



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniería en CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

TEMA:

**“GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA
RENTABILIDAD DEL SUPERMERCADO “APOLO” DE LA
PARROQUIA QUISAPINCHA DE LA CIUDAD DE AMBATO”.**

Autora: Alba Marlene Carrillo Yánez

Tutor(a): Dra. Patricia Jiménez

Ambato – Ecuador

Octubre 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dra. Patricia Jiménez Estrella con Cédula de Ciudadanía No. 1802934230, en mi calidad de tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema **“GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DEL SUPERMERCADO “APOLO” DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA DE LA CIUDAD DE AMBATO”**, desarrollado por la señora Alba Marlene Carrillo Yáñez, estudiante egresada de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad Semipresencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el reglamento de graduación de Pregrado, modalidad Tesis de Universidad Técnica de Ambato y la normativa para la presentación de trabajos de Investigación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría. Por lo tanto, autorizo su presentación ante el organismo pertinente, para ser sometido a evaluación por la Comisión de Calificación designado por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 29 de Octubre del 2013

EL TUTOR(A)



.....
Dra. Patricia Jiménez Estrella, Mg.

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Yo, Alba Marlene Carrillo Yáñez, con Cédula de Ciudadanía No 1802209047, indico que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Graduación: **“GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DEL SUPERMERCADO “APOLO” DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA DE LA CIUDAD DE AMBATO”**, es original, auténtico y personal, así como también ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, 23 de Octubre del 2014

Autora



Alba Marlene Carrillo Yáñez
C.C. # 180220904-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal de grado, aprueba el trabajo de graduación sobre el tema: **“GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DEL SUPERMERCADO “APOLO” DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA DE LA CIUDAD DE AMBATO”**, elaborado por Alba Marlene Carrillo Yáñez, egresada de la carrera de Contabilidad y Auditoría modalidad semipresencial, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 23 de octubre del 2014

Para constancia firman:



Dra. ADRIANA ESTÉVEZ, Mg.



Ab. CINTIA DE LA TORRE, Mg.



Eco. DIEGO PROAÑO
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Dios, por haberme regalado la vida, por la sabiduría, bendición y fortaleza que me ha dado a cada instante de mi vida, por la perseverancia, para cumplir con los objetivos, sueños y anhelos.

A mí querida familia, hermanos y hermanas por sus consejos y apoyo incondicional.

A mis hijos Álvaro y Luisa, que son la gran bendición que Dios me pudo dar, motivo e inspiración por la que cada día me sigo superando como persona, madre, esposa, hija y profesional.

Alba

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme la oportunidad de culminar una etapa importante en la trayectoria de mi vida, por la salud, por darme valentía de afrontar los desafíos que se presentaron, por la inteligencia, capacidad para cumplir un reto más.

Agradezco a los docentes de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, por su valioso aporte en mi formación profesional quienes impartieron sus sabios conocimientos y me brindaron su apoyo incondicional y de manera muy especial a la Dra. Patricia Jiménez por el apoyo, colaboración y asesoramiento durante el desarrollo del presente trabajo de Tesis.

Y finalmente a la familia Ortiz – Guaita, propietarios del Supermercado “Apolo”, por la oportunidad y la confianza que me brindaron al abrirme las puertas de su empresa, donde desarrollé la presente investigación.

Gracias a todos.

Alba

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	Pág.
PORTADA.....	i
Aprobación del Tutor	ii
Autoría del Trabajo de Graduación	iii
Aprobación del Tribunal de Grado.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Índice General	vii
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Gráficos	xiv
Resumen Ejecutivo Índice de Figuras, Imagen.....	xivi
Executive Summmary	xvii

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1 Tema.....	1
1.2 Planteamiento del problema	1
1.2.1 Contextualización.....	1
1.2.2 Análisis crítico.....	8
1.2.2.1 Relación causa-efecto	9
1.2.3 Prognosis	9
1.2.4 Formulación del problema.....	10
1.2.5 Preguntas Directrices	10
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación	10
1.3 Justificación	11
1.4. Objetivos.....	12
1.4.1 Objetivo general.....	12
1.4.2 Objetivos Específicos	12

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes	13
2.2 Fundamentación filosófica	15
2.3 Fundamentación legal	15
2.4 Categorías fundamentales.....	20
2.5. Conceptualización de variable independiente	21
2.5.1 Variable independiente Gestion de Inventarios	21
2.5.2 Conceptualización de la variable dependiente	28
2.5.2.1 Variable dependiente Rentabilidad.....	28
2.6 Hipótesis.....	38
2.7 Señalamiento de variables.....	38

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque	39
3.2 Modalidad básica de la investigación	39
3.2.1 Investigación de campo	39
3.2.2 Investigación bibliográfica-documental	40
3.3 Nivel o tipo de investigación.....	40
3.3.1 Asociación de variables	40
3.3.2 Investigación Descriptiva.....	41
3.4 Población y muestra.....	41
3.4.1 Población	41
3.4.2 Muestra.....	42
3.5. Operacionalización de las variables	43
3.5.1 Variable independiente: gestión	44
3.5.2 Variable dependiente: rentabilidad.....	45
3.6 Recolección de información	46
3.7 Plan de análisis e interpretación de resultados	46

CAPÍTULO IV
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados	49
4.2. Interpretación de los datos.....	49
4.2.1 Encuesta dirigida a todo el personal de Supermercado Apolo	50
4.2.2 Cuestionario dirigido a los propietarios y empleados del Supermercado Apolo.....	65
4.3 Verificación de Hipótesis	67

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.....	76
5.2 Recomendaciones	77

CAPÍTULO VI
PROPUESTA

6.1 Datos Informativos	78
6.2 Antecedentes de la propuesta.....	80
6.3 Justificación	81
6.4 Objetivos.....	83
6.4.1 Objetivo general.....	83
6.4.2 Objetivos específicos.....	83
6.5 Análisis de factibilidad	83
6.6 Fundamentación.....	85
6.7 Modelo operativo	90
6.7.1 FASE I	91
6.7.1.1 La Empresa	99
6.7.1.2 Reseña Histórica	99
6.7.1.3 Distribución Física	100
6.7.1.4 Direccionamiento Estratégico	101
6.7.1.5 Principios.....	101

6.7.1.6 Valores Corporativos.....	102
6.7.2. FASE II.....	103
6.7.2.1 Políticas de los Inventarios.....	103
6.7.2.2 Introducción.....	103
6.7.2.3 Objetivo.....	103
6.7.2.4 Alcance.....	103
6.7.2.5 Valoración de los Inventarios.....	104
6.7.2.6 Procedimiento de registro del inventario.....	105
6.7.2.7 Cálculo del Costo del inventario.....	106
6.7.2.8 Determinación del precio de venta.....	107
6.7.2.9 Contabilización.....	109
6.7.2.10 Determinación del valor del inventario.....	110
6.7.3 FASE III.....	112
6.7.3.1 Guía de Gestión de Inventarios.....	112
6.7.3.2 Proceso de abastecimiento de compra.....	114
6.7.3.3 Flujograma Proceso de abastecimiento de compra	115
6.7.3.4 Proceso de recepción de mercadería.....	116
6.7.3.5 Flujograma del Proceso de recepción de mercadería.....	117
6.7.3.6 Proceso de almacenamiento de las mercadería.....	118
6.7.3.7 Flujograma del proceso de almacenamiento de las mercadería	118
6.7.3.8 Proceso de devolución en compra.....	119
6.7.3.9 Flujograma del Proceso de devolución en compra.....	120
6.7.3.10 Proceso de venta de las mercaderías	121
6.7.3.11 Flujograma del Proceso de venta de las mercaderías.....	122
6.7.3.12 Gestión de inventarios por clasificación ABC.....	123
6.7.3.13 Organización y Control productos ofertados.....	125
6.7.3.14 Direccionamiento de existencias	126
6.7.4. FASE IV.....	128
6.7.4.1. Indicadores Gestión de Inventarios.....	128
6.7.4.1.1 Indicadores para Abastecimiento.....	128
6.7.4.1.2 Indicadores para el Transporte.....	131
6.7.4.1.3 Indicadores para los inventarios.....	132

