



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniera de Empresas**

**Tema: “El control de Inventarios y su incidencia en el
servicio al cliente de MEGAFERRETERO CHIMG en
la ciudad de Ambato.”**

AUTOR: Zoraya Lisseth Rodríguez Correa

TUTOR: Lic. Mg. Viviana Solís

AMBATO – ECUADOR

Julio 2014



APROBACIÓN DEL TUTOR

Lic. Viviana Solís

CERTIFICA:

Que el presente trabajo ha sido prolijamente revisado. Por tanto autorizo la presentación del Trabajo de Graduación “**El control de Inventarios y su incidencia en el servicio al cliente de MEGAFERRETERO CHIMG**” el mismo que responde a los requisitos establecidos en el reglamento de graduación para obtener el título terminal del tercer nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Julio 2014.

.....
Lic. Viviana Solís

TUTOR

AUTORÍA DE LA TESIS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Zoraya Lisseth Rodríguez Correa, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación previo a la obtención del título de Ingeniero de Empresas son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.

Ambato, Julio 2014

Srta. Zoraya Lisseth Rodríguez Correa

C.I. 1721045670

AUTOR

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos docentes Miembros del Tribunal de Grado aprueban el Trabajo de Graduación, **“El control de Inventarios y su incidencia en el servicio al cliente de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG”** el mismo que ha sido elaborado de conformidad con los requisitos del reglamento de graduación para obtener el Título Terminal de tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas de la Carrera de Organización de Empresas.

f).....
Ing. MBA. Leonardo Ballesteros

f).....
Ing. MBA. José Herrera

Ambato, Julio 2014.

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución. Cedo los derechos en líneas patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo a reproducir de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando ésta reproducción no suponga una ganancia económica y de realice respetando mis derechos de autor.

Autor

.....
Zoraya Lisseth Rodríguez Correa

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada en primer lugar a **DIOS**, mi fuerza, mi fortaleza y pilar fundamental en mi vida.

A mi madre Elva.

Quien con una decisión acertada, me envió a esta ciudad a estudiar, y sobresalir como profesional, no tengo más que agradecerte que aunque muy pequeña te fuiste de mi lado físicamente, has estado más cerca que nunca de mi corazón.

A mi hermana y cuñado.

Quienes durante todos estos años se han convertido en mi apoyo, en mis segundos padres, quienes me enseñaron, que no hay peor lucha que aquella que no la emprendemos, con tanto esfuerzo, dedicación y paciencia han sabido introducirse en esa ardua tarea de ser padres y guías, no puedo más que agradecerles y dedicarles este logro tan importante en mi vida.

A todas aquellas personas, que hoy se me escapan de mi memoria pero están en mi corazón, quienes ayudaron a que este sueño se cumpla con esfuerzo y tenacidad.

Lisseth

AGRADECIMIENTO

A la esta institución, la Universidad Técnica de Ambato que ha sabido, guiar en cada paso estudiantil que he dado mi más sincera gratitud por los conocimientos impartidos.

Un profundo y sincero agradecimiento para la Lic. Mg. Viviana Solís tutora, por la paciencia y de la misma manera sus recomendaciones bajo el conocimiento y experiencia que le caracterizan.

A mis familiares y amigos, por el apoyo brindado, estimulando a que este logro en mi vida sea también celebrado.

Lisseth.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE LA TESIS	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
EL PROBLEMA.	3
1. TEMA DE INVESTIGACIÓN.	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN	3
1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO.....	8
1.2.3 PROGNOSIS.....	8
1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES O INTERROGANTES	9
1.2.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	9
1.3 JUSTIFICACIÓN	10
1.4 OBJETIVOS	11
1.4.1 General	11
1.4.2 Específicos	11

CAPITULO II	12
MARCO TEÓRICO.....	12
2.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	12
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	14
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	15
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	19
2.4.1 CONTROL INTERNO (Conceptualización de la Variable Independiente).....	23
2.4.1.1 PROCEDIMIENTOS DE CONTROL.....	23
2.4.1.2 MANEJO DE INVENTARIOS.	24
2.4.1.3 CONTROL DE INVENTARIOS.....	25
2.4.1.4 MANUALES.....	26
2.4.2.1 CALIDAD DE SERVICIO	30
2.4.2.2 ATENCIÓN AL CLIENTE	31
2.4.2.3 SERVICIO AL CLIENTE	32
2.5 HIPÓTESIS.....	32
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	32
CAPITULO III.....	33
METODOLOGÍA	33
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	34
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	35
3.5 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	36
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	38
3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	38
3.8 PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.	39
CAPITULO IV.....	41
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	41
4.1 ANÁLISIS DEL ASPECTO CUANTITATIVO.....	41

4.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS ENCUESTA	42
4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	52
CAPITULO V	56
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
5.1 CONCLUSIONES	56
5.2 RECOMENDACIONES	57
CAPITULO VI.....	58
PROPUESTA.....	58
6.1. DATOS INFORMATIVOS	58
6.2 ANTECEDENTES.....	63
6.3 JUSTIFICACIÓN	63
6.4 OBJETIVOS	64
6.4.1 General.....	64
6.4.2 Específicos.....	64
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	64
6.6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO	66
6.6.1 Organigrama.....	66
6.6.2 Organigrama Funcional.....	67
6.6.3 Distribución del espacio en las áreas de trabajo.....	68
6.6.4 Manual de procedimientos	69
6.7 METODOLOGÍA MODELO OPERATIVO	75
6.7.1 Análisis Interno de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG	78
6.7.2 Diagnóstico de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG	79
6.7.3 Plan de acción	79
6.8 ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA	108
Web gráfica.....	109
Bibliografía	109
Anexos.....	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE INDEPENDIENTE	36
Tabla No. 2 OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE DEPENDIENTE.....	37
Tabla No. 3: RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	38
Tabla No. 4: TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	39
Tabla No. 5 No hay existencia de productos.....	42
Tabla No. 6 Espera de despachos de productos	43
Tabla No. 7 Satisfactoria atención en el sector de despachos.....	44
Tabla No. 8 Producto requerido encontrado	45
Tabla No. 9 Productos en mal estado.....	46
Tabla No. 10 Servicio POST-VENTA.....	47
Tabla No. 11 Atención satisfactoria.....	48
Tabla No. 12 Reclamos de productos	49
Tabla No. 13 Asesor con conocimiento en el producto	50
Tabla No. 14 Cambio de producto por no encontrar físicamente	51
Tabla No. 15 Frecuencia Observada	53
Tabla No. 16 Frecuencia Esperada.....	54
Tabla No. 17 Cálculo chi cuadrado.....	54
Tabla No. 18 Recursos materiales.....	60
Tabla No. 19 Recursos tecnológicos	61
Tabla No. 20 Recursos humanos.....	61
Tabla No. 21 Otros Recursos	61
Tabla No. 22 Total inversión	62
Tabla No. 23 Presupuesto	62
Tabla No. 24 Las 9 “S”	73
Tabla No. 25 Metodología del modelo operativo	75
Tabla No. 26 Plan recolección de la información.....	76
Tabla No. 27 Técnicas e instrumentos de investigación	77
Tabla No. 28 Principios de las 9 “S”	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Categorización Supra de la Variable Independiente	19
Gráfico N° 2 Categorización Infra de la Variable Independiente	20
Gráfico N° 3 Categorización Supra de la Variable Dependiente	21
Gráfico N° 4 Categorización Infra de la Variable Dependiente	22
Gráfico N° 5 No hay existencia de productos	42
Gráfico N° 6 Espera de despachos de productos	43
Gráfico N° 7 Satisfactoria atención en el sector de despachos	44
Gráfico N° 8 Producto requerido encontrado	45
Gráfico N° 9 Productos en mal estado	46
Gráfico N° 10 Servicio POST- VENTA	47
Gráfico N° 11 Atención satisfactoria	48
Gráfico N° 12 Reclamos de productos	49
Gráfico N° 13 Asesor con conocimiento en el producto	50
Gráfico N° 14 Cambio de producto por no encontrar físicamente	51
Gráfico N° 15 Representación Gráfica Chi Cuadrado	55
Gráfico N° 16 Organigrama estructural de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG .	71
Gráfico N° 17 METODOLOGÍA DEL MODELO OPERATIVO	74

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa MEGAFERRETERO CHIMG, se dedica a la comercialización de materiales de construcción y acabados, durante 15 años en el mercado, tiempo en el cual ha experimentado, un crecimiento considerable, posicionando su marca como una de las principales ferreterías del centro del país. Actualmente la empresa se encuentra en etapa de cambios y crecimiento, por ende es necesario implementar nuevos sistemas de control y dirección, con la finalidad de obtener un crecimiento ordenado, acertado y preciso.

El presente trabajo de investigación se ha enfocado en una de las áreas neurálgicas de la empresa como son sus inventarios, el propósito firme de analizar este problema dentro de la empresa es el implementar un manual de control de inventarios con la finalidad de mejorar la satisfacción del cliente.

Los datos obtenidos en esta investigación de campo esta aplicada tanto a los clientes internos como a los externos de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG, al realizar la investigación se determina y se encuentran los principales problemas como: quejas, reclamos, retrasos en los despachos, anulaciones de facturas, porque deben realizar cambios de productos por falta física de los mismos.

Después de haber determinado cuales son los problemas y puntos principales que ocasionan inconvenientes a los clientes de MEGAFERRETERO CHIMG, dando como resultado el no concretar las ventas, y la mala imagen que el cliente se lleva de la empresa, se determina el implementar un manual de control de inventarios, el mismo que permitirá mejorar la atención al cliente, y su entera satisfacción.

PALABRAS CLAVES:

Manual, control, inventarios, clientes.

ABSTRACT

The Company MEGAFERRETERO CHIMG is dedicated to the marketing of building materials and finishes, for 15 years in the market, in which time has experienced considerable growth, positioning the brand as one of the major hardware stores in the Midwest. Currently the company is in process of change and growth, so it is necessary to implement new systems of control and direction, in order to obtain a neat, accurate and precise growth.

This research work has focused on one of the nerve areas of the company, such as inventories, the firm purpose of analyzing this problem within the company, is to implement a manual inventory control for the purpose of improving satisfaction customer.

The information obtained in this research field is applied to both internal and external customers of the company MEGAFERRETERO CHIMG, determined to do the research and find the main problems as: complaints, claims, delays in deliveries, cancellations of invoices, because customers make product changes due to lack of stock.

After determining which are the main issues and points that cause inconvenience to customers MEGAFERRETERO CHIMG, resulting in no concrete sales and the bad image that the customer takes the company is determined to implement a manual inventory control, allowing to improve care and customer satisfaction.

KEYWORDS:

Manual control, inventory, customers.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de graduación cuyo tema es el control de inventarios y su incidencia en el servicio al cliente de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG de la ciudad de Ambato, con su propuesta de un manual de control de inventarios.

En el primer capítulo contiene lo relacionado con el problema como: Tema, Planteamiento, Contextualización, análisis crítico, pronosis, formulación del problema, y lo referente a la delimitación del objeto de investigación, la justificación mediante este proceso se analiza el problema de la empresa, causas, efectos; razón que se realiza la investigación para encontrar soluciones al problema planteado y cómo han evolucionado las herramientas, principios, técnicas, métodos y procedimientos para ayudar a plantear objetivos que se quiere alcanzar en la presente investigación.

En el segundo capítulo se presenta una generalización de los antecedentes investigativos, la fundamentación en la que se basa, el investigador en forma directa, y de la misma manera la hipótesis a comprobar y las variables.

En el tercer capítulo comprende la descripción de la metodología empleada para el desarrollo de la investigación tanto para recabar información como para el análisis de los datos. Así mismo se puede observar el tipo y modalidad de la investigación, la población, la Operacionalización de variable, plan de recolección y procesamiento de la información

En el cuarto capítulo encontramos el análisis de las encuestas realizadas a los clientes externos, con sus respectivos gráficos, análisis e interpretaciones, explicando la verificación de la hipótesis planteada, al igual que la aplicación del chi cuadrado.

El quinto capítulo comprende de: conclusiones y recomendaciones desde el punto de vista del autor, con la finalidad de que de acuerdo a esto la gerencia pueda tomar decisiones adecuadas y oportunas, con la finalidad de mejorar el servicio al cliente

En el sexto capítulo se presenta la propuesta, utilizando el método de las 9 “s”, metodología que nos ayuda a realizar una evaluación previa de la situación de la empresa, y determinar la viabilidad de la propuesta realizada.

CAPITULO I

EL PROBLEMA.

1. TEMA DE INVESTIGACIÓN.

El Control de Inventarios y su incidencia en el Servicio al cliente de MEGAFERRETERO CHIMG en la ciudad de Ambato.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El control de inventarios repercute el servicio al cliente de MEGAFERRETERO CHIMG.

1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN

El manejo de Inventarios en nuestro país ha sido uno de las principales encrucijadas que las empresas privadas del **ECUADOR** han tenido que abatir, más sin embargo es este el motor de toda empresa comercial ya que el mismo produce la mayor parte de ingresos

por no decirlo en su totalidad a la empresa privada por lo que se debe ser muy sigiloso en el manejo del mismo.

El control del inventario es uno de los aspectos de la administración que en la micro y pequeña empresa es muy pocas veces atendido.

El empresario difícilmente encuentra tiempo para llevar a cabo todas las funciones que el mismo se pudo haber asignado como son: compras, ventas, producción, el manejo de personal, manejo del dinero, trámites bancarios, legales, contables y administrativos. Ocupa su tiempo más en cuestiones operativas o tácticas que en labores de orden estratégico.

Esto muchas veces ocurre porque debe enfocarse en generar dinero y apagar incendios ahora. Simplemente controlar el stock o inventario no produce beneficios inmediatamente.

En una PYME normalmente no se tienen registros fehacientes, un responsable, políticas o sistemas que le ayuden a esta fácil pero tediosa tarea.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

San Juan Bautista de Ambato, es una ciudad ecuatoriana, capital de la provincia de Tungurahua. Es también conocida como "Cuna de los Tres Juanes", "Tierrita Linda",

"Fénix del Ecuador", "Ciudad Cosmopolita", "Tierra Ternura", "Jardín del Ecuador" y "Ciudad de las Flores, Frutas y el Pan". Es la cuarta ciudad en importancia económica del Ecuador

Según datos oficiales del INEC, censo del 28 de noviembre de 2010, la población es de 329 856 habitantes. Su clima es templado seco, se encuentra a 2577 metros sobre el nivel del mar, su temperatura media es de 16°C. Está asentada en la rivera del río homónimo. En Ambato se concentra el mayor movimiento comercial del centro del país, por tanto genera grandes créditos para la región y para el país.

Ambato, cuarta ciudad en importancia del Ecuador, es poseedora de un gran motor industrial y comercial de gran importancia para la economía del centro del país y del Ecuador, gracias a las industrias predominantes que se encuentran en la ciudad.

Ambato cuenta con el principal centro de acopio en el centro del país en lo que se refiere a alimentos de los diferentes puntos del país, ya que cuenta con el Mercado Mayorista, con un área útil actual de 118.383 m², de este centro se distribuye al resto de mercados minoristas de la ciudad, provincia, y en casi su totalidad a la Amazonia.

Aquí se encuentra el CEPYA, Corporación de Empresas del Parque Industrial Ambato, con un área total de 659.389,49 m². Con un sector industrial principalmente enfocado a: textiles - alimentos - **construcción** - curtiembres - carrocías - plantas de caucho - poliuretano - madera - plásticos - confección - químicos - botas de caucho - balanceados - reencauche - comercializadoras, etc.

Se dedican primordialmente a la curtiduría, es así como en la ciudad se encuentra la fábrica de calzado más grande del país y una de las más importantes de la región. Otro sector industrial que tiene su sede en Ambato es el de la industria metal-mecánica dedicada a la manufactura de vehículos de transporte masivo. Otras industrias que son vitales para el desarrollo industrial de la ciudad son la industria textil, alimenticia, del vidrio, automotriz, entre otras. La banca también considera a Ambato una zona clave

para abrir sucursales y agencias debido al comercio de la ciudad: la gran mayoría de bancos y aseguradoras del Ecuador tienen su sede en Ambato, además las cooperativas de ahorro y crédito más grandes del país tienen su matriz en la ciudad, así como las más grandes financieras del Ecuador.

Actualmente La Secretaría Nacional de Planificación Senplades definió las ciudades que servirán como sedes administrativas de las siete regiones creadas para reorganizar la gestión de la Función Ejecutiva. Dentro de este contexto Ambato es la capital de la Región Sierra Centro # 3, que corresponde a las provincias centrales del Ecuador: Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza.

MEGAFERRETERO CHIMG es una empresa en sociedad conyugal, sus fundadores el Ing. César Chiluisa y su esposa la Lic. Rosa Rodríguez, el 14 de Diciembre de 1998 inicia sus actividades comerciales en una vieja casa de barro y bareque, comercializando materiales de construcción en general.

A los pocos años la empresa empieza su auge de crecimiento, incrementando sus ventas y por ende dando un giro total a la organización mostrando una creciente inesperada de sus inventarios, y convirtiéndose así en una de las ferreterías más grandes de la ciudad, brindando a sus clientes un estilo diferente tanto en imagen como en servicio, y es en junio del 2009 que ponen a disposición de sus clientes el nuevo autoservicio (Self-Service), demostrando así nuevamente el crecimiento progresivo de una empresa de empuje donde su lema principal es: **“El cliente siempre tiene la Razón”**.

Pero como en toda gran empresa existen falencias que estancan el desarrollo y la fluidez normal de la organización, tomaré como tal la falta de control de inventarios y el nivel de satisfacción del cliente en MEGAFERRETERO CHIMG, dando como resultado de este problema una serie de dificultades dentro de la empresa y obstruyendo el manejo y desenvolvimiento de los procesos de ventas, logrando así la insatisfacción de sus clientes.

1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO

El falta de control de inventarios y servicio al cliente en MEGAFERRETERO CHIMG, se ha originado por algunas causas y efectos que a continuación se mencionan, como por ejemplo; el desconocimiento en los productos que la empresa comercializa, lo que ocasiona el mal asesoramiento al cliente y por ende la insatisfacción del mismo, dejando una imagen vaga y débil de la empresa; el error al etiquetar los productos, produce la equivocación de las facturadoras ocasionando las diferencias de inventarios porque envían un producto por otro; la falta de calidad de los productos, disminuyen el stock para ventas y la falta de variedad de los mismos para ser ofertados; error en colocación de productos en perchas, da como resultado la duplicidad de pedidos a proveedores y por ende el sobre-stock de productos y estancamiento del capital invertido.

Cada una de las causas mencionadas producen un efecto perjudicial para la empresa, dando como resultado pérdidas de recursos materiales y financieros, demostrando firmemente que el control que se lleva de inventarios no ha funcionado para poder otorgar un servicio de calidad a los clientes, demostrando que cada efecto ha ocasionado inconvenientes y retrasos en el desarrollo de la organización.

1.2.3 PROGNOSIS

Al no dar solución a un control deficiente de inventarios, se verá afectada toda la organización, ya que en lugar de que el inventario sea el origen de la rentabilidad de la empresa pasará a ser el causante principal de las pérdidas que esta pueda tener, debida al descontrol y el poco interés que se ha prestado a esta área primordial de la empresa.

1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera se relaciona el *Control de Inventarios*, con el *Servicio al cliente* en la Empresa MEGAFERRETERO CHIMG?

1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES O INTERROGANTES

¿De qué manera influye el *Control de Inventarios*, en la empresa MEGAFERRETERO CHIMG?

¿Cómo afecta el *Servicio al Cliente* dentro de la empresa?

¿Será necesario desarrollar un manual del Control de Inventarios que conlleve a mejorar el servicio al cliente en MEGAFERRETERO CHIMG?

1.2.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Delimitación Conceptual

Campo: Administración
Área: Organización de Empresas
Espacio: Trabajo

Delimitación Espacial

La presente investigación será desarrollada en la Empresa “MEGAFERRETERO CHIMG”, que se dedica a la comercialización de productos para la construcción. Sector Atocha – Ficoa, Cda. México, Av. Rodrigo Pachano 15-165 y la Delicia Ambato
Tungurahua
Ecuador

Delimitación Temporal

Dicha investigación se efectuará desde el mes de Julio del 2014, hasta Diciembre del 2014.

Unidades de Investigación

Clientes internos del Área de Bodega

Clientes internos del Área de Logística

Clientes externos o consumidor final

1.3 JUSTIFICACIÓN

A lo largo de la existencia de las empresas se han venido dando una serie de inconvenientes con el manejo de sus inventarios, ya que como es de esperarse si la empresa crece su inventario lo hará, para lo cual se debe mantener una visión de cómo empezar a controlar el mismo y evitar mermas por errores o incumplimiento de procesos.

Al igual que las demás áreas dentro de la organización, el área de bodega y logística juega un papel muy importante en la empresa, el cual no se debe descuidar o tomar muy a la ligera debido a la magnitud de dinero que esta puede llegar a almacenar con sus inventarios (mercaderías), el proceso de control hará de la organización una empresa competitiva, manteniéndola firme y segura en el mercado con sus competidores.

