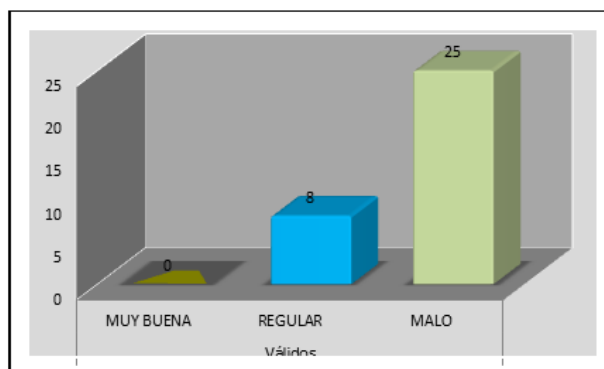
Tabla N° 07 Gestión de Stocks

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY BUENA	0	0,0	0,0	0,0
	REGULAR	8	24,2	24,2	24,2
	MALA	25	75,8	75,8	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Gráfico N° 05 Gestión de Stocks



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Análisis e interpretación

El 0% del total de personas encuestadas califican a la gestión de stock en el área de comercialización como Muy Buena, un 24,2% lo califica como Regular, y el 75,8% del total de personas encuestadas indica que la gestión de stock es Mala.

En base a los resultados obtenidos, se conoce que la gestión de stock es Regular; esto significa que es necesario implementar mejoras, segregar

funciones y responsabilidades a las personas involucradas directamente con este proceso y vigilar su cumplimiento.

Pregunta N° 02

¿Para seleccionar a los proveedores, que aspectos se consideran de mayor importancia?

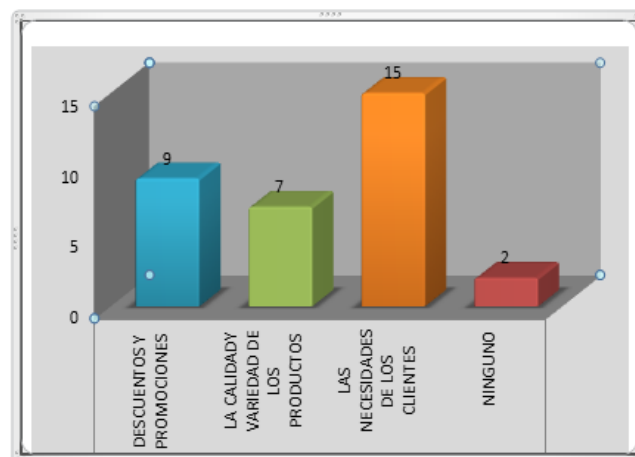
Tabla N° 8 Selección de proveedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DESCUENTOS Y PROMOCIONES	9	27,3	27,3	27,3
	LA CALIDAD Y VARIEDAD DE LOS PRODUCTOS	7	21,2	21,2	48,5
	LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES	15	45,5	45,5	93,9
	NINGUNO	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Gráfico N° 06 Selección de proveedores



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Análisis e interpretación

El 27,3% del total de personas encuestadas manifiestan que el aspecto de mayor importancia para la selección de proveedores son los descuentos y promociones, el 21,2% afirma que la calidad y variedad de los productos son aspectos importantes, un 45,5% manifiesta que para seleccionar los proveedores es importante conocer las necesidades de los clientes, y apenas un 6,1% del total de personas indican que no se considera ningún aspecto importante para la selección de proveedores.

El mayor porcentaje de personas encuestadas, establece que el factor importante para seleccionar proveedores radica en las necesidades de los clientes, se considera importante conocer y evaluar éstas necesidades, ya que actualmente la empresa no dispone de una herramienta de control que permita establecer las preferencias de los consumidores, pues como se conoce, la competencia va creciendo día a día y es importante mantener la fidelidad de los clientes.

Pregunta N° 03

¿La empresa cuenta con un stock de seguridad para cubrir la demanda de productos ante posibles imprevistos?

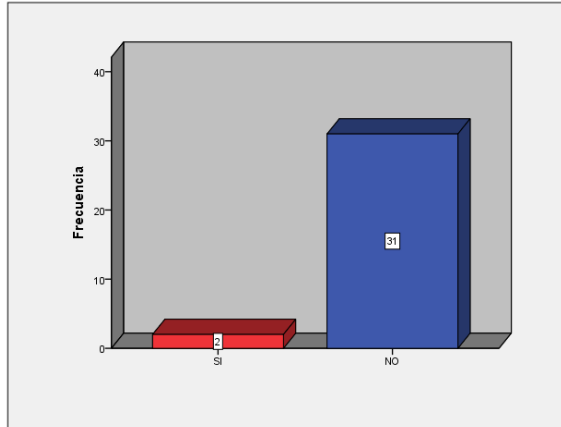
Tabla N° 9 Stock de seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	2	6,1	6,1	6,1
	NO	31	93,9	93,9	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Gráfico N° 07 Stock de seguridad



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Análisis e interpretación

Según el 6,1% del total de personas encuestadas manifiestan que la empresa Si cuenta con un stock de seguridad para cubrir la demanda de productos ante posibles imprevistos, mientras que un 93,9% afirma lo contrario.

En base a la información anterior, se conoce que actualmente no se cuenta con un stock de seguridad, por lo cual la empresa no está preparada para posibles imprevistos como el retraso de proveedores al entregar la mercadería u oscilaciones inesperadas en la demanda, poniendo en riesgo la confianza de los clientes, y comprometiendo así las futuras ventas .

Pregunta N° 04

¿Se realizan análisis de máximos y mínimos de la mercaderías para la compra de cada producto?

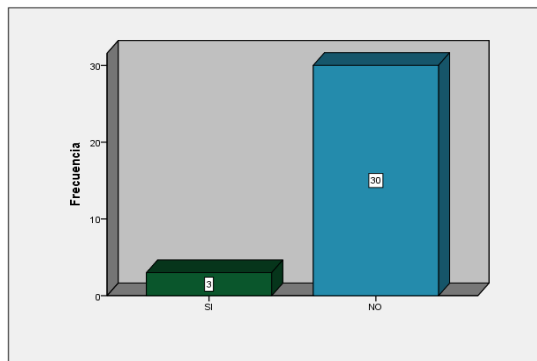
Tabla N° 10 Análisis máximos y mínimos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	3	9,1	9,1	9,1
	NO	30	90,9	90,9	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Gráfico N° 08 Análisis máximos y mínimos



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Análisis e interpretación

Según el 9,1% del total de personas encuestadas consideran que si se realiza un análisis de máximos y mínimos para la compra de cada producto, y el 90,9% del total de encuestados indican que no se realiza éste análisis.

En base a las respuestas obtenidas, los encuestados indican que para la compra y abastecimiento de los productos no se realiza un análisis de máximos y mínimos, esto indica que no se mantiene una adecuada gestión de stocks que permita conocer el momento oportuno y la cantidad de artículos que se deben comprar, evitando mantener productos en exceso, y reduciendo el riesgo de un stock en cero.

Pregunta N° 05

¿Existe un control físico de los productos que se recibe antes de ingresar a bodega?

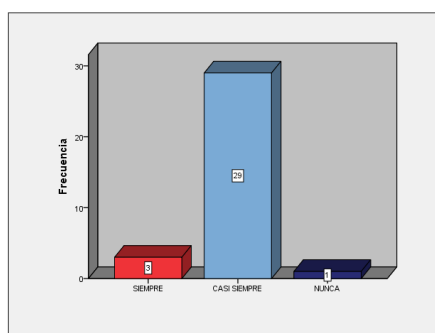
Tabla N° 11 Control físico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	3	9,1	9,1	9,1
	CASI SIEMPRE	29	87,9	87,9	97,0
	NUNCA	1	3,0	3,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Gráfico N° 09Control físico



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Análisis e interpretación

El 9,1% del total de encuestados afirman que siempre existe un control físico de los productos que se recibe antes de ingresar a bodega, un 87,9% del total de encuestados contestaron que casi siempre se realiza este control y el 3,0% manifiesta que Nunca existe un control físico de los productos.

Con el resultado obtenido, se conoce que casi siempre se realizan constataciones de los productos recibidos, y estos son ingresados a bodega sin existir un control previo. Es de mucha importancia comparar que la cantidad del pedido esté correcta, y sobre todo verificar que la mercadería se encuentra en buen estado, evitando de esta manera que se generen pérdidas para la empresa.

Pregunta N° 06

¿Se ha recibido devoluciones del cliente periódicamente por mercadería dañada u obsoleta?

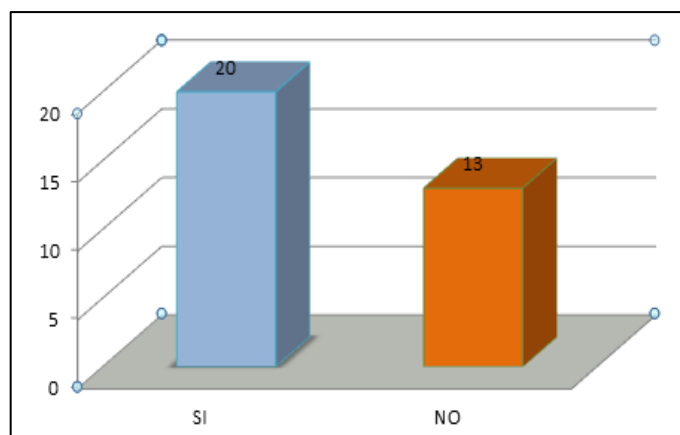
Tabla N° 12 Devoluciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	20	60,6	60,6	60,6
	NO	13	39,4	39,4	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Gráfico N° 10 Devoluciones



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Análisis e interpretación

El 90,9% del total de encuestados afirman que se ha recibido devoluciones de los clientes periódicamente por mercaderías dañadas u obsoletas, y el 9,1% de encuestados indican que No se ha recibido devoluciones por parte de los clientes.

Un alto porcentaje asegura que se ha recibido devoluciones de mercaderías, este suceso perjudica directamente a la rentabilidad del área de comercialización, pone en duda la calidad de los productos que oferta la Cooperativa, perdiendo de esta manera la fidelidad y confianza de los clientes.

Pregunta N° 07

¿Cómo califica usted la rentabilidad que genera actualmente el área de Comercialización?

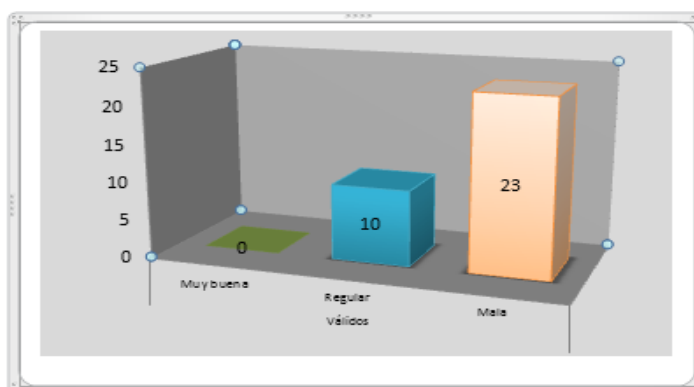
Tabla N° 13.- Rentabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy buena	0	0,0	0,0	0,0
	Regular	10	30,3	30,3	30,3
	Mala	23	69,7	69,7	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Gráfico N° 11 Rentabilidad



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Análisis e interpretación

El 0% del total de encuestados manifiestan que la rentabilidad que genera actualmente el área de Comercialización es Muy Buena, el 30,3% indica que es Regular, mientras que un 69,7% considera que la rentabilidad actual del Área de Comercialización es Mala.

En base a los resultados obtenidos, se concluye que el personal no está conforme con la rentabilidad que actualmente está generando el Área de Comercialización, para lo cual es necesario evaluar los procedimientos y el control que se está dando al stock de mercadería, para detectar falencia y establecer correctivos.

Pregunta N° 08

¿Considera necesario establecer un sistema de gestión de stock en el área de comercialización para mejorar la rentabilidad de la Cooperativa?

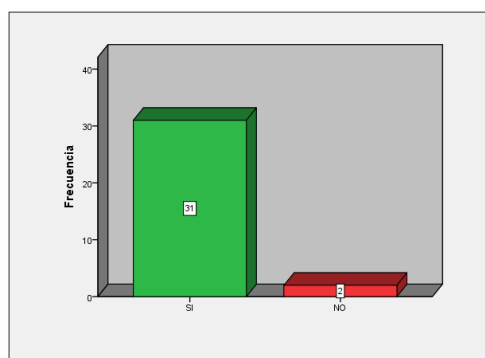
Tabla N° 14 Gestión de stock

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	31	93,9	93,9	93,9
	NO	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Gráfico N° 12 Gestión de stock



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Análisis e interpretación

El 93,9% de personas encuestadas consideran que Si es necesario establecer un sistema de gestión de stock en el área de comercialización para mejorar la rentabilidad de la Cooperativa, y el 6,1% del total de encuestados consideran que No es necesario establecer este sistema.