6.7.4.1.4	Indicadores para Almacenamiento.....	136
6.7.4.1.5	Indicadores Financieros aplicados al producto.....	137
6.7.4.1.6	Aplicación de Indicadores de Rentabilidad en el año 2013.....	139
6.7.5	FASE V.....	141
6.7.5.1	Conclusiones.....	141
6.7.5.2	Recomendaciones.....	142
6.8	Administración de la propuesta.....	143
6.9	Evaluación	143
	BIBLIOGRAFIA.....	145
	ANEXOS 1 RUC Supermercado Apolo.....	148
	ANEXO 2 Encueta a personal Administrativo.....	150
	ANEXO 2. 1 Encuesta a personal Operativo	154
	ANEXOS 3 FOTOS Supermercado Apolo	158
	ANEXOS 4 Cuestionario personal del Supermercado Apolo	162

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla N ^o . 1 Ventas años 2012 – 2013.....	7
Tabla N ^o . 2 Nómina del Supermercado “Apolo”	42
Tabla N ^o . 3 Procedimiento de recolección de información	48
Tabla N ^o . 4 Programas de Planificación y Gestión	50
Tabla N ^o . 5 Selección de Proveedores	51
Tabla N ^o . 6 Verificación de Mercadería.....	52
Tabla N ^o . 7 Despacho de Mercadería.....	53
Tabla N ^o . 8 Instalaciones Adecuadas	54
Tabla N ^o . 9 Políticas y Procesos	55
Tabla N ^o . 10 Análisis comparativo.....	56
Tabla N ^o . 11 Frecuencia que solicita Estados Financiera	57
Tabla N ^o . 12 Valore la importancia.....	58
Tabla N ^o . 13 Comprobantes de venta.....	59
Tabla N ^o . 14 Diferencia en Inventarios.....	60
Tabla N ^o . 15 Indicadores de Rentabilidad	61
Tabla N ^o . 16 Toma Física de Inventarios	62
Tabla N ^o . 17 Procedimiento	63
Tabla N ^o . 18 Adiestramiento y capacitación del personal	64
Tabla N ^o . 19 Frecuencia Observadas	71
Tabla N ^o . 20 Frecuencias Esperadas	72
Tabla N ^o . 21 Tabla de Contingencia.....	75
Tabla N ^o . 22 Equipo técnico responsable:.....	79
Tabla N ^o . 23 Recursos materiales	80
Tabla N ^o . 24 Métodos de Valoración de Inventarios.....	89
Tabla N ^o . 25 Matriz Análisis Situacional MAS.....	92
Tabla N ^o . 26 Costo Unitario	109
Tabla N ^o . 27 Costo Inventario.....	109
Tabla N ^o . 28 Contabilización.....	109
Tabla N ^o . 29 Contabilización.....	110
Tabla N ^o . 30 Determinación del Inventario Final por el Método del Minorista..	111

Tabla N°. 31 Productos al granel	113
Tabla N°. 32 Procesos de Abastecimiento	114
Tabla N°. 33 Procesos de Recepción de Mercadería	116
Tabla N°. 34 Procesos de Almacenamiento de Mercadería	118
Tabla N°. 35 Procesos de Devolución de Compras.....	119
Tabla N°. 36 Procesos de Venta Mercadería.....	121
Tabla N°. 37 Productos de Mayor Rotación.....	123
Tabla N°. 38 Resumen de Productos de Mayor Rotación	124
Tabla N°. 39 Porcentaje Mensual de Ventas	125
Tabla N°. 40 Rotación de Pedidos Anuales.....	126
Tabla N°. 41 Productos ABC	128
Tabla N°. 42 Tabla de productos ABC	129
Tabla N°. 43 Pedidos.....	130
Tabla N°. 44 Resumen de Existencias de mayor rotación Diciembre 2013.....	133
Tabla N°. 45 Previsiones anuales de la Propuesta.....	144

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N°. 1 Empresas que pertenecen al Sector Comercio	2
Gráfico N°. 2 Población Económicamente Activa	4
Gráfico N° .3 Árbol de problemas.....	8
Gráfico N° .4 Categorías Fundamentales.....	21
Gráfico N° .5 Subordinación Conceptual...VI	36
Gráfico N°. 6 Subordinación Conceptual...VD.....	37
Gráfico N°. 7 Programas de Planificación y Gestión.....	50
Gráfico N°. 8 Selección de Proveedores	51
Gráfico N°. 9 Verificación de Mercadería	52
Gráfico N°. 10 Despacho de Mercadería	53
Gráfico N°. 11 Instalaciones Adecuadas	54
Gráfico N°. 12 Políticas y Procesos	55
Gráfico N°. 13 Análisis comparativo	56
Gráfico N°. 14 Frecuencia que solicita Estados Financiera	57
Gráfico N°. 15 Valore la importancia.....	58
Gráfico N°. 16 Comprobantes de venta.....	59
Gráfico N°. 17 Diferencia en Inventarios	60
Gráfico N°. 18 Indicadores de Rentabilidad.....	61
Gráfico N°. 19 Toma Física de Inventarios	62
Gráfico N°. 20 Procedimientos para reclutar.....	63
Gráfico N°. 21 Adiestramiento Capacitación personal	64
Gráfico N°. 22 “t”de student	75
Gráfico N°. 23 Flujograma del Proceso de Abastecimiento actual.....	93
Gráfico N°. 24 Flujograma del Proceso de Recepción de Mercaderías actual	94
Gráfico N°. 25 Flujograma del Proceso de Venta de Mercaderías actual.....	95
Gráfico N°.26 Distribucción Física supermercado Apolo.....	100
Gráfico N°.27 Flujograma de Abastecimiento.....	115
Gráfico N°.28 Flujograma de Recepción de Mercadería.....	117

Gráfico N° .29 Flujograma de Almacenamiento.....	118
Gráfico N°.30 Flujograma Devolución de Mercadería en compra.....	120
Gráfico N°.31 Flujograma Venta.....	122
Gráfico N°.32 Cálculo de los días de Aprovisionamiento, método ABC.....	127
Gráfico N°. 33 Productos ABC	129

RESUMEN EJECUTIVO

Las empresas del sector comercial en algún momento se han enfrentado a un sin número de problemas, uno de ellos la gestión y para Supermercado Apolo de la parroquia Quisapincha, su principal preocupación son los Inventarios, por lo que considera de gran importancia el estudio y análisis de la gestión de los Inventarios, al no ser óptimo, no podrá contar con resultados favorables para la empresa, motivo por el cual es necesario mejorar de forma eficiente y eficaz.

La actividad del supermercado es la compra y venta de bienes, productos de consumo masivo y de gran rotación, que al ser comercializados se desea lograr tener una bodega con un Inventario manejable, controlado y valorado. Hoy en día los mercados son más competitivos; siendo necesario, cada vez estar a la vanguardia de la competencia, con el objetivo de generar la mayor satisfacción a los consumidores, para lograr una fidelización de clientes.

La finalidad de esta investigación es realizar la aplicación de una Guía para la Gestión de Inventarios, lo que permitirá a los usuarios tomar decisiones adecuadas, acertadas y oportunas en beneficio del Supermercado Apolo.

La información obtenida, reduce la incertidumbre y respalda el proceso de la toma de decisiones en el supermercado, se realizó un seguimiento de la gestión de inventarios tanto en el manejo de las bodegas como en la forma de abastecer los productos a bodega, con análisis de costo beneficio que ayudará a mejorar los resultados, no solo para los propietarios del supermercado, sino también para sus empleados.

EXECUTIVE SUMMARY

Companies in the commercial sector at some point have faced a number of problems, one for management and the Apolo Supermarket Quisapincha parish, their main concern is the Inventories, which attaches great importance to the study and analysis management of inventories, not being optimal, it may not have favorable results for the company, why be improved efficiently and effectively.

The supermarket is the activity of buying and selling goods, consumer products and high turnover, which being marketed, is to be achieved have a cellar with a manageable inventory, monitored and evaluated. Today's markets are more competitive; being required increasingly be at the forefront of competition, in order to generate the greatest satisfaction to consumers, to achieve customer loyalty.

The purpose of this research is to make the implementation of a Guide for Inventory Management, allowing users to take appropriate, accurate and timely decisions in favor of Apolo Supermarket.

The information obtained, reduces uncertainty and supports the process of decision making at the supermarket, track inventory management both in the management of the cellars and in the form of supplying products winery was performed with analysis of cost benefit that will help improve the results, not only for the owners of the supermarket, also for your employees.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema de Investigación

“Gestión de inventarios y su incidencia en la rentabilidad del Supermercado “APOLO” de la parroquia Quisapincha de la ciudad de Ambato”.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Contextualización Macro

En el área comercial, las empresas dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo son importantes unidades económicas de un país, siendo uno de ellos los Supermercados que se encuentran a nivel nacional e internacional, éstos varían en tamaño y ubicación, su principal actividad comercial es la de distribuir productos que otros producen, en los últimos años por el incremento de la población consumidora se han constituido en ejes que aportan al bienestar social y a la economía de un país.