La empresa dependerá de las habilidades y destrezas que el personal a cargo de esta área tenga para el manejo y cumplimiento del proceso de revisión, recepción, ingreso, etiquetado y perchado de la mercadería, con el fin de mantener un servicio al cliente idóneo.

Ante la evidente falta de control que la organización mantiene en base a sus inventarios se propone el realizar un manual del control de inventarios con el fin de obtener un servicio al cliente confiable y responsable, el mismo que ayude a incrementar e incentivar a nuestros clientes, que la presente empresa es una organización confiable y responsable, que ofrece productos de calidad y un servicio óptimo.

Los conocimientos que se adquirieran al realizar la presente investigación, serán de mucha importancia para llenar los vacíos que se hayan dado en el transcurso del tiempo que llevan manejando su inventario.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 General

Determinar de qué manera repercute el Control de Inventarios, con el Servicio al Cliente, en la Empresa MEGAFERRETERO CHIMG.

Específicos

- Diagnosticar el problema fundamental que se ocasionan en el Control de Inventarios que MEGAFERRETERO CHIMG maneja en la actualidad, examinando los errores que este tiene y así eliminarlos y mejorar el desempeño de la empresa.
- Analizar la afectación que tiene el Control de Inventarios el en Servicio al Cliente, diagnosticando la satisfacción del cliente por medio de un buzón de sugerencias o novedades, para una toma de decisiones adecuada.
- Proponer un Manual de Control de Inventarios en base a las necesidades de la organización y a los resultados obtenidos del análisis realizado.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

CISNEROS, Johana; HERNÁNDEZ, Paulina. (2010). “Diseño de un sistema de gestión de inventarios en la empresa AUTOCENTER de la ciudad de Riobamba” Universidad Técnica de Ambato.

Objetivos:

- Facilitar el procesamiento.
- Permitir identificación inequívoca.
- Permitir clasificación.
- Permitir recuperación o localización de información.
- Posibilitar establecimiento de relaciones entre diferentes elementos codificados.
- Facilitar el señalamiento de propiedades particulares de los elementos codificados.

Conclusiones:

La desventaja principal de los códigos significativos radica en que sufren de redundancia o inflexibilidad y a veces ambas. La ventaja principal de los no significativos es que generalmente son más cortos y fáciles de asignar. Una desventaja es que carecen completamente de significado, siempre existe la necesidad de referirse al codificador que contiene la clave.

JAGUACO, Doris. (2007). "Sistema para el control de Inventarios utilizando modelos determinísticos" Universidad Técnica de Ambato.

Objetivos

- Mantener un control de productos existentes en la sucursal.
- Mantener un control de proveedores
- Mantener información de productos
- Manejo de marcas
- Ingreso de productos por código de barras
- Anulación de pedidos

Conclusiones:

Los desarrolladores trabajan en conjunto con los usuarios, estableciendo y verificando detalles de los requerimientos. En esta etapa se deben asegurar que todos los aspectos relacionados con el sistema sean cuestionados y divididos para determinar las necesidades reales, todo en beneficio de la organización.

TAMAYO, Victoria. (2006). "Planificación Estratégica para mejorar el proceso productivo en la empresa Proinba del cantón Cevallos" Universidad Técnica de Ambato.

Objetivos

- Proponer una planificación estratégica que permita mejorar el nivel de producción en la empresa Proinba del cantón Cevallos.
- Diagnosticar la situación actual de la empresa Proinba para mejorar el nivel de producción.
- Jerarquizar cada uno de los niveles de la empresa para mejorar la producción de la empresa Proinba.

Conclusiones:

- Los resultados de la investigación realizada da como resultado el desconocimiento que el personal tiene para realizar un trabajo de excelencia, por lo que no respetan un proceso a seguir sino más bien se los debe implantar.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Para el cumplimiento de la presente investigación, se utilizó el **Paradigma Crítico-propositivo**, ya que me permitirá proponer la solución al problema que enfrenta la empresa MEGAFERRETERO CHIMG.

El problema del cual nace la investigación, se presentó en el departamento de Bodega y Logística, ya que no existe un modelo adecuado de Control de Inventarios, el cual implica que la consecución de un servicio al cliente sea inadecuado.

Para lo cual se deberá realizar un Manual de Control de Inventarios, en el que implique reestructurar el manejo de bodega, establecer áreas determinadas para cada tipo de producto de acuerdo a su categoría, capacitar al personal en conocimientos del producto, crear un diagrama de procesos en el cual para cada actividad haya una persona designada con el fin de no duplicar esfuerzos y responsabilizar a la persona por las funciones encomendadas, con el único propósito de disminuir y eliminar las pérdidas de

inventarios por errores del talento humano, llevando a la organización a un manejo idóneo de sus inventarios.

Fundamentación Ontológica: Los inventarios dentro de la organización juegan un papel fundamental para la misma ya que es esta la primera decisión que el empresario tiene al crear su empresa, decide que va a comercializar o que servicio brindara, si el caso es el comercializar o producir determina que la organización fue creada con el fin de rotar su inventario.

Fundamentación Epistemológica: El personal de la empresa, debe tener sentido de pertenencia hacia la misma, y que al momento de realizar su trabajo, lo haga pensando en que ganara la empresa, por ende el beneficio será el también para él.

Fundamentación Axiológica: La responsabilidad social de la empresa, es el bienestar tanto de sus clientes internos como externos, por lo cual se ha visto necesario implantar un Manual de Control de Inventarios para que la organización pueda desarrollarse en un mercado altamente competitivo.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Base Legal De Los Inventarios Según La Ley Del Impuesto Sobre La Renta Y Ley De Transferencia De Bienes Muebles Y A La Prestación De Servicios (IVA).

LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.

Art. 29.- Son deducibles de la renta obtenida:

Costos

El costo de las mercaderías y de los productos vendidos, que se determinará de la siguiente manera:

Al importe de las existencias al principio del ejercicio o periodo de imposición de que se trate, se sumará el valor del costo de producción, fabricación construcción, o manufactura, de bienes terminados y el costo de las mercancías u otros bienes adquiridos o extraídos durante el ejercicio, y de esta suma se restará el importe de las existencias al fin del mismo ejercicio.

Para determinar el costo de ventas, deberá utilizarse el método de valuación adoptado de acuerdo a lo dispuesto en el Art. 143 del Código Tributario. Las existencias o inventarios de inicio y final del ejercicio o período impositivo, deberán guardar correspondencia con las anotaciones del Registro de Control de Inventarios y las actas a que hace referencia el Art. 142 del Código referido. No serán deducibles de la renta obtenida las diferencias en el costo de ventas, cuando se incumplan las obligaciones referidas en este inciso.

Para efectos de lo dispuesto en este numeral, el costo de producción es el integrado por la materia prima, la mano de obra y los gastos indirectos de fabricación, siendo deducible de la renta obtenida únicamente el costo de producción correspondiente a los bienes que se hayan vendido en el ejercicio o periodo de imposición respectivo.

Capítulo IV DEPURACIÓN DE LOS INGRESOS Art. 16.- Deducciones generales.- En general, son deducibles todos los costos y gastos ordinarios y necesarios causados en el año contributivo, directamente vinculados con la explotación de cualquier actividad económica y que fueren efectuados con el propósito de obtener, mantener y mejorar rentas gravadas con impuesto a la renta y no exentas. La renta neta de las actividades habituales u ocasionales gravadas será determinada considerando el total de los ingresos no sujetos a impuesto único ni exento y la deducción de los siguientes elementos:

1. Las devoluciones o descuentos comerciales, concedidos bajo cualquier modalidad, siempre y cuando consten en la misma factura o en una nota de crédito en la que se especifique la factura a la que corresponde el crédito concedido;
2. El costo neto de las mercaderías o servicios adquiridos o utilizados;

3. Los gastos generales, entendiéndose por tales los de administración y los de ventas; y,
4. Los gastos y costos financieros, en los términos previstos en la Ley de Régimen Tributario Interno.

La renta neta de la actividad profesional será determinada considerando el total de los ingresos y la deducción de los gastos ordinarios necesarios relacionados con la profesión del contribuyente. Art. 17.- Gastos generales deducibles.- Bajo las condiciones descritas en el artículo precedente y siempre que no hubieren sido aplicados al costo de producción, son deducibles los gastos previstos por la Ley de Régimen Tributario Interno, en los términos señalados en ella y en este Reglamento.

9. Pérdidas

- a) Las pérdidas causadas por caso fortuito, fuerza mayor o por delitos que afecten económicamente a los bienes de la actividad generadora de la respectiva renta, en la parte en que no se hubiere cubierto por indemnización o seguros;

Las pérdidas por baja de inventario deberán ser establecidas mediante Acta suscrita por el Gerente, el Contador y el Bodeguero de la empresa, la misma que será protocolizada por Notario Público. La documentación sustentatoria de este proceso deberá ser remitida a la Dirección General de Rentas en el plazo improrrogable de 15 días a partir de la protocolización. La Administración se reserva el derecho de exigir la entrega de los bienes dados de baja, en un plazo no mayor de seis meses a partir de la fecha de notificación de la baja de inventario

- b) Las pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores; su amortización se efectuará hasta dentro de los cinco períodos impositivos siguientes a aquél en que se produjo la pérdida, siempre que su valor monetario no sobrepase del 25% de la utilidad gravable realizada en el respectivo ejercicio; el saldo no amortizado dentro del indicado lapso no constituirá elemento deducible en ejercicios posteriores al quinto año, contado desde el año siguiente a aquél en que se registró la respectiva pérdida. Las pérdidas sujetas a amortización son aquellas que resulten de restar los costos y gastos deducibles de los

ingresos gravados que forman parte de la renta global del contribuyente, o sea de aquellos que no se encuentran exentos o sujetos a impuesto único. En el caso de terminación de actividades, el saldo de las pérdidas no amortizadas pero aun susceptibles de amortización según las normas precedentes, será deducible en su totalidad en el ejercicio en que se produjese la terminación de actividades.

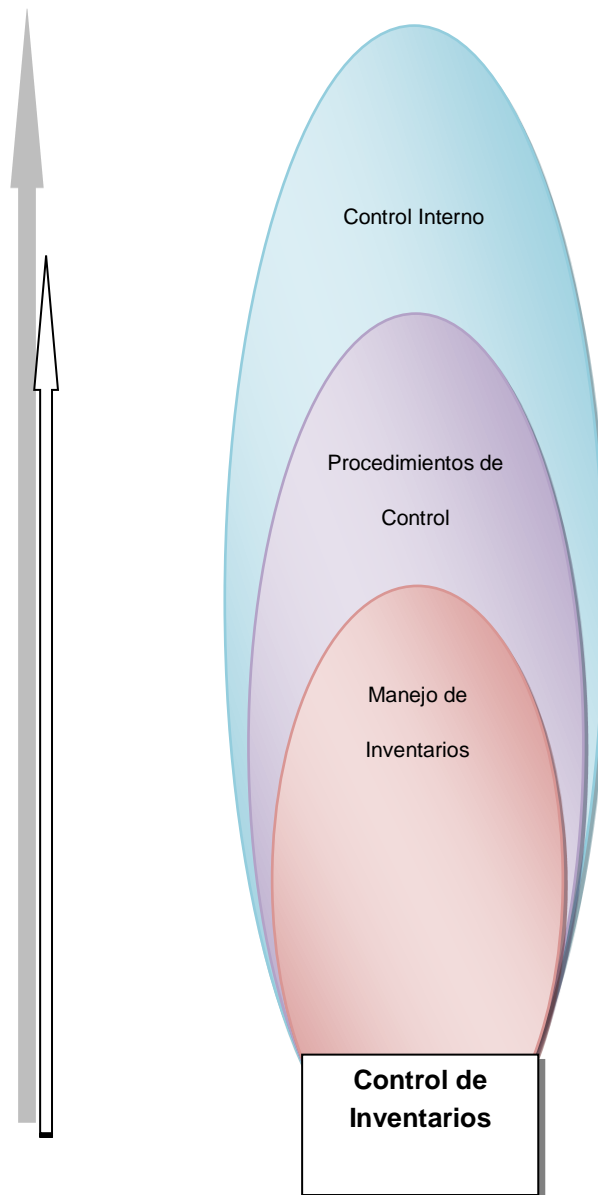
c) No serán deducibles las pérdidas generadas por la transferencia ocasional de acciones, participaciones o derechos en sociedades. Tampoco serán deducibles las pérdidas derivadas de la venta de inversiones cuyos rendimientos financieros se encuentran exentos y no sujetos a impuesto único.

Análisis de las leyes

Según los artículos antes mencionados podemos observar, que se requiere de un inventario inicial para proceder a determinar un costo de ventas, y como lo podríamos obtener si no llevamos un control de existencias de mercadería y sepamos a ciencia cierta con que cantidad de inventario contamos al final de un periodo contable, por lo que se requiere de un control de INVENTARIOS para poder cumplir con las obligaciones tributarias.

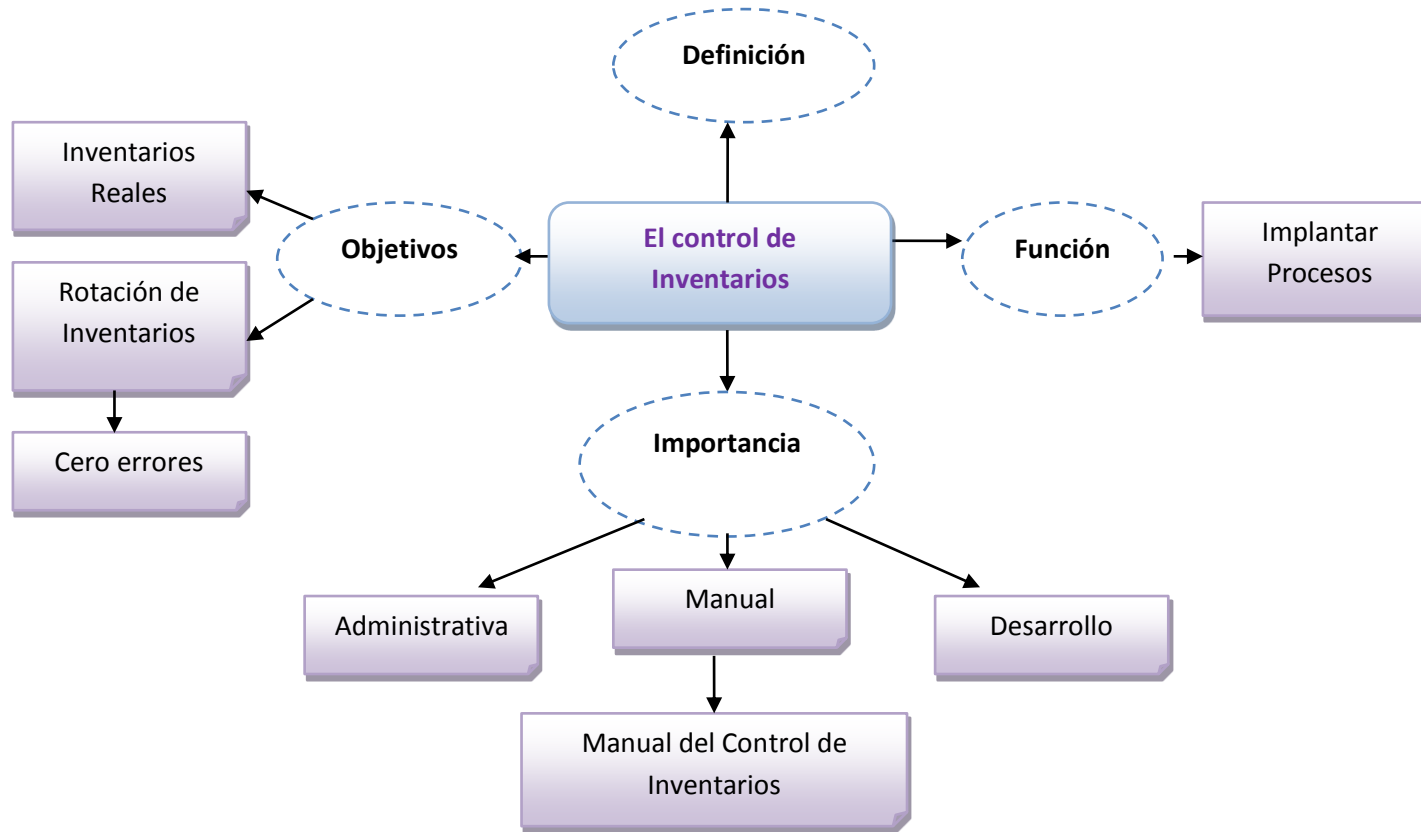
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico N° 1 Categorización Supra de la Variable Independiente



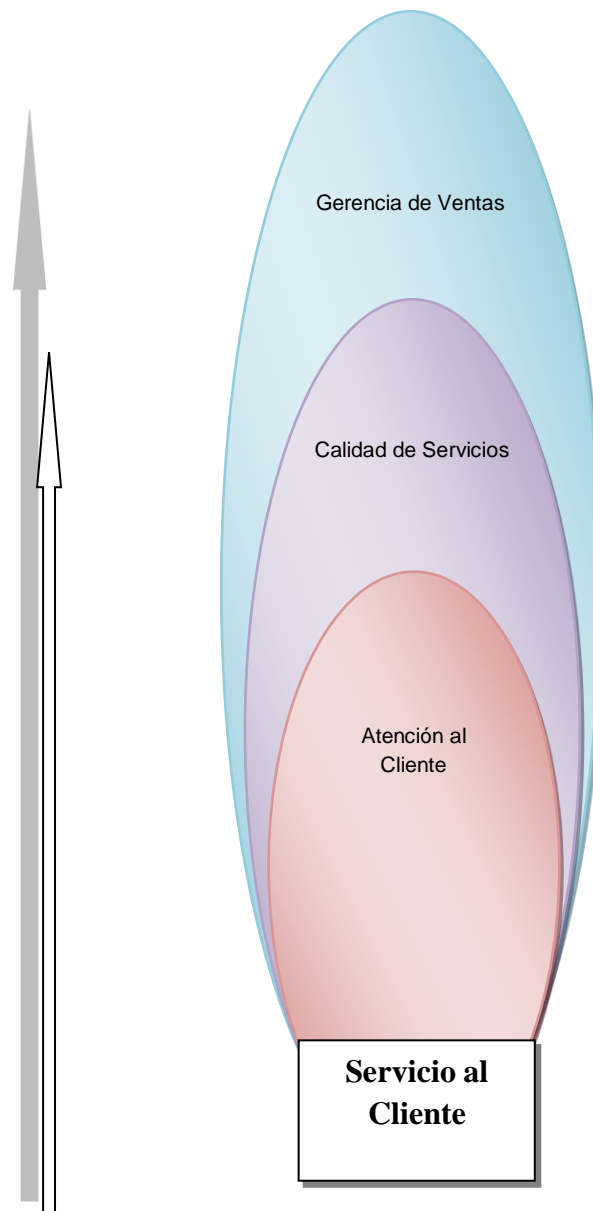
Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 2 Categorización Infra de la Variable Independiente



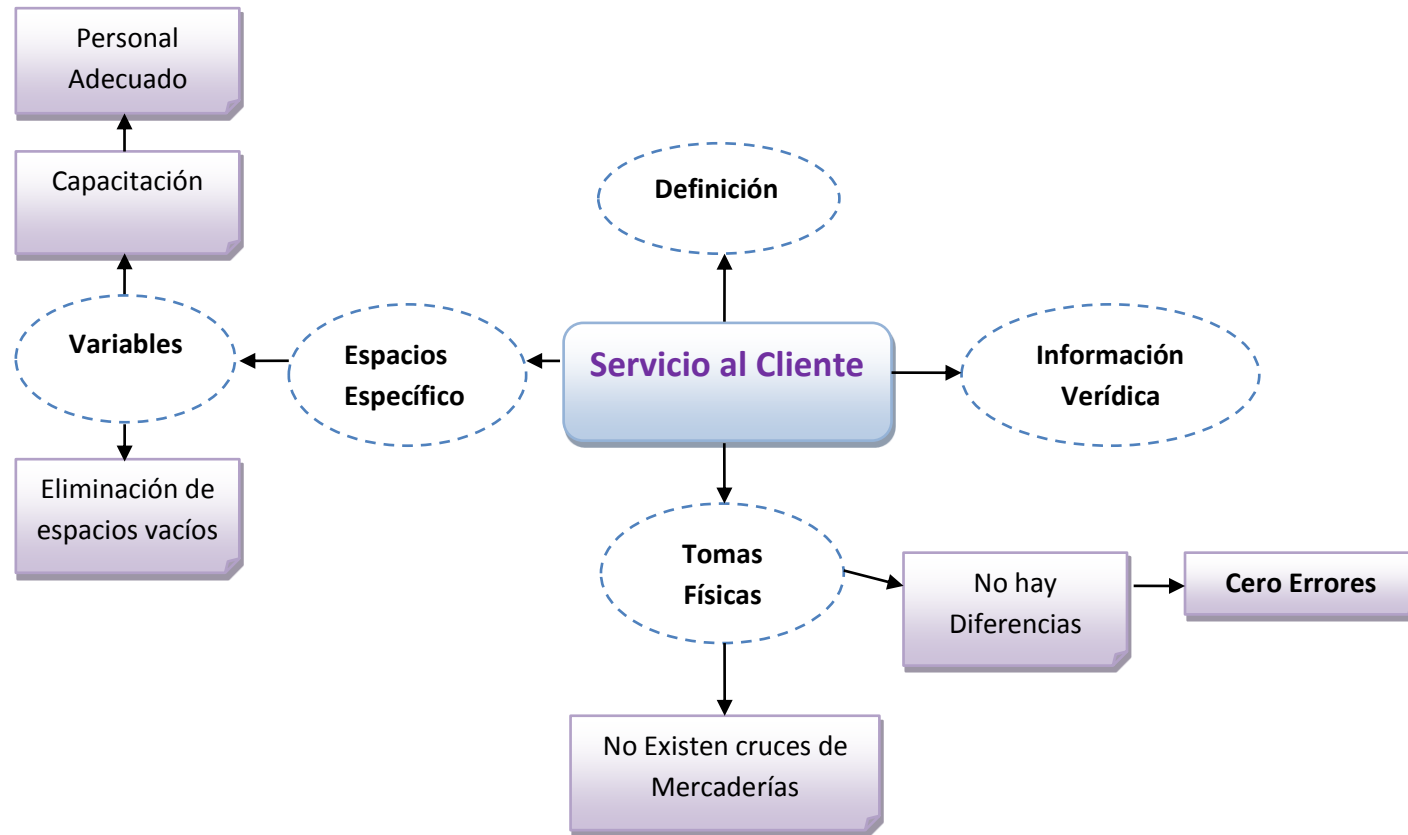
Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 3 Categorización Supra de la Variable Dependiente



Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 4 Categorización Infra de la Variable Dependiente



Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

2.4.1 CONTROL INTERNO (Conceptualización de la Variable Independiente).

Según Creed H. Jenkins (1977), manifiesta que el control y almacenamiento en la organización de las compañías, incluye en amplio concepto de la distribución física, y su ubicación en la organización.