En base a los resultados obtenidos, la mayoría de los encuestados consideran que es importante la implementación de un sistema de gestión de stock, ya que la entidad no mantiene un adecuado control de la mercadería en el área de comercialización, el mismo que representa un significativo rubro para la empresa y está reflejado en sus resultados. Al mejorar el control de stocks se minimizarán ciertas pérdidas que actualmente están afectando al área de comercialización, ya que se

realizarán pedidos en base a un análisis, obedeciendo políticas y siguiendo un adecuado proceso de abastecimiento.

Pregunta N° 09

¿Cómo afecta a la empresa las mercaderías que se dañan o faltan en bodega?

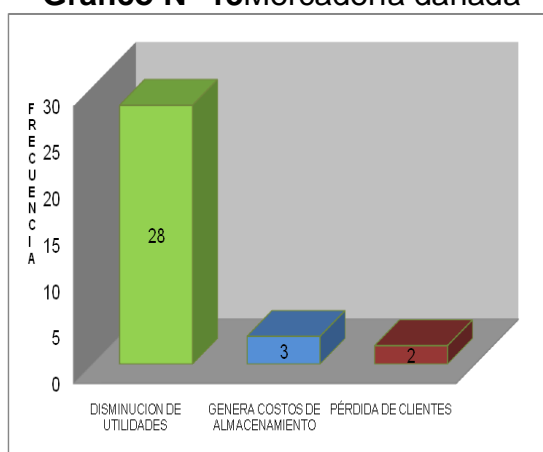
Tabla N° 15 Mercadería dañada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DISMINUCION DE UTILIDADES	28	84,8	84,8	84,8
	GENERA COSTOS DE ALMACENAMIENTO	3	9,1	9,1	93,9
	PÉRDIDA DE CLIENTES	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Gráfico N° 13 Mercadería dañada



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Análisis e interpretación

El 84,8% del total de encuestados consideran que los faltantes o deterioros de las mercadería afectan a la empresa disminuyendo las utilidades, el 9,1% indica que este suceso genera costos de almacenamiento para la empresa, el 6,1% del total de encuestados respondieron que esto genera pérdida de clientes.

Para la gran mayoría de encuestados los faltantes o deterioro de las mercaderías genera pérdida para la empresa, ya que no se realiza un correcto control en el proceso de compra, recepción y custodio de los productos, lo cual refleja para la entidad una baja rentabilidad.

Pregunta N° 10

¿Considera necesario establecer una evaluación al retorno de la inversión en el área de comercialización?

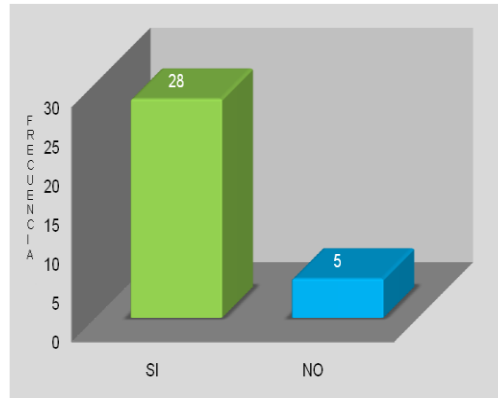
Tabla N° 16Área de comercialización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	28	84,8	84,8	84,8
	NO	5	15,2	15,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Gráfico N° 14 Área de comercialización



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Análisis e interpretación

El 84.8% consideran que SI es necesario establecer una evaluación al retorno de la inversión en el área de comercialización, y el 15.2 % del total de encuestados indicaron que No es necesario establecer esta evaluación.

Un alto porcentaje de personas encuestadas, manifiestan que se debe evaluar el estado de la inversión en el área de comercialización, ya que es un aspecto muy importante, y a través de ello la empresa conocerá el tiempo en que se recupera la inversión y si generó utilidad, además se puede analizar resultados, implementar correctivos y tomar decisiones adecuadas.

Verificación de la hipótesis

Para verificar la hipótesis se utilizó la prueba estadística del chi-cuadrado que es un estadígrafo no paramétrico o de distribución libre que nos permite establecer correspondencia entre valores observados y esperados, llegando hasta la comparación de distribuciones enteras, es una prueba que permite la comprobación global del grupo de frecuencias esperadas calculadas a partir de la hipótesis que se quiere verificar.

Combinación de frecuencias

Para establecer la correspondencia de las variables se eligió una pregunta correspondiente a la variable dependiente y otra a la variable independiente direccionada a los directivos de la institución a través del formulario de encuestas de cada una de las variables, en el cual la probabilidad de la pregunta permitió efectuar el proceso de combinación, posteriormente.

Para establecer las frecuencias observadas se establece el cálculo de correspondiente a la correlación,

Tabla N° 17 Valores Observados

		RENTABILIDAD		TOTAL
		REGULAR	MALO	
CONTROL DE STOCK	REGULAR	8	0	8
	MALO	2	23	25
TOTAL		10	23	33

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Tabla N° 18 Valores Esperados

		RENTABILIDAD		TOTAL
		REGULAR	MALO	
CONTROL DE STOCK	REGULAR	2,42	5,58	8
	MALO	7,58	17,42	25
TOTAL		10	23	33

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

Cálculo del valor esperado

A continuación se detalla el cálculo de cada uno de los valores esperados.

$$E1 = \frac{10 * 8}{33} = \frac{80}{33} = 2,42$$

$$E2 = \frac{10 * 25}{33} = \frac{250}{33} = 7,58$$

$$E3 = \frac{23 * 8}{33} = \frac{184}{33} = 5,58$$

$$E4 = \frac{23 * 25}{33} = \frac{575}{33} = 17,42$$

Nivel de significancia

Nivel de significancia 0.05 son valores establecidos en estadística para tener mayor certeza en la prueba de hipótesis, la aplicación de la regla de decisión de la primera manera consiste en rechazar la Hipótesis Nula si la probabilidad de observar el estadístico de contraste es igual o menor a la probabilidad criterio (habitualmente 0.05 o 0.01).

1-0,05 = 0,95; α de 0,05

Nivel de confianza = 95%

Nivel de error = 5 %

Fórmula para el cálculo del Chi Cuadrado

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

En donde:

X^2 = Chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia observada

E = Frecuencia esperada o teórica

Tabla N° 19 CALCULO MATEMÁTICO CHI CUADRADO

CONDICION	VALORIZACION	O	E	(O - E)²/ E
Control de STOCK	REGULAR	8	2,42	12.8662
RENTABILIDAD	REGULAR	2	7,58	4.1077
Control de STOCK	MALO	0	5,58	5.5800
RENTABILIDAD	MALO	23	17,42	1.7800
	CHI CUADRADO CALCULADO			24.3413

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: La encuesta

En donde:

O = Frecuencia Observada

E = Frecuencia Esperada

O-E = Frecuencias observada- frecuencias esperadas

O-E² = Resultado de las frecuencias observadas y esperadas al cuadrado

O-E² /E = Resultado de las frecuencias observadas y esperadas al cuadrado dividido para las frecuencias esperadas

GRADO DE LIBERTAD

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula:

Grados de libertad

$$gl = (\text{columnas} - 1) (\text{filas} - 1)$$

$$gl = (2 - 1) (2 - 1)$$

$$gl = (1) (1)$$

$$gl = 1$$

Grado de significación

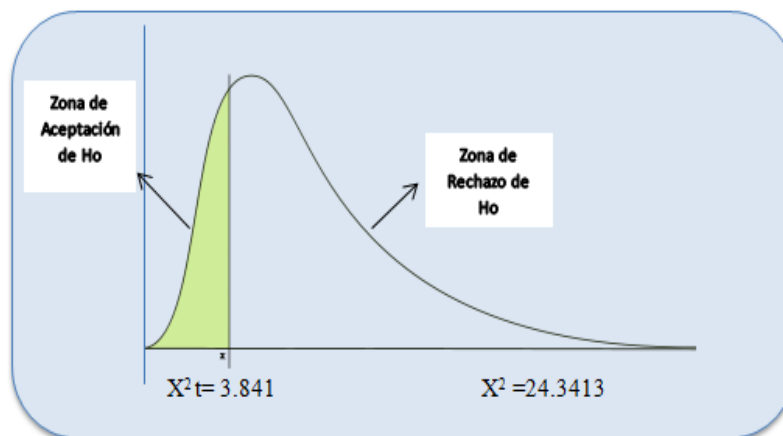
$$\alpha = 0.05$$

A nivel de significancia de 0.05 y a un grado de libertad 1, el valor de Chi cuadrado tabular es 3.841 ($\chi^2_{tb} = 3,841$)

El valor se obtiene de la fila 1 y columna 0,95 de la Tabla de Distribución Chi Cuadrado

GRÁFICO DE VERIFICACIÓN

Gráfico N° 15



Elaborado por: Paulina Tibán
Fuente: La encuesta

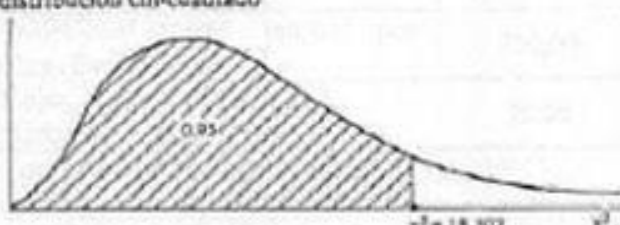
Conclusión

De acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) es decir X_2 calculado es 24.341 y es mayor que X_2 tabular el cual es 3,84 de esta manera se acepta la hipótesis alterna, que el sistema de gestión de stock como herramienta en el proceso de aprovisionamiento y almacenamiento si permitirá mejorar la rentabilidad del Área de Comercialización en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua.

TABLA DE VERIFICACIÓN DEL CHI-CUADRADO

PERCENTILES DE LA DISTRIBUCIÓN CHI - CUADRADO

Tabla G Percentiles de la distribución chi-cuadrado



df	$\chi^2_{0.995}$	$\chi^2_{0.95}$	$\chi^2_{0.9}$	$\chi^2_{0.85}$	$\chi^2_{0.8}$	$\chi^2_{0.75}$	$\chi^2_{0.7}$	$\chi^2_{0.65}$
1	0.0000393	0.000983	0.00393	2.706	3.841	5.024	6.635	7.879
2	0.0100	0.0506	0.103	4.605	5.991	7.378	9.210	10.597
3	0.0717	0.216	0.352	6.251	7.815	9.348	11.345	12.838
4	0.207	0.484	0.711	7.779	9.488	11.142	13.277	14.860
5	0.412	0.821	1.145	9.236	11.070	12.832	15.086	17.535
6	0.676	1.237	1.635	10.645	12.592	14.449	16.750	19.532
7	0.989	1.690	2.167	12.017	14.067	16.013	18.475	21.782
8	1.344	2.180	2.733	13.362	15.507	17.535	19.979	23.542
9	1.735	2.700	3.325	14.684	16.919	19.023	21.668	25.589
10	2.156	3.247	3.940	15.987	18.307	20.483	23.209	27.154
11	2.603	3.816	4.575	17.275	19.675	21.920	24.725	28.757
12	3.074	4.404	5.226	18.549	21.026	23.338	26.217	30.300
13	3.565	5.009	5.892	19.812	22.362	24.735	27.688	31.819
14	4.075	5.629	6.571	21.064	23.685	26.119	29.141	33.301
15	4.601	6.262	7.261	22.307	24.996	27.488	30.578	34.801
16	5.142	6.908	7.962	23.542	26.296	28.845	32.000	36.267
17	5.697	7.564	8.672	24.768	27.587	30.191	33.409	37.718
18	6.265	8.231	9.390	25.989	28.869	31.526	34.805	39.156
19	6.844	8.907	10.117	27.204	30.144	32.852	36.191	40.582
20	7.434	9.591	10.851	28.412	31.410	34.170	37.566	42.007
21	8.034	10.283	11.591	29.615	32.671	35.479	38.932	43.401
22	8.643	10.982	12.338	30.813	33.924	36.781	40.289	44.786
23	9.260	11.688	13.091	32.007	35.172	38.076	41.638	46.161
24	9.886	12.401	13.848	33.196	36.415	39.364	42.980	47.568
25	10.520	13.120	14.611	34.382	37.652	40.646	44.314	48.976
26	11.160	13.844	15.379	35.563	38.885	41.923	45.642	50.390
27	11.809	14.572	16.161	36.741	40.113	43.194	46.953	51.804
28	12.461	15.303	16.929	37.916	41.337	44.461	48.278	53.209
29	13.121	16.047	17.708	39.087	42.557	45.722	49.588	54.586
30	13.787	16.791	18.493	40.256	43.773	46.979	50.892	55.972
35	17.152	20.689	22.465	46.059	49.802	53.203	57.342	60.775
40	20.707	24.433	26.509	51.805	55.758	59.342	63.691	66.766
45	24.311	28.366	30.612	57.505	61.656	65.410	69.957	73.166
50	27.991	32.357	34.764	63.167	67.505	71.420	76.154	79.430
60	39.039	40.482	43.166	74.397	79.092	83.298	88.379	91.962
70	49.335	48.758	51.739	85.527	90.531	95.023	100.426	104.216
80	59.172	57.153	60.391	96.578	101.879	106.629	112.329	116.321
90	68.166	65.647	69.126	107.565	113.145	118.136	124.116	128.299
100	77.328	74.222	77.929	118.498	124.342	129.561	135.807	140.169

Fuente: Investigación de Campo, 2013.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Un adecuado control de stock de mercaderías en el área comercial de una entidad, es una herramienta principal, pues generara un correcto funcionamiento de las operaciones, a través del cual se determina la cantidad y el tiempo en que se debe abastecer la bodega, para cumplir con la demanda de clientes.
- Conforme a la investigación realizada en el área de comercialización de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua, se concluye que es necesaria la implementación de un sistema de gestión de stock de mercaderías, ya que a través de ello se evitará pérdidas para la empresa, asegurando un crecimiento financiero y fidelidad de los consumidores.
- La correcta delimitación de funciones es también un elemento importante, ya que es necesario establecer detalladamente las funciones que deben realizar cada empleado, y controlar su cumplimiento, ya que el éxito del negocio radica en el compromiso de sus colaboradores.