Sin embargo, la mayoría han presentado problemas en algún momento para controlar los inventarios, generando pérdidas

económicas a largo plazo, por lo que es necesario una buena gestión sobre el manejo de los Inventarios, manteniendo un adecuado y estricto control sobre los mismos, que facilitará el análisis financiero de la empresa y ayudará a los gerentes, administradores, propietarios en la toma de decisiones oportunas y acertadas, observando las exigencias del mercado.

La actividad comercial en el Ecuador ha tenido un importante desarrollo en los últimos años, de tal forma que se estima un crecimiento promedio anual del 6,05% en los últimos tres años a nivel de PIB sectorial por parte del BCE. **(EKOS, 2013, p. 58) “Top 1000 Ranking Empresarial Ecuador”**.

Este resultado depende en gran medida de la evolución del consumo en el país, que en el mismo período creció 4,9% en promedio. Dentro de las mil empresas más grandes, este sector es de mayor peso ya que dentro de las diversas actividades de las que se compone registra 319 entidades y sus ingresos representan el 29,9% del total de las compañías analizadas, de tal forma que la empresa privada de mayor nivel de ventas es la Corporación Favorita. El crecimiento de este cluster se ha visto favorecido, por un lado, por la evolución del consumo, y por otro, de manera desfavorable por las medidas que se aplicaron con el fin de desincentivar las importaciones **(EKOS, 2013, p. 58) “Top 1000 Ranking Empresarial Ecuador”**.

Según las estadísticas en el Ecuador existen 179.830 empresas de las cuales, 1 de cada 4 empresas pertenecen al sector comercio por lo que el siguiente gráfico representará el porcentaje por sector empresarial:

EMPRESAS QUE PERTENECEN AL SECTOR COMERCIO

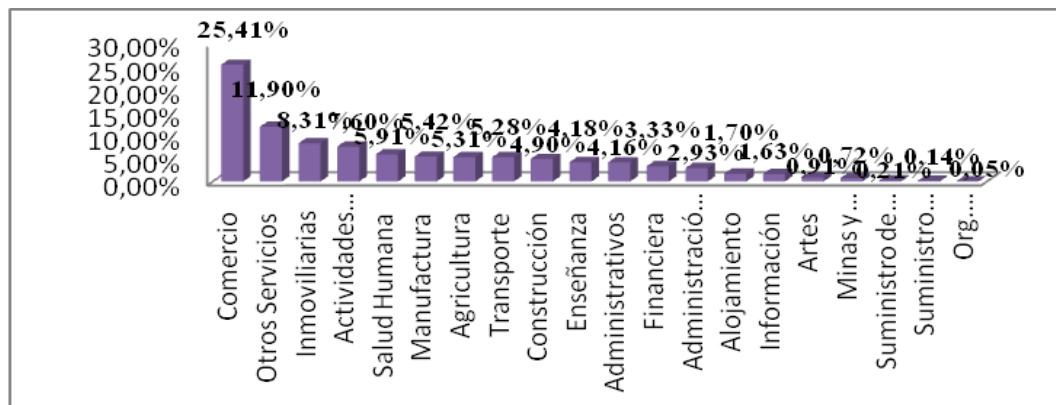


Gráfico N° 1

Fuente: INEC 2013

Elaborado por: Alba Carrillo

Debido al crecimiento comercial que ha tenido el país, las empresas dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo son importantes unidades económicas de un país, siendo uno de ellos los Supermercados que se encuentran a nivel nacional e internacional, éstos varían en tamaño y ubicación, su principal actividad comercial es la de distribuir lo que los otros producen, en los últimos años por el incremento de la población consumidora, se han constituido en ejes importantes que aportan al bienestar social y a la economía de un país.

Gestión de inventarios

En la mayor parte de las situaciones logísticas reales las decisiones de stock son tomadas por un decisor que tiene un muy limitado control sobre los procesos que definen el nivel de inventarios demanda y reposición. Dos decisiones de la logística pueden resumir los grados de libertad del decisor para influir sobre el nivel de inventarios en dicho contexto de control limitado y cuanto comprar, reponer, ordenar y producir **(Tomé, R. s/f p.2) “La gestión eficiente de inventarios”**.

Sin embargo, la mayoría de las empresas que comercializan productos de consumo masivo han presentado problemas en algún momento para el control de inventarios, generando pérdidas económicas a largo plazo, por lo que es necesario una buena gestión sobre el manejo de los Inventarios, manteniendo un adecuado y estricto control sobre los mismos, que facilitará el análisis financiero de la empresa y ayudará en la toma de decisiones por parte de los propietarios, observando las exigencias de la población consumidora.

Rentabilidad

La rentabilidad es uno de los conceptos más importantes en las empresas modernas y más utilizado por la comunidad de negocios. La rentabilidad es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. La rentabilidad es, al menos una parte, de lo que busca el management con sus decisiones directivas. La rentabilidad es lo que miden los inversores al decidir si reinvierten sus ahorros en una determinada compañía, o si, por el contrario, retiran sus fondos.

La rentabilidad es, probablemente, uno de los conceptos menos comprendidos por quienes lo utilizan a diario (Preve, L. 2008), en línea **“La Rentabilidad de las Empresas”**.

1.2.1.2. Contextualización Meso

Las empresas Comerciales, son sectores que ayudan en la economía de la provincia de Tungurahua, éste sector comercial es de gran importancia para la población, ya que la mayor parte de las personas son consumidores potenciales de productos como: los de consumo masivo y cuidado personal, también están los productos de aseo y limpieza, por lo que dicha adquisición cada vez es más alta.

El 34% de la PEA de Tungurahua se encuentra concentrada también en las zonas rurales, especialmente en la actividad agropecuaria, un 18% de la PEA está en la industria, 18% en el comercio, 13% servicios, 5% transporte, construcción el 5%, servicios financieros el 2% y otras actividades el 5% (MCPEC, 2011) en línea.

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA UBICADA POR SECTORES

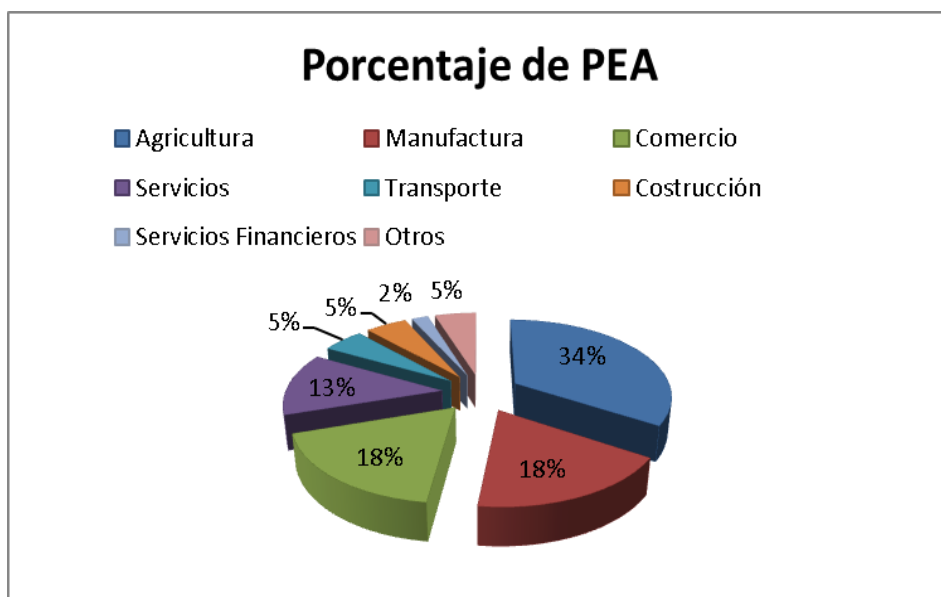


Gráfico N° 2

Fuente: Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad 2011

Elaborado por: Alba Carrillo

Esto significa que Tungurahua es una de las poblaciones que tiene un alto crecimiento económico comercial en el país.

Actualmente uno de los principales problemas constituyen un inadecuado sistema logístico y distribución de los productos, esto debe ser aprovechado para obtener ventajas competitivas.