Para Christopher K. Ahoy (2010), considera que la mayoría de los negocios hacen un análisis que abarca a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas durante el proceso de planeación de estrategias para comprender sus fortalezas y debilidades y al observar las oportunidades y amenazas que la empresa puede enfrentar debido a la competencia externo o falta de control interno.

Según César A. Marthans Garro (1986), el control es el proceso administrativo mediante el cual se determina lo que se está realizando, (valorizando y aplicando medidas correctivas), de manera que la ejecución se lleve a cabo de acuerdo a lo planeado. El control del sistema logístico se debe llevar a cabo para cada uno de los factores posibles de controlar, es decir, en cuanto a cantidad, calidad, empleo de tiempo y costos; los cuales deben interrelacionarse con las funciones logísticas que abarque cada empresa.

Se determina como necesario el hecho de contar con un control interno dentro de la organización, valga la redundancia, debido a la falta de prolijidad y compromiso de cada trabajador, lo que determina que la organización debe contar con un amplio y detallado proceso de control, para evitar, desgaste de recursos innecesariamente.

2.4.1.1 PROCEDIMIENTOS DE CONTROL

Según William Voris (1977), manifiesta que Todo proceso de producción es un sistema de entrada y salida. Existen tipos de recursos tales como los materiales, el personal y la maquinaria, que pueden determinar.

También para Ben Schneider (2004), dice que una empresa puede intentar ser más eficaz en su trabajo si corta de raíz los malos hábitos creados u plantea una reingeniería que pueda traducirse en beneficios inmediatos para su negocio. Lo que el sentido común sugiere es que no se intente hacer de todo, ya que eso llevaría a la empresa a diversificar sus funciones, y consecuentemente, a descuidar su planteamiento estratégico.

Según Alfredo Cipriano Luna González (2013), manifiesta que los pasos necesarios para llevar a cabo una secuencia y llevar a cabo el control, son:

- Establecimientos de estándares.
 - Rendimiento de beneficios.
 - Posición en el mercado.
 - Productividad.
 - Calidad del producto.
 - Desarrollo del personal.
 - Evaluación de la actuación.
- Medición de resultados.
- Comparación del desempeño con el estándar.
- Corrección.
- Retroalimentación.

Según cada autor tiene un concepto claro del proceso o procedimientos de control, lo que determina y simplifica en que, un procedimiento requiere de una secuencia a cumplir y seguir con la finalidad de obtener resultados positivos y de calidad.

2.4.1.2 MANEJO DE INVENTARIOS.

Según el Alfonso García Cantú (2011), asegura que todo negocio comercial, industrial o de servicio, forzosamente tiene que llevar un control de las existencias que almacena. Cada empresa tiene un sistema diferente, de acuerdo con sus necesidades, sus políticas y el volumen de sus operaciones de entrada y salida de sus bienes.

También Rodrigo López Fernández (2006), manifiesta que en una empresa comercial las actividades logísticas son menos numerosas que en el caso de las empresas industriales, debido a que estas empresas no transforman los productos que reciben de sus proveedores. Los procesos son los siguientes:

- Compras de mercadería.
- Distribución.
- Transporte
- Almacenaje

En las empresas comerciales también se tiene en cuenta la previsión de ventas, así como las ventas efectivamente realizadas para decidir la cantidad de productos que solicitaran a sus proveedores.

Es claro determinar que un adecuado manejo de inventarios, siguiendo las normas que este exige traerá un control idóneo de la mercadería que se adquiera, al igual que la que se venda.

2.4.1.3 CONTROL DE INVENTARIOS

Según Alfonso García Cantú (2011), dice que, de la planeación hasta el control administrativo de inventarios, se tiene como estrategia principal coadyuvar con los administradores en su función respecto a dichos inventarios e identificar el qué, cómo, cuándo, dónde y porqué mantener la existencia de materias primas, materiales y productos terminados.

También Rodrigo López Fernández (2006), manifiesta que, a la hora de gestionar su existencia, las empresas pueden emplear dos alternativas: los sistemas de revisión continua y los sistemas de revisión periódica.

- Sistema de revisión continua.- Consiste en actualizar el stock registrado de forma inmediata, después de cada transformación. Para ello, se suele emplear un sistema informático en el que se registran:
 - Entrada de mercadería.
 - Salida de mercadería.
- Sistema de revisión periódica.- Es un sistema más simple que el anterior. En este caso las entradas y salidas de mercancías no se registran. Para conocer el nivel de stock de cada momento y realizar pedidos se procede a realizar recuentos de cada producto cada cierto tiempo. En caso de las grandes cadenas de distribución, se emplean los siguientes métodos.
 - Un sistema de revisión continua.
 - Recuentos periódicos.

El control de inventarios es muy importante para la empresa, ya que ayuda a determinar, tiempos de adquisición, y evita el almacenaje o sobre stock.

2.4.1.4 MANUALES

Según Hilda Vasco de Viera (2008); en toda organización se desarrolla múltiples actividades relativas a procedimientos o tareas y las disposiciones y órdenes que se dan permiten ejercer el respectivo control, pero aparecen dificultades cuando existen cambios o rotación del personal. Por este motivo resulta adecuado que éstas actividades se registren por escrito, apareciendo de este modo los llamados manuales.

2.4.1.4 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Un manual de procedimientos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos o más de ellas.

El manual incluye además los puestos o unidades administrativas que intervienen precisando su responsabilidad y participación.

Suelen contener información y ejemplos de formularios, autorizaciones o documentos necesarios, máquinas o equipo de oficina a utilizar y cualquier otro dato que pueda auxiliar al correcto desarrollo de las actividades dentro de la empresa. En él se encuentra registrada y transmitida sin distorsión la información básica referente al funcionamiento de todas las unidades administrativas, facilita las labores de auditoría, la evaluación y control interno y su vigilancia, la conciencia en los empleados y en sus jefes de que el trabajo se está realizando o no adecuadamente.

Conformación del manual

Identificación

Este documento debe incorporar la siguiente información:

Logotipo de la organización.

Nombre oficial de la organización.

Denominación y extensión. De corresponder a una unidad en particular debe anotarse el nombre de la misma.

Lugar y fecha de elaboración.

Número de revisión (en su caso).

Unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización.

Clave de la forma. En primer término, las siglas de la organización, en segundo lugar las siglas de la unidad administrativa donde se utiliza la forma y, por último, el número de la forma. Entre las siglas y el número debe colocarse un guion o diagonal.

Índice o contenido

Relación de los capítulos y páginas correspondientes que forman parte del documento.

Prólogo y/o introducción

Exposición sobre el documento, su contenido, objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización. Puede incluir un mensaje de la máxima autoridad de las áreas comprendidas en el manual.

Objetivos de los procedimientos

Explicación del propósito que se pretende cumplir con los procedimientos. Los objetivos son uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria; simplificar la responsabilidad por fallas o errores; facilitar las labores de auditoría; facilitar las labores de auditoría, la evaluación del control interno y su vigilancia; que tanto los empleados como sus jefes conozcan si el trabajo se está realizando adecuadamente; reducir los costos al aumentar la eficiencia general, además de otras ventajas adicionales.

Áreas de aplicación

Esfera de acción que cubren los procedimientos.

Dentro de la administración pública federal los procedimientos han sido clasificados, atendiendo al ámbito de aplicación y a sus alcances, en: procedimientos macro administrativos y procedimientos meso administrativos o sectoriales.

Responsables

Unidades administrativas y/o puestos que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases

Políticas o normas de operación.

En esta sección se incluyen los criterios o lineamientos generales de acción que se

determinan en forma explícita para facilitar la cobertura de responsabilidad de las distintas instancias que participaban en los procedimientos.

Además deberán contemplarse todas las normas de operación que precisan las situaciones alterativas que pudiesen presentarse en la operación de los procedimientos. A continuación se mencionan algunos lineamientos que deben considerarse en su planteamiento:

Se definirán perfectamente las políticas y/o normas que circunscriben el marco general de actuación del personal, a efecto de que esté no incurra en fallas.

Los lineamientos se elaboran clara y concisamente, a fin de que sean comprendidos incluso por personas no familiarizadas con los aspectos administrativos o con el procedimiento mismo.

Deberán ser lo suficientemente explícitas para evitar la continua consulta a los niveles jerárquicos superiores.

Concepto

Palabras o términos de carácter técnico que se emplean en el procedimiento, las cuales, por su significado o grado de especialización requieren de mayor información o ampliación de su significado, para hacer más accesible al usuario la consulta del manual.

Procedimiento

Presentación por escrito, en forma narrativa y secuencial, de cada una de las operaciones que se realizan en un procedimiento, explicando en qué consisten, cuándo, cómo, dónde, con qué, y cuánto tiempo se hacen, señalando los responsables de llevarlas a cabo. Cuando la descripción del procedimiento es general, y por lo mismo comprende varias áreas, debe anotarse la unidad administrativa que tiene a su cargo

cada operación. Si se trata de una descripción detallada dentro de una unidad administrativa, tiene que indicarse el puesto responsable de cada operación. Es conveniente codificar las operaciones para simplificar su comprensión e identificación, aun en los casos de varias opciones en una misma operación.

2.4.2 GERENCIA DE VENTAS (Conceptualización de la Variable Dependiente).

Según Gabriel Jaime Soto, Juan Fernando Ruíz y Juliana Echavarría (2012), manifiestan que en los años noventa, la responsabilidad del gerente de ventas estaba centrada en el cumplimiento de la cuota de ventas, y sus actividades principales consistían en el control y la supervisión para conseguir dicha cuota. Adicionalmente, implementaba concursos ocasionales en el equipo de ventas y controlaba la entrega de productos y servicios a los clientes.

Mientras que Fernando Blanco (2012), dice que, la empresa convive en un ecosistema formado por sus proveedores, empleados, accionistas, competidores y clientes. Llamemos la organización a todas las personas involucradas en la empresa. El hecho de disponer de un alto grado de oferta hace que el nivel de calidad de los bienes y servicios que el mercado demanda sea cada vez más excelente.

De acuerdo a estos dos autores, conceptualizan lo que antes se vivía y lo que en la actualidad se vive, demostrando así que a medida que el tiempo ha pasado nuestro cliente suele ser más exigente con el producto que requiere.

2.4.2.1 CALIDAD DE SERVICIO

Según Luis M. Huete y Andrés Pérez, manifiestan que la segunda de las fuerzas que se debe poner en marcha para echar a rodar el círculo del crecimiento sostenido es la que conecta la satisfacción del cliente y la aparición de comportamientos leales.

Mientras que Bob E. Hayes, dice que, por lo general describimos un producto o servicio en términos de varias dimensiones o características. Por ejemplo, después de recibir un servicio, describiríamos al proveedor del servicio como rápido, siempre disponible cuando se lo necesita y desagradable. Estas descripciones representan tres aspectos del servicio: capacidad de respuesta, disponibilidad y profesionalismo, respectivamente.

Lo que determina que el cliente no solamente observa y evalúa la calidad del producto que adquiere, sino como fue la atención durante el proceso de adquisición del mismo, analizando el servicio brindado por su proveedor.

2.4.2.2 ATENCIÓN AL CLIENTE

Según José María Ferré Trenzano (2003), dice que, desde que se origina la necesidad de comprar un producto y/o marca hasta el momento en que este producto y/o marca son comprados y entran en casa del consumidor transcurren toda una serie de etapas que son muy variadas según sean los tipos de productos.

Según Luis M. Huete y Andrés Pérez (2003), manifiestan que, el perfil económico de la relación con los clientes se puede modificar si se acierta a:

- Hacer que los clientes permanezcan más tiempo con nosotros.
- Conseguir que durante ese tiempo realicen transacciones más numerosas y rentables.
- Fomentar que, además, lleven a cabo otras acciones beneficiosas para la empresa, como por ejemplo, recomendarla a sus conocidos, ayudar en la reducción de costes y servicios, reducir la sensibilidad al precio, etcétera.

De acuerdo con estos autores, es correcto, el brindar un trato especial al cliente que te visita con el fin de concretar, asegurar la venta actual como futuras ventas, ya sea con el mismo cliente o por recomendación del mismo a otros.

2.4.2.3 SERVICIO AL CLIENTE

Según Jack Mitchell (2004), manifiesta que, el primer gran cambio fue pasar de un enfoque reactivo a uno proactivo. En los años setenta y comienzo de los ochenta, los vendedores aguardaban pasivamente a que la gente entrara a la tienda. Uno esperaba y reaccionaba, pero eso ya no funciona. Ahora es preciso ser proactivo. No puede uno aguardar sin hacer nada hasta que alguien entre por la puerta.

Según Adrián Antonio Dib Chagra (2004), dice que, muchos clientes se pierden por pensar que la prestación concluye cuando éste se retira del local donde fue atendido. En repetidas ocasiones una simple llamada telefónica para comprobar su satisfacción representa un detalle muy valorado que puede conducir a su fidelización. En otras verificar que un compañero de trabajo realice su parte de la prestación.

El servicio al cliente va más allá de una venta efectuada, por lo que de acuerdo con los autores, requiere de un plus adicional que se le otorgue al cliente.

2.5 HIPÓTESIS

El manual de control de inventarios permitirá mejorar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG.

2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

2.6.1 Variable Independiente:	Control de Inventarios	=	Cuantitativa
2.6.2 Variable Dependiente:	Control de Inventarios	=	Cualitativa

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar la presente investigación se utilizó la aplicación del enfoque cualitativo y cuantitativo.

ENFOQUE CUALITATIVO

Por lo general se utiliza al inicio de la investigación como una forma de obtener la información que permitirá conocer el fenómeno en su totalidad. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, tales como las descripciones y las observaciones. Entre las técnicas utilizadas en este enfoque están la observación no estructurada, las entrevistas abiertas, la revisión de documentos, la discusión grupal, historias de vida y muchas otras. Se fundamentan más en un proceso inductivo, van de lo particular a lo general.

ENFOQUE CUANTITATIVO

Para este enfoque la única forma confiable de conocer la realidad es a través de la medición numérica y el análisis de datos. Solo así los estudios poseerán los niveles de validez y confiabilidad en el proceso de construcción de conocimiento. Buscando generalizar los resultados obtenidos hacia poblaciones más amplias.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la ejecución de la presente investigación se utilizara antecedentes bibliográficos, ya que se empleará información de libros, tesis de grado, revistas, enciclopedias, monografías y el Internet (biblioteca virtual), guardando relación con nuestro problema u objeto de estudio.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para realizar el presente trabajo se aplicará los siguientes tipos:

Investigación Exploratoria

El propósito de realizar este tipo de investigación es descubrir las bases y recabar información sobre todo lo relacionado con el problema en estudio, y así obtener una idea precisa.

Para realizar esta investigación, el investigador se familiariza con un objeto que hasta el momento le era totalmente desconocido, ayudando a precisar un problema o concluir con la formulación de una hipótesis, dando una posible solución al mismo.

Investigación Descriptiva

El objetivo de esta investigación es llegar a conocer las situaciones, actividades, desenvolvimientos predominantes de las actividades de venta y entrega de mercaderías, para descubrir si en la empresa MEGAFERRETERO CHIMG se está manteniendo un

adecuado Control de Inventarios, el cual nos ayudara a describir y medir con la mayor precisión posible, por lo cual se tomará en cuenta tiempo y espacio.

Investigación Co-relacional

Esta investigación permite identificar asociaciones entre la variable dependiente e independiente, es decir cómo influye cada una de ellas dentro de la organización. En este caso el Control de Inventarios, afecta en su gran totalidad para que la mercadería fluya con rapidez y no haya estancamientos.

Es menos riguroso que el tipo de investigación experimental porque no hay posibilidad de manipular las variables (dependientes e independientes).

Investigación Explicativa.

Esta investigación nos ayudara a descubrir, establecer y explicar las relaciones causalmente funcionales que existen entre las variables estudiadas, dando a conocer las causas del problema, siendo así que no se cuenta con un Control de Inventarios adecuado, dentro de la empresa.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la presente investigación se realizara a la población de empleados en el área de Bodega y logística de MEGAFERRETERO CHIMG, con un total de 30 TRABAJADORES, Y 3.000 CLIENTES, de los cuales en un 70% tienen inconvenientes con la mercadería y se acercan servicio al cliente.

$$n = \frac{t^2 * p(1 - p)}{m^2}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.70(1 - 0.70)}{(0.05)^2}$$

n= 322.69 ~ 323 Encuestas.

3.5 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla No. 1 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE INDEPENDIENTE

Variable Independiente: Control de Inventarios				
CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS
<p>El Objetivo de Contar con un Control Físico de Inventarios, el de asegurar en forma confiable que las existencias en bodegas sean iguales a las del sistema de Kárdex físico, lo cual permitirá:</p> <p>1.- Una adecuada planeación para la reposición de stocks, evitando su obesidad.</p> <p>2.- El espacio absolutamente necesario para un buen almacenamiento.</p> <p>3.- La transparencia de los rubros de Existencias y Costos de Ventas en los estados Financieros.</p>	<p>Objetivos</p> <p>Planeación</p> <p>Espacio</p> <p>Almacenamiento</p> <p>Transparencia</p> <p>Existencias</p>	<p>Determinar existencias reales</p> <p>Preveer con antelación las verificaciones físicas</p> <p>Lugar de almacenamiento</p> <p>Procesos de Almacenaje</p> <p>Stock físicos</p> <p>Evitar sobre – stocks.</p>	<p>1.- ¿Usted ha esperado en caja para la facturación de uno o varios productos porque no tienen existencia en el sistema?</p> <p>2.- ¿Ha tenido usted que esperar por el despacho de algún producto?</p> <p>3.- ¿La atención brindada en el sector de despachos fue satisfactoria?</p> <p>4.- ¿Ha cambiado de producto, porque no lo encuentran físicamente?</p> <p>5.- ¿El producto y la cantidad que usted ha requerido lo encontraron en nuestra empresa?</p> <p>6.- ¿Se ha encontrado con productos en mal estado o caducados?</p>	<p>Encuesta a los clientes externos de MEGAFERRETERO CHIMG.</p>

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Tabla No. 2 OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE DEPENDIENTE

Variable Dependiente: Servicio al Cliente				
CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS
Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad.	Actividades Interacción Servicio Instalaciones físicas Satisfacción Necesidad	Realizar Actividades Interacción con los clientes Servicios Intangibles Excelentes instalaciones físicas. Satisfacer al cliente Conocer necesidades	1.- ¿Ha recibido llamadas por parte de Servicio al Cliente después de haber realizado su compra? 2.- ¿El servicio y atención que ha recibido por parte de nuestro personal fue de su satisfacción? 3.- ¿Se ha contactado usted con servicio al cliente por reclamos de productos? 4.- ¿Es usted atendido por un asesor con conocimiento del producto?	Encuesta a los clientes externos de MEGAFERRETERO CHIMG.