5.2 Recomendaciones

- Realizar un análisis de los productos de mayor rotación en el comisariato y establecer el tiempo oportuno que se debe proveer los artículos, y así ganar la confianza de los clientes, lo cual genera un nivel adecuado de ventas y forma resultados positivos para la organización.
- Es importante realizar una clasificación de los artículos que representan un considerable porcentaje de la inversión de la empresa, para mantener un control más específico y así evitar posibles pérdidas
- Establecer y difundir las funciones de cada colaborador en el área de comercialización, evaluar su utilidad en base a un mejoramiento continuo, tomando en cuenta el grado de importancia que tienen los inventarios y por ende se considera primordial mantener un cuidadoso control.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

6.1. Datos informativos

6.1.1. Título

Sistema de gestión de stock como herramienta en el proceso de abastecimiento y almacenaje de mercaderías, para mejorar la rentabilidad del Área de Comercialización en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Tungurahua”.

6.1.2. Institución Ejecutora

Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua Ltda.

6.1.3. Beneficiarios

Con la implementación de un sistema de gestión de stock , el potencial beneficiario será el personal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua, en especial el área de comercialización, ya que se conseguirá mantener un stock equilibrado, evitar que exista un exceso inútil de mercaderías, conocer cuándo se debe emitir una orden de pedido, la cantidad que se debe solicitar y mantener un control de cada artículo que se debe mantener en stock, de esta manera existirá abastecimiento permanente de los productos, conllevando así a satisfacer

las necesidades de los consumidores, y asegurando su nivel de confianza y la fidelidad, obteniendo de esta manera que la rentabilidad de la entidad mejore constantemente.

6.1.4 .Ubicación

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua se encuentra actualmente ubicada en la Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Ciudadela Ingahurco, en la Avenida las Américas 1288 y Bolivia.

6.1.5. Tiempo

El tiempo estimado para la ejecución estará comprendido en el segundo semestre del año 2013.

6.1.6. Equipo Técnico Responsable

El equipo responsable será: investigadora, Tutor, Jefe de Comercialización. Contadora, Gerente de la Cooperativa de ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua.

6.1.7. Costo

El costo de la propuesta será de: 869 usd.

Tabla N° 20Rubro de Gastos

RUBRO DE GASTOS	VALOR
Investigación	450
Materiales	200
Internet	50
Impresiones	40
Movilización	50
Subtotal	790
Imprevistos 10%	79
TOTAL	869

Elaborado por: Paulina Tibán
Fuente: Investigación

6.2 ANTECEDENTES

La Cooperativa de ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua Ltda., fue aprobada mediante Acuerdo Ministerial N° 6242, el 19 de mayo de 1966, en el Registro General de Cooperativas consta inscrita el 24 de mayo de 1966, con N° orden 1536. En la actualidad cuenta con 3.200 socios, docentes, servidores activos o pasivos de diferentes instituciones educativas, requisito principal para ser aceptado como socio de la Cooperativa.

Conjuntamente con el trabajo en equipo de sus directivos y empleados en general, se han convertido en una institución que aporta significativamente con la colectividad.

Los directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua han establecido para la entidad una misión y visión encaminadas al mejoramiento continuo de la organización, las mismas que se mencionan a continuación:

MISIÓN

“Responder a la solución de necesidades económicas de los socios, mediante la concesión de préstamos y oferta de servicios de alta calidad con el compromiso ético y moral de directivos y empleados.”

VISIÓN

“La Cooperativa Educadores de Tungurahua será la entidad más sólida del sistema cooperativo de los educadores del país, generando confianza, credibilidad y contribuyendo con eficiencia y eficacia al desarrollo socio económico de sus afiliados bajo los preceptos solidarios del cooperativismo.”

La Cooperativa está dividida en dos secciones; considerando como su principal actividad la realizada en la sección de Ahorro y Crédito, a través del otorgamiento de créditos a sus socios. La sección de Comercialización, creada con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes a través de la venta de productos de primera necesidad, vestimenta y electrodomésticos, se considera también uno de los pilares fundamentales en el desarrollo de la Cooperativa ya que aquí se encuentra una considerable parte de la inversión y por ende se debe mantener un adecuado control para garantizar su crecimiento económico. Sin embargo en esta área específicamente se han detectado algunas anomalías internas en cuanto a su control y planificación en el proceso de compras y almacenamiento de mercaderías, lo cual está causando un alto grado de preocupación para los funcionarios de la Cooperativa.

A través del desarrollo de la presente investigación se logró establecer que la entidad no cuenta con un sistema de gestión de stock adecuado, por lo cual se están realizando comprar en altos volúmenes sin previo análisis y en algunas ocasiones la mercadería se ha deteriorado, por el tiempo de permanencia e incorrecta ubicación en bodega, generando disminución de la rentabilidad y desconfianza en algunos clientes que han devuelto los productos por encontrarse en mal estado.

McGraw,H.(2006:Internet)Gestión de stock y almacén. Logística comercial “un motivo para almacenar es tener el artículo disponible cuando lo demande el cliente. Hay que tener cuidado con esto, pues un stock excesivo puede conllevar unos mayores costes de almacén, que repercutirá en el precio de venta y, en consecuencia, en la demanda”

6.3 Justificación

Con el propósito de dar solución al problema existente en el área de comercialización de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua, se considera importante la implantación de un sistema de gestión de stock que contribuya a mejorar el control de mercaderías manteniendo un stock equilibrado.

La gestión de stock garantiza tener un abastecimiento adecuado para responder las necesidades de los clientes, contar con una planeación previa a la realización de pedidos, determinar ciclos de pedidos, revisar el estado de las mercaderías, y sobre todo evitar pérdidas para la empresa.

Uno de los objetivos fundamentales de la gestión de existencias es conseguir satisfacer las necesidades de los clientes, garantizando la llegada de los productos en tiempo, forma y cantidad esperados. Se considera importante ya que se ganará la confianza de los clientes y la

implementación de este sistema impulsará el mejoramiento continuo del área de comercialización.

6.4 Objetivos

6.4.1. Objetivo general

Estructurar un sistema de gestión de stock como herramienta en el proceso de aprovisionamiento y almacenaje de mercaderías para mejorar la rentabilidad del Área de Comercialización en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua.

6.4.2. Objetivos específicos

- Determinar políticas internas de aprovisionamiento de stock para mejorar el ciclo comercial en el área.
- Diseñar flujogramas para mejorar los procesos de la gestión de stock en el inventario disponible por la red comercial.
- Determinar el nivel de la rentabilidad del Área de Comercialización en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua en el año 2012.

6.5 Análisis de factibilidad

Es factible técnicamente por que se establecerá un control de stock integral para la determinación de costos, demanda y colocación, pues los controles actuales además de ser incompletos no garantizan que los mismos aporten información exacta para la toma de decisiones.

La factibilidad organizacional está encaminada al momento que la gestión administrativa, comercial y financiera formen una sinergia, la misma que aporte un eficiente aprovechamiento de los recursos empresariales.

En tanto que la factibilidad legal está delineada por el cumplimiento de las normativas internas para el manejo financiero y comercial, lo cual asegura el acceso a una mejor cobertura en el entorno.

6.6 Fundamentación

Administración de compras

Montoya, A. (2006). Administración de compras, pág. 66-67: El reto más importante del trabajo de un comprador consiste en decir cual mercancía y en qué cantidad debe comprar.

Obtención de Información:

Antes de tomar decisiones sobre el surtido que tendrá la tienda o el almacén, el comprador debe recopilar toda la información sobre:

Productos: Marcas, calidad, variedad, tamaños, tallas, actualidad o vigencia, legalidad de marcas y licencias, empaques, publicidad, servicios, etc.

Precios: de costo o adquisición, venta al público de similares. Precio de venta de los competidores.

Condiciones: descuentos, plazos, despachos, devoluciones.

Proveedores: fabricantes, distribuidores, mayoristas agentes.

También existe información complementaria o adicional relacionada con cada una de estas variables, propia del manejo de cada establecimiento, que es importante conocer y que no debe escapar al control del comprador.

Existen innumerables fuentes y formas prácticas de recopilar toda la información necesaria para estructurar el surtido característico que cada negocio ofrecerá a los clientes. El comprador para reunir esta información debe recurrir a los contactos personales con los proveedores, los clientes, el personal de ventas en los almacenes tiendas, también debe visitar la competencia, hacer investigaciones de mercado, consultar buzones de sugerencias, folletos, revistas., directorios especializados, internet, catálogos y en general medios publicitarios y de comunicación.

Este proceso de búsqueda de información, se puede considerar fundamental para la estructuración y posicionamiento del negocio, ya

que de la calidad y la profundidad con que se logre obtener la información dependerá la composición del surtido y sus precios.

En base a lo anteriormente citado se puede concluir que previo a la realización de compras de mercaderías, existen varias alternativas para reunir información y escoger la mejor alternativa para adquirir productos de buena calidad, variedad y al mejor precio, creando de esta manera una ventaja considerable ante la competencia.

La gestión de stocks

López, R. (2006). Operaciones de Almacenaje. Madrid. Paraninfo, pág. 68:

Cuando la actividad de la empresa es solo comercial, el stock se limita a mercaderías que se almacenan desde que se reciben del proveedor hasta que se venden a los clientes.

La gestión de stocks es la parte de la función logística que se encarga de administrar las existencias de la empresa. Los objetivos fundamentales que se persiguen para que la gestión de stocks sea lo más eficiente posible son dos:

- Almacenar la menor cantidad posible de artículos. Para reducir los costes derivados de tener mercaderías en el almacén, se intentará reducir el nivel de stock a lo imprescindible.
- Evitar las rupturas de stocks. Satisfacer los pedidos de los clientes es vital en un mundo competitivo como el actual.

Ambos objetivos son contradictorios. Si almacenamos cantidades insuficientes de artículos, estaremos dando a un nivel de servicio bajo, aunque el coste de almacenaje se mantenga en niveles mínimos. Si por el contrario, almacenamos más de lo debido estaremos dando un buen nivel de servicio, pero el coste de almacenaje se disparará. Por lo tanto, la gestión de stocks tiene la difícil misión de encontrar un equilibrio entre estos dos objetivos. Para ello, tendrá que determinar variables tales como:

- El nivel de stock de cada artículo: unidades que se almacenarán de cada artículo. Lógicamente, el stock de un artículo es un número variable, que irá bajando cuando vayamos vendiendo el artículo, y subiendo cuando lleguen los pedidos de los proveedores. Se trata de fijar los distintos niveles de stock, tales como el stock máximo o el stock de seguridad.

- Momento de emitir los pedidos: es lo que se denomina el punto de pedido o nivel de stock a partir del cual emitiremos un nuevo pedido.
- Cantidad a pedir en cada pedido o lote de pedido.

Como conclusión de la cita anterior, se puede indicar que la gestión de stock es una herramienta importante dentro de la empresa, ya que garantiza mantener un adecuado control de las existencias, evitando el aumento de costos por mantenimiento de la mercadería y el desabastecimiento, y de esta manera satisfacer las necesidades del cliente de manera oportuna y eficiente.

CLASES DE STOK

López, R. (2006). Operaciones de Almacenaje. Madrid. Paraninfo, pág. 70:

Los stocks de las empresas se pueden clasificar de múltiples formas:

Según la función :Según la función que tienen dentro de la empresa, los stocks se pueden clasificar en:

- Stock normal o de ciclo*: Es el stock necesario para atender la demanda normal de la empresa desde que recibimos un pedido hasta que recibimos el siguiente (tiempo de reaprovisionamiento).
- Stock de seguridad o protección*. Es el volumen de existencias que tenemos almacenadas por encima del necesario (stock de ciclo) para atender la demanda habitual de los clientes. Este stock tiene como finalidad evitar las rupturas de stock en caso de que no se produzcan:
 - *Retraso de los proveedores*.- Los proveedores tiene un plazo de entrega (desde que hacemos el pedido hasta que lo recibimos en el almacén) determinado. Si este plazo es sobrepasado, nos quedaremos sin existencias para atender la demanda.
 - *Fluctuaciones de la demanda*.- La demanda de los clientes no suele ser constante, sino que sufre oscilaciones imprevistas. Si la demanda es más alta de lo previsto, no tendremos suficientes existencias para atender esta demanda.
- Stock de especulación y anticipación*. En ocasiones las empresas compran y almacenan más de lo habitual para aprovechar precios bajos, cuando se piensa que estos precios no se mantendrán en el futuro.