Los inventarios constituyen un elemento estratégico en las empresas comerciales dedicadas a la distribución de productos masivos, son bienes tangibles de alta rotación en el curso ordinario del negocio.

La rentabilidad mide la eficiencia con la cual una empresa ejecuta sus recursos financieros disponibles, es decir, que una empresa es eficiente ya que no desperdicia recursos toda empresa utiliza recursos financieros para obtener diferentes tipos de beneficios.(**Barrero, J. 2013, p. 32) “La importancia de medir la Rentabilidad”.**

1.2.1.3. Contextualización Micro

El Supermercado “Apolo”, es una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos de consumo masivo, se encuentra ubicado en la Calle 10 de Agosto s/n y Bolívar, diagonal al parque central de la Parroquia Quisapincha, del Cantón Ambato, de la Provincia del Tungurahua, aproximadamente está en el mercado trece años, en promover líneas de productos muy prestigiosos, de empresas nacionales e internacionales, se ha mantenido en el mercado enfrentando muchas amenazas, siendo su eje y motor principal de trabajo sus propietarios, quienes día a día trabajan incansablemente para lograr superar estas vicisitudes, están consciente de que los tiempos cambian y siempre están atentos a los cambios, por lo que siempre solicita sugerencias para poseer controles internos eficientes, en el área de inventarios la gestión del stock, debe ser organizada, planificada y controlada que regule el flujo de las existencias, entradas y salidas de las mercaderías, utilizando la custodia y valuación.

Los controles de inventarios son de suma importancia, para cualquier tipo de empresa, sin importar su tamaño ya que, si no se manejan de manera correcta, adecuada y oportuna, pueden surgir muchos problemas para los propietarios, que no podrá tomar decisiones acertadas para llevar a cabo sus actividades cotidianas.

La inadecuada gestión del inventario ha provocado que la empresa descuide el control en las mercaderías perecibles y su caducidad, debido a que no se tiene el tratamiento y espacios apropiados, causando retrasos en el conteo físico de existencias, ya que se han descuidado los artículos que tienen baja rotación, y que no se han tomado en cuenta en el inventario de la empresa, provocando que se incurra en costos excesivos.

El supermercado Apolo comercializa los siguientes productos:

- Productos de primera necesidad.
- Productos de limpieza.
- Productos como colas, bebidas y lácteos.
- Productos como zapatos, zapatillas y botas.
- Productos como confites, snack, caramelos, galletas.
- Accesorios para la cocina.
- Adornos y regalos

Tabla N° 1

Ventas de los años 2012 - 2013

El supermercado Apolo, presentó como ingresos:

MES Año	VENTAS	
	2013	2012
ENERO	29.610.83	20.016.01
FEBRERO	23.802.16	22.159.15
MARZO	23.967.77	17.371.87
ABRIL	25.419.45	17.125.09
MAYO	23.540.54	20.922.59
JUNIO	21.992.06	20.752.61
JULIO	25.891.55	24.865.25
AGOSTO	24.868.52	23.764.66
SEPTIEMBRE	26.588.82	24.860.42
OCTUBRE	36.556.63	29.079.56
NOVIEMBRE	31.123.09	28.922.32
DICIEMBRE	33.334.37	29.871.30
TOTALES:	326.695.79	279.710.83

Fuente: Supermercado Apolo
Elaborado: Alba Carrillo

1.2.2. Análisis crítico

1.2.2.1. Árbol de problemas

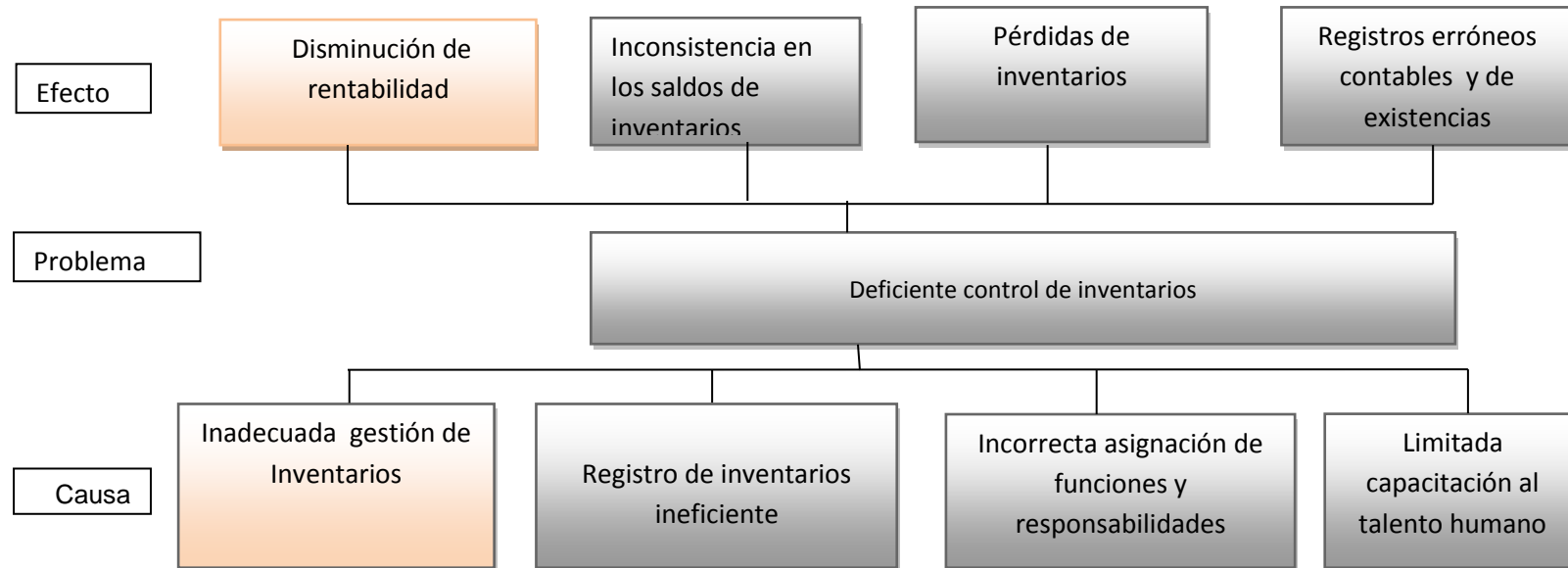


Gráfico N°3 Árbol de problemas

Elaborado por: Alba Carrillo

1.2.2.2. Relación causa – efecto

Luego de haber analizado las principales causas y efectos que conllevan al deficiente control de inventarios, se ha detectado como principal causa la inadecuada gestión de inventarios y como principal efecto la disminución de la rentabilidad en el Supermercado Apolo. Además el registro de inventarios ineficientes es lo que conlleva a un deficiente control de los mismos, provocando inconsistencia en los saldos de inventarios.

Por otro lado la incorrecta asignación de funciones y responsabilidades provocadas por el deficiente control de inventarios, han ocasionado graves inconsistencias en los saldos de inventarios, todo esto ha impedido el crecimiento económico del Supermercado Apolo.

Finalmente la limitada capacitación al talento humano del Supermercado Apolo, ocasionada por un control de inventarios deficiente, es lo que ocasiona los erróneos registros y de existencias.

1.2.3. Prognosis

Al no implantarse una adecuada gestión de inventarios en el Supermercado Apolo, esto provocaría grandes pérdidas económicas lo cual afectaría en el nivel económico de la empresa, ocasionando un limitado posicionamiento en el mercado y la disminución de su cartera de clientes.

Al no poseer un adecuado modelo de control y gestión de inventarios, esto generará dificultades en la obsolescencia y caducidad de los productos destinados para la venta, generando importantes pérdidas de productos y por ende la disminución del inventario y la quiebra del Supermercado Apolo.

1.2.4. Formulación del Problema

¿Es la inadecuada gestión de Inventarios lo que ocasiona la disminución de la rentabilidad en el Supermercado “Apolo”?

1.2.5. Preguntas Directrices

- ¿Existe una adecuada gestión de inventarios en el supermercado “Apolo”?
- ¿La rentabilidad de la entidad presenta inconsistencias reflejadas en los saldos de inventarios?
- ¿Es necesario aplicar una guía práctica de gestión de inventarios para el mejoramiento, manejo y control que promueva un incremento en la rentabilidad del supermercado “Apolo”?