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la presente investigación será necesario contar con la siguiente información como se detalla a continuación.

Tabla No. 3: RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	Para dar solución el problema a investigar a través de las estrategias de implementación de manual de manejo de inventarios.
2.- A qué personas o sujetos	<ul style="list-style-type: none">• Personal MEGAFERRETERO CHIMG• Clientes Externos
3.- Sobre qué aspecto	Manual de procesos y servicio POST-VENTA
4.- ¿Quién?	Ing. Juan Carlos Padilla
5.- ¿Cuándo?	De Enero 2014 a Marzo 2014.
6.- ¿Lugar de recolección de información?	Ambato - Tungurahua.
7.- ¿Cuántas veces?	Una vez. a los encuestados
8.- ¿Qué técnica de recolección?	Entrevistas y encuestas.
9.- ¿Con qué instrumento?	Entrevistas y cuestionarios.
10.- ¿En qué situación?	Buscando el mejor momento para obtener datos reales.

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para la presente investigación se utilizará las siguientes técnicas e instrumentos de investigación.

Tabla No. 4: TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

TIPO DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN
1.- Información Secundaria	1.1 Lectura Científica	1.1.1 Tesis de grado, Libros sobre Manejo de Inventarios, Libros sobre atención al cliente, Libros sobre Administración, Libros sobre la elaboración de tesis.
2.- Información Primaria	2.1 Entrevistas y encuestas.	2.1.1 Entrevistas y cuestionarios.

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

3.8 PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

Para analizar y procesar la información de la investigación se procedió de la siguiente manera:

Codificación de la Información

Para poder tener una buena codificación se procedió a enumerar cada una de las preguntas del cuestionario aplicado a los clientes internos y externos de MEGAFERRETERO CHIMG, para que de esta manera se facilite el proceso de tabulación obteniendo información real y dando una solución adecuada al problema.

Tabulación de la Información

Para proceder a realizar la tabulación de datos se lo realizo atreves del programa Excel lo que nos permitió interpretar de mejor manera los resultados de la investigación.

Graficar

Para esta presentación se utilizó gráficos en forma de pasteles

Analizar

Para proceder a analizar los datos se realizó por medio de medidas de dispersión, la media aritmética porcentajes ya que presenta menor dificultad en su realización y mayor disposición al momento de interpretar los resultados del proyecto.

Interpretar

La interpretación de los resultados se elaboró bajo una síntesis de los mismos para poder aliar toda la información necesaria para dar la posible solución al problema de estudio. Se aplicó el CHI^2 para verificar la hipótesis presentada en la investigación y demostrar la relación entre variables.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DEL ASPECTO CUANTITATIVO

Después de la aplicación de la encuesta como instrumento de investigación a los clientes externos de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG de la ciudad de Ambato, se procede a realizar la tabulación, análisis e interpretación respectiva de los resultados obtenidos.

4.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS ENCUESTA

PREGUNTA N° 1

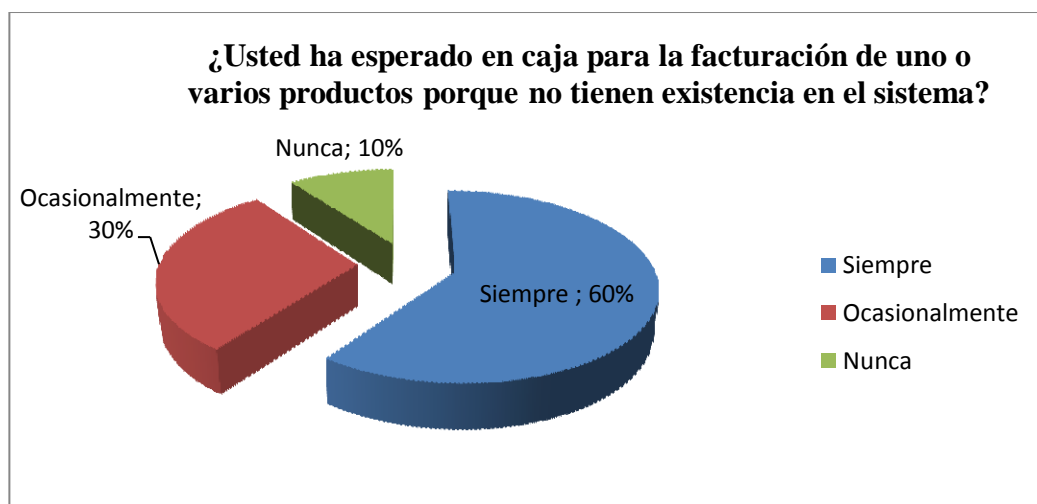
¿Usted ha esperado en caja para la facturación de uno o varios productos porque no tienen existencia en el sistema?

Tabla No. 5 No hay existencia de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	194	60%
Ocasionalmente	96	30%
Nunca	33	10%
TOTAL	323	100%

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 5 No hay existencia de productos



Fuente: MEGAFERRETERO CHIMG

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

194 personas que representan el 60% manifiestan que han debido esperar en caja para la facturación de sus productos debido a que no tienen existencia en el sistema y esperan a que realicen el ingreso correspondiente, mientras que el 30% dice que ocasionalmente ha sucedido este inconveniente, y el 10% nunca ha tenido este problema. De acuerdo al análisis de los datos tomados de las encuestas podemos determinar que la mayoría de los encuestados manifiestan que han debido esperar en caja para la facturación respectiva por no tener producto para la facturación en el sistema.

PREGUNTA N° 2

¿Ha tenido usted que esperar por el despacho de algún producto?

Tabla No. 6 Espera de despachos de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	190	59%
Casi Siempre	115	36%
Nunca	18	6%
TOTAL	323	100%

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 6 Espera de despachos de productos



Fuente: MEGAFERRETERO CHIMG

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En un total de 190 personas representando un 59% han debido esperar por el despacho de su producto, mientras que el 36% manifiesta que casi siempre esperan por un despacho de producto y el 6% nunca.

PREGUNTA N° 3

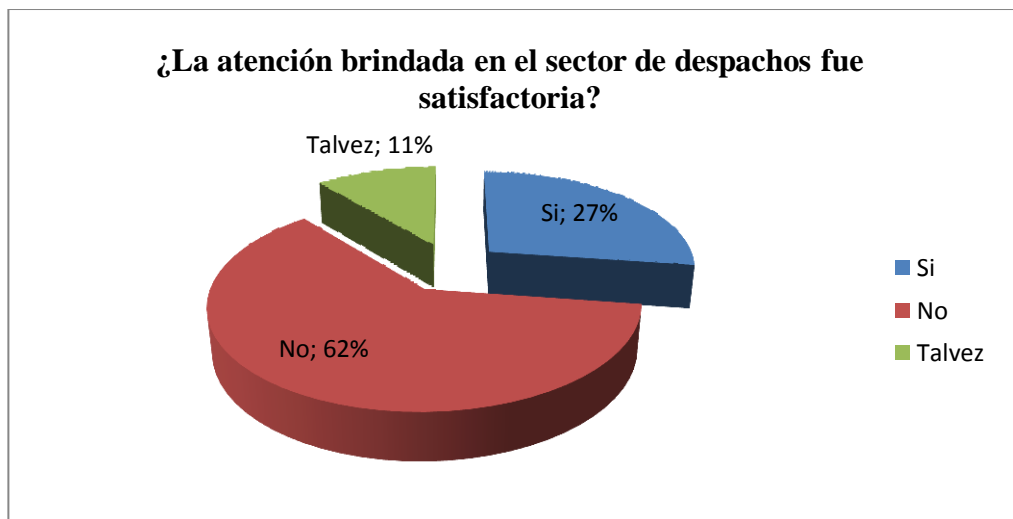
¿La atención brindada en el sector de despachos fue satisfactoria?

Tabla No. 7 Satisfactoria atención en el sector de despachos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	88	27%
No	199	62%
Tal vez	36	11%
TOTAL	323	100%

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 7 Satisfactoria atención en el sector de despachos



Fuente: MEGAFERRETERO CHIMG

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

199 personas siendo un 62% consideran que la atención que recibieron en el sector de despachos no fue satisfactoria mientras que el 27% considera que si y el 11% tal vez, dando como resultado que la atención que se brinda en el sector de despachos no satisface la necesidad del cliente.

PREGUNTA N° 4

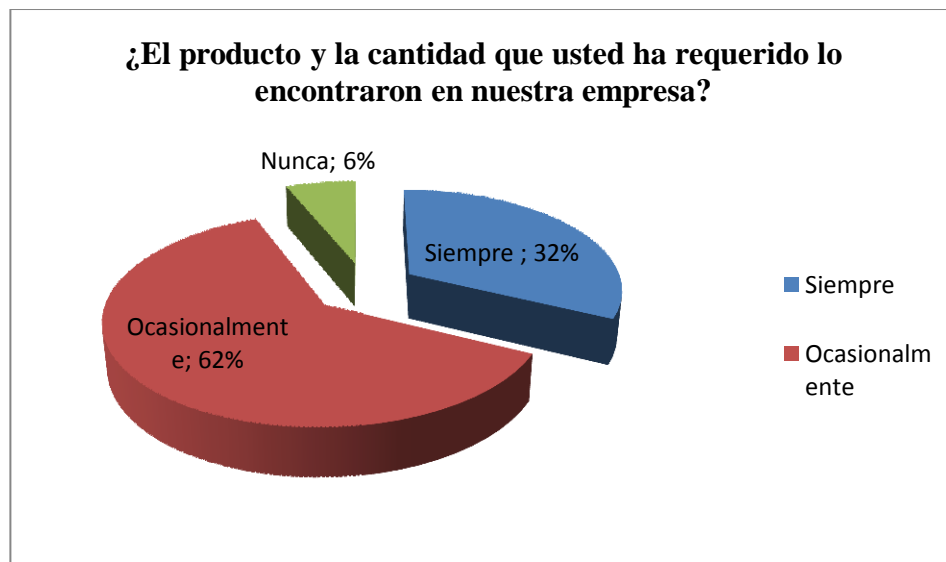
¿El producto y la cantidad que usted ha requerido lo encontraron en nuestra empresa?

Tabla No. 8 Producto requerido encontrado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	104	32%
Ocasionalmente	199	62%
Nunca	20	6%
TOTAL	323	100%

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 8 Producto requerido encontrado



Fuente: MEGAFERRETERO CHIMG

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

199 personas manifiestan que los productos que requieren los encuentran ocasionalmente dándonos un 62%, mientras que el 32% nos dicen que si encuentran los productos que requieren, y un 6% nunca determinando así que el producto que han solicitado o requerido los encuentran ocasionalmente en la empresa.

PREGUNTA N° 5

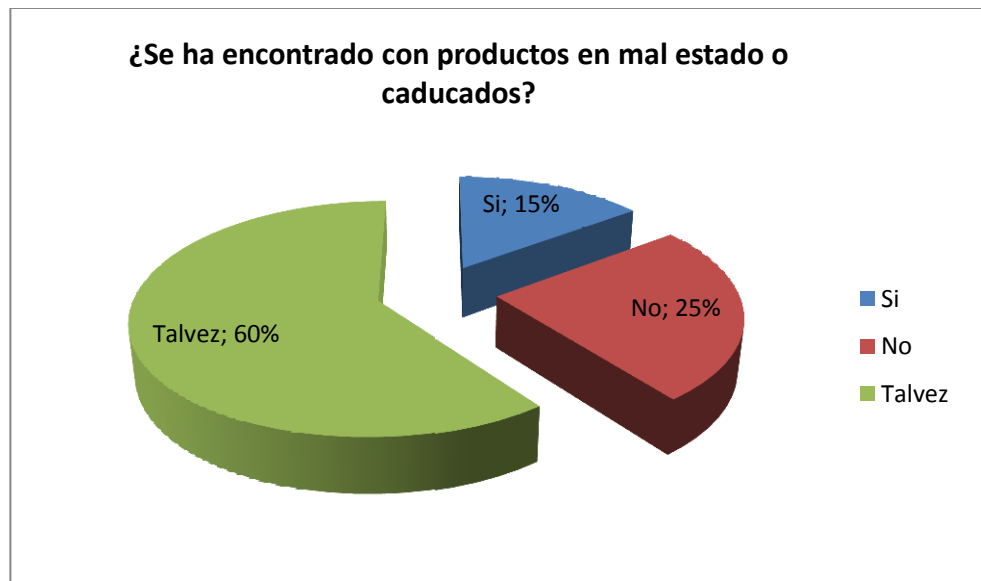
¿Se ha encontrado con productos en mal estado o caducados?

Tabla No. 9 Productos en mal estado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	48	15%
No	80	25%
Tal vez	195	60%
TOTAL	323	100%

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 9 Productos en mal estado



Fuente: MEGAFERRETERO CHIMG

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

195 personas, representando un 60% consideran que tal vez encuentran a los productos en mal estado, o que los creen caducados porque su presentación no es la adecuada, mientras que un 15% afirman que si se encuentran por productos en mal estado, mientras que un 25% dicen lo contrario que nunca se han encontrado con estos productos. La mayoría de los encuestados dicen que se encuentran con productos no precisamente caducados pero que su presentación no es la adecuada por ende la imagen que proyectan es de un producto no adecuado.

PREGUNTA N° 6

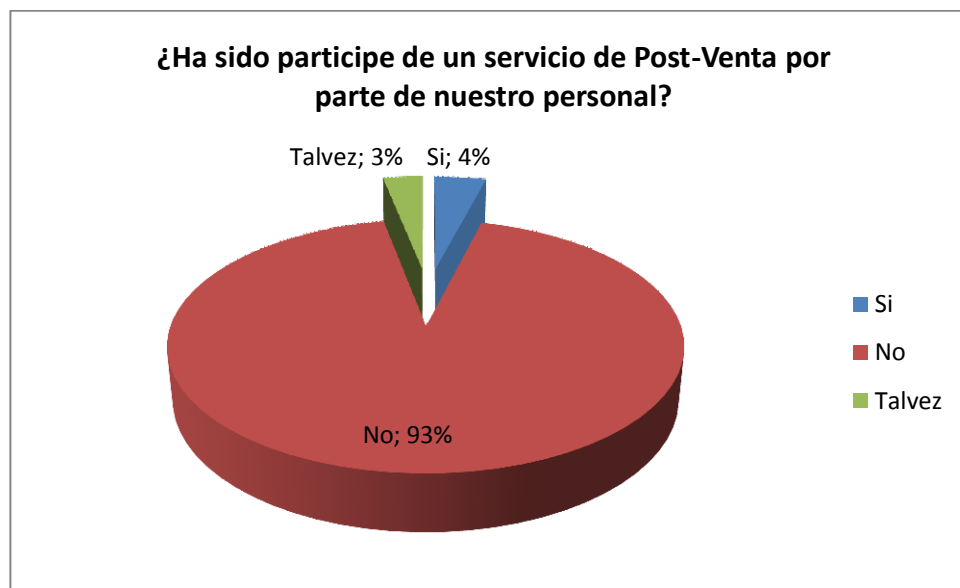
¿Ha sido usted participe de un servicio de Post- Venta por parte de nuestro personal?

Tabla No. 10 Servicio POST-VENTA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	13	4%
No	300	93%
Tal vez	10	3%
TOTAL	323	100%

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 10 Servicio POST- VENTA



Fuente: MEGAFERRETERO CHIMG

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

300 personas manifiestan que no has sido participes de llamadas de Post- Venta, 13 personas si y 10 que tal vez. La mayoría de los encuestados dicen que nunca han recibido llamadas de Post – Ventas por parte de servicio al cliente, que más bien quienes se han contactado han sido ellos como clientes por inconvenientes con sus despachos y el producto en sí.

PREGUNTA N° 7

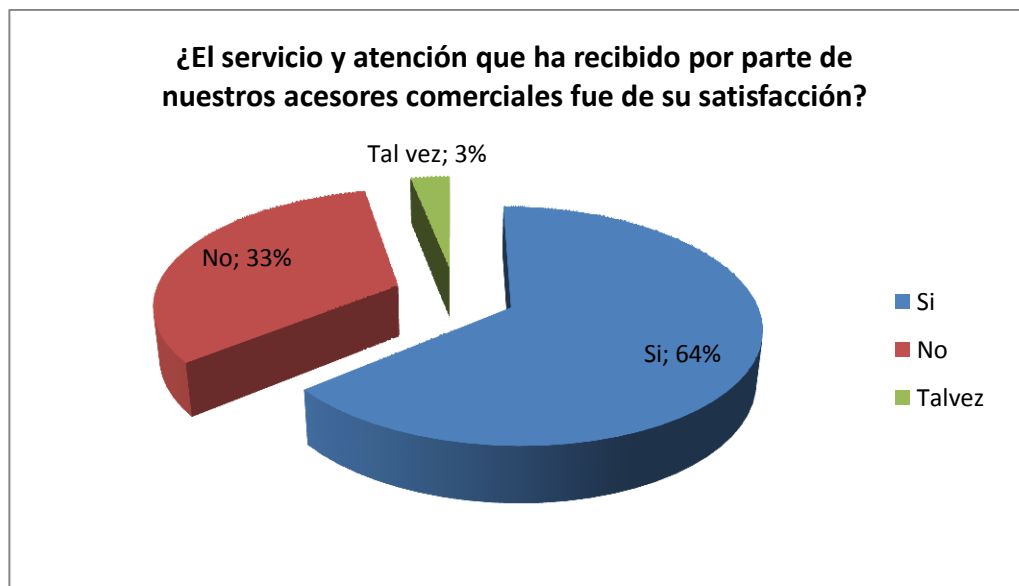
¿El servicio y atención que ha recibido por parte de nuestros asesores comerciales fue de su satisfacción?

Tabla No. 11 Atención satisfactoria

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	207	64%
No	106	33%
Tal vez	10	3%
TOTAL	323	100%

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 11 Atención satisfactoria



Fuente: MEGAFERRETERO CHIMG

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 64% de las personas encuestadas manifiestan que la atención recibida por parte de los asesores comerciales de la empresa ha sido satisfactoria, mientras que el 33% manifiesta que no y tan solo un 3% que tal vez. La mayoría de los encuestados manifiestan que el asesor comercial que se ha proporcionado para ayudarlo y dirigirlo en su compra lo ha tendido y le ha brindado el servicio necesario para su adquisición.

PREGUNTA N° 8

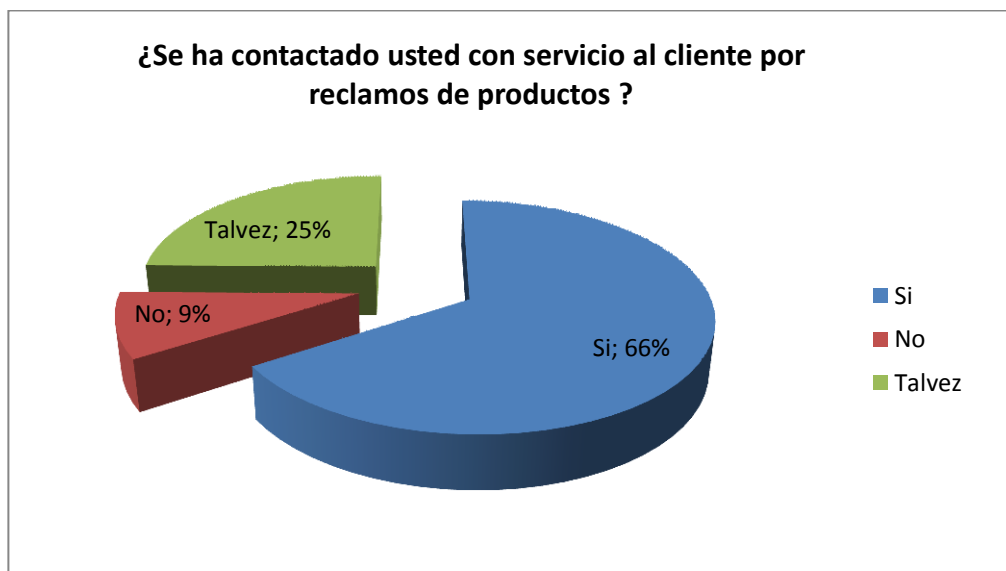
¿Se ha contactado usted con servicio al cliente por reclamos de productos?

Tabla No. 12 Reclamos de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	213	66%
No	30	9%
Tal vez	80	25%
TOTAL	323	100%

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 12 Reclamos de productos



Fuente: MEGAFERRETERO CHIMG

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 66% de las personas encuestadas nos dicen que se han contactado con servicio al cliente por reclamos de mercaderías, mientras que un 25% dicen que no y tan solo un 9% que tal vez. Con la información obtenida en las encuestas podemos observar que existe un problema con los productos que distribuye la empresa, y que el cliente manifiesta que debe contactarse con servicio al cliente con el fin de encontrar una solución al problema ocasionado por el producto adquirido.