También sería el caso del stock que se constituye para atender la demanda de productos de venta estacional (productos de temporada), tales como los bañadores o el turrón.

- d) *Stock máximo*: El stock máximo de un artículo suele alcanzarse en el momento en que un nuevo pedido llega al almacén. En este momento, el stock será lo que queda en el almacén (normalmente el stock de seguridad), más el lote de pedido que acaba de llegar.

En base a lo anteriormente indicado, se considera importante la clasificación de los stocks para conocer las cantidades que tenemos de mercaderías y saber el momento indicando para abastecer la bodega, y así mantener un control adecuado y hacer frente a las necesidades de los consumidores.

LOGISTICA

Portal,E. (2011). Se define como el proceso de administrar estratégicamente la adquisición, traslado y almacenamiento de materiales, partes y productos terminados de los proveedores a través de la organización, de tal manera que las utilidades actuales y futuras se incrementan al máximo mediante la entrega de pedidos que es efectiva en costo. También la Logística es el proceso de planeación, instrumentación y control eficiente y efectivo en costo del flujo y almacenamiento de materias primas, de los inventarios de productos en proceso y terminados, así como el flujo de la información respectiva desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de cumplir con los requerimientos de los clientes.

La cita anterior orienta hacia la importancia de la logística dentro de la empresa, a través de ello se mantendrá un control eficiente y efectivo en los procesos de compra y el conocimiento de la mercadería adquirida que esté en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado.

ALMACENAMIENTO

Casanovas, A. (2003), el almacenamiento se realiza de forma primordial, a la máxima reducción de circulación interna, por lo cual a pesar de que sea viable establecer un recorrido largo de distribución que abastezca a todos los lugares de almacenamiento, será conveniente por razones de eficacia establecer una vía de menos longitud para el acceso a los materiales de alta rotación y a los que ya están preparados para la distribución y situar los de mayor peso, los de

escasa rotación y los de reserva en la zonas adyacentes o zona más distantes.

El almacenamiento de materiales se considera también un proceso importante dentro de la gestión de stocks, complementando así el control y custodio de la mercadería, ya que ayuda a conocer la manera en la que se debe almacenar los artículos para evitar que sufran daños y ocasione pérdidas para la empresa.

Definición sistema ABC

McGraw, H. (2010) Gestión de stock y almacén: Para decidir sobre el grado de control que se presta a los diversos tipos de productos, muchas empresas suelen recurrir al método ABC, que deriva de la famosa ley de Pareto. Según ésta, en muchas situaciones económicas se observa que a un pequeño número de elementos de un conjunto (aproximadamente el 20%) le corresponde la mayor parte del valor de otro conjunto (en torno al 80%).

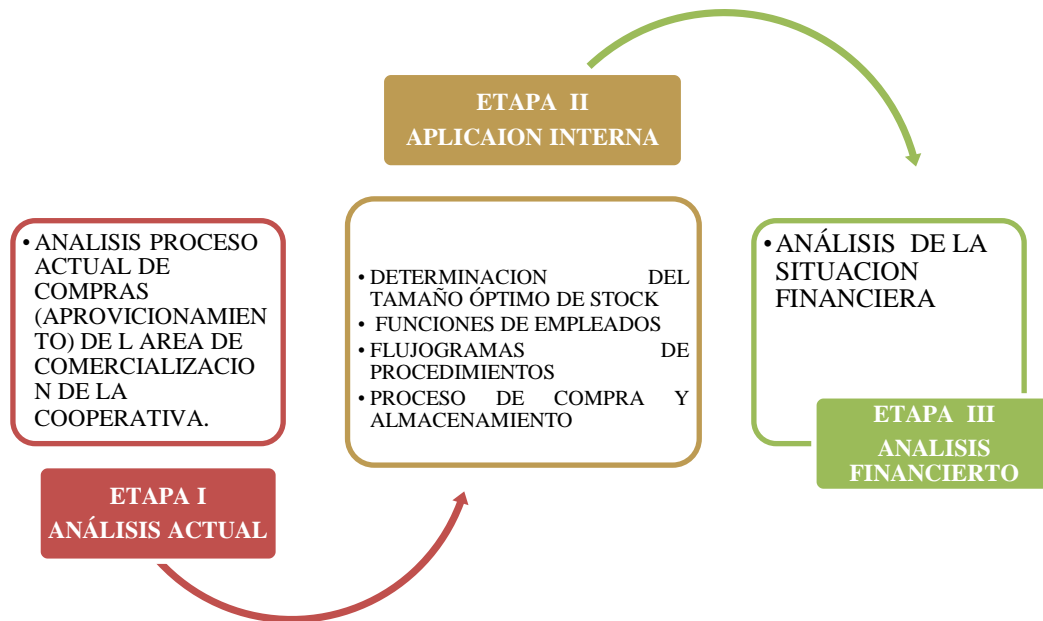
Así, por ejemplo, el 80% de la riqueza mundial está en manos del 20% de la población; el 80% de las ventas de una empresa corresponden a un 20% de los productos que la empresa comercializa, etc. Como se comprenderá, esta correspondencia (20-80) no es exacta. Viene a indicar, más bien, la desproporción que con frecuencia se da en el reparto de un determinado conjunto entre un grupo de elementos.

Esta desproporción también suele presentarse en el caso de las mercaderías. La constatación de esta realidad en un gran número de empresas impulsó la aplicación del método ABC para decidir el grado de atención que se iba a prestar a los diferentes productos. Este método consiste en dividir las existencias totales en tres grupos.

- **Grupo A.** Está formado por un número reducido de artículos (un 5-20%), pero que representa un gran porcentaje en cuanto al valor total del stock (un 60-80%).
- **Grupo B.** Suponen un número mayor de artículos (un 20-40%) y representan un 30-40% del valor total.
- **Grupo C.** Representa el mayor número de artículos almacenados (sobre un 50-60%), pero sólo representan un 5-20% del valor total del stock.

6.7 Metodología, Modelo operativo

Gráfico N° 16 Modelo operativo



I ETAPA

Análisis situacional

En el área de comercialización se han detectado falencias en cuanto al control de las mercaderías, ya que no cumplen con procedimientos, para lo cual es importante considerar y analizar la situación actual de la entidad:

Compras de mercaderías (aprovisionamiento): Dentro de esta actividad se incluye la realización de los pedidos, el transporte y el almacenaje de los productos que la empresa va a vender a sus clientes.

En el proceso de compras no se efectúa un análisis previo a la selección de proveedores, se lo realiza en base a la costumbre, la entidad tiene sus

llamados proveedores de confianza, por lo que al recibir la mercadería no se realiza una revisión de los productos antes de ingresarlos a bodega.

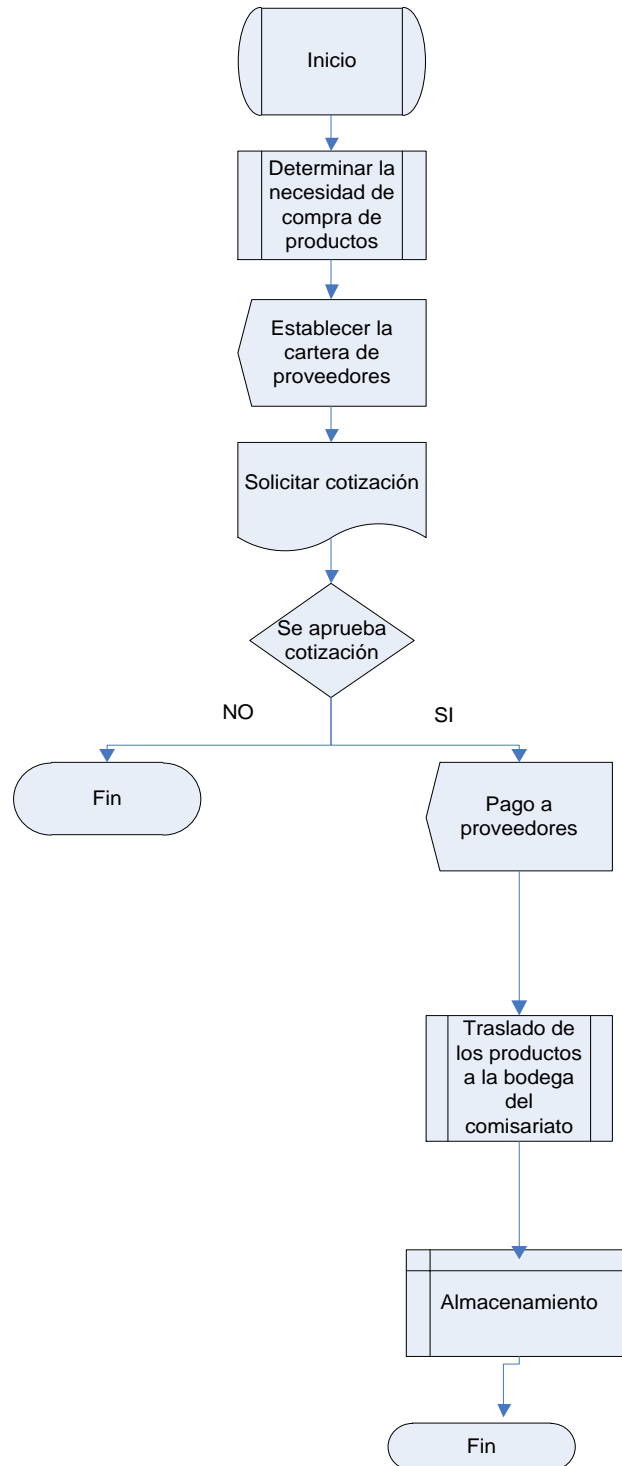
Para la entidad es importante satisfacer las necesidades de los clientes, sin embargo esto ha conllevado a generar cierto grado de confusión, pues se pretende satisfacer la demanda de los consumidores abasteciendo la bodega con una elevada cantidad de productos, de los cuales la mayoría han quedado sin venderse, han sufrido daños, y en varias ocasiones han realizado ofertas con estos artículos a fin de recuperar el costo de venta, sin generar utilidad.

A continuación se detalla el proceso que actualmente existe en el área de comercialización al realizar compras de mercaderías:

AREA DE COMERCIALIZACION DE LA COOPERATIVA DE AHORRO
Y CRÉDITO EDUCADORES DE TUNGURAHUA

Gráfico N°17

FLUJO DE ACTIVIDAD DE COMPRA



Fuente: Área de Comercialización
Elaborado por: COACET

Otra de las falencias en cuanto al control de mercaderías es la ubicación de los artículos, ya que en la bodega no existe un orden adecuado, el personal encargado de esta actividad ordena los artículos a su parecer ya que desconoce sus funciones.

Se considera importante establecer una clasificación de los productos que representen mayor valor para la entidad, en relación del total.

CLASIFICACIÓN DE LOS STOCKS EN ABC

Debido al extenso número de artículos existentes en el Área de Comercialización, se ha tomado como referencia las secciones que existen, para realizar una clasificación de los stocks en ABC

Tabla N° 21 Secciones del Área de Comercialización

SECCIONES
ELECTRODOMESTICOS
ART. PRIMERA NECESIDAD
ROPA
ART.ASEO PERSONAL
ART PARA EL HOGAR
CONFITERIA
CARNES
ENLATADOS
ART. LIMPIEZA
LACTEOS
VERDURAS
ZAPATOS

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Área de Comercialización

**Tabla N° 22 APLICACIÓN SISTEMA ABC A LAS SECCIONES DEL
ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN**

	SECCIONES	% PART. POR ARTICULO	CONSUMO VALORIZACION	% CONSUMO TOTAL
1	ELECTRODOMESTICOS	8,33	\$ 197.496,23	23,92
2	ART. PRIMERA NECESIDAD	8,33	\$ 277.685,42	33,64
3	ROPA	8,33	\$ 74.987,54	9,08
4	ART.ASEO PERSONAL	8,33	\$ 65.333,45	7,91
5	ART PARA EL HOGAR	8,33	\$ 36.693,70	4,44
6	CONFITERIA	8,33	\$ 63.121,32	7,65
7	CARNES	8,33	\$ 8.756,32	1,06
8	ENLATADOS	8,33	\$ 22.939,02	2,78
9	ART. LIMPIEZA	8,33	\$ 23.589,65	2,86
10	LACTEOS	8,33	\$ 38.569,23	4,67
11	VERDURAS	8,33	\$ 6.475,12	0,78
12	ZAPATOS	8,33	\$ 9.875,11	1,20
		100,00	\$ 825.522,11	100

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Estados Financieros Área de Comercialización