1.2.6. Delimitación del Objeto de investigación

- **Campo:** Auditoría
- **Área:** Auditoría de Gestión
- **Aspecto:** Gestión de Inventarios
- **Temporal:** El proyecto de investigación cubrirá el año 2013. El tiempo de investigación será desde Enero 2014-Agosto 2014
- **Espacial:** La investigación se realizará en el Supermercado Apolo, en la provincia de Tungurahua, Cantón. Ambato, Parroquia Quisapincha, Calle: 10 de Agosto y Bolívar, Telf. 032772113 (Ver Anexo 1).

Variables

Variable independiente: Gestión de inventarios

Variable dependiente: Rentabilidad

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación tiene gran importancia, porque contiene una visión de los diversos problemas o necesidades que presenta el Supermercado Apolo, en la actualidad existen pérdidas de tiempo, espacio y dinero por la inadecuada gestión de control de inventarios, puesto que la actividad de éste tipo de negocio es fuente generadora de ingresos, por lo que los resultados que se obtengan ayudarán a proporcionar información oportuna a los propietarios en el tema de manejo de inventarios para adoptar a tiempo las acciones correctivas necesarias, a fin de asegurar la continuidad comercial de la misma.

Por lo tanto el interés de la investigación está dirigido a detectar en la forma más temprana posible, los riesgos o dificultades que puedan comprometer a la empresa por el deficiente control de inventarios en el manejo de sus existencias.

Este trabajo busca obtener un mecanismo correcto sobre la gestión adecuada de los inventarios para establecer parámetros de control en cuanto a la caducidad, obsolescencia y baja adecuada de inventarios como la rotación de existencias, conforme a su oferta y demanda real, que permitan a los administradores del Supermercado Apolo, a analizar costos y gastos, que conduzcan a al incremento de la rentabilidad.

El trabajo investigativo se beneficia por su factibilidad al contar con la colaboración de la gerente, así como también de los empleados del Supermercado Apolo, y por la apertura total de la información necesaria para el desarrollo del presente trabajo, el cual es totalmente verídico, integro, su investigación y ejecución será en el lugar de los hechos.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

- Estudiar la gestión de inventarios y su impacto en la rentabilidad en el Supermercado Apolo.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Examinar los aspectos más importantes de la gestión de inventarios, para la correcta valoración de existencias, de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- Analizar la rentabilidad para la identificación de inconsistencias frente al activo y al patrimonio.
- Proponer la aplicación de una guía práctica, para una adecuada gestión de inventarios, como herramienta para el mejoramiento, manejo y control que promueva un incremento en la rentabilidad del Supermercado APOLO.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

El presente trabajo de investigación se efectuará bajo los siguientes documentos investigativos:

Según **(Dughetti, R. 2013, párr. 1, 2)** en su artículo titulado **“Gestión práctica y eficiente de inventarios (I)”** menciona que:

Si por inventario se considera el registro del conjunto de mercaderías que se disponen para la venta y el desempeño de las actividades profesionales, una noción del significado de ese stock de mercadería establece que: disponer de tales existencias es indispensable pues el perjuicio por la pérdida de ventas -cuando los clientes demandan un producto en falta- supera al costo de tenerlas.

El objetivo del inventario ideal es equilibrar la cantidad mínima de existencias sin sacrificar el nivel de servicio que se ha decidido prestar; o sea, uno óptimo con una cantidad mínima. Varios aspectos de la comercialización moderna son responsables de que la gestión de inventarios sea decisiva en la rentabilidad.

Cada vez se presentan más desafíos a una gestión eficiente: la presencia de un riesgo creciente de quiebre de stock; los bajos niveles de existencias buscados no resguardan de cambios bruscos en la demanda; la demanda es cada vez más volátil e impredecible; existen, cada vez, mayor diversidad de gustos y necesidades; hay una alta y creciente oferta y variedad de productos. A la vez, debe tenerse en cuenta la necesidad de satisfacción inmediata por parte del cliente.

Según (Riquelme, B. 2013, p. 136, 137) en su artículo titulado **“Optimización de la logística mediante la gestión de inventario”** menciona que:

La importancia que se le otorga a mejorar la gestión del inventario, radica principalmente en el costo que involucra mantener artículos almacenados. De acuerdo a estudios realizados, se ha calculado que el costo de mantener una unidad en inventario durante un año equivale al 20% de su valor.

Una eficiente gestión de inventarios requiere entre otras cosas dar respuesta a tres preguntas: ¿Qué comprar?, ¿cuánto comprar? y ¿cuándo comprar? Estas interrogantes tan simples necesitan respuestas que no son fáciles de calcular, sino que requieren análisis, definición de criterios, aplicaciones matemáticas, conocimiento del tema y lograr acuerdos.

Según (Murillo, G. 2013, p.20) en su trabajo investigativo titulado **“Rentabilidad de la Arquitectura Sustentable”**, menciona que:

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos.

En su sentido amplio, la noción de rentabilidad es sinónima a la de productividad, o a la de rendimiento. En todos los casos se trata de un índice, que mide la relación, por ejemplo, entre un beneficio y un coste incurrido para obtenerlo, entre una utilidad y un gasto, o entre un resultado y un esfuerzo. La noción económica de productividad, como relación entre producción y factores de producción empleados, es de este mismo tipo.

Según (Paiva, F.2013, p. 36, 41) en su trabajo titulado **“Control interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa cobros del norte S.A”**, concluye que:

El análisis de rentabilidad que llevan, no es el adecuado debido a que se basan en la relación costo beneficio y todos los egresos no están contabilizadas correctamente pues los tienen incluidos en otros centros de pagos, por lo tanto no se sabe correctamente si los centros son rentables para la empresa.

Se debe contabilizar todos los egresos correctamente y calcular la rentabilidad anual de cada centro de pago de manera que puedan tener la información a tiempo y tomar las decisiones correctas.

2.2. Fundamentación filosófica

Según **(Peña, A. 2013, párr. 6)** en su publicación titulada “**Metodología Comunitaria**”, menciona que: “El paradigma crítico propositivo tiene como finalidad buscar la emancipación y liberación de los colectivos para el cambio y la transformación, está basado en un método cuantitativo, de reflexión y acción colectiva presentando procesos socio-políticos”.

La investigación propone la relación con el objeto de estudio, es decir se basa en hechos y observaciones con una investigación fundamentada en la explicación y control de las variables que afectan al tema investigado, permitiendo dar una solución al problema con una visión objetiva apoyada en los métodos e instrumentos de investigación cuantitativos que facilitarán el análisis de datos.

2.3. Fundamentación legal

Las actividades del Supermercado Apolo, se encuentra sujeto a las siguientes Leyes y Reglamentos y disposiciones legales del Ecuador:

Según la CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR publicado en el Registro Oficial # 449 del 20 de Octubre del 2008 menciona que:

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Sección cuarta

Democratización de los factores de producción

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

Según el CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES publicado en el Registro Oficial Suplemento # 351 el 29-12-2010 indica que:

TITULO PRELIMINAR

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 2.-Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

TITULO III

De la Generación de un Sistema Integral de Innovación,

Capacitación Técnica y Emprendimiento

Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento.- El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo.

Este sistema articulará la labor de varias instituciones públicas y privadas en sus diferentes fases de desarrollo y sus diferentes instrumentos, en una sola ventanilla de atención virtual, desconcentrada y descentralizada para la difusión de: capacitación para la generación de competencias emprendedoras, instrumentos de financiamiento, de capital de riesgo, banca de desarrollo orientada al financiamiento de emprendimientos, y fondo nacional de garantías; asistencia técnica y articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades, incubadoras, entre otros.

**Ley de Régimen Tributario Interno, Según Suplemento Registro
Oficial N° 796 25 de Septiembre del 2012.**

Título Segundo

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Capítulo I

OBJETO DEL IMPUESTO

Art. 52.- Objeto del impuesto.- Establece el impuesto al valor agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley.

Capítulo VI

CONTABILIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Capítulo X

RETENCIONES EN LA FUENTE

Art. 43.- Retenciones en la fuente de ingresos del trabajo con relación de dependencia.- Los pagos que hagan los empleadores personas naturales o sociedades, a los contribuyentes que trabajan con relación de dependencia, originados en dicha relación, se sujetan a retención en la fuente con base en las tarifas establecidas en el artículo 36 de esta Ley de conformidad con el procedimiento que se indique en el reglamento.