PREGUNTA N° 9

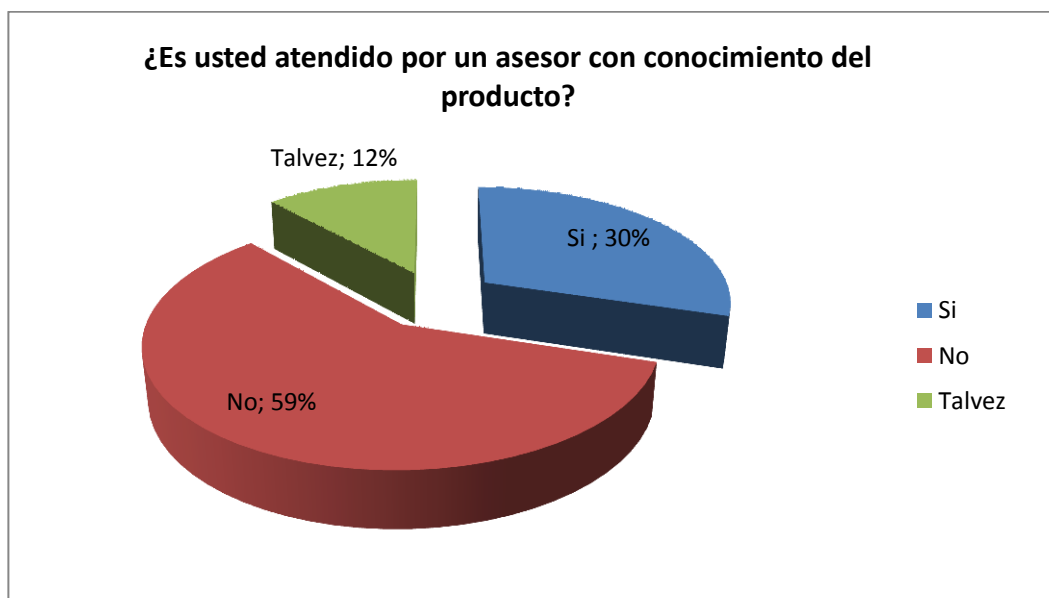
¿Es usted atendido por un asesor con conocimiento del producto?

Tabla No. 13 Asesor con conocimiento en el producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	96	30%
No	189	59%
Tal vez	38	12%
TOTAL	323	100%

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 13 Asesor con conocimiento en el producto



Fuente: MEGAFERRETERO CHIMG

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 59% de los encuestados manifiestan que han sido atendidos por personal capacitado y con conocimientos en el área y los productos que los clientes han requerido, mientras que el 30% dice que sí y el 12% que tal vez. Más de la mitad de las personas encuestadas manifestaron que no son atendidos por personal capacitado.

PREGUNTA N° 10

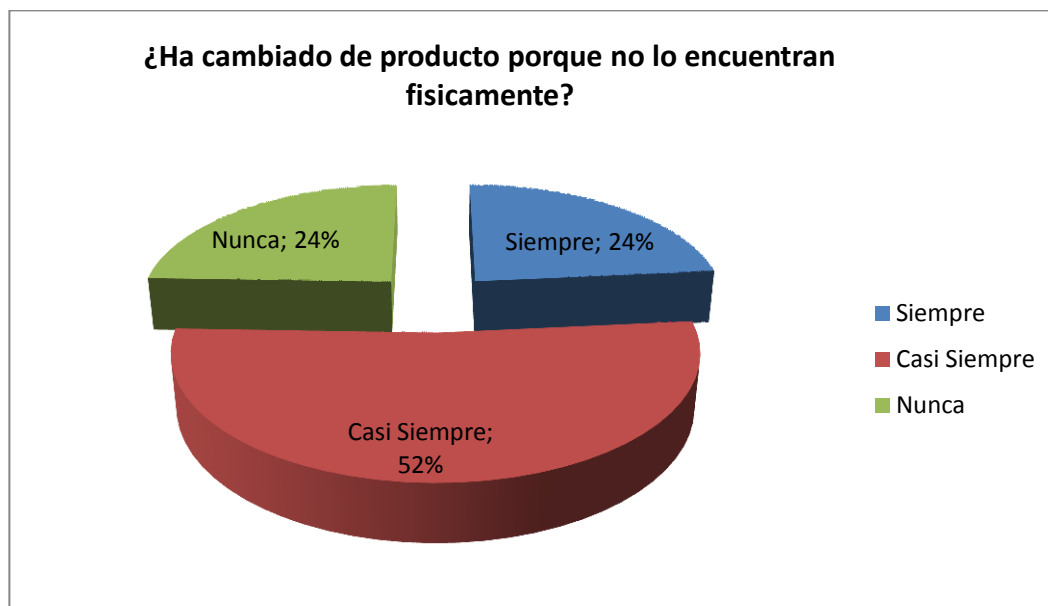
¿Ha cambiado de producto porque no lo encuentran físicamente?

Tabla No. 14 Cambio de producto por no encontrar físicamente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	76	24%
Casi Siempre	168	52%
Nunca	79	24%
TOTAL	323	100%

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 14 Cambio de producto por no encontrar físicamente



Fuente: MEGAFERRETERO CHIMG

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 52% de los encuestados manifiestan que casi siempre han cambiado de producto porque no lo encuentran físicamente, mientras que el 24% siempre y el otro 24% nunca. La mayor parte de los encuestados aseguran que han tenido que cambiar de productos porque al despacharlos no los encuentran físicamente.

4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Después de realizar los análisis e interpretaciones correspondientes de la encuesta, procedemos a verificar la hipótesis, utilizando así la prueba del Chi – Cuadrado, lo que nos permitirá determinar cuáles son los valores observados y cuáles son los esperados, los mismos que se aplican en esta fórmula.

Planteamiento de la hipótesis nula y alterna:

Modelo Lógico:

Simbología

Ho: hipótesis nula.

Hi: Hipótesis alterna.

Ho: El manejo adecuado del Control de Inventarios no permitirá mejorar el Servicio al Cliente en la empresa MEGAFERRETERO CHIMG de la ciudad de Ambato.

Hi: El manejo adecuado del Control de Inventarios si permitirá mejorar el Servicio al Cliente en la empresa MEGAFERRETERO CHIMG de la ciudad de Ambato.

Modelo matemático:

Ho = Hi

Ho ≠ Hi

Nivel de significancia: Se trabajó con un nivel de significancia de 0.05%.

Especificación del Modelo Estadístico:

Se utilizó la fórmula del Chi – Cuadrado (x^2)

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

En donde:

x^2 = Chi- Cuadrado.

O = Frecuencias Observadas

E = Frecuencias Esperadas o Teóricas

Frecuencias Observadas: Para realizar las frecuencias Observadas se tomó en cuenta las siguientes preguntas:

P2: ¿Ha tenido usted que esperar por el despacho de algún producto?

P10: ¿Ha cambiado de producto porque no lo encuentra físicamente?

Tabla No. 15 Frecuencia Observada

FRECUENCIA OBSERVADA				
	CATEGORÍAS			
ALTERNATIVAS	Siempre	Casi Siempre	Nunca	TOTAL
P2	190	115	18	323
P10	76	168	79	323
SUBTOTAL	266	283	97	646

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Grados de Libertad { $gl = (Fila - 1) (Columna - 1)$ }

$gl=(f-1)(c-1)$
$gl=(2-1)(3-1)$
$gl=2$

Frecuencia Esperada: La frecuencia esperada (E) se calcula de la siguiente manera.

La frecuencia esperada de cada celda, se calcula mediante la siguiente formula, la misma que es aplicada a la tabla de frecuencias observadas.

$$E = \frac{(\text{total de la fila})(\text{Total de columna})}{N}$$

En donde N es el número total de frecuencias observadas.

Tabla No. 16 Frecuencia Esperada

FRECUENCIA ESPERADA				
ALTERNATIVAS	CATEGORÍAS			TOTAL
	Siempre	Casi Siempre	Nunca	
P2	133	141,5	48,5	323
P10	133	141,5	48,5	323
SUBTOTAL	266	283	97	646

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Lisseth Rodríguez

Una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplica la siguiente fórmula:

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

En donde:

x^2 = Chi- Cuadrado.

O = Frecuencias Observadas

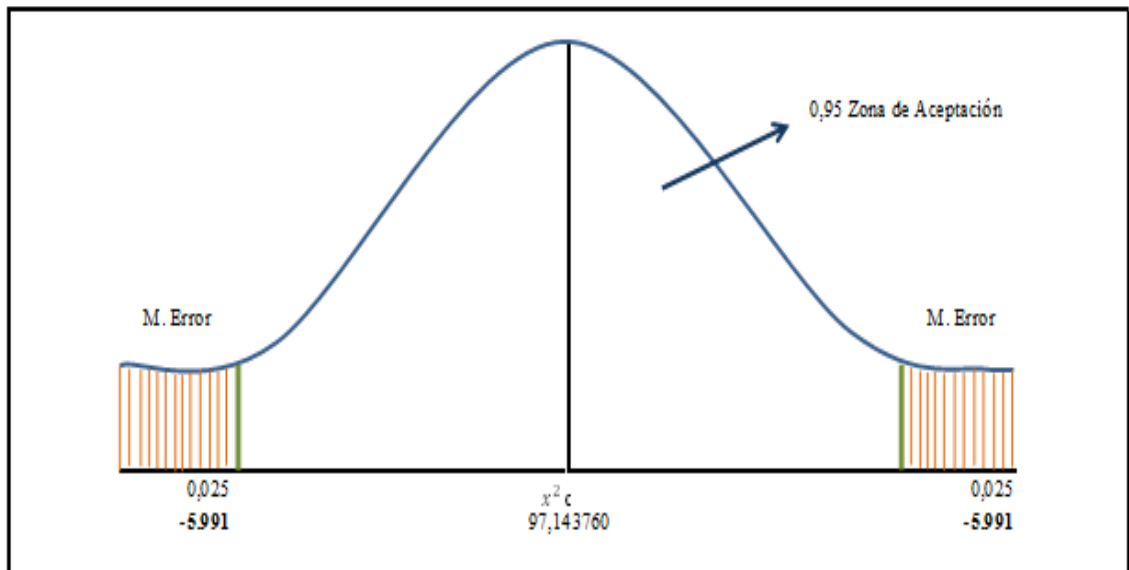
E = Frecuencias Esperadas o Teóricas

Tabla No. 17 Cálculo chi cuadrado

Alternativa	o	e	o-e	(o-e) ²	(o-e) ² /e
P2 Siempre	190	133	57	3.249,00	24,43
P2 Casi Siempre	115	141,5	-26,5	702,25	4,96
P2 Nunca	18	48,5	-30,5	930,25	19,18
P10 Siempre	76	133	-57	3.249,00	24,43
P10 Casi Siempre	168	141,5	26,5	702,25	4,96
P10 Nunca	79	48,5	30,5	930,25	19,18
TOTAL	646	646	0	9.763,00	97,14

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

Gráfico N° 15 Representación Gráfica Chi Cuadrado



Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

DECISIÓN

Con 2 grados de libertad con un nivel de 0.05 de $\chi^2_t=5.991$, y con $\chi^2_c = 97.14376$, y de conformidad en la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, de acuerdo a esto se acepta la hipótesis que dice: “El manejo adecuado del Control de Inventarios si permitirá mejorar el Servicio al Cliente en la empresa MEGAFERRETERO CHIMG de la ciudad de Ambato”.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Después de haber realizado un análisis de la situación de la empresa y de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas se determinan las siguientes conclusiones:

- ✓ La empresa MEGAFERRETERO CHIMG tiene un manejo deficiente de inventarios debido a no tener determinado un sistema adecuado de ejecución y control del mismo.
- ✓ Según los resultados de la investigación realizada se ha podido determinar que los clientes de MEGAFERRETERO CHIMG esperan un tiempo considerable hasta que sus productos sea despachado e incluso hasta el punto de cambio de producto ya que en bodega no lo encuentran para despacharlo.
- ✓ Se puede observar la falta de control y procesos en la empresa, ya que para un despacho se toman más del tiempo prudencial provocando molestias y demoras al cliente en la zona de despachos.

- ✓ A través de la investigación realizada observamos la falta de control que existe en los inventarios, dando como resultado la insatisfacción del cliente externo.
- ✓ En conclusión se determina que de acuerdo a la percepción tanto del cliente interno como externo, es necesario determinar un sistema de control de inventarios.

5.2 RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda capacitar al personal sobre el manejo de inventarios, ya que la misma es la herramienta fundamental con la cual el departamento de bodega y logística trabaja directamente, ayudando a mejorar el desenvolvimiento de la empresa.
- ✓ Se recomienda analizar qué tan efectiva es la empresa en cuanto al manejo de inventarios y atención al cliente con relación a nuestra competencia.
- ✓ Se recomienda planificar ordenada y sistemáticamente las tomas físicas de inventarios, evitando así el malestar en el cliente externo, y por ende brindar un servicio adecuado al mismo.
- ✓ Establecer y mejorar los procesos, funciones y responsabilidades del personal a cargo del área de bodega y logística al igual que de servicio al cliente, evitando así retrasos y mermas de tiempos.
- ✓ Se recomienda a MEGAFERRETERO CHIMG implementar un sistema de Control de Inventarios el mismo que ayudará a resolver el problema que actualmente se manifiesta en la empresa, mejorando así la satisfacción del cliente.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS

Tema: Implementar un manual de control de inventarios basado en el modelo de las 9S, con el propósito de mejorar la satisfacción del cliente de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG.

Institución Ejecutora:

Empresa MEGAFERRETERO CHIMG

Beneficiarios:

Empresa MEGAFERRETERO CHIMG

Clientes Internos

Clientes Externos

Ubicación:

Tungurahua, Ambato, Barrio Atocha Ficoa, Cdla. México, Av. Rodrigo Pachano 15-165 y la Delicia. Diag. Al Bco. Del Pacifico

Tiempo estimado para la ejecución:

Inicio: Julio del 2014

Finalización: Julio 2015

Equipo técnico responsable:

Investigador: Lisseth Rodríguez

Tutor: Lic. Mg. Viviana Solís

Gerente de MEGAFERRETERO CHIMG:

Lic. Rosa Rodríguez

Costo de la propuesta:

\$1,249.28

RECURSOS**Recursos Humanos**

Investigador: Lisseth Rodríguez

Recurso Humano

Clientes internos o colaboradores

Profesor revisor.

Recursos Institucionales

Universidad Técnica de Ambato

Empresa MEGAFERRETERO CHIMG

Recursos Materiales

Papel bond

Esferos

Resaltador
 Borrador
 Memos
 Carpetas
 Tinta para impresión
 C.D

Recursos Tecnológicos

Internet
 Computadora
 Calculadora
 Impresora
 Memory Flash
 Cámara de fotos

Recursos Financieros

El financiamiento del presente proyecto será cubierto con capital propio del investigador, del costo total de la investigación se fijara un 10% para gastos imprevistos

RECURSOS MATERIALES

Tabla No. 18 Recursos materiales

CANTIDAD	DETALLE	V. UNITARIO	TOTAL
2	Esferos	0,25	0,50
2	Resaltador	1,00	2,00
1	Lápiz	1,25	1,25
2	Resma de papel bond	4,50	9,00
1	Corrector	1,20	1,20
3	Anillados	0,60	1,80
323	Copias	0,02	6,46
	Tinta para impresiones	20,00	20,00
	Subtotal		42,21

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

RECURSOS TECNOLÓGICOS

Tabla No. 19 Recursos tecnológicos

UNIDAD	DETALLE	TIEMPO/ horas	V. UNITARIO	TOTAL
3 meses	Internet	30	1,00	30,00
1	Computadora	120	0,60	72,00
1	Impresora	10	0,10	1,00
1	Flash Memory	1	8,50	8,50
	Subtotal			111,50

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

RECURSOS HUMANOS

Tabla No. 20 Recursos humanos

UNIDAD	DETALLE	TIEMPO/ días	V. UNITARIO	TOTAL
1	Investigador	90	10,60	954,00
	Subtotal			954,00

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

OTROS RECURSOS

Tabla No. 21 Otros Recursos

UNIDAD	DETALLE	TIEMPO/ días		TOTAL
1	Transporte	8	1,00	8,00
1	Alimentación	8	2,50	20,00
	Subtotal			28,00

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

TOTAL INVERSIÓN

Tabla No. 22 Total inversión

DETALLE	SUBTOTAL
Recursos Humanos	954,00
Recursos Tecnológicos	111,50
Recurso Materiales	42,21
Otros	28,00
SUBTOTAL	1135,71
10% Imprevistos	113,57
TOTAL	1249,28

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

PRESUPUESTO

Tabla No. 23 Presupuesto

INGRESOS	
FONDOS PROPIOS	1249,28
TOTAL	1249,28
EGRESOS	
DEL DISEÑO Y ELABORACIÓN DEL PROYECTO	954,00
RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	111,50
MATERIAL DE ESCRITORIO	42,21
GASTO DE OPERACIÓN	28,00
SUBTOTAL	1135,71
	113,57
TOTAL	1249,28

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

La creación del Manual del Control de Inventarios, levantamiento de procesos, tendrá un costo de \$1249,28 dólares.

6.2 ANTECEDENTES

La presente investigación está dirigida a los clientes internos y externos de MEGAFERRETERO CHIMG de la ciudad de Ambato, buscando que la misma sea una herramienta de control y mejoramiento, y de aplicación efectiva por parte del departamento de logística de la empresa, con el fin de brindar un servicio de excelencia a sus clientes.

En la empresa MEGAFERRETERO CHIMG de la ciudad de Ambato no existen estrategias de Control de inventarios ni mucho menos una evaluación del Servicio al Cliente, por lo cual se debe implementar un control debido de inventarios, levantamiento de procesos e implementación del COSO (Committee of Sponsoring Organizations), evitando desfases, y procurando que el stock que se mantiene sea el necesario para cumplir con la demanda requerida por parte de sus clientes, ayudando así a que el cliente cuente con una atención de calidad, y cada una de sus necesidades puedan ser satisfechas a cabalidad y plenitud, otorgando así una atención justa y adecuada por parte del personal de la organización.

Este plan ayudara a la administración a tener un control del manejo de sus inventarios y sobre todo controlar también un servicio post-venta, dejando al cliente satisfecho y seguro de que esta empresa es una seria y comprometida.

6.3 JUSTIFICACIÓN

Mediante la investigación realizada en la empresa MEGAFERRETERO CHIMG y dadas las condiciones en las que se encuentra, la siguiente propuesta se orienta al diseño de un plan estratégico de Control de Inventarios como cometido alcanzar un mejor servicio al cliente, centrando la atención, en el manejo mismo de inventarios y reconocer si los productos que han sido sacados a la venta satisfacen las necesidades de sus clientes, ayudando a la organización a deshacerse de productos de baja rotación y evitar la amortización de capital estancado por inventarios que no rotan.

Las estrategias a utilizar ayudarán al manejo idóneo de un inventario necesario y el control de un servicio al cliente eficiente y ordenado.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 General.

Implementar un sistema de control de inventarios basado en el modelo de las 9 “S”, con el propósito de mejorar la satisfacción del cliente de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG.

6.4.2 Específicos.

- Diagnosticar las estrategias de Control de Inventarios y Servicio al Cliente.
- Analizar el tiempo en que se implementaran las estrategias.
- Poner en marcha las estrategias analizadas.
- Controlar periódicamente la efectividad de las estrategias.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Política

La propuesta que se realizara en la empresa MEGAFERRETERO CHIMG de la ciudad de Ambato es viable por lo que existe interés de la administración de diseñar e implementar estrategias de control de inventarios y servicio al cliente ya que el mismo gobierno ha creado los derechos del consumidor, los mismos que pretenden ser cumplidos, e implementados con estas estrategias.

Tecnológico

Dada las condiciones en que actualmente el mundo de la tecnología se encuentra en innovación el contar con herramientas tecnológicas nos ayudaran de gran manera a contar con programas de control de kárdex, existencias, control post-ventas dando la

oportunidad a la organización de contar con la tecnología a su favor para realizar este tipo de evaluaciones.

Organizacional

La empresa MEGAFERRETERO CHIMG, podrá mantener políticas claras de manejo de inventarios, como de control y servicio al cliente, las mismas que evitaran posibles molestias o desmanes en la organización, dando cumplimiento a las estrategias planteadas.

Los derechos del consumidor se verán estipulados en el siguiente detalle:

- a. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
- b. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
- c. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
- d. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
- e. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
- f. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;

- g. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
- h. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
- i. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
- j. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
- k. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
- l. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

6.6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO

6.6.1 Organigrama

Según Enrique Benjamín Franklin (OE tercera edición), Para que toda organización funcione correctamente independientemente de su naturaleza, campo de operación o ambos, requiere de un marco de actuación. Este lo constituye la estructura organizacional, que no deja de ser una división ordenada y sistemática de sus unidades de trabajo con base en el objetivo de su creación traducido y concretado en estrategias. Su representación gráfica también se conoce como organigrama, que es el método más sencillo de expresar la estructura jerárquica.