Tabla N° 23 Clasificación ABC

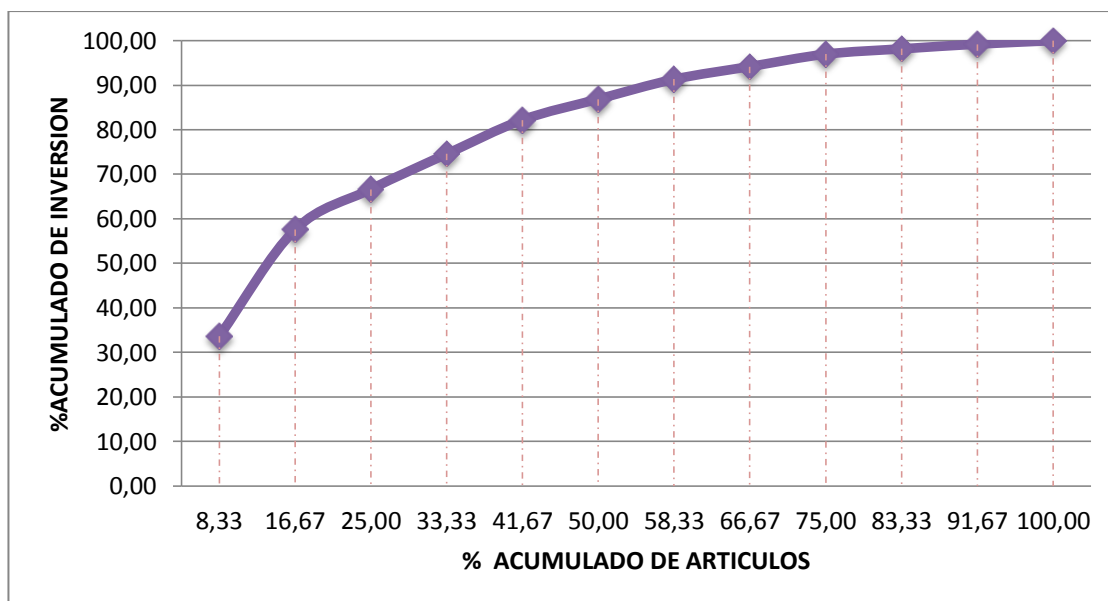
	SECCIONES	% PART. POR ARTICULO	CONSUMO VALORIZACION	% CONSUMO TOTAL	% PART. ACUMULADA	% VALOR ACUMULADO	
1	ART. PRIMERA NECESIDAD	8,33	\$ 277.685,42	33,64	8,33	33,64	A
2	ELECTRODOMESTICOS	8,33	\$ 197.496,23	23,92	16,67	57,56	
3	ROPA	8,33	\$ 74.987,54	9,08	25,00	66,64	B
4	ART.ASEO PERSONAL	8,33	\$ 65.333,45	7,91	33,33	74,56	
5	CONFITERIA	8,33	\$ 63.121,32	7,65	41,67	82,21	
6	LACTEOS	8,33	\$ 38.569,23	4,67	50,00	86,88	
7	ART PARA EL HOGAR	8,33	\$ 36.693,70	4,44	58,33	91,32	C
8	ART. LIMPIEZA	8,33	\$ 23.589,65	2,86	66,67	94,18	
9	ENLATADOS	8,33	\$ 22.939,02	2,78	75,00	96,96	
10	ZAPATOS	8,33	\$ 9.875,11	1,20	83,33	98,15	
11	CARNES	8,33	\$ 8.756,32	1,06	91,67	99,22	
12	VERDURAS	8,33	\$ 6.475,12	0,78	100,00	100,00	
		100,00	\$ 825.522,11	100,00			

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

GRÁFICO CLASIFICACION BAJO EL SISTEMA ABC

Gráfico N° 18



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

El método ABC permite diferenciar los productos que necesitan una mayor atención en términos de tiempo y control.

Los del grupo A, en este caso las secciones formadas por los artículos de primera necesidad y los electrodomésticos, éstos necesitan un control máximo, ya que estos artículos representan la inversión que tiene la cooperativa respecto al total de artículos. Sin embargo, para los del grupo B la atención disminuye, sin dejar de mantener su respectivo control, como se indica en el cuadro en este grupo encontramos ropa, artículos aseo personal, confitería, lácteos y artículos para el hogar. Para el grupo C se mantendrá un control inferior comparado a los anteriores, entre ellos están las secciones de: artículos de limpieza, enlatados, zapatos, carnes y verduras.

II ETAPA

APLICACION INTERNA

DETERMINACION DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE STOCK

Consiste en la determinación de la cantidad apropiada que debe mantenerse en stock para el consumo, venta o distribución de los productos, y no causar amortización de capital o falta de provisión.

Existen varios métodos para realizar el cálculo del stock, de acuerdo al flujo del material que está dado por el consumo o demanda.

- Determinación de Stocks
- Índice de rotación
- Consumo mínimo o combinado.

EJEMPLO PRÁCTICO

A continuación se aplicará un ejemplo práctico para conocer el cálculo para la determinación de las clases de stock, para lo cual se empleará uno de los artículos de mayo rotación. La información utilizada para el cálculo se obtendrá de la Kardex del producto seleccionado.

Se aplicará las fórmulas establecidas en función a las unidades requeridas por los consumidores en cada mes, estableciendo así:

Stock de Seguridad o de Reserva

Stock de Pedido

Stock Mínimo

Stock Máximo

Tabla N° 24 COMSUMOS
MENSUALES

MESES	UNIDADES
Enero	60
Febrero	50
Marzo	40
Abril	60
Mayo	70
Junio	70
Julio	90
Agosto	80
Septiembre	70
Octubre	110
Noviembre	120
Diciembre	140
UNIDADES CONSUMIDAS EN EL AÑO	960

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

Se clasifica el consumo por unidades de la siguiente manera:

Consumo Máximo Mensual	140	
Consumo Promedio Mensual	80	
Consumo Mínimo Mensual	40	
Consumo Diario	2,67 =	3 por día
Tiempo de Reposición	15 días	

Para realizar el cálculo de los stocks se utilizará la siguiente simbología:

SR= Stock de Seguridad
SP= Stock de Pedido
SMn= Stock Mínimo
SMx= Stock Máximo

CMx= Consumo Máximo
Cmn= Consumo Mínimo
Cpr= Consumo Promedio
Cd= Consumo Diario

t= En Días
T= En Meses

CALCULO DE STOCK DE SEGURIDAD

El stock de seguridad sirve para cubrir demandas inesperadas o retrasos de entrega por parte de los proveedores.

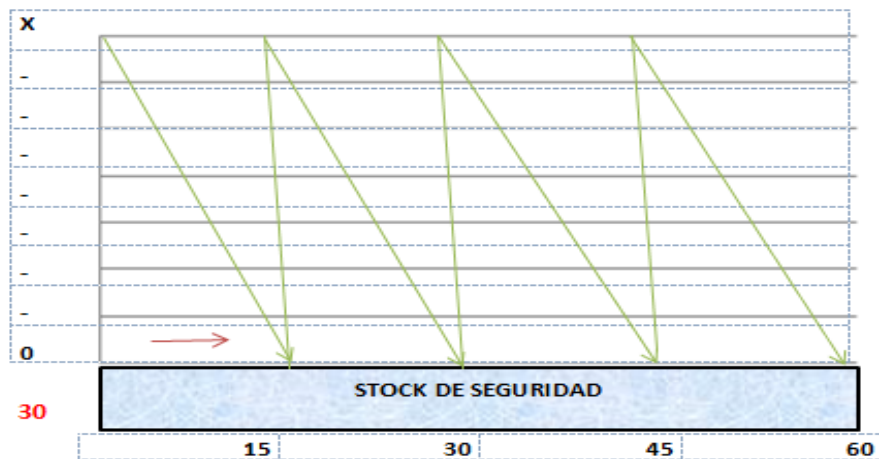
Fórmula:

$$SR= (CMx-CPr)T$$

$$SR= (140-80)+0,50$$

$$SR= 30 \text{ Unidades}$$

Gráfico N° 19 STOCK DE SEGURIDAD



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

Ante posibles imprevistos en la demanda de mercaderías, el stock de seguridad que debe mantener la empresa es de 30 unidades. Es decir la

entidad deberá poseer esta cantidad como reserva para hacer frente a las ventas.

CALCULO DE STOCK DE PEDIDO

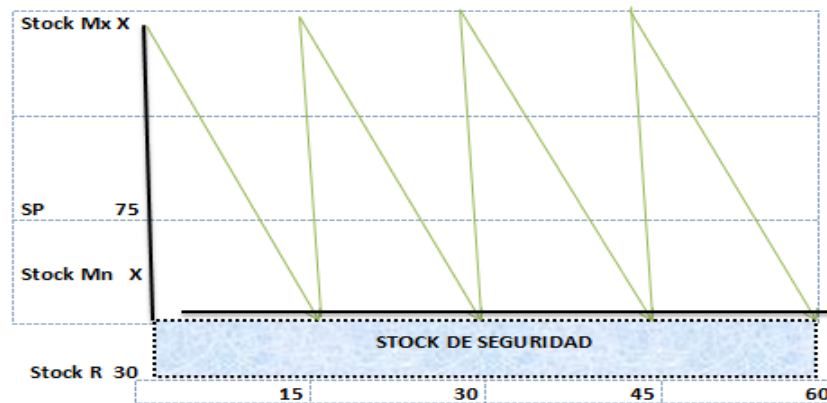
A través de este cálculo se conocerá el nivel de existencias a partir del cual hay que realizar un nuevo pedido.

Fórmula: $SP = SR + (Cd * t)$

$SP = 30 + (3 * 15)$

$SP = 75$ Unidades

Gráfico N° 20 STOCK DE PEDIDO



Elaborado por: Paulina Tibán
Fuente: Investigación

La empresa debe realizar un nuevo pedido de mercaderías cuando el stock llegue a tener 75 unidades, para evitar quedarse desabastecido.

CALCULO DE STOCK MÍNIMO

Es la exigencia mínima que se debe tener hasta que llegue el nuevo pedido, conociendo el consumo diario y el tiempo que demora la reposición.

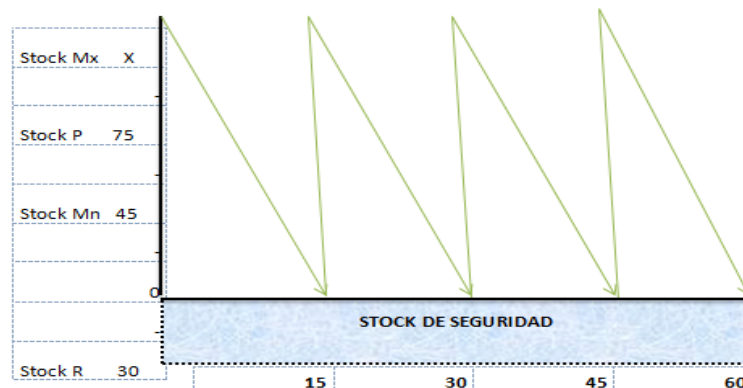
Fórmula:

$$SMn = Cd \cdot t$$

$$SMn = 3 \cdot 15$$

$$SMn = 45 \text{ Unidades}$$

Gráfico N° 21 STOCK MÍNIMO



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

Según el resultado obtenido, la empresa debe mantener un mínimo de 45 unidades, para atender a los consumidores, mientras llega el nuevo pedido

CÁLCULO DE STOCK MÁXIMO

Es la cantidad máxima que se debe tener en existencia, sin considerar el stock de seguridad o reserva.

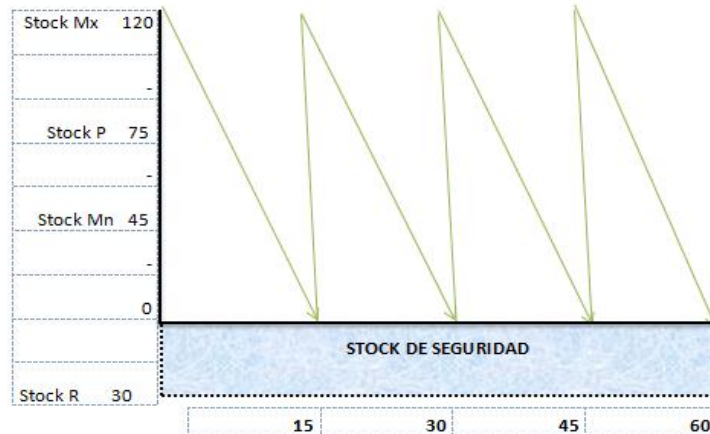
Fórmula:

$$SMx = SMn + SP$$

$$SMx = (45 + 75)$$

$$SMx = 120 \text{ Unidades}$$

Gráfico N° 22 STOCK MÁXIMO



Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

El stock máximo calculado es de 120 unidades, las cuales se deben mantener sin tomar en cuenta las 30 unidades que representa el stock de seguridad o de reserva.

ROTACION DEL INVENTARIO

La rotación de inventario mide el número de veces que se vende o consume las mercaderías en un periodo determinado.

Inventario Inicial	100
Compras Netas	1050
Inventario Final	150

ROTACION DE INVENTARIO

$$R.I = \frac{\text{COSTO DE VENTAS}}{\text{INVENTARIO MEDIO}}$$

$$\text{COSTO DE VENTAS} = \text{INV. INICIAL} + \text{COMPRAS NETAS} - \text{INV. FINAL}$$

$$\text{INVENTARIO MEDIO} = \frac{(\text{INV. INICIAL} + \text{INV. FINAL})}{2}$$

$$R.I = \frac{\text{COSTO DE VENTAS}}{\text{INVENTARIO MEDIO}}$$

$$R.I = \frac{100 + 1050 - 150}{(100 + 150)/2}$$

$$R.I = \frac{1000}{125}$$

$$R.I = 8 \quad \text{veces}$$

A través de la aplicación de la fórmula de rotación de inventarios se puede establecer: Qué cantidad se debe comprar y cada qué tiempo

$$\text{Cantidad} = \frac{Q}{R.I}$$

$$\text{Tiempo} = \frac{t}{R.I}$$

$$\text{Cantidad} = \frac{1000}{8}$$

$$\text{Tiempo} = \frac{360}{8}$$

$$\text{Cantidad} = 125 \text{ unidades}$$

$$\text{Tiempo} = 45 \text{ días}$$

En base a la información obtenida, se establecer que se debe realizar la compra de 125 unidades cada 45 días.