2.4. Categorías Fundamentales

2.4.1. Superordinación Conceptual

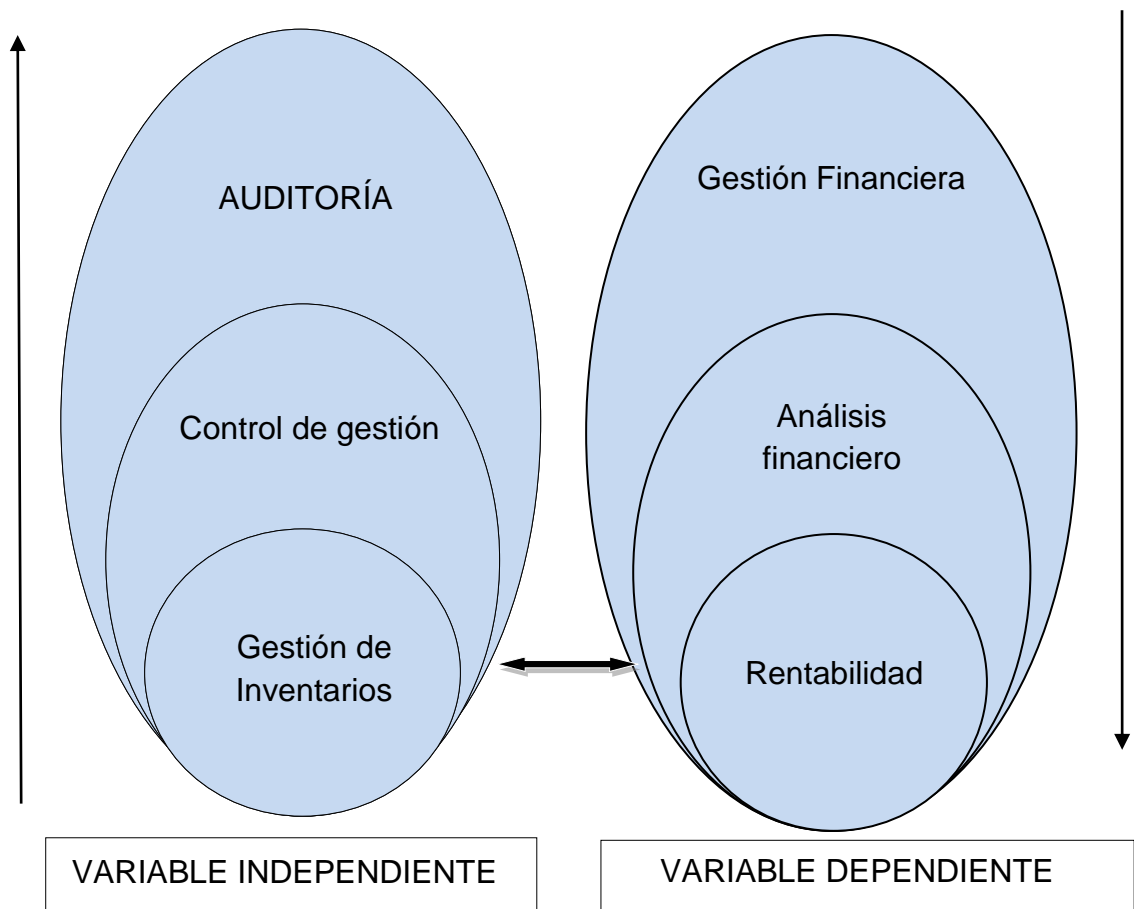


Gráfico4: Constelación de Idea de las Variables

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado: Alba Carrillo

2.5. Marco conceptual variable independiente

2.5.1. Marco conceptual variable independiente: Gestión de Inventarios

2.5.1.1. AUDITORÍA

Según **(Madariaga, J.2004, p13)** en su obra titulada **“Manual práctico de auditoría”** menciona que:

Es un examen sistemático de los estados financieros, registros y operaciones con la finalidad de determinar si están de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados con las políticas establecidas por la dirección y con cualquier otro tipo de exigencias legales o voluntariamente adoptadas.

La auditoría se clasifica de acuerdo con la afiliación del auditor:

➤ **Auditoría externa:**

Según **(Madariaga, J. 2004, p13)** en su obra titulada **“Manual práctico de auditoría”** menciona que:

Se puede definir como los métodos empleados por una firma externa de profesionales para averiguar la exactitud del contenido de los estados financieros presentados por una empresa. Se trata de dar carácter público, mediante la revisión, a unos estados financieros que en un principio eran privados.

➤ **Auditoría interna:**

Según **(Mira, J. 2006, p. 3)** en su obra titulada **“Apuntes de auditoría”** menciona que: “Tiene por objeto verificar los diferentes procedimientos de control interno establecidos por una empresa con el fin de conocer si funcionan como se había previsto al tiempo que ofrecen a la gerencia posibles cambios o mejoras en los mismos”.

Los tipos de auditoría son los siguientes:

1. Auditoría fiscal

Según **(Vásquez, W.2000, p77)** en su obra titulada **“Control fiscal y auditoria de estado en Colombia”** indica que:

Podría decirse que la auditoria de gobierno o de la administración pública es una parte importante de la disciplina de la auditoria que le permite a los organismos de control que la aplican determinar los grados de eficiencia y eficacia equidad y economía con que han actuado los funcionarios públicos con el fin de cuidar los recursos del estado.

2. De Gestión u Operacional

Según **(Blanco, Y. 2003, p233)** en su obra titulada **“Normas y procedimientos de la auditoría integral”** menciona que:

Es el examen que se efectúa a una entidad por un profesional externo e independiente, con el propósito de evaluar la eficacia de la gestión en relación con los objetivos generales; su eficiencia como organización y su actuación y posicionamiento desde el punto de vista competitivo con el propósito de emitir un informe sobre la situación global de la misma y la actuación de la dirección

3. Financiera o de Estados Financieros

Según **(Sánchez, G. 2006, p11)** en su obra titulada **“Auditoria de estados financieros”** menciona que:

Es un examen integral sobre la estructura las transacciones y las y el desempeño de una entidad económica, para contribuir a la oportuna prevención de riesgos. La productividad en la utilización de los recursos y el acatamiento permanente de los mecanismos de control implantado por la administración.

4. Auditoría informática

Según **(Rivas, G. 1988, p. 39, 40)** en su obra titulada **“Auditoria informática”** menciona que

La auditoría informática es un examen metódico del servicio informático, o de un sistema informático en particular, realizado de una forma puntual y de un modo discontinuo, a instancia de la dirección o con la intención de ayudar a mejorar conceptos como la seguridad, la eficacia y la rentabilidad del servicio o sistema que resultan auditados.

El examen que comporta una auditoría informática abarca una serie de controles, verificaciones, juicios, etc. para concluir en un conjunto de recomendaciones y un plan de acción. Es la elaboración de este plan de acción lo que diferencia la auditoría informática de lo que, por lo visto, hasta ahora podría ser una auditoría de gestión.

5. Auditoría medioambiental

Según **(ECA instituto de tecnología y formación, s/f, p240)** en su obra titulada **“auditoría medioambiental”** menciona que: “Son auditorías realizadas sobre el cumplimiento de normas de gestión medioambiental. La inspección ambiental tampoco debe convertirse en una simple inspección rutinaria, y en su desarrollo, no participan exclusivamente la persona o equipo auditor si no los propios auditados”

6. Auditoría informacional

Según **(Mejía E, Montes C & Montilla O, Bogotá, 2006, p19)** en su obra titulada **“contaduría internacional”** menciona que:

Tau y Gonzalo (1988, p. 20) reseñan a la definición de Choi Mueller (1984) en la cual explica que el término de contabilidad internacional se extiende en su más amplio sentido, hasta abarcar la contabilidad para propósitos generales y orientados a términos nacionales, dirigida a:

El análisis corporativo internacional.

Los temas de medida e información contable relativos exclusivamente a las transacciones de empresas multinacionales y la forma de negocios de dichas empresas.

A las necesidades contables de los mercados.

A la armonización de la diversidad en cuanto a la contabilidad e información financiera, a conseguir mediante acciones políticas, organizativas profesionales y de fijación de normas.

7. Auditoría de sistemas de gestión de calidad

Según **(Vilar, J. 1999. P. 61)** en su obra titulada **“la auditoría de sistemas de gestión de calidad”** menciona que:

Es una parte de la auditoría de gestión en el que el sistema auditado es la calidad. Por su especificidad el nivel de desarrollo y las connotaciones en el contexto de la certificación de terceras partes o aprobación por segundas partes de este tipo de auditoría en nuestros días.