El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizativa de una institución o de una de sus áreas, en las que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.

Es el instrumento idóneo para plasmar y transmitir en forma gráfica y objetiva la composición de una organización.

- Proporciona una imagen formal de la organización.
- Facilita el conocimiento de una organización, así como de sus relaciones de jerarquía y coordinación.
- Representa un elemento técnico valioso para el análisis organizacional.
- Constituye una fuente autorizada de consulta.

CRITERIOS FUNDAMENTALES PARA SU PREPARACIÓN.

- Precisión
- Sencillez
- Uniformidad
- Presentación
- Vigencia.

6.6.2 Organigrama Funcional

Estos incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones.

Siendo de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

Es la especificación de las tareas inherentes a cada una de las unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica, necesarias para cumplir con las atribuciones encomendadas a la organización.

Es conveniente que en la presentación de las funciones se tomen en cuenta los siguientes aspectos:

- Que los títulos de las unidades correspondan a los que se utilizan en la estructura orgánica.
- Que sigan el orden que se estableció en la estructura.
- Que la redacción se inicie con un verbo en infinitivo.

Descripción de los puestos

Es la reseña del contenido básico de los puestos que componen cada unidad administrativa, que incluye la siguiente información:

- Identificación del puesto.
- Relaciones de autoridad, donde se indican los puestos subordinados y las facultades de decisión, así como las relaciones de línea y asesoría.
- Funciones generales y específicas.
- Responsabilidades o deberes.
- Relaciones de comunicación con otras unidades y puestos dentro de la organización de una unidad administrativa en particular.

Directorio

Documento donde constan los nombres, puestos, números telefónicos y correos electrónicos de las personas comprendidas en el manual.

6.6.3 Distribución del espacio en las áreas de trabajo

Los Objetivos son:

- Aportar los elementos de juicio necesarios para llevar a cabo una correcta distribución de las áreas de trabajo en una organización.
- Explicar los criterios técnicos y tecnológicos que debe considerar una organización para aprovechar racionalmente el espacio que se destina a instalaciones de trabajo.
- Analizar las consideraciones generales, técnicas auxiliares, guías fundamentales, especificaciones por tipos de área y disposición del mobiliario y equipo para diagnosticar con precisión las condiciones de la distribución del espacio en una organización.
- Vincular la estrategia, la estructura, la cultura organizacional y el liderazgo, en el estudio de la disposición de las instalaciones de una organización.
- Visualizar porque la productividad de una organización depende en gran escala de la interacción que existe entre sus instalaciones y su forma de trabajar.
- Comprender como afecta el ambiente físico el desempeño de una organización.

6.6.4 Manual de procedimientos

Este manual debe incluir, en primer término, los siguientes datos:

- Logotipo de la organización.
- Nombre de la organización.
- Denominación y extensión del manual (general o específico). Si corresponde a una unidad en particular, debe anotarse el nombre de esta.
- Lugar y fecha de elaboración.
- Numeración de páginas.
- Sustitución de páginas (actualización de información).
- Unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización.

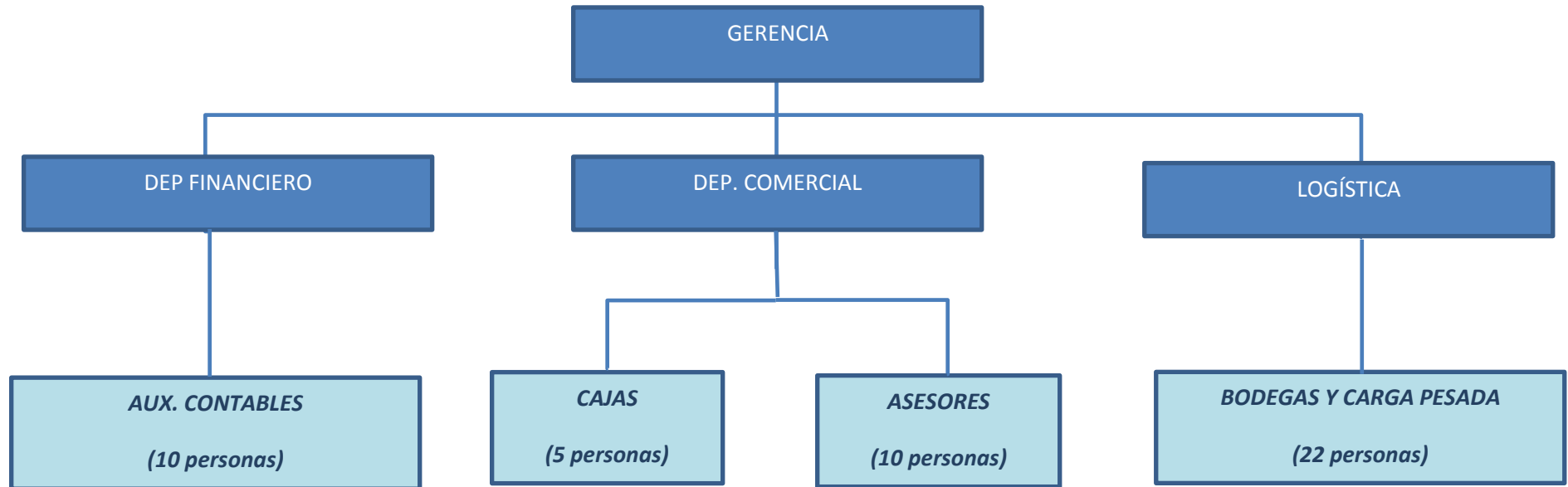
Clave del formulario; en primer término se deben escribir las siglas de la organización; en segundo, las de la unidad administrativa responsable de elaborar o utilizar la forma;



en tercero, el número consecutivo del formulario y, en cuarto, el año. Para leerla con facilidad, entre las siglas y los números debe colocarse un punto, un guion o una diagonal, ej. ONU.DSI.002.09 (corresponde a Organización de Naciones Unidas; Dirección General de Información; formulario número 2, y año 2009).

Fuente: Benjamín Franklin (2009), Organización de empresas.

Teniendo en cuenta que MEGAFERRETERO CHIMG, es una empresa en sociedad conyugal, por ende no cuenta precisamente con un manual de procesos a seguir, o un departamento de control de procesos, que haga cumplir las funciones de cada trabajador. Estos son los resultados que se ha podido apreciar de la situación actual de MEGAFERRETERO CHIMG.

Gráfico N° 16 Organigrama estructural de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG



ESPECIFICACIONES					
SIMBOLOGÍA			DETALLE		
			Directa	Relación directa Staff	
			Indirecta	Relación auxiliar	
Elaborado por:	Fecha:	Revisado por:	Fecha:	Aprobado por:	Fecha:
Lisseth Rodríguez	10/06/2014	Megaferretero Chimg	13/06/2014	Lic. Rosa Rodríguez	15/06/2014

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama cumple una función importante en toda organización, ya que determina jerarquías y funciones a cumplir, a lo cual tomaremos en cuenta los siguientes puntos antes de determinar un organigrama funcional a MEGAFERRETERO CHIMG.

- Determinar las funciones y actividades de la organización.
- Ser diseñado de una forma fácil y comprensible.
- Vincular los departamentos y hacer que trabajen en conjunto para conseguir los objetivos específicos de la organización.

Organigrama Estructural Propuesto

MEGAFERRETERO CHIMG, cuenta según lo investigado con tres departamentos de gran importancia como son:

- Dep. Financiero
- Dep. Comercial
- Dep. Logística.

La propuesta realizada para MEGAFERRETERO CHIMG es la siguiente:

Metodología de las 9 “s”

Al referirnos a un proceso de calidad, es determinar que dentro de la organización existen procesos determinantes que ayudan a realizar actividades para obtener resultados idóneos y adecuados, con la única finalidad de brindar un servicio de calidad a sus clientes externos.

Las 9 "s" deben su nombre a la primera letra de la palabra de origen japonés; el significado de cada una de ellas será detalladamente analizado, así como el **procedimiento** para llevarlas a cabo además de las ventajas que conlleva realizarlas.

Tabla No. 24 Las 9 “S”

N°	JAPONÉS	ESPAÑOL	Qué hacer
1	Seiri	Clasificación	Mantenga solo lo necesario
2	Seiton	Organización	Mantenga todo en orden
3	Seiso	Limpieza	Mantenga todo limpio
4	Seiketsu	Control Visual	Distinguir una situación normal de una anormal
5	Shitsuke	Disciplina	Mantenga un comportamiento confiable
6	Shikami	Constancia	Persista en los buenos hábitos
7	Shitsunkoku	Compromiso	Cumpla hasta el final con todas las tareas
8	Seishoo	Coordinación	Trabaje en equipo con sus compañeros
9	Seido	Estandarización	Unifique a través de normas

Fuente:<http://www.monografias.com/trabajos94/p-s-calidad/p-s-calidad.shtml>

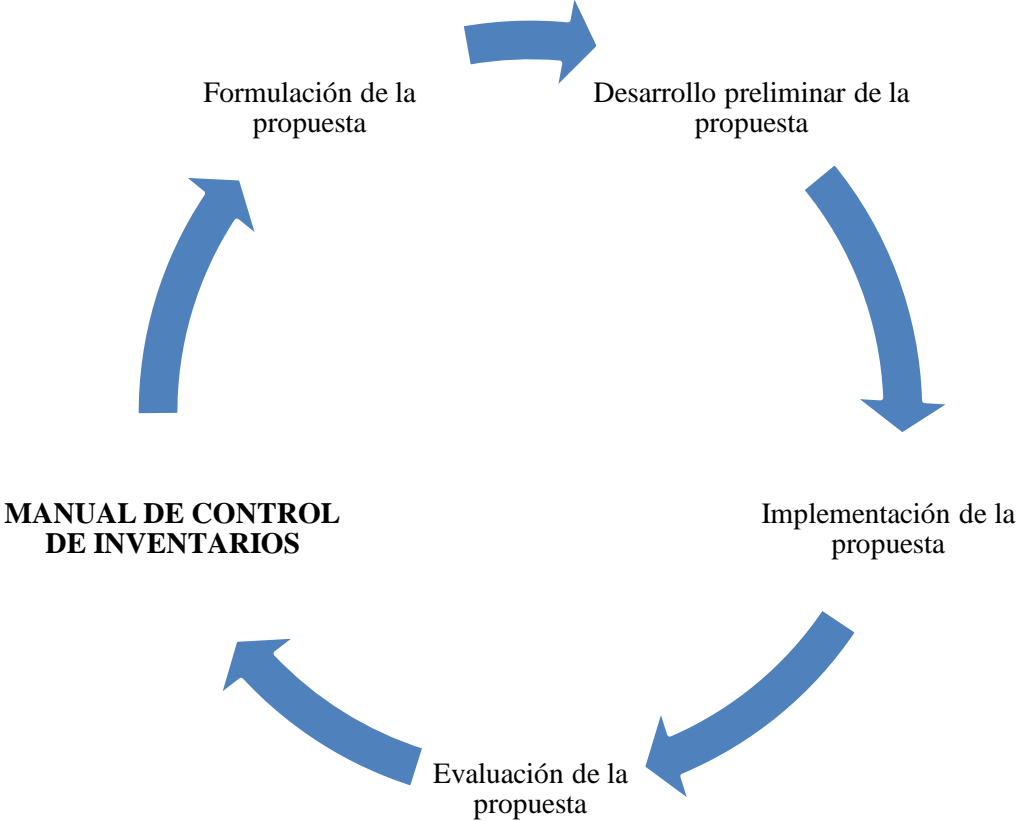
Elaborado por: Lisseth Rodríguez

Principales objetivos que persigue las 9s:

- incrementar el índice de utilización de la capacidad
- recortar gastos
- asignación de empleos en forma eficiente.
- Reducir costos.
- Instituir medidas de ahorro o de maximización del uso de la mano de obra
- mejorar los estándares de trabajo.
- Cambio rápido hacia la producción completa en línea.
- Eliminar los accidente de trabajo.

Fuente:http://www.cali.gov.co/publicaciones/las_nueve_s_modelo_que_traduce_calidad_total_public

Gráfico N° 17 METODOLOGÍA DEL MODELO OPERATIVO



6.7 METODOLOGÍA MODELO OPERATIVO

Tabla No. 25 Metodología del modelo operativo

FASE	OBJETIVO	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE	TIEMPO
Formulación de propuesta	Diseñar Manual de Control de Inventarios y Servicio al Cliente	Revisión de bibliografía	Humano Técnico Material Económico	Investigador	1-3 semanas
Desarrollo preliminar de la propuesta	Análisis	Por medio de las encuestas realizadas	Humano Técnico Material Económico	Investigador	4-6 semanas
Implementación de la propuesta	Diagnóstico	De las estrategias a implementar	Humano Técnico Material Económico	Investigador y Gerente	7-10 semanas
Evaluación de la propuesta	Comprobación	Nuevas encuestas realizadas a clientes internos y externos	Humano Técnico Material Económico	Investigador	11 – 15 semanas

PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la ejecución de este proyecto se necesitara detallar la siguiente información.

Tabla No. 26 Plan recolección de la información

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	solucionar el problema a investigar colaboradores de la empresa
2.- ¿A qué personas o sujetos?	Control de Inventario para la consecución de un Inventario Real. Investigador: Lisseth Rodríguez
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Desde Julio 2014 a Diciembre 2014
4.- ¿Quién?	Ambato- Tungurahua
5.- ¿Cuándo?	Se realizara una vez a cada uno de los encuestados
6.- ¿Lugar de la recolección de la información?	Encuesta Cuestionario
7.- ¿Cuántas veces?	Se buscara el mejor momento para obtener resultados reales
8.- ¿Qué técnicas de recolección utilizara?	
9.- ¿Con que instrumento?	
10.- ¿En qué situación?	

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para la realización del presente proyecto de investigación se utilizará las siguientes técnicas e instrumentos de investigación:

Tabla No. 27 Técnicas e instrumentos de investigación

TIPO DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN
1.- Información Secundaria	1.1 Lectura Científica	1.1.1 Tesis de Grado Libros sobre Recursos Humanos. Libros sobre Administración
2.- Información Primaria	2.1 Encuesta	Libros sobre la elaboración de tesis 2.1.1 Cuestionario

6.7.1 Análisis Interno de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG

PRINCIPIOS DE LAS 9 “S” APLICADAS EN MEGAFERRETERO CHIMG.

Tabla No. 28 Principios de las 9 “S”

N°	JAPONÉS	ESPAÑOL	APLICACIÓN	OBSERVACIÓN
1	Seiri	Clasificación	<input type="checkbox"/>	Si clasifican la mercadería, y es puesta en percha.
2	Seiton	Organización	<input type="checkbox"/>	No existe en bodega espacios determinados para el almacenamiento de mercadería
3	Seiso	Limpieza	<input type="checkbox"/>	Mantienen limpio el lugar de trabajo.
4	Seiketsu	Control Visual	<input type="checkbox"/>	No hay preocupación por parte del personal sobre los inconvenientes que visualmente puedan determinar.
5	Shitsuke	Disciplina	<input type="checkbox"/>	No hay disciplina de trabajo, por ende no cumplen los procesos.
6	Shikami	Constancia	<input type="checkbox"/>	No hay perseverancia en su trabajo por lo tanto no son constantes.
7	Shitsunkoku	Compromiso	<input type="checkbox"/>	El personal no tiene el sentido de compromiso para con la empresa, por ende no cumplen con sus tareas a cabalidad.
8	Seishoo	Coordinación	<input type="checkbox"/>	El jefe de bodega no determina como se debe realizar el trabajo en su área por lo tanto no existe coordinación desde la cabeza jerárquica.
9	Seido	Estandarización	<input type="checkbox"/>	No existen estándares de trabajo, de almacenamiento, ni de despachos, por lo tanto este principio tampoco es aplicado.

Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

6.7.2 Diagnóstico de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG

De acuerdo a la tabla anteriormente detallada podemos observar el incumplimiento de la mayoría de los principios por lo cual la empresa requiere de manera urgente la intervención de un control interno.

6.7.3 Plan de acción

Establecer un manual de procedimientos, los mismos que ayudaran a esclarecer cuales son los procesos a seguir, cuales son las actividades a desarrollarse y quienes serán las personas responsables de ejecutar las mismas.

MANUAL DE FUNCIONES PROPUESTO PARA



mega • ferretero
CHIMG
i m p o r t a d o r e s

Dir. Av. Rodrigo Pachano 15-165 y la Delicia.

Pbx: 032827469

Web: www.megachimg.com

Ambato - Ecuador

“MEGAFERRETERO CHIMG”

OBJETIVO GENERAL.-

Establecer procesos de manejo y control de Inventarios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.-

- Adquirir mercaderías con calidad, en cantidad, a buen precio y en forma oportuna, de acuerdo a los requerimientos del cliente.
- Corregir errores de adquisición y/o calidad en productos recibidos en relación a lo negociado, para evitar inconformidad en nuestros clientes.
- Tener productos con listas de precios actualizadas para evitar inconvenientes o malestar al cliente.
- Proporcionar a nuestros clientes exhibición y muestras, al igual que solucionar problemas sobre productos que tienen garantía.
- Mantener proveedores calificados de mercaderías con calidad, precio y stock en forma oportuna en base a lo requerido por nuestros clientes.

RESPONSABILIDAD.- El Jefe de Inventarios y el Jefe Operativo son las personas responsables de la ejecución de este manual de procesos.

POLÍTICAS

- Solo con autorización del Gerente General se realizará la adquisición y/o creación de nuevos productos o líneas.
- Se realizará compras de mercadería con la modalidad de prepago previa autorización de Gerencia General.
- Con previa autorización del **GERENTE GENERAL** se podrá realizar adquisiciones de productos que hayan sufrido variación en precios.
- Mantener en bodegas el stock mínimo requerido de acuerdo a lo establecido en el sistema, revisando que el producto no haya tenido un evento en particular que

arroje un stock mínimo y máximo fuera de lo normal. (Proyectos, Promociones) o inestabilidad en costos.

- Solo con autorización del **GERENTE GENERAL** se procederá a realizar compras para el Proceso de Mantenimiento de un valor mayor a cien dólares (\$100.00).
- No se podrá ingresar movimientos de inventarios en el sistema contable posterior al cierre del mes realizado por el **JEFE DE INVENTARIOS**.
- Únicamente con autorización de **GERENTE GENERAL**, se procederá a realizar o sacar promociones de mercaderías.
- Calcular el stock mínimo y máximo de acuerdo al movimiento del Kárdex del artículo, de 1 año anterior, y en casos especiales calcularlo trimestralmente.
- Se retirará la mercadería con transporte propio de nuestros proveedores únicamente con la respectiva orden de compra sellada y firmada por el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**.

CONTROLES

- Los **BODEGUERO 1** y **BODEGUERO 2**, revisaran el stock del inventario de forma visual, los mismos que coordinaran con **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** asegurándose que los productos se encuentren sobre el stock mínimo.
- Controlar las entradas y salidas de mercadería del Kárdex de varilla y cemento, que el **BODEGUERO 2** entrega e imprimir del sistema el movimiento del Kárdex diario. **Responsable: AUXILIAR DE INVENTARIOS**.
- El **JEFE DE INVENTARIOS**, indicará la existencia de productos de baja rotación al **GV**, para que determine acciones a seguir.
- Se realizaran ingresos y salidas de mercadería por las siguientes razones:
 - **DEVOLUCIONES PENDIENTES DE PROVEEDOR**
 - **PROVEEDORES POR FORMALIZAR**
 - **SOBRANTE MERCADERÍA**

- **INVENTARIO FÍSICO**
- **PREVENTA**
- **PRODUCTOS PROPIOS DE ENSAMBLAJE**
- **CRUCE DE INVENTARIOS (CÓDIGOS)**

- Los **AUXILIARES DE DESPACHOS** deberán constatar que la factura de venta se encuentre con el respectivo sello de cancelado y con la firma cliente, al igual que con el sello de autorización de despacho.
- El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**, conjuntamente con los ayudantes de bodegas, realizarán inventarios parciales durante el año calendario de las secciones responsables a cada uno.
- Solicitar la actualización de costos y existencias al **JEFE DE INVENTARIOS**, para que lo ejecute de manera mensual.
- Los **BODEGUERO 1**, deberá generar un reporte con la siguiente información.

REPORTE DE MERCADERÍA RECIBIDA									
FECHA:									
FECHA	HORA	#	#						RECIBIDO
FACT.	RECEP.	FACT.	GUÍA	PROV.	BULTOS	DESCR.	NOVEDADES	TRANS.	POR

DOCUMENTOS DE ENTRADA

- Factura del proveedor.
- Notas de Crédito Clientes.
- Documento de Ingreso Interno (Por falta de factura, cambio de la misma al proveedor o ingresos por preventa y guías de remisión).

DOCUMENTOS DE SALIDA

- Factura impresas de venta, selladas y autorizadas.
- Salidas por ingresos temporales.
- Salidas por devolución de mercadería a proveedor.