COSTO MÍNIMO COMBINADO

También conocido como Lote Económico de Compra, en el cual se considera los costos adicionales que implica la gestión de stocks como:

- Costo de procesar el pedido
- Costo de realizar la compra
- Costo de mantener el stock en bodega
- Costo de arriendo, servicios básicos, etc.

CÁLCULO DEL COSTO MINIMO COMBINADO

Aplicación: Con la información de rotación de inventario anterior adicionamos:

El costo de permanencia inventario medio 20%

El costo e hacer cada pedido \$50,00

Valor por cada unidad 500,00

Tabla N° 25 TABLA DE CÁLCULO COSTO MINIMO COMBINADO

N° Pedidos	Cantidad de Pedido	Costo Total	V. Inv. Medio	20% Costo Permanencia Inv Medio	Costo de cada pedido	Costo Minimo Combinado
1	1000	\$ 50.000,00	\$ 25.000,00	\$ 5.000,00	\$ 50,00	\$ 5.050,00
2	500	\$ 25.000,00	\$ 12.500,00	\$ 2.500,00	\$ 100,00	\$ 2.600,00
3	250	\$ 12.500,00	\$ 6.250,00	\$ 1.250,00	\$ 200,00	\$ 1.450,00
4	200	\$ 10.000,00	\$ 5.000,00	\$ 1.000,00	\$ 250,00	\$ 1.250,00
5	125	\$ 6.250,00	\$ 3.125,00	\$ 625,00	\$ 400,00	\$ 1.025,00
6	111	\$ 5.550,00	\$ 2.775,00	\$ 555,00	\$ 450,00	\$ 1.005,00
7	100	\$ 5.000,00	\$ 2.500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00
8	91	\$ 4.550,00	\$ 2.275,00	\$ 455,00	\$ 550,00	\$ 1.005,00
9	83	\$ 4.150,00	\$ 2.075,00	\$ 415,00	\$ 600,00	\$ 1.015,00
10	71	\$ 3.550,00	\$ 1.775,00	\$ 355,00	\$ 700,00	\$ 1.055,00

En base a los resultados obtenidos en la Tabla anterior se puede indicar que si la empresa realiza un pedido, una vez incluidos los costos que representa la realización del mismo se genera un costo mínimo combinado de \$5050,00.

DEFINICION DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS

La gestión de stock en el proceso de compras en el área de comercialización, implica que siempre sean consideradas, de forma exhaustiva, todas las actividades fundamentales, asociadas necesariamente a cualquier canal logístico, que permita mantener un control de las mercaderías existentes.

CONTROL DE MERCADERIAS:

La forma de llevar una correcta gestión de stock de mercaderías de cada empresa varía de acuerdo a las políticas internas establecidas, ya que a través de su correcta aplicación dependerá el buen desenvolvimiento a la hora de controlar su stock.

Es importante mencionar que los controles básicos, se deben realizar constantemente, y estos inician desde el momento que ingresan los artículos provenientes de las compras efectuadas, realizando la verificación de la cantidad y calidad de productos adquiridos.

En el almacenamiento de la mercadería se debe considerar el espacio físico de la bodega, mantener un orden adecuado y colocar los productos de acuerdo a las características de cada uno de ellos.

Además se deberá analizar los puntos de mayor vulnerabilidad, ya que así se puede predecir los futuros errores y corregirlos a tiempo.

Asignación de funciones específicas del Área de comercialización:

Toda empresa está formada por un equipo de personas que poseen diferentes valores y actitudes, por lo tanto, para manejar las relaciones

humanas, los directivos deben poseer las habilidades necesarias para así poder evaluar al equipo de personas.

Es importante que cada empleado conozca las funciones específicas que debe realizar y sus responsabilidades, especialmente en el proceso de compra de mercaderías. Los empleados directamente relacionados con este proceso son: el jefe de bodega, quien es el responsable de analizar el stock y solicitar la compra, entre otras funciones; y el bodeguero ya que se encarga de la revisión y custodio de los productos.

Para ejecutar de forma coordinada las funciones que debe cumplir, es necesario conocer las actividades que realiza cada persona, y como deben hacerlas, para ello un organigrama es una fuente importante para conocer los procesos y los niveles de sus funciones, los cuales deben ser exclusivos de cada departamento:

DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO EDUCADORES DE TUNGURAHUA

RESPONSABILIDADES DE LA UNIDAD

- Atención a socios de la Cooperativa
- Facturación de venta de productos
- Mantener estándares de calidad
- Administración de productos del área de comercialización
- Mejora continua

FUNCIONES DEL PERSONAL DEL AREA DE COMERCIALIZACION

Objetivo

Facilitar la comprensión de las funciones que cada empleado tiene dentro del Área de Comercialización, dando a conocer las responsabilidades específicas que deben realizar en el manejo de mercaderías, garantizando así el cumplimiento de objetivos .



JEFE DE COMERCIALIZACION

Productos de bodega	Adquisición de mercadería
Mantener el control de existencia de mercadería y solicitar la adquisición de productos, previo a un análisis de los artículos para el abastecimiento del Comisariato y Almacén.	Realizar la adquisición de mercadería a proveedores vía telefónica o mediante visitas físicas, de acuerdo a lo aprobado por la respectiva comisión, dentro de las políticas y procedimientos establecidos.
Recepción de mercadería	Ingreso de facturas en el sistema
Efectuar el ingreso al sistema de los productos de primera necesidad solicitada a los diferentes proveedores, previa la recepción física por parte de los auxiliares de comercialización.	Ingresar al sistema las facturas por compras, verificando los requisitos legales, para mantener actualizado el inventario de bodega y posterior contabilización; así como el trámite de aprobación de las mismas por parte de la Gerencia para el pago respectivo.
En lo que tiene relación con las prendas de vestir, electrodomésticos y más productos, verificar que lo despachado por los proveedores esté acorde a lo solicitado; y, disponer al Auxiliar de Bodega la recepción física, para finalmente ingresar al sistema e imprimir las respectivas etiquetas para cada producto.	
Bajas de inventarios	Reportes oportunos de bodega
Elaborar, informar, gestionar y custodiar las actas de baja y destrucción de mercadería, previo procedimiento correspondiente.	Emitir reportes oportunos para el cuadro físico y la rotación de productos, con el fin de identificar caducados y de baja rotación, para proceder con la devolución o perchado de los mismos, respectivamente.

Procedimiento para los productos caducados	Exhibición de productos
Una vez identificados los productos caducados, contactarse con el proveedor para su respectiva reposición, notificando a Tesorería la suspensión del pago.	Coordinar el egreso de productos de bodega a las perchas del área de comercialización, con el fin de efectuar una adecuada exhibición de los mismos y generar la venta respectiva.
Banco de proveedores	Mejora continua
Mantener en el sistema de la Institución toda la información actualizada de los proveedores y sus ofertas. Y Efectuar cotizaciones en el mercado a nivel nacional y local, mejorando las alternativas de compra de productos para el comisariato.	Buscar, sugerir e implantar iniciativas que mejoren los resultados globales en su unidad, permitiendo la creación y el desarrollo de nuevas oportunidades, así como la optimización de los recursos disponibles

Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

FUNCIONES DEL PERSONAL DEL AREA DE COMERCIALIZACION



Objetivo: Facilitar la comprensión de las funciones que cada empleado tiene dentro del Área de Comercialización, dando a conocer las responsabilidades específicas que deben realizar en el manejo de mercaderías, garantizando así el cumplimiento de objetivos .

Recepción de mercadería	Exhibición de mercadería
Recibir, verificar y certificar la recepción de mercadería, entregar las facturas a la encargada de bodega para el ingreso al sistema, colocar los productos en perchas y poner precios de acuerdo al listado entregado.	Ordenar adecuadamente los productos en las perchas y estanterías del comisariato verificando que se encuentren visiblemente ubicados los precios y con un óptimo aseo, organización y presentación.
Seguridad y custodia de la mercadería	
Custodiar y velar por la seguridad del área de comercialización, a fin de evitar pérdidas, destrucción o manipulación indebida de la mercadería por parte de socios y público en general.	Al ingreso del local receptor y ubicar en los casilleros correspondientes los bolsos, mochilas, portafolios y paquetes que porten los socios y público en general, a fin de dar facilidad en la compra de productos y precautelar los intereses de la Institución.
Observar cualquier movimiento inusual de personas que generen sospecha y comunicar inmediatamente a sus compañeros y solicitar ayuda a la fuerza pública.	
Arreglo de bodega	Inventarios
Ordenar los productos existentes en la bodega, observando las medidas de aseo y seguridades pertinentes, con el fin de precautelar la correcta conservación de los mismos.	Comunicar a la persona encargada de bodega, la existencia por fecha de caducidad o falta de productos para nuevas adquisiciones, con el fin de asegurar un adecuado stock y rotación de los mismos.
Control de productos	Toma física de inventarios
Realizar el control de fechas de caducidad de los productos en perchas y bodegas, para asegurar una adecuada rotación de los mismos o devolución a los proveedores.	Participar conjuntamente con todo el equipo de comercialización en la toma física de inventarios para comprobar la veracidad de los registros automatizados con los reportes de contabilidad.

AUXILIAR DE COMERCIALIZACION

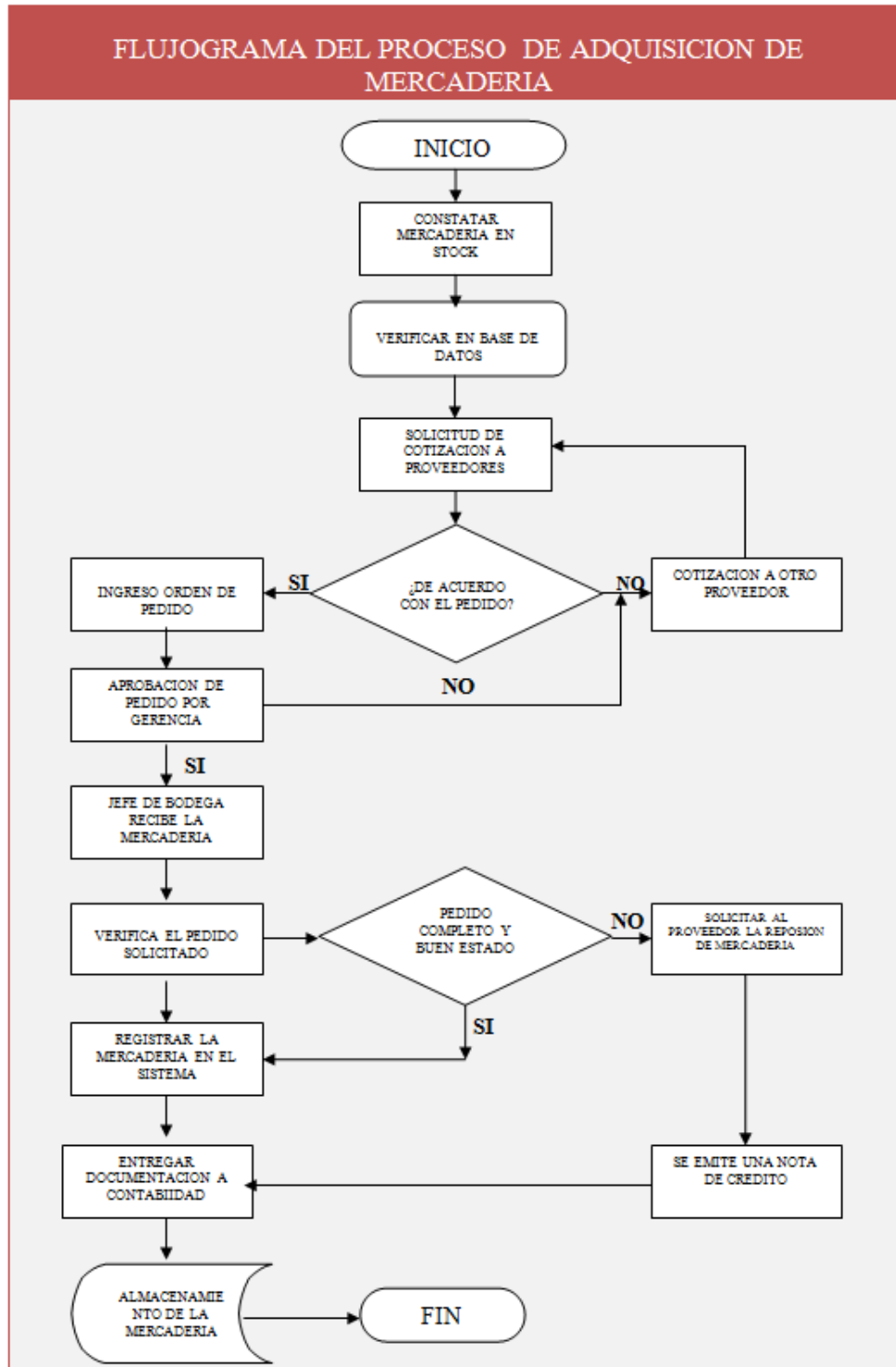
Elaborado por: Paulina Tibán

Fuente: Investigación

PROCESOS DE ADQUISICION DE MERCADERIAS

- 1 El jefe de comercialización realiza una constatación de mercaderías en stock
- 2 Se verifica la base de datos de proveedores.
- 3 Se envía una solicitud de cotización y se realiza un análisis de la misma.
- 4 Solicita cotización de productos.
- 5 Se aprueba cotizaciones.
- 6 Si las condiciones no están de acuerdo con el pedido se enviara las cotizaciones a otro proveedor.
- 7 Si las condiciones están de acuerdo con el pedido se ingresara una orden de pedido.
- 8 La gerencia por medio de una reunión de consejo vera si aprueba el pedido.
- 9 Si la gerencia no aprueba la orden de pedido se procederá a enviar las cotizaciones a otro proveedor.
- 10 Si la gerencia aprueba la orden de pedido el jefe de bodega recibe la mercadería.
- 11 Se procese a verificar el pedido solicitado
- 12 Si la orden de pedido se encuentra en mal estado e incompleto se procederá a solicitar al proveedor la reposición de la mercadería.
- 13 Se emite una nota de crédito y se procede a entregar la documentación necesaria a contabilidad.
- 14 Si la orden de pedido se encuentra en completo y en buen estado se debe registrar la mercadería en el sistema.
- 15 Si procede a entregar la documentación a contabilidad
- 16 Se almacena la mercadería recibida
- 17 Se concluye el proceso de adquisición de mercadería.