Se denomina auditoría del sistema de calidad al examen metódico e independiente que se realiza para determinar si las actividades y los resultados relativos a la calidad satisfacen las disposiciones previamente establecidas, y para comprobar que las disposiciones se llevan realmente a cabo y que son adecuadas para alcanzar los objetivos adecuados.

2.5.1.2. AUDITORÍA DE GESTIÓN

La Auditoría de Gestión aunque no tan desarrollada como la Financiera, es si se quiere de igual o mayor importancia que esta última, pues sus efectos tienen consecuencias que mejoran en forma apreciable el desempeño de la organización. La denominación auditoría de gestión funde en una, dos clasificaciones que tradicionalmente se tenían: auditoría administrativa y auditoría operacional (**Cuellar, G. s/f, párr. 1**) **“Auditoría de Gestión”**.

Procedimientos:

La auditoría de gestión consiste en las revisiones y evaluación de dos elementos mayores de la administración:

- ❖ Política de la corporación. Determinación de la existencia, lo adecuado y comprensivo de la política así como el significado de sus instructivos como elementos de control en áreas funcionales. Valorización de los efectos de la ausencia de políticas; o recomendaciones para la adopción o modificación de los instructivos formalizados.
- ❖ Controles administrativos. Determinación de la existencia, y lo adecuado de controles administrativos u operacionales como tales, y como respaldo a los objetivos de productividad de la gerencia; el grado de cumplimiento en las áreas de funcionabilidad mayor; y la coordinación de controles de operación con los instructivos de la política de la corporación.
- ❖ Evaluación de los efectos de la acción de controles administrativos u operacionales en áreas significativas, y recomendaciones para la adopción o modificación de tales controles (**Cuellar, G. s/f, párr. 11**) **“Auditoría de Gestión”**.

Objetivo:

El objetivo primordial de la auditoría de gestión consiste en descubrir deficiencias o irregularidades en algunas de las partes de la empresa y

apuntar sus probables remedios. La finalidad es ayudar a la dirección a lograr la administración más eficaz. Su intención es examinar y valorar los métodos y desempeño en todas las áreas. Los factores de la evaluación abarcan el panorama económico, la adecuada utilización de personal y equipo y los sistemas de funcionamiento satisfactorios (Cuellar, G. s/f, párr. 17) **“Auditoría de Gestión”**.

2.5.1.3. GESTIÓN DE INVENTARIOS

Concepto:

La función principal de la gestión de inventarios es determinar la cantidad suficiente y tipo de los insumos, productos en proceso y terminados o acabados para satisfacer la demanda del producto, facilitando las operaciones de producción y venta y minimizando los costos al mantenerlos en un nivel óptimo (Saavedra, A. 2006, párr. 1) **“Gestión del Inventario”**.

Importancia:

Su importancia radica en los siguientes aspectos:

- ✓ **Optimización de los tiempos.** La producción y la entrega por lo general no ocurren de manera instantánea, por lo que se debe contar con existencias del producto a las que se pueda recurrir oportunamente y que la venta real no espere hasta la culminación del proceso de producción.
- ✓ **Mantenimiento del nivel competitivo.** La demanda de los consumidores debe ser satisfecha de manera rápida y completa para evitar que el comprador recurra a la competencia, por lo que no sólo debe contar con un inventario suficiente para satisfacer la demanda del mercado, sino que, además, se debe considerar una cantidad adicional (inventario de seguridad) para las solicitudes inesperadas.
- ✓ **Protección contra aumentos de precios y escasez de materia prima.** Cuando se prevé un aumento significativo en los precios de las materias primas básicas, se tiene que almacenar una cantidad suficiente al precio más bajo que predomine en el momento. De la misma forma, si se prevé escasez de materias primas necesarias, es indispensable contar con una reserva para continuar regularmente con las operaciones de producción (Saavedra, A. 2006, párr. 2) **“Gestión del Inventario”**.

Tipos de inventarios:

- **INVENTARIO INICIAL:** Es el que se realiza al dar comienzo a las operaciones. Representa el valor de las existencias de mercancías en la fecha que comenzó el período contable. Esta cuenta se abre cuando el control de los inventarios, se lleva en base al método especulativo, y no vuelve a tener movimiento hasta finalizar el período contable cuando se cerrará con cargo a

costo de ventas o bien por Ganancias y Pérdidas directamente. Solo se documenta los bienes existentes en el o en los días de elaboración. Por lo general se elabora al inicio del periodo contable, que suele ser el 1 de enero.

- **INVENTARIO FINAL:** Es aquel que realiza el comerciante al cierre del ejercicio económico, generalmente al finalizar un periodo, y sirve para determinar una nueva situación patrimonial en ese sentido, después de efectuadas todas las operaciones mercantiles de dicho periodo. Se realiza al finalizar el período contable y corresponde al inventario físico de la mercancía de la empresa y su correspondiente valoración. Al relacionar este inventario con el inicial, con las compras y ventas netas del periodo se obtendrá las Ganancias o Pérdidas Brutas en Ventas de ese período.
- **INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS:** Todas las mercancías que un fabricante ha producido para vender a sus clientes. Lo constituye todos los artículos fabricados que están aptos y disponibles para su venta. Son todos aquellos bienes adquiridos por las empresas manufactureras o industriales, los cuales son transformados para ser vendidos como productos elaborados. Son productos totalmente acabados disponibles para la venta.
- **INVENTARIO DE MATERIALES Y SUMINISTRO:** Son aquellos materiales con los que se elaboran los productos realizados en una empresa, pero que no pueden ser cuantificados de una manera exacta. En las cuales pueden ser: Pintura, lija, clavos, lubricantes, etc.
- **INVENTARIO DE MATERIA PRIMA:** Representan existencias de los insumos básicos de materiales que abran de incorporarse al proceso de fabricación de una compañía. Son aquellos materiales que son directamente utilizados en la fabricación del producto. Lo conforman todos los materiales con los que se elaboran los productos, pero que todavía no han recibido procesamiento.
- **INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO:** Son existencias que se tienen a medida que se añade mano de obra, otros materiales y demás costos indirectos a la materia prima bruta, la que llegará a conformar un sub-ensamble o componente de un producto terminado; mientras no concluya su proceso de fabricación, ha de ser inventario en proceso. Son productos parcialmente elaborados a los que les faltan algunas etapas o procesos para convertirse en producto terminado. **(Vásquez, L. 2011) “Tipos de inventarios”.**

Métodos de valuación de los inventarios

Entre los métodos de valuación de inventarios reconocidos que la empresa puede emplear están:

- ❖ **Método del minorista o costo estándar.** podrán ser utilizados por conveniencia siempre que el resultado de aplicarlos se aproxime al costo. Los costos estándares se establecerán a

partir de niveles normales de consumo de materias primas, suministros, mano de obra, eficiencia y utilización de la capacidad. En este caso, las condiciones de cálculo se revisarán de forma regular y, si es preciso, se cambiarán los estándares siempre y cuando esas condiciones hayan variado.

El método de los minoristas se utiliza a menudo, en el sector comercial al por menor, para la medición de inventarios, cuando hay un gran número de artículos que rotan velozmente, que tienen márgenes similares y para los cuales resulta impracticable usar otros métodos de cálculo de costos. Cuando se emplea este método, el costo de los inventarios se determinará deduciendo, del precio de venta del artículo en cuestión, un porcentaje apropiado de margen bruto. El porcentaje aplicado tendrá en cuenta la parte de los inventarios que se han marcado por debajo de su precio de venta original. A menudo se utiliza un porcentaje medio para cada sección o departamento comercial.

- ❖ **Método de costos promedio.** el costo de cada unidad de producto se determinará a partir del promedio ponderado del costo de los artículos similares, poseídos al principio del periodo, y del costo de los mismos artículos comprados o producidos durante el periodo. El promedio puede calcularse periódicamente o después de recibir cada envío adicional, dependiendo de las circunstancias de la entidad.
- ❖ **Método PEPS o FIFO** (Primeras Entradas, Primeras Salidas). asume que los productos en inventarios comprados o producidos antes, serán vendidos en primer lugar y, consecuentemente, que los productos que queden en la existencia final serán los producidos o comprados más recientemente (**Corporación Edi-ábaco Cía. Ltda. 2007, pág. 16, 17**) *“Norma Internacional de Contabilidad 2: Inventarios”*.