PARÁMETROS

Adquisiciones

Análisis de Rotación de inventarios.

Este se basará en el siguiente control de alertas para el requerimiento o seguimiento.

- **Alerta Roja.-** Se encuentra bajo **stock mínimo**.
- **Alerta verde.-** Se encuentra bajo **stock normal**.
- **Alerta Amarilla.-** Se encuentra sobre el **Stock máximo**.
- **Alerta Tomate.-** Se encuentra **sin movimiento** en un periodo de un mes. (precaución).

Nota.- Las adquisiciones de mercaderías se las realizarán no solamente por un producto sino considerando la línea para mantener el SM, verificando siempre el espacio físico en bodega.

- Esta actividad se llevará bajo una revisión semanal con el **BODEGUERO 1** y **BODEGUERO 2** el primer día laborable de la semana.
- El último día de la semana se generará un reporte de Déficit de Artículos, para realizar el requerimiento correspondiente de mercadería, en coordinación con el **BODEGUERO 1** y **BODEGUERO 2**.

FUNCIONES

JUNIOR EN COMPRAS

- Comprar
- Ingresar
- Establecer Precios de Ventas
- Controlar Novedades de Mercaderías (Proveedores)
- Controlar los Inventarios
- Realizar Promociones
- Establecer y Ejecutar Garantías

COMPRAS

- Realizará la revisión diaria de stocks mínimos y máximos, guiándose en las alertas de las líneas o productos, que el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** detectará oportunamente, teniendo la responsabilidad de realizar la adquisición de mercadería de mayor rotación para mantener un stock mínimo de los productos en mención y en general.
- Es responsabilidad del **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** mantener el stock máximo establecido a cada producto.
- Analizará precios y tiempo de crédito con el proveedor.
- Realizará pedidos a proveedores mediante el módulo de inventarios “**PEDIDOS**”, donde registrará el descuento, precios, cantidades y plazos acordados con el proveedor.
- Deberá generar nuevos códigos a nuevos productos en caso de no existir en el sistema de inventarios, no se permitirá la omisión de artículos en los pedidos por falta de creación de códigos.
- Imprimirá el pedido realizado y lo firmará tanto el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** como el agente vendedor (proveedor), dejando el registro en el sistema para su verificación posterior y la impresión se la entregará al **AUXILIAR CONTABLE** (Pagaduría).

- Realizará negociaciones vía telefónica, fax o e-mail utilizando la nota de pedido impresa desde el sistema como respaldo, la cual seguirá el mismo proceso anterior, y en remplazo de la firma del agente vendedor se adjuntará una nota con los datos de la llamada en caso de ser el pedido telefónico, con la copia del envío en caso de ser por fax, y el impreso del correo electrónico en caso de ser vía e-mail.
- Coordinará conjuntamente con el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** y el **JEFE OPERATIVO** si la mercadería va a ser trasladada con nuestro transporte entregando al transportista el pedido sellado y firmado, ya que será el único documento válido para retirar mercadería a nombre de la empresa desde nuestros proveedores.
- Pedirá autorización para realizar los pedido que sean por motivo de proyectos y son específicos teniendo la firma de aprobación de **GERENTE GENERAL**, ya que por ser pedidos puntuales, debe estar bajo conocimiento de la misma.
- Dará seguimiento a los pedidos realizados para evitar el desabastecimiento del material.

INGRESOS

Ingresos de Facturas de Proveedores.-

Diariamente deberá recibir el informe de recepción de mercaderías firmada por el bodeguero, donde consta el detalle de la misma.

Las facturas de proveedores son entregadas por el **BODEGUERO 1 o BODEGUERO 2**, dependiendo el caso al **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**, por medio del “**REPORTE DE RECEPCIÓN DE MERCADERÍA**”, de forma diaria.

El **REPORTE DE RECEPCIÓN DE MERCADERÍA** debe ser recibido por el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** revisado y archivado diariamente.

Las facturas deberán ser ingresadas al sistema en un plazo máximo de 24 h.

Las facturas de compra deberán ser verificadas: fecha de caducidad, fecha de emisión y datos completos y exactos tal y cual constan en el RUC.

La factura de compra deberá tener adjunta la Guía de Remisión correspondiente, debidamente firmadas por el **BODEGUERO 1**, informando de novedades en la Guía de remisión tanto del transportista como la nuestra.

EL **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** deberá verificar la factura de compra con el pedido correspondiente, donde comparará productos, cantidades y precios acordados con el proveedor, de acuerdo al pedido anteriormente realizado.

Cada **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** tendrá una bodega de ingreso de acuerdo a la sección que este maneje.

El ingreso de mercadería lo realizará únicamente a la bodega designada a cada **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**.

El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** recibirá del **BODEGUERO 1** las muestras de mercadería para su verificación en caso de ser producto nuevo, para que el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** verifique el código creado al momento que realizo el pedido, en caso que los productos excedan su tamaño y sea dificultoso traerlo hasta el Dep. Contable, es responsabilidad del **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** realizar la constatación física en bodega.

El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** deberá descargar el pedido realizado en el sistema para poder verificar los acuerdos de precios como cantidades solicitadas.

En caso de encontrar errores o diferencias el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** deberá notificar al proveedor sobre dicho error para que el mismo proceda a realizar la nota de crédito correspondiente por diferencia de precios.

Si el error fuera de cantidades por mercadería no solicitada, se procederá a notificar a **GERENTE GENERAL**, para que autorice el ingreso de dicha mercadería de ser el caso, caso contrario se realizará la devolución de la mercadería al proveedor, asumiendo el mismo los gastos de transporte tanto por recepción como por envío de la mercadería en mención.

En caso de recibir adjunta a la factura el reporte de **NM** se procederá de acuerdo al **PROCESO DE DEVOLUCIONES PENDIENTES DEL PROVEEDOR.**

Deberá verificar los precios del producto para ventas, en caso de haber variación de los mismos, deberá realizar el cambio en el sistema, además si hubiese existencias del producto antes de la nueva compra debe realizar el cambio de precios en percha, para lo cual emitirá la nueva etiqueta y la entregará al **BODEGUERO 1** para que realice el cambio.

El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** imprimirá etiquetas de códigos de barras de la mercadería ingresada y las entregará al **BODEGUERO 1** para que proceda al etiquetado de la mercadería.

El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** emitirá la retención correspondiente a la factura ingresada, documento en el que constará la firma y sello del **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**, adjuntando la tercera copia de la retención (Contabilidad) a la factura de compra, dejando la original y la primera copia en su papelería para que el **AUXILIAR CONTABLE** (Pagaduría), retire las mismas y proceda al envío a nuestro proveedor.

El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** posterior al ingreso de la factura y el respectivo etiquetado por parte del **BODEGUERO 1** deberá realizar la “transferencia de bodega”, esto se refiere a sacar de la bodega a la cual realizó el ingreso de la mercadería por compras y trasladarla a la bodega de Almacén para la venta o ya sea a la bodega que corresponda, imprimiendo el documento, este sirve para constancia de la

mercadería entregada a almacén por el **BODEGUERO 1** documento en el cual constará el código del producto, descripción, cantidad, bodega de salida y bodega de destino, además este documento se lo imprimirá desde el sistema, teniendo así la firma de elaborado en este caso el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**, entregado por el **BODEGUERO 1**, y recibido por el **ACJL**, quien en adelante será el responsable de la mercadería entregada a él.

De forma diaria deberá revisar que la mercadería ingresada se encuentre ya etiquetada y colocados los dispositivos correspondientes para realizar la transferencia de bodega.

Supervisará en los dos casos tanto de etiquetas por compras como en etiquetas por cambio de precio que hayan sido colocados y perchados inmediatamente.

Si la factura tiene un descuento adicional que no se registra en la misma deberá disminuir el valor del costo al producto e ingresar el **DESCUENTO EXTRA FACTURA AJ** según el proveedor.

El **DESCUENTO EXTRA FACTURA AJ** es un descuento que el proveedor no registra en factura por lo tanto para evitar la afectación al costo del producto se disminuye el valor del mismo y la diferencia dada se la envía al ítem “**AJ-PROVEEDOR**”, cada proveedor que nos realiza este tipo de descuento tiene un ítem con su nombre, al cual deberán ingresar la diferencia en costo.

Se realizarán **DESCUENTO EXTRA FACTURA AJ** únicamente a productos que su costo sea representativo para el cálculo, caso contrario solamente se notificará en factura para conocimiento del **AUXILIAR CONTABLE (Pagaduría)** antes de proceder al pago.

Es obligatorio que el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** notifique por escrito en la factura el detalle del descuento que se debe realizar por **DESCUENTO EXTRA FACTURA AJ**, para que el **AUXILIAR CONTABLE(Pagaduría)** pueda

descontar el valor al momento del pago, al igual que la salida de mercaderías por novedades que anteriormente ya notifico al proveedor.

Toda factura ingresada por los **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** deberán tener el sello de ingresado como la firma de la persona responsable, al igual que el número de retención como el valor de la misma.

El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** deberá entregar al **JJ** las facturas ingresadas en el día para su revisión correspondiente.

Ingresos de Notas de Crédito de proveedores

Las notas de crédito de proveedores serán emitidas por dos razones: devoluciones y descuentos.

Nota de crédito por devoluciones.- este documento será el sustento de la salida de la mercadería realizada en las **DEV. PEND. PROVEEDOR**, para lo cual se realizará el ingreso pertinente del producto y posterior a este paso se realizará el ingreso de la nota de crédito, verificando las cantidades y costos para que sustente el valor de la salida. Otra de las razones de este tipo de nota de crédito será la salida de mercadería por fallas, daños, roturas, caducidad, etc.

Nota de crédito por descuentos.- este tipo de notas de crédito se debe a que el proveedor no registra el descuento directamente en la factura de compra, por lo que genera notas de crédito por los descuentos adicionales que otorga al producto, conociéndolo como **DESCUENTO EXTRA FACTURA AJ**, este ítem se lo toma cuando el producto tiene un descuento adicional y por cuestiones de costos le disminuyen el valor al producto ingresando la diferencia como (**AJ- “ ”**), registrando así el **DESCUENTO EXTRA FACTURA AJ**, el mismo que será saneado al momento de ingresar la nota de crédito correspondiente a la factura de compra correspondiente.

Ingresos y/o salidas por Pre-venta.-

Se realizarán los ingresos por pre-venta únicamente si se requiere facturar a un cliente (proyectos o casos especiales) mercadería que no tenemos en existencia o que la tenemos pero por cuestión del cliente facturamos antes de su entrega.

Se realizará el ingreso del pedido realizado por el cliente para proceder a la facturación del mismo, este ingreso será realizado en el sistema, impreso y firmado por el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**, el mismo que procederá a la adquisición de dichos productos.

Los ingresos deberán tener el mismo costo de negociación con el proveedor para evitar diferencias en costos de productos.

Las salidas de la mercadería se la realizará únicamente a la entrega de la misma, documento que deberá tener las firmas de responsabilidad al igual que adjunta la guía de remisión donde conste la firma del cliente como recepción de la mercadería y el sello de bodega de “**DESPACHADO**”, este documento deberá mantenerse en archivo conjuntamente con un Kárdex de registro.

Ingresos y/o salidas por Formalizar.-

Se realizarán ingresos de mercaderías por formalizar siempre y cuando la factura del proveedor aún no haya llegado conjuntamente con la mercadería, y se autoriza a realizar el ingreso provisional del o los productos que hayan llegado siempre y cuando se solicite la factura de manera inmediata con un tiempo máximo de espera de 24 horas.

En el documento de ingreso impreso deberán constar las firmas de responsabilidad tanto del **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** como del **BODEGUERO 1 y/o BODEGUERO 2**.

Para proceder a realizar la salida de la mercadería deberán tener la factura de compra correspondiente, y adjuntar a la misma el ingreso, la salida y la guía de remisión de recepción de la mercadería.

Nota.- Todo documento que genere deberá ser archivado por el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** teniendo la posibilidad de revisión de dicha documentación el personal que lo requiriere.

ESTABLECER PRECIOS DE VENTA

Se manejarán 5 tipos de precios como son:

- **Precio A:** PVP
- **Precio B:** Tarjeta
- **Precio C:** Dcto. Autorizado
- **Precio D:** Constructor
- **Precio E:** Ferreterías

Cada uno de los precios presentados anteriormente tiene un porcentaje de rentabilidad o descuento establecido que a continuación detallaremos.

- **Precio A.-** Este precio se lo establecerá en base al costo más el porcentaje de rentabilidad del producto y más el IVA (**Costo * rentabilidad * 12% IVA +**).
- **Precio B.-** Este precio se lo establecerá en base al Precio A más el 10% adicional (**Precio A * 10%+**).
- **Precio C.-** Este precio se lo establecerá en base al Precio A menos el 8% de descuento (**Precio A dividido para el 1.08**).
- **Precio D.-** Este precio se lo establecerá en base al Precio A menos el 10% de descuento (**Precio A dividido para el 1.10**).
- **Precio E.-** Este precio se lo establecerá en base al Precio A menos el 15% de descuento (**Precio A dividido para el 1.15**).

La rentabilidad que sumaremos al **Precio A**, será establecido de acuerdo a la línea que los **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** manejen, para lo cual cada línea tendrá un porcentaje de rentabilidad establecido por el **GERENTE GENERAL**, en base a los rangos que éste determine se procederá a colocar precios a los productos de forma estandarizada.

CONTROLAR NOVEDADES DE MERCADERÍAS (Proveedores)

Ingresos y/o salidas por devoluciones pendientes de proveedor.

Se realizarán salidas de mercaderías por este motivo, siempre y cuando la novedad haya sido reportada con el respectivo formulario de “NM” por el **BODEGUERO 1 y/o BODEGUERO 2** al **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**, el mismo que realizará el trámite con el proveedor para que nos hagan la reposición del producto o la nota de crédito pertinente.

Las salidas se la realizarán únicamente cuando el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** haya notificado al proveedor sobre la novedad con el producto, y el mismo este informado sobre lo sucedido.

Si el producto viniese roto el **BODEGUERO 1** notificará de forma inmediata al **AUXILIAR CONTABLE (Pagaduría)**, para que realice el descuento pertinente al transportista al momento del pago, si la mercadería es transportada por cuenta del proveedor, se notificará al mismo sobre la novedad y procederá a realizar la salida de la mercadería en mención para su devolución.

Toda salida realizada será impresa y deberá tener las firmas de responsabilidad de la persona que realiza la salida como es el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**, del **BODEGUERO 1** quien realiza el envío de la mercadería y del agente vendedor.

La solución a la salida realizada del o los productos tendrá que dársela en un plazo máximo de 8 días.

La salida realizada deberá ser adjuntada a la factura de compras, para que el **AUXILIAR CONTABLE (Pagaduría)** pueda tomarlo en cuenta al momento del pago, si el reclamo al proveedor se lo realiza posterior al pago de la factura el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** deberá notificar y entregar el documento impreso de la salida al **AUXILIAR CONTABLE (Pagaduría)** para que realice el descuento en una nueva factura que se encuentre pendiente de pago.

Los ingresos también se los realizará siempre y cuando el producto haya llegado a las bodegas y hayan sido confirmadas por el **BODEGUERO 1 y/o BODEGUERO 2**, de forma inmediata, quienes son los responsables de notificar al **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**, para que proceda al ingreso de la mercadería. El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** tendrá la responsabilidad de notificar al **AUXILIAR CONTABLE (Pagaduría)** sobre el ingreso de la mercadería, para que proceda a la cancelación del saldo descontado en factura en caso de haberlo descontado, o de cancelar la factura en su totalidad.

Se generarán salidas por préstamos a proveedores únicamente por Devoluciones Pendientes del Proveedor, movimiento creado a cada uno de los mismos, teniendo en cuenta que el tiempo de devolución del préstamo ya sea que haya sido solicitado por nosotros o por uno de nuestros colegas será de 5 días como máximo.

CONTROL DE INVENTARIOS

BODEGA INTERNA

Recepción de mercadería

El **BODEGUERO 1 y/o BODEGUERO 2** tendrá uno o dos **AUXILIAR DE BODEGA** dependiendo la sección bajo su mando y responsabilidad.

El **BODEGUERO 1 y/o BODEGUERO 2** deberá recibir la mercadería del transportista, en caso de que este no estuviere, el responsable directo será su **AUXILIAR DE BODEGA** autorizado.

La mercadería deberá ser revisada frente al transportista, quien conjuntamente con el **BODEGUERO 1 y/o AUXILIAR DE BODEGA**, firmarán la guía de remisión en conformidad de lo recibido.

En caso de encontrar novedades en la mercadería revisada, tanto el **BODEGUERO 1 y/o AUXILIAR DE BODEGA** llenarán el formulario correspondiente **NOVEDADES DE MERCADERÍAS**.

La novedad encontrada deberán escribirla en la guía de remisión del transportista como la del proveedor.

En caso de que la factura de transporte deba ser cancelada por “**MEGAFERRETERO CHIMG**”, tanto el **BODEGUERO 1 y/o AUXILIAR DE BODEGA** deberán notificar dicho particular al **AUXILIAR CONTABLE** para que procedan al descuento en la factura de transporte antes del pago, el **AUXILIAR CONTABLE** deberá sacar una copia de la guía de remisión, para la cancelación.

Si la mercadería viene rota debido al transportista, el **BODEGUERO 1 y/o AUXILIAR DE BODEGA** deberán descontar el valor de la mercadería rota al transportista, ya que es responsabilidad del mismo.

Si la mercadería fue transportada por choferes de “**MEGAFERRETERO CHIMG**”, y la misma se encuentra rota, deberán realizar el mismo formulario del **NM**.

El formulario del **NOVEDADES DE MERCADERIA** deberá ser adjuntado a la factura correspondiente al igual que la guía de remisión firmada.

El **BODEGUERO 1 y/o AUXILIAR DE BODEGA**, deberán llenar el **REPORTE DE RECEPCIÓN DE MERCADERÍA**, y entregarlo diariamente a las 10:00 am, en caso de que la mercadería recibida sea demasiada, y no alcancen a revisarla en el mismo día tendrán un tiempo límite de 24h, para la revisión.

La factura del proveedor deberá tener el sello de recibido y el nombre de la persona que recibió la mercadería, al igual que la fecha y hora de la **RECEPCIÓN**, en caso de que la mercadería no haya sido recibida con factura sino solamente con guía tendrán las mismas disposiciones de recepción.

Conjuntamente con el **REPORTE DE RECEPCIÓN DE MERCADERÍA** deberá el **BODEGUERO 1** entregar las facturas al **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** para el respectivo ingreso.

El **BODEGUERO 1** deberá llevar una muestra de la mercadería recibida en facturas al **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** para constatación de ingreso, a excepción de los productos de alta rotación que ya son comunes de ingreso.

Etiquetado y Perchado

El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** entregará las etiquetas de la mercadería ingresada, de forma diaria al **BODEGUERO 1**.

El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** deberá etiquetar un producto de muestra para que el **BODEGUERO 1** y/o **AUXILIAR DE BODEGA** realicen el resto del etiquetado en los productos.

La etiqueta del producto debe ser legible en un lugar donde no sea dificultoso para la **FACTURACIÓN**.

El producto deberá tener el respectivo dispositivo de seguridad en un lugar donde no sea de fácil visualización para el cliente.

En caso de productos como son cabinas, hidromasajes, y demás que requieran y que sean de fácil manipulación de códigos o precios por los clientes, deberán tener una etiqueta oculta, que únicamente sepa el personal de la empresa.

Solicitar al **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** el documento de “transferencia de bodegas” donde el **BODEGUERO 1** notificara al mismo los productos a trasladarse a almacén, documento que deberá estar impreso y firmado por las personas involucradas como son: **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS, BODEGUERO 1 y ACESOR COMERCIAL Y JEFE DE LINEA.**

El **BODEGUERO 1 y/o AUXILIAR DE BODEGA** entregará la mercadería al dueño de percha haciéndole firmar el documento de transferencia.

La mercadería que no sea destinada a almacén y deba ser perchada en bodega, debe ser perchada de manera inmediata teniendo como tiempo máximo 24h para el perchado.

Entrega de Mercadería por Ventas

Toda mercadería que vaya a ser entregada con factura de venta, deberán tener obligatoriamente el sello de cancelado, nombre de la cajera y la firma, nombre y número de cédula del cliente.

La factura deberá ser entregada al **JEFE DE DESPACHOS** quien direccionará el despacho de la mercadería a uno de los **AUXILIARES DE DESPACHOS.**

El **JEFE DE DESPACHOS** deberá supervisar personalmente la entrega de la mercadería al cliente.

Todo producto entregado desde bodega interna, deberá ser autorizado por el **JEFE DE DESPACHOS** en caso de que este no se encuentre la persona autorizada será el **BODEGUERO.**

Para la entrega de un producto al cliente, tanto el **JEFE DE DESPACHOS, BODEGUERO, AUXILAIR DE DESPACHOS y AUXILIAR DE BODEGA,** deberán utilizar la factura amarilla de despachos.