Gráfico N° 23



Elaborado por: Paulina Tibán
Fuente: Investigación

PROCESOS DE ALMACENAMIENTO DE LA MERCADERIA

JEFE DE BODEGA:

- 18 El jefe de almacenamiento prepara las instalaciones para recibir la mercadería
- 19 Se verifica si las instalaciones tiene en el espacio disponible y adecuado.
- 20 Si las instalaciones dispone del espacio físico adecuado se procede a recibir la mercadería.
- 21 Si las instalaciones no dispone del espacio físico se hace una reorganización de la mercadería existente
- 22 Una vez que el bodeguero concluya con el proceso de almacenamiento supervisa que la mercadería este colocada ordenadamente.
- 23 Se concluye con el proceso de almacenamiento de mercadería

BODEGUERO:

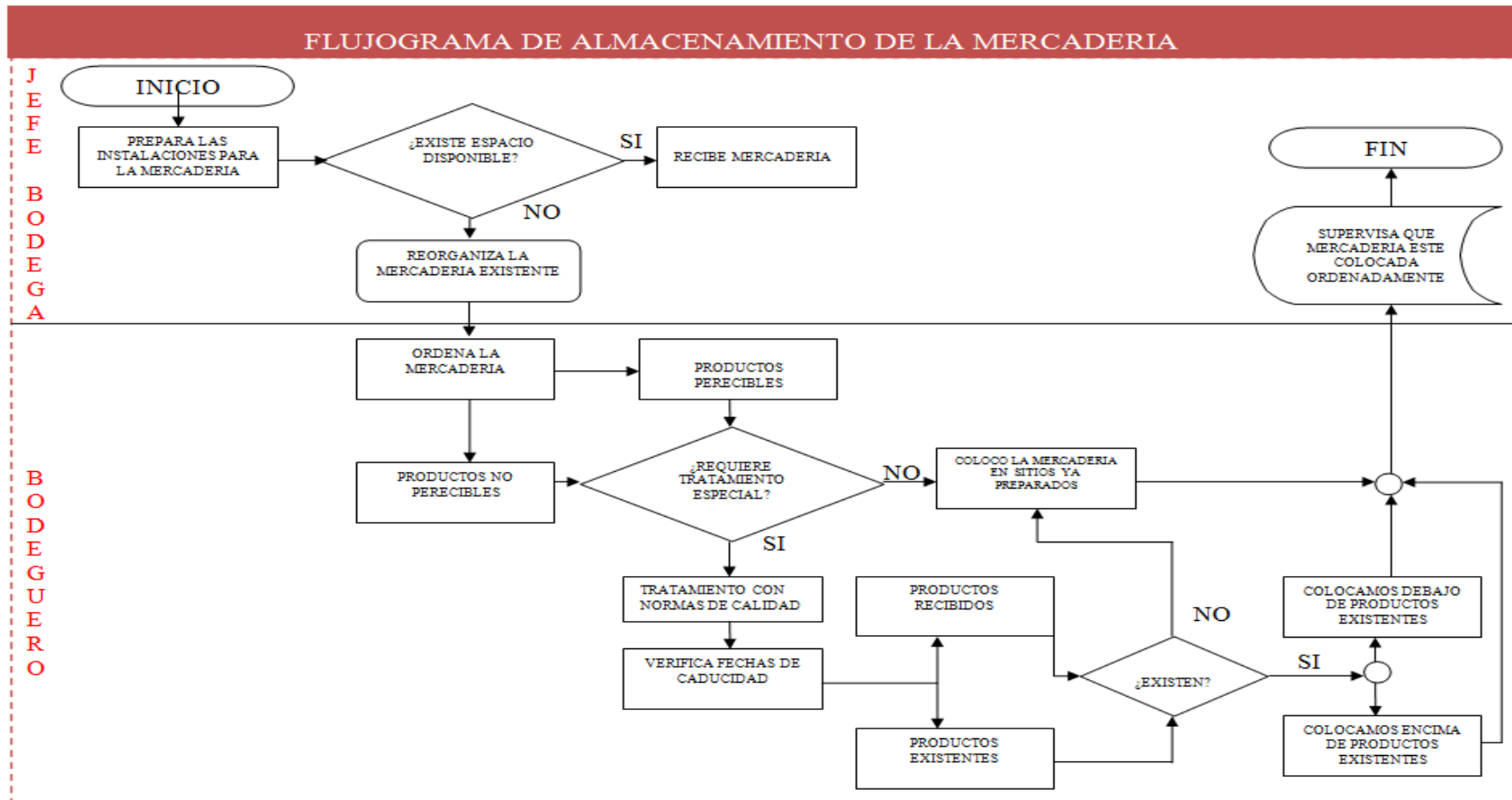
- 1 Se procede a ordenar la mercadería por productos perecibles y productos no perecibles.
- 2 Se hace un análisis donde sabremos si se requiere un tratamiento especial
- 3 Si no se necesita de un tratamiento especial se procede a colocar la mercadería en sitios ya preparados
- 4 Se supervisa que la mercadería este ordenadamente colocada
- 5 Se concluye con el proceso de almacenamiento de la mercadería.
- 6 Si se necesita de un tratamiento especial se procederá a incluir las normas de calidad a los productos
- 7 Se verifica las fechas de caducidad de cada uno de los productos
- 8 Se clasifico por productos recibidos y productos exigentes
- 9 Si no existen los productos se procede a colocar la mercadería en sitios ya preparados

10 Se supervisa que la mercadería este ordenadamente colocada

11 Se concluye con el proceso de almacenamiento de la mercadería.

12 Si existen los productos recibidos y existentes se procede a colocar encima de cada uno de ellos

Gráfico N° 24



Elaborado por: Paulina Tibán
Fuente: Investigación

ETAPA III

INDICADORES FINANCIEROS

Un indicador financiero es una relación de las cifras extractadas de los estados financieros y demás informes de la empresa con el propósito de formarse una idea como acerca del comportamiento de la empresa; se entienden como la expresión cuantitativa del comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes, cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomaran acciones correctivas o preventivas según el caso.

INDICADORES DE SOLVENCIA

Este indicador mide la relación a corto plazo del capital propio con el capital ajeno, el cual se interpreta como el número de unidades disponibles para hacer frente a la deuda a corto plazo.

FORMULA:

$$\text{RAZON CIRCULANTE} = \frac{\text{ACTIVO CIRCULANTE}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$$

$$\text{RAZON CIRCULANTE} = \frac{2012061.19}{838048.33} = 2.40$$

En base al resultado obtenido el área de comercialización de la cooperativa tiene \$ 2.40 por cada dólar que debe, lo cual indica que la entidad es muy solvente a corto plazo y puede hacer frente a sus obligaciones.

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

Los indicadores de endeudamiento permiten medir el nivel de financiamiento que tiene la empresa, determinando en que porcentaje

participan los acreedores dentro del sistema de financiación, igualmente medir el riesgo que corren los acreedores, obteniendo información importante acerca de los cambios que se deben hacer para lograr que la rentabilidad no se perjudique por las deudas que mantenga la empresa.

Formula:

$$\text{RAZON DE ENDEUDAMIENTO} = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

$$\text{RAZON DE ENDEUDAMIENTO} = \frac{\$ 838,048.32}{\$ 2,051,879.82} = 40.84\%$$

Según el resultado obtenido la Cooperativa se encuentra financiada, un 40.84% lo cual corresponde al capital ajeno. Por lo cual se considera que existe un porcentaje elevado de los activos de la Cooperativa que no son propios.

INDICADOR DE ROTACION DE INVENTARIO

La rotación del inventario es la cantidad de veces que el inventario debe ser reemplazado durante un determinado período de tiempo, generalmente un año. Es uno de los indicadores utilizados en la gestión de inventarios, ya que refleja la eficacia y el número de veces que ha rotado la mercadería, desde el proveedor hasta el cliente.

FORMULA:

$$\text{ROTACION DEL INVENTARIO} = \frac{\text{VENTAS NETAS}}{\text{INVENTARIOS}}$$

$$\text{ROTACION DEL INVENTARI} = \frac{825522.11}{161521.76} = 5.11$$

Según el resultado obtenido se puede manifestar que el inventario ha rotado 5.11 veces en el año lo que se considera un nivel eficiente lo que refleja que la cooperativa tiene gran demanda en sus productos, por lo cual es importante establecer un adecuado control de la mercadería, que garantice la aceptación que mantiene hasta hoy con los consumidores.

INDICADOR DE LIQUIDEZ

Este indicador también se conoce como prueba acida, es parecida al indicador de solvencia, sin tomar en cuenta el rubro de mercaderías, debido a que esta cuenta representa un valor significativo dentro del activo de la empresa.

FORMULA:

$$\text{LIQUIDEZ} = \frac{\text{ACTIVO CIRCULANTE} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$$

$$\text{LIQUIDEZ} = \frac{2012061.19 - 161521.76}{838048.33} = 2.20$$

El resultado obtenido indica que la Cooperativa dispone de \$2.20 de forma inmediata para cubrir cada dólar de obligaciones corrientes, por lo que no necesariamente se debe vender toda la mercadería para hacer frente a sus deudas. La empresa maneja de forma eficiente su activo circulante.

INDICE DE COBROS

Este índice mide el periodo promedio, expresado en los días que la empresa tarda en recuperar sus ventas a crédito.

$$\text{INDICE DE COBROS} = \frac{\text{CUENTAS POR COBRAR}}{\text{VENTAS PROMEDIO DIARIAS}}$$

$$\text{INDICE DE COBROS} = \frac{132476.98}{593.62}$$

$$\text{INDICE DE COBROS} = 223$$

El resultado obtenido indica que la empresa tiene pendiente de cobro una cantidad significativa y en relación a las ventas diarias tardará 223 días en recuperar sus ventas a crédito.

ROTACION DEL ACTIVO FIJO NETO

Este índice mide la eficiencia en la utilización de maquinaria, equipos, planta bienes muebles, etc., en la generación de ventas.

$$\text{RAFN} = \frac{\text{VENTAS NETAS}}{\text{ACTIVO FIJO NETO}}$$

$$\text{RAFN} = \frac{825522.11}{31721.96}$$

$$\text{RAFN} = 26.02$$

El resultado obtenido indica que en un año la empresa utiliza sus activos fijos 26 veces, esto quiere decir que la entidad está utilizando su maquinaria eficientemente para la generación de ventas.

RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS

A través de este índice se conoce la razón que mide la utilidad bruta por cada dólar de ventas. Su fórmula de cálculo es el siguiente:

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS} = \frac{\text{UTILIDAD BRUTA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS} = \frac{64797,21}{825522.11}$$

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS} = 0.08$$

La utilidad bruta representa el 0.08, lo cual indica que por cada dólar en ventas se obtiene 0.08 de utilidad, por lo que se muestra que la utilidad es considerablemente inferior.

6.8 Administración de la propuesta

La administración directa estará a cargo del Gerente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua, el Área de Comercialización y el departamento de contabilidad quienes serán los encargados de vigilar el inicio, desarrollo y establecimiento del sistema de gestión de stock, cabe señalar que en el transcurso del tiempo este deberá ser ajustado a los requerimientos de la empresa conforme avance su actividad comercial y su revisión deberá ser constante y permanente.

6.9 Previsión de la evaluación

La evaluación se ha contemplado mediante las siguientes actividades:

- Evaluación ex antes.- es decir al momento de establecer la problemática de no contar con un modelo de control de stock.
- Evaluación en proceso.- este tipo de evaluación promoverá un monitoreo el momento de la aplicación de la propuesta.
- Evaluación después.- aquí se generara la comparación del nivel comercial de la empresa una vez aplicado el modelo propuesto.