La factura después de la entrega deberá tener el sello de “DESPACHADO”, la firma del cliente, el nombre de la persona que entrego el producto, la fecha y la hora de entrega.

En caso de ser mercadería para entrega de proyectos, el **JEFE DE DESPACHOS** conjuntamente con el **AUXILIAR DE DESPACHOS**, deberán realizar la entrega al transportista con la factura de despachos y la respectiva guía de remisión, donde constarán las firmas de responsabilidad del **JEFE DE DESPACHOS y/o AUXILIAR DE DESPACHOS** como del transportista tanto en la factura amarilla de despachos como en la guía de remisión, a partir de esta entrega el responsable de la entrega directa al cliente será el transportista.

El **JEFE DE DESPACHOS** no entregará la factura amarilla de despacho al transportista, este documento será constancia de la entrega de los productos al mismo, el documento que el transportista llevará para la entrega de los productos al cliente serán únicamente las guías de remisión y la factura original en caso de que el cliente lo solicitara.

Las guías de remisión contienen una original (blanca) y dos copias (rosada y verde), la guía original deberá ser entregada al cliente o la persona que recibe la mercadería, la copia rosada deberá adjuntarse a la factura amarilla de despachos y entregarla a la **JEFE DE CAJERAS**, para que realice el archivo correspondiente de las entregas realizadas obviamente en caso de ser por preventas o proyectos, de no ser así la entrega de la factura y guía será a la cajera para archivo.

En caso de que el producto facturado no exista físicamente, el **JEFE DE DESPACHOS** deberá llenar el formulario de “**MRCADERÍAS POR ENTREGAR**”, y entregar el documento original al cliente y la copia amarilla adjuntarla a la factura amarilla de despachos y archivar en las facturas pendientes por entregar.

Informará al **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** sobre la novedad para que el mismo proceda a realizar el requerimiento del producto a nuestros proveedores.

Si el producto quedará pendiente de entrega, es responsabilidad del **JEFE DE DESPACHOS** conjuntamente con el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** hacer el trámite necesario para que el producto llegue a la empresa y se pueda entregar al cliente, con un plazo máximo de 24 horas.

Salida de Mercadería por Devolución a Proveedores

El **BODEGUERO 1** deberá notificar adicional a los reportes de “**NOVEDADES DE MERCADERÍAS**”, por medio de correo electrónico tanto al **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** como al **JEFE DE INVENTARIOS** y al **AUXILIAR CONTABLE**.

Se hará la entrega de uno o varios productos de Bodega al proveedor únicamente, si el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** ha realizado el trámite pertinente con el proveedor donde notifica sobre la devolución de la mercadería, previo comunicado al **JEFE DE INVENTARIOS** quien autorizará la salida de la mercadería, como constancia de estar en conocimiento del problema.

El sustento de salida de la mercadería será únicamente el documento impreso de “**SALIDA DE MERCADERÍA**”, que generará el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**.

El **BODEGUERO 1** deberá tener un archivo de mercadería enviada para solución, documento que obligatoriamente deberá tener las firmas de responsabilidad tanto del **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** como del proveedor o persona a la que entregan la mercadería, la firma del **BODEGUERO 1** y la firma de autorización del **JEFE DE INVENTARIOS**.

El plazo que el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** tendrá para dar solución al problema ya sea con la entrega de un nuevo producto por parte del proveedor o como puede ser la nota de crédito correspondiente, será de 8 días, plazo en el cual deberá

tanto el **BODEGUERO 1** como el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**, estar pendiente de la solución a la mercadería enviada.

Ingreso de Mercadería por Cambios, Devoluciones o Garantías

El único documento válido para que un producto ingrese por devolución a bodega será la “**NOTA DE CRÉDITO**” (clientes), donde constarán las firmas del **JA o JC**, la firma del cliente y la firma y nombre del **JEFE DE DESPACHOS, BR y/o AD**.

Si el producto tiene Descuento Extra Factura AJ defectos de fábrica, se realizará el cambio correspondiente siempre y cuando el proveedor cubra la garantía del producto. Si el producto a devolver fuese un material eléctrico **SIN MARCA** estos “**NO TENDRÁN GARANTÍA**”.

Los productos que requieran de mantenimiento o cubran garantía como los calefones o maquinaria, ingresarán únicamente con la “**ORDEN DE TRABAJO**”, documento que servirá para entregar al departamento técnico, para que procedan a realizar la revisión correspondiente.

Orden y Limpieza

El orden y limpieza de la bodega estará bajo la supervisión, responsabilidad y ejecución del **BODEGUERO 1**.

La mercadería recibida tendrá solamente 24 horas para ser etiquetada y perchada.

No podrán estar los pasillos de las bodegas con basura o desperdicios de comida.

La bodega deberá tener la señalización necesaria para mayor agilidad en los despachos.

La mercadería no podrá estar botada por los pasillos.

Establecerán horarios de limpieza de la bodega como para el baño.

El **BODEGUERO 1** deberá conjuntamente con el **JEFE OPERATIVO** realizar un mapeo total y general de la bodega, siendo este publicado en una impresión de 110 cm de largo x 80 cm ancho a color a la entrada de la bodega.

BODEGA EXTERNA

Recepción de Mercadería

La mercadería como son cemento y varilla será recibidas únicamente por el **BODEGUERO 2 y/o AUXILIAR DE BODEGA**.

La varilla será contada en presencia del transportista, en la fábrica antes de traer la mercadería a las bodegas de “**MEGAFERRETERO CHIMG**”.

La mercadería deberá ser contada frente al transportista ya en las bodegas de “**MEGAFERRETERO CHIMG**”.

Tanto la guía de remisión como la factura en sí deberán tener la firma del transportista como la del **BODEGUERO 2 y/o AUXILIAR DE BODEGA**.

La factura deberá tener el sello de recibida la mercadería donde conste el nombre de la persona que recibe, la fecha y la hora.

En caso de que la descarga de cemento en las bodegas de “**MEGAFERRETERO CHIMG**”, se las realice en la noche, es obligación del bodeguero solicitar la copia de la factura correspondiente para el respectivo registro en el Kárdex.

Despacho de Mercaderías

Toda mercadería que contenga la bodega sur, será responsabilidad directa del **BODEGUERO 2** de esa bodega.

La mercadería para ser despachada desde esta bodega se la realizará únicamente con la factura amarilla de despachos, la misma que deberá contener el sello de “**AUTORIZACIÓN DE DESPACHO**”, la firma de autorización del **JEFE DE ALMACÉN o JEFE DE CAJERAS**.

Antes de proceder al despacho de mercadería el **BODEGUERO 2** deberá constatar que la factura tenga la firma de la cajera, del cliente, el sello y firma de autorización de despacho, y el sello de cancelado, únicamente no tendrán el sello de cancelado si la factura ha quedado a crédito.

La mercadería se deberá entregar con la factura amarilla, verificando al contar antes de subirla al carro del transportista, o del cliente mismo y después cuando la mercadería ya se encuentre cargada.

La factura después de la entrega deberá tener el sello de “**DESPACHADO**” constando el nombre de la persona que despacha la fecha y la hora de la entrega.

Si la mercadería es enviada con transporte propio, es obligación del **JEFE DE ALMACÉN y/o JEFE DE CAJERAS** emitir la guía de remisión correspondiente y entregarla al **BODEGUERO 2** para que realice el despacho correspondiente.

El transportista tendrá únicamente la guía de remisión completamente llena con las firmas de responsabilidad para poder entregar la mercadería al cliente, es obligación del **BODEGUERO 2** hacer firmar la factura amarilla de despachos al transportista.

En caso de que hayan entregas a proyectos, la mercadería de bodega interna o almacén será entregada al transportista por el responsable de los despachos como es el **JEFE DE DESPACHOS** o de no encontrarse presente será el **BODEGUERO 1** el cual entregará la mercadería de acuerdo a lo detallado en la guía de remisión, detalle que debe ser de igual similitud que la factura de venta, procediendo a dejar la guía al **BODEGUERO 2** para que registre la entrega que este realizará.

Orden y Limpieza.

El orden y limpieza de la bodega sur estará bajo la supervisión, responsabilidad y ejecución del **BODEGUERO 2**.

La mercadería recibida tendrá que estar ubicada correctamente, en caso del cemento en pallets de 80 quintales cada uno.

Si uno o varios quintales de cemento estuvieren rotos, estos deben estar perfectamente colocados en costales y no regados o esparcidos por la bodega.

La varilla deberá estar colocada de acuerdo a las medidas y movimientos de las mismas. Los pallets vacíos deberán estar ordenados uno sobre otro, hasta que los carros de carga los retiren para traer nueva mercadería.

La bodega no podrá almacenar chatarra, en caso de que la haya deberá el **BODEGUERO 2**, pedir la autorización al **JEFE OPERATIVO** y al **GERENTE DE VENTAS**, para proceder a desalojar la misma.

La bodega sur deberá tener la señalización necesaria para mayor agilidad en los despachos, las personas responsables de esta señalización son el **JEFE OPERATIVO** conjuntamente con el **BODEGUERO 2**.

La mercadería no podrá estar botada sino ordenada según la señalización establecida. Establecerán horarios de limpieza de la bodega al igual que para la limpieza del baño.

El **BODEGUERO 2** deberá conjuntamente con el **JEFE OPERATIVO** realizar un mapeo total y general de la bodega, siendo este publicado en una impresión de 110 cm de largo x 80 cm ancho a color a la entrada de la bodega.

JEFATURA DE INVENTARIOS

Planificación de Inventarios

El JEFE DE INVENTARIOS deberá realizar un cronograma de inventarios parciales trimestralmente, informando al GERENTE GENERAL para que dé su aprobación.

El JEFE DE INVENTARIOS deberá basarse para el cronograma en el movimiento y el costo de la línea o producto, para darle mayor prioridad.

El JEFE DE INVENTARIOS, deberá realizar un inventario sorpresa ya que la persona encargada de los inventarios es el JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS, el mismo que tendrá bajo su responsabilidad la toma física de cada sección.

Inventarios Físicos

EL JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS deberá tener los instrumentos necesarios para proceder al conteo físico como son:

Contará con la colaboración de: **BODEGUERO 1** y sus respectivos ayudantes.

El **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** tendrá que dar mayor importancia a los requerimientos del **JEFE DE ALMACÉN** quien en caso de encontrarlo necesario deberá solicitar inventarios inmediatos y/o urgentes al **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**.

Será responsabilidad del **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** verificar que tanto el almacén como las bodegas se encuentren preparadas para la toma física de productos.

Existirán tres bodegas para el ingreso de mercadería, a las cuales llamaremos: Bodega Ferretería, Bodega Acabados y Bodega Maquinaria y Herramientas.

Es responsabilidad del **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** que los productos sean ingresados a las respectivas bodegas.

Después de su respectivo etiquetado la mercadería deberá ser transferida a almacén con el movimiento de “**transferencia de bodegas**”. Este documento deberá ser impreso y tener las firmas de responsabilidad como son del **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS, BODEGUERO 1 y ACJL**.

Es responsabilidad del **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** crear las líneas necesarias al igual que sus subgrupos, categoría especial y categoría adicional e ir implementándolas en cada producto nuevo creado.

Será responsabilidad del **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** controlar que los productos nuevos que hayan llegado sean exhibidos en almacén.

Los ajustes que se encontraran necesarios se los realizará si es que hubiese cruces con otros códigos y hayan similitudes de costos, en caso de no ser así se deberá informar la novedad al **GERENTE GENERAL** para que autorice la facturación y nota de crédito correspondiente de ser el caso.

Los ajustes que fueren por ingresos de mercaderías por errores de inventarios de años anteriores se los ingresarán al movimiento “**EJ, Entrada por Inventarios Físico**”, previo conocimiento de **GERENTE GENERAL**.

Ingresos por Sobrante de mercaderías.-

Se realizarán ingresos de mercadería por sobrante únicamente después de haber realizado la verificación física del producto conjuntamente con el **Jefe de Inventarios y JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS**.

Después de dicha verificación se notificará a **GERENTE GENERAL**, quien dará la autorización para realizar el ingreso o pertinente.

Si el sobrante de mercadería se ha dado por errores en inventarios anteriores, se procederá a realizar el ingreso como sobrante de mercaderías para disminuir la cuenta de “**Ajustes por Inventarios Físicos**”, cuenta que tiene acumulados valores por ajustes de inventarios de años anteriores.

Si el sobrante es por cruces de códigos se procederá a actuar de acuerdo al siguiente punto.

Ingresos y/o por Cruces de Códigos.-

Se realizarán ingresos de mercadería únicamente si tanto el **BODEGUERO 1** como el **JUNIOR EN COMPRAS E INVENTARIOS** y el **Jefe de Inventarios**, hayan constatado físicamente que el producto tiene un cruce con otro de igual o parecida similitud en características y en valor.

Realizada la constatación se procederá a notificar a **GERENTE GENERAL** sobre el cruce ocasionado para que de la autorización de facturar y hacer nota de crédito de los respectivos productos, sin el caso lo amerita, de no ser así se procederá a realizar los ingresos y salidas.

Revisión y Cuadre de Cuentas Contables Relacionadas

El JEFE DE INVENTARIOS sacará un reporte a Excel de los movimientos de artículos en general.

Agrupará por tipo de movimiento y cuenta contable.

Cruzará valores con el reporte del mes anterior y dejará únicamente los valores pendientes del mes presente.

Deberá imprimir el reporte ya revisado y saneado conjuntamente con el mayor contable de la cuenta que corresponda.

Deberá realizar el re-cálculo de costos y existencias mensualmente.

Realizar el asiento de costos mensual e imprimir el reporte del módulo con el saldo del costo y adjuntar el impreso del mayor del costo, tanto tarifa 0% como tarifa 12%.

Deberá imprimir el reporte del módulo de inventarios al igual que el mayor contable de inventarios, tanto tarifa 0% como tarifa 12%.

Al igual que costos e inventarios deberán estar correctamente cuadrados y cerrados mensualmente.

Deberá entregar al **CONTADOR GENERAL** el **REPORTE GERENCIAL** según los anexos de su competencia correctamente elaborados y cuadrados con el **BG**, hasta el 12 de cada mes.

6.8 ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

La responsabilidad de administrar la presente propuesta estará a cargo del Jefe de Inventarios conjuntamente con el Jefe de bodega de la empresa MEGAFERRETERO CHIMG, La Srta. Lisseth Rodríguez, y el Sr. Luis Correa. Los mismos que asignaran y socializaran el manual propuesto a todo el personal que se involucre directamente con inventarios dentro de la organización, controlando, dirigiendo, y evaluando el buen manejo y cumplimiento de este manual.

Web grafía

(s.f.). Obtenido de www.gestiopolis.com/.../control-de-calidad.htm

(s.f.). Obtenido de <http://gestionempresarialrentable.com/blog/gestion-empresarial-de-inventario-o-stock.html>

(s.f.). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml#ava>

Bibliografía

Ahoy, C. K. (2010). *Administración de operaciones con enfoque en el cliente*.

Blanco, F. (2012). *Dirreccion de Ventas*.

Chagra, A. A. (2004). *El servicio al cliente, la venta y el marketing personal*.

Fernández, R. L. (2006). *Operaciones de Almacenaje*.

Gabriel jaime Soto, J. F. (2012). *Gerencia de Ventas*.

Garro, C. A. (1986). *Enciclopedia de logística empresarial*.

Hayes, B. E. (2003). *Como medir la satisfaccion del cliente*.

Hernandez, J. (2010). *Diseño de un sistema de gestión*.

Jaguaco, D. (2007). *Sistema para el control de Inventarios utilizando modelos determinísticos*.

Jenkins, C. H. (1977). *Administracion moderna de almacenes*.

MITCHELL, J. (2004). *Abrace a sus clientes*.

PEREZ, L. M. (2003). *Clienting*.

Stevens, D. (2012). *Tips efectivos para el servicio al cliente*.

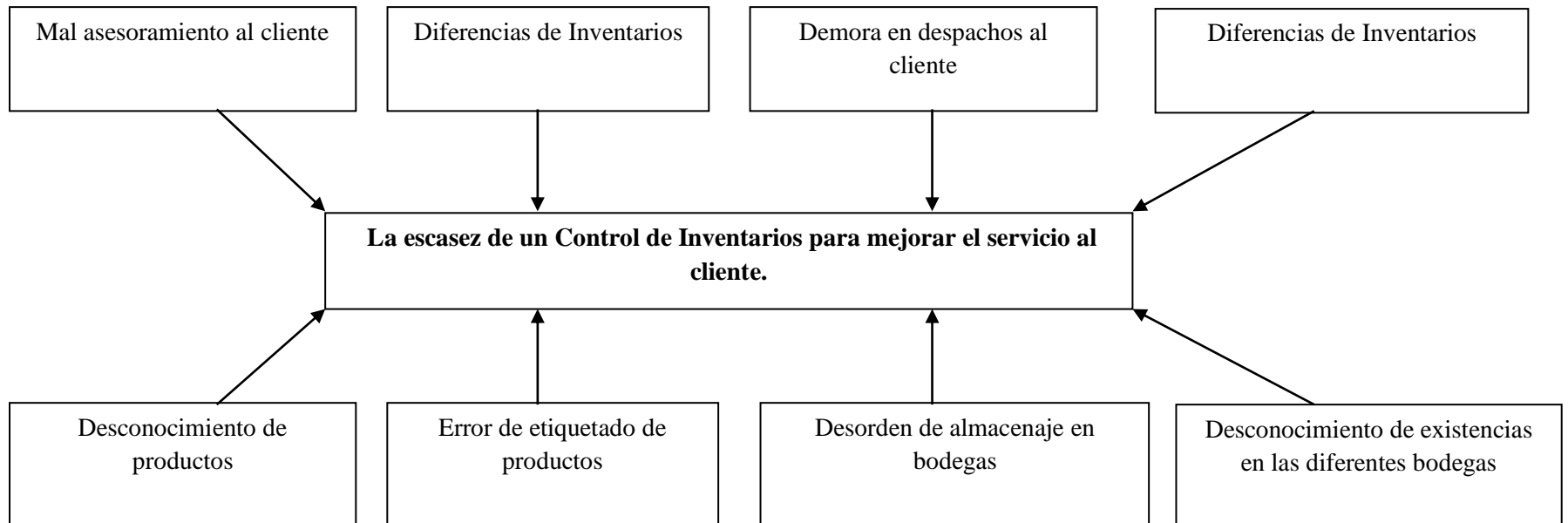
Tmayo, V. (2006). *Planificación estratégica para mejorar el proceso productivo en la empresa Proinba*.

Trenzano, J. M. (2003). *El cliente y el consumidor protagonistas del mercado*.

Voris, W. (1983). *Control de producción*.

ANEXOS

ANEXO 1
ÁRBOL DEL PROBLEMA



Elaborado por: Lisseth Rodríguez.

ANEXO 2
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Encuesta Dirigida a: Clientes externos

Sobre: El Control de Inventarios y su incidencia en el Servicio Al Cliente.

Datos Informativos

Lugar: Empresa MEGAFERRETERO CHIMG

Fecha: 03 de Junio del 2014

Investigador: Lisseth Rodríguez

Objetivo: Determinar de qué manera se relaciona el Control de Inventarios con el Servicio Al Cliente, en la Empresa MEGAFERRETERO CHIMG.

Instrucciones: Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una X según su respuesta.

Cuestionario:

1.- ¿Usted ha esperado en caja para la facturación de uno o varios productos porque no tienen existencia en el sistema?

Siempre Ocasionalmente Nunca

2.- ¿Ha tenido usted que esperar por el despacho de algún producto?

Siempre Casi siempre Nunca

3.- ¿La atención brindada en el sector de despacho fue satisfactoria?

Si No Tal vez

4.- ¿El producto y la cantidad que usted ha requerido lo encontrado en nuestra empresa?

Siempre Ocasionalmente Nunca

5.- ¿Se ha encontrado con productos en mal estado o caducados?

Si No Tal vez

6.- ¿Ha sido participe de un servicio de POST- VENTA por parte de nuestro personal?

Si No Tal vez

7.- ¿El servicio y atención que ha recibido por parte de nuestro personal fue de su satisfacción?

Si No Tal vez

8.- ¿Se ha contactado usted con servicio al cliente por reclamos de productos?

Si No Tal vez

9.- ¿Es usted atendido por un asesor con conocimiento del producto?

Si No Tal vez

10.- ¿Ha cambiado de producto, porque no lo encuentran físicamente?

Siempre Casi siempre Nunca

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...





Lic. Rosa Rodríguez.
GERENTE.



Ing. César Chiluisa.
GERENTE COMERCIAL.



Lic. Cristian Guevara
JEFE DEPARTAMENTO CONTABLE.



Javier Toscano.
JEFE BODEGA INTERNA.



*Marco Calderón.
JEFE BODEGA EXTERNA.*



Fabián Camino



Fernanda Mejía

ADQUISICIONES.



CAJERAS.



SEGURIDAD.



SERVICIO TÉCNICO.





VENTAS.



DESPACHOS.