Bibliografía

- Fierro, Ángela. (2007). *Diagnóstico Financiero*. México: Mc Graw Hill.
<http://www.aplegis.com>. (Marzo de 2008). Recuperado el 20/05/2013
- Las estrategias de Marketing y su incidencia en la imagen corporativa de la empresa Aromas de la ciudad de Ambato*. (2011). Ambato.
- Acevedo, N. (s.f.). *Administración*. Venezuela.
- Ángela, Fierro. (2007). *Diagnóstico Financiero*. México: Mc Graw Hill.
- Armstrong, G. (2012). *Dirección de Marketing* (Octava Edición ed.). México: PEARSON.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: PEARSON.
- Caicedo, G. (Lunes de Enero de 2011). [www. el financiero.com/ia/economía.html](http://www.el-financiero.com/ia/economía.html). Recuperado el 2013
- Carlos, S. (1995). *Metodología científica*. Buenos Aires: Panamericana.
- César, Bernal. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: PEARSON.
- Coopers & Lybrand S.A. (1997). *Los nuevos conceptos del Control Interno (Informe COSO)*. Díaz de Santos.
- Córdova, Marcial. (2003). *Foprmulación de Pproyectos*. España: ECOE.
- Correa, H. (1999). *Auditoría de Gestión*.
- Daniel, M. (2004). *Reingeniería* (Primera ed.). México: Mc Graw Hill.
- Economía48. (2008). *La Gran Enciclopedia de Economía*. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/control-interno-contable/control-interno-contable.htm>
- Eisner, A. B. (2011). *Textos y casos Administración estratégica* (Quinta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Fayol, H. (1916). *Teoría clásica de la Administración*.
- Fernando, A. (2011). *Las estrategias de marketing y su incidencia en la imagen corporativa de la empresa Aromas de la ciudad de Ambato*. Ambato.

- Ferrer, J. (2010). *Técnicas de investigación*.
- Giménez, M. y. (2000). *Guía de interculturalidad* (Segunda ed.). Madrid: Gestión.
- Gody, R. (2013). *Gerencie.com*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/metodo-del-promedio-ponderado.html>
- Hernandez, C. (2000). *Plan de Marketing Estratégico* (Segunda ed.). España: Gestión.
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. Chile: Mc Graw Hill.
- Hill, C. (2009). *Enfoque de la Administración Estratégica* (Tercera Edición ed.). Bogota.
- Internet. (s.f.). *aulafacil.com*. Obtenido de <http://www.aulafacil.com/gestion-stocks/curso/Lecc-29.htm>
- Jácome, H. (2013). Las cooperativas manejan cerca de \$6.000 millones en activos. *El Telégrafo*.
- Jean, L. (2003). *Marketing Estratégico* (Sexta ed.). Mexico: Mac Graw Hill.
- Jennifer, O. (2010). Estrategias de crecimiento y su incidencia en el volumen de ventas de la empresa DISORT de la ciudad e Ambato.
- Jiménez, A. (10 de 02 de 2013). *BBVA*. Recuperado el 10 de 02 de 2013, de <http://www.bbvacontuempresa.es/marketing/que-importante-controlar-el-stock-nuestra-empresa>
- Kotler, P. (2006). *Marketing*. México: Pearson.
- Lideres. (s.f.). www.recistalideres.ec/marca-marketing. Recuperado el Lideres de 2013
- López, R. (2006). *Operaciones de Almacenaje*. Madrid: Thomson Editores.
- Luis, H. (2010). *Tutoría de la Investigación Científica* (Cuarta ed.). Quito, Tungurahua: Gráficas Corona.
- Luis, P. (2004). *Ingeniería de Servicios* (Primera ed.). Bogotá: Mc Graw Hill.

- Mantilla, S. (2007). *Control Interno Informe COSO*. Bogotá - Colombia: ECOE.
- Marcial, Córdova. (2003). *Foprmulación de Pproyectos*. España: ECOE.
- María, D. (2010). La comunicación y su incidencia en al imagen corporativa de la empresa MILLENIUM. Ambato.
- Münch , L. (1995). *Fundamentos de la Administración*. Mexico: 5.
- Philip, K. (2012). *Marketing* (Decimocuarta ed.). México: Pearson.
- Porter, M. (2003). *Ventaja Competitiva* (Sexta ed.). Argentina: Mc Graw Hill.
- Roberto, Hernández. (2010). *Metodología de la Investigación*. Chile: Mc Graw Hill.
- Ruth, G. W. (2010). Imagen Corporativa a través del Diseño publicitario para el Club Deportivo UTN. *Imagen Corporativa a través del Diseño publicitario para el Club Deportivo UTN*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- S.A, C. E. (1998). *Marketing y ventas*. España: Cultural Ediciones.
- Santiago, V. (2009). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Santiago, Valderrama. (2011). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación*. Perú: San Marcos.
- Selltiz. (2000). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). España: Mac Graw Hill.
- Sociales, R. d. (2008). *scielo*. Obtenido de Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo:
http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-95182008000100008&script=sci_arttext
- Thom, L. (2011). *Administración estrategica* (Quinta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Thomas, D. (2004). *El Marketing como arma competitiva* (Segunda ed.). España: Mac Graw Hill.
- Trejos, A. (2008). gestion de control de stock. En *Gestión logística, Stocks, almacenes y bodegas.Seminarios Andinos*.

- Universo, E. (Agosto de 2013). *http://comercioexterior.com.ec*. Recuperado el 2013, de *http://comercioexterior.com.ec*.
- Urbina, B. (2001). *Evaluación de proyectos* (Tercera ed.). México: Mac Graw Hill.
- Valderrama, S. (2011). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación*. Perú: San Marcos.
- William, S. (2004). *Fundamentos del marketing* (Décimotercera ed.). México: Mc Graw Hill.
- Zamora, A. (2008). *La rentabilidad , ventajas*.
- AMAT O (2000) Contabilidad Externa. Lo que se aprende en los mejores MBA. ED Gestión.
- BACA G(2001) Evaluación de Proyectos 4 edición. Ed. Mc Graw Hill. México.
- CUATRECASAS L (2000). Gestión Económica- Financiera de la Empresa. Editorial Alfaomega, México.
- DEAKIN E (2002) Efectos del control de Inventario. Alfaomega Editores. México.
- DÍAS A (2000) Gestión de la producción, aspectos operativos. Lo que se aprende en los mejores MBA. ED Gestión.
- HERRERA L (2004) Tutoría de la investigación científica. DIMERINO Editores. Quito.
- HOGARTY B (2004) Administración de la producción e Inventarios. CECSA Compañía Editorial Continental.
- LAWRENCE J (1996) Administración Financiera. ED Harla S.A.

- MARCAIDA J (1992) Contabilidad General. Hispano Americana.
- MARTÍNEZ F .J. (1996) Análisis de estados contables: comentarios y ejercicios, Ed. Pirámide, Madrid.
- MORENO J (2003) Planificación Financiera. Editorial Continental. México.
- NARASIMHAN S (2000) Planeación de la producción y control de inventarios. Ed. McGraw Hill. México.
- NEUNER J (2000) Contabilidad de Costos. Limusa.
- RIGGS J (1999) Sistema de producción y control de inventarios. Noriega Editores. Venezuela.
- URÍAS V (1995): Análisis de estados financieros, Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- VELASQUEZ M (1996) Administración de los Sistemas de Producción. ED. McGraw Hill.
- VORIS. William (1998) Administración de la Producción. Ed. McGraw Hill. México.

Anexos

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DE LA COOPERATIVA DE
AHORRO Y CREDITO EDUCADORES DE TUNGURAHUA**

OBJETIVO

Determinar si se lleva a cabo un adecuado control de stocks en el área de comercialización

Datos informativos

Nombre:.....

Área de trabajo.....

Tiempo de trabajo en la empresa:.....

INSTRUCCIONES

LEA DETENIDAMENTE LAS PREGUNTAS Y MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA A LA INTERROGANTE PLANTEADA

1) ¿Cómo califica la gestión de stock en el área de comercialización?

- a) MUY BUENO ()
- b) BUENO ()
- c) MALO ()

2) ¿Para seleccionar a los proveedores, que aspectos se consideran de mayor importancia?

- a) DESCUENTOS Y PROMOCIONES ()
- b) LA CALIDAD Y VARIEDAD DE LOS PRODUCTOS ()
- c) LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES ()
- d) NINGUNO ()

3) ¿La empresa cuenta con un stock de seguridad para cubrir la demanda de productos ante posibles imprevistos?

- a) SI ()
- b) NO ()

4) ¿Se realizan análisis de máximos y mínimos para la compra de cada producto?

- a) SI ()

b) NO ()

5) ¿Existe un control físico de los productos que se recibe antes de ingresar a bodega?

a) SIEMPRE ()

b) CASI SIEMPRE ()

c) NUNCA ()

6) ¿Se ha recibido devoluciones del cliente periódicamente por mercadería dañada u obsoleta?

a) SI ()

b) NO ()

7) ¿Cómo califica usted la rentabilidad que genera actualmente el área de Comercialización?

a) MUY BUENA ()

b) REGULAR ()

c) MALA ()

8) ¿Considera necesario establecer un sistema de gestión de stock en el área de comercialización para mejorar la rentabilidad de la Cooperativa?

a) SI ()

b) NO ()

9) ¿Cómo afecta a la empresa las mercaderías que se dañan o faltan en bodega?

a) DISMINUCION DE UTILIDADES ()

b) GENERA COSTOS DE ALMACENAMIENTO ()

c) PÉRDIDA DE CLIENTES ()

10) ¿Considera necesario establecer una evaluación al retorno de la inversión en el área de comercialización?

a) SI ()

b) NO ()

Gracias por su colaboración

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1890049369001
RAZON SOCIAL: COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO EDUCADORES DE TUNGURAHUA LTDA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO:** ABIERTO **MATRIZ** **FEC. INICIO ACT.:** 26/05/1966
NOMBRE COMERCIAL: COAC EDUCADORES DE TUNGURAHUA LTDA. **FEC. CIERRE:**
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

ACTIVIDADES DE INTERMEDIACION MONETARIA REALIZADA POR COOPERATIVAS
VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN SUPERMERCADOS
VENTA AL POR MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS EN SUPERMERCADOS
VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y ACCESORIOS

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: LA MERCED Ciudadela: INGAHURCO Calle: AV. LAS AMERICAS Número: 12-88 Intersección: BOLIVIA Referencia: A TRES CUADRAS DE LA PLAZA JUAN CAJAS Telefono Trabajo: 032521354 Telefono Trabajo: 032521414 Telefono Trabajo: 032521243 Fax: 032521354 Email: secretariagerencia@coacet.com Web: WWW.COACET.COM

No. ESTABLECIMIENTO: 002 **ESTADO:** ABIERTO **FEC. INICIO ACT.:** 01/05/1969
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

ACTIVIDADES DE ALQUILER DE BIENES INMUEBLES PARA VIVIENDA
ACTIVIDADES DE ALQUILER DE LOCAL COMERCIAL

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: LA MERCED Barrio: INGAHURCO Calle: AV. LAS AMERICAS Número: 0106 Intersección: BOLIVIA Referencia: A TRES CUADRAS DEL TERMINAL TERRESTRE Telefono Trabajo: 032521354 Telefono Trabajo: 032521414 Telefono Trabajo: 032521243 Fax: 032521354

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE: 
Usuario: CGGV030907 **Lugar de emisión:** AMBATO/BOLIVAR-189001 **Fecha y hora:** 20/12/2011 12:36:37

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**



NUMERO RUC: 1890049369001
RAZON SOCIAL: COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO EDUCADORES DE TUNGURAHUA LTDA
NOMBRE COMERCIAL: COAC EDUCADORES DE
CLASE CONTRIBUYENTE: ESPECIAL
REPRESENTANTE LEGAL: GUERRERO VILLACRES IRMA JEANETH
CONTADOR: USIÑA AYALA NANCY GUADALUPE

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 25/05/1955 **FEC. CONSTITUCION:** 25/05/1955
FEC. INSCRIPCION: 31/10/1991 **FECHA DE ACTUALIZACION:** 20/12/2011

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE INTERMEDIACION MONETARIA REALIZADA POR COOPERATIVAS

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: LA MERCED Ciudadela: INGAHURCO Calle: AV. LAS AMERICAS
Número: 12-88 Intersección: BOLIVIA Referencia ubicación: A TRES CUADRAS DE LA PLAZA JUAN CAJAS Telefono
Trabajo: 032521354 Telefono Trabajo: 032521414 Telefono Trabajo: 032521243 Fax: 032521354 Email:
secretaria@gerencia@coacet.com Web: WWW.COACET.COM

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- * DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- * DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACION MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 002 **ABIERTOS:** 2
JURISDICCION: REGIONAL CENTRO TUNGURAHUA **CERRADOS:** 0

[Firma manuscrita]
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

Usuario: CGGV030907 **Lugar de emisión:** AMBATO/BOLIVAR 1580 **Fecha y hora:** 20/12/2011 12:36:37