Sistemas de Control de Inventarios

- **Sistema de Inventario Permanente o Perpetuo:** utilizamos las siguientes cuentas: Inventario de mercaderías, Ventas, Costo de Ventas, Utilidad Bruta en Ventas o Pérdida en Ventas; además en este método se utiliza el Kardex de mercaderías que consiste en llevar registros para cada artículo en tarjetas individuales, los sistemas computarizados actuales han dejado de lado el sistema de tarjetas, sin embargo conservan en sus registros, las columnas básicas para conocer las entradas, salidas y existencias físicas de cada artículo en forma permanente.
- **Sistema de Inventario Múltiple o Periódico:** utilizamos varias cuentas para el control de la mercadería como: Compras, Descuento en compras, Devolución en compras, Mercaderías, Ventas, Descuento en ventas, Devolución en ventas, Costo de Ventas, Utilidad Bruta en Ventas o Pérdida en Ventas. En este

sistema al finalizar el período contable es necesario realizar ajustes de regulación de las cuentas.

- **El análisis ABC:** Uno de los instrumentos más utilizados para realizar la clasificación de los productos en categorías de <alta, media y baja> rotación es el llamado ABC, también conocido como ley 80:20.
El análisis ABC se realiza con el fin de determinar la importancia de los distintos productos en función de su aporte a las ventas totales de la empresa y a los márgenes brutos de beneficios generados **(Ortiz, E. 2009, párr. 2-5) “Inventarios principales sistemas de control”**.

Presupuesto de Inventarios

El objetivo de la determinación del presupuesto para inventarios es mantenerlos en un bajo costo, mediante la estabilización y control de la producción. Para ello se debe reunir las siguientes características:

- Los inventarios deben ser suficientes para cubrir tanto la demanda de producción como la de ventas, considerando las fluctuaciones entre las demandas. La predeterminación de la demanda de ventas permite presupuestar la producción en cantidades suficientes para cubrir la demanda requerida en el presupuesto de ventas.
- Para formular el presupuesto de producción es indispensable predeterminar la existencia necesaria para cubrir en forma eficiente las ventas precalculadas. Un inventario excesivo ocasiona gastos innecesarios y uno insuficiente da lugar a demoras en el despacho de pedidos y, por tanto, a una reducción en las ventas. Para ello se requiere el establecimiento de máximos y mínimos de inventarios acordes a las características de cada empresa, para determinar la inversión óptima en inventarios **(Saavedra, A. 2006, párr. 16-18) “Gestión del Inventario”**.

2.5.2. Marco conceptual variable dependiente: Rentabilidad

2.5.2.1. GESTIÓN FINANCIERA

Según **(Fainstein, H. 1994, p.94)**, en su Libro titulado **“Gestión Financiera”** opinan que:

La Gestión Financiera hace referencia de forma genérica al “dinero” en sus diversas modalidades. Si a esta primera idea aproximativa se añade la de que es prácticamente el único medio de utilizar los recursos futuros en el presente a través del crédito, se habrán configurado los rasgos fundamentales de esta gestión, al menos desde el punto de vista del responsable financiero de una empresa. Se denomina gestión financiera (o gestión de movimiento de fondos) a todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero, sea físico (billetes y monedas) o a través de otros instrumentos, como cheques y tarjetas de crédito. La gestión financiera es la que convierte a la visión y misión en operaciones monetarias.

Las principales funciones de la gestión financiera son:

- La determinación de las necesidades de recursos financieros: planteamiento de las necesidades, descripción de los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo de las necesidades de la financiación externa.
- La consecución de financiación según su forma más beneficios a: teniendo en cuenta los costos, plazos y otras condiciones contractuales, las condiciones fiscales y la estructura financiera de la empresa.
- La aplicación juiciosa de los recursos financieros, incluyendo los excedentes de tesorería: de manera a obtener una estructura financiera equilibrada y adecuados niveles de eficiencia y rentabilidad.
- El análisis financiero: incluyendo bien la recolección, bien el estudio de información de manera a obtener respuestas seguras sobre la situación financiera de la empresa
- El análisis con respecto a la viabilidad económica y financiera de las inversiones” **(Fainstein, H. 1994, p.94) “Gestión Financiera”.**

2.5.2.2. INDICADORES FINANCIEROS

El método más conocido, que nos brinda la contabilidad, para la toma de decisiones de negocios en las empresas, es el análisis de estados financieros. De acuerdo a los principios de contabilidad de aceptación general (PCGA o GAAP), los estados financieros deben presentar los resultados de las operaciones, los flujos de efectivo y la situación financiera de una entidad, y están representados por el Estado Resultados o de Ganancias y Pérdidas, el Estado de Movimiento o de Flujo del Efectivo o de Fondos y el Balance General, respectivamente.

Los índices financieros son realmente útiles si se calculan para una serie de años, que permitan determinar promedios y tendencias; y mucho mejor, si los podemos comparar con diferentes empresas del mismo o similar ramo que el de la analizada. Las razones o índices financieros no son más que relaciones que se establecen entre las cifras de los estados financieros, para facilitar su análisis e

interpretación. A través de ellas, se pueden detectar las tendencias, las variaciones estacionales, los cambios cíclicos y las variaciones irregulares que puedan presentar las cifras de los estados financieros **(Sánchez, I. 2006, p. 1-3) "Finanzas para Ejecutivos no Financieros".**
CLASIFICACIÓN DE LAS RAZONES O INDICADORES FINANCIEROS.

Los indicadores utilizados son:

INDICADORES DE LIQUIDEZ

Miden de manera aproximada la capacidad global de la empresa para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo. Algunos autores sostienen si la empresa tiene buenos ratios de liquidez, entonces estará en condiciones de afrontar sus obligaciones de manera ordenada, sin problema alguno, pensamos que los ratios de liquidez solo dan una idea aproximada de la situación de liquidez de la empresa. Con buenos ratios de liquidez no podemos afirmar que la empresa podrá afirmar sus obligaciones de corto plazo. **(Tanaka, G. p319) Análisis de Estados Financieros Para la toma de Decisiones**

INDICADORES DE ENDUEDAMIENTO

Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda, por lo cual se acostumbre presentar en forma de porcentajes. Por ejemplo, una razón de endeudamiento de 0,4 indica que el 40% del total de la inversión (activos totales) ha sido financiado con recursos de terceros (endeudamiento) **(Sánchez, I. 2006, p. 1-3) "Finanzas para Ejecutivos no Financieros".**

INDICADORES DE ACTIVIDAD

Evalúan la habilidad con la cual la empresa (o la gerencia) utiliza los recursos de que dispone. Las más conocidas son las siguientes:

Días de Inventarios: hipotéticamente evalúa cuántos días podría operar la empresa sin reponer sus inventarios, manteniendo el mismo nivel de ventas. **(Sánchez, I. 2006, p. 1-3) "Finanzas para Ejecutivos no Financieros".**

$$\text{Días de inventario} = (\text{Inventarios} \times 360) \div \text{Ventas}$$

INDICADORES DE RENDIMIENTO

Margen bruto de utilidad o rentabilidad bruta

$$\frac{(\text{Utilidad bruta} \times 100)}{\text{Ventas netas}}$$

Muestra la capacidad de la empresa en el manejo de sus ventas para generar utilidades brutas, es decir, antes de gastos de administración de ventas, de otros ingresos, otros egresos e impuestos, representa el % de la utilidad bruta que se genera con las ventas de la empresa **(Asesores Corporativos integrales Ltda. S/F, p, 8-9)**.

Margen operacional de utilidad o rentabilidad operacional

$$\frac{(\text{Utilidad operacional} \times 100)}{\text{Ventas netas}}$$

Rentabilidad de la empresa en desarrollo de su objeto social, representa cuanto soporta cada dólar de ventas en la generación de la utilidad operacional.

Margen neto de utilidad o rentabilidad neta o productividad marginal

$$\frac{(\text{Utilidad neta} \times 100)}{\text{Ventas netas}}$$

Porcentaje de ventas netas que generan utilidad después de impuestos de la empresa por cada dólar de ventas netas, cuantos dólares generan de utilidades independientemente o no de que corresponda o no al desarrollo del objeto social de la empresa **(Asesores Corporativos integrales Ltda. S/F, p, 8-9)**.

Rendimiento del patrimonio o rentabilidad del patrimonio (ROE)

$$\frac{(\text{Utilidad neta} \times 100)}{\text{Patrimonio}}$$

Las utilidades netas qué porcentaje representan sobre el patrimonio. ¿Cuál es el rendimiento de la inversión del accionista o socio?.

Rendimiento del capital común.

Utilidades netas después

De impuestos – dividendos preferentes
Capital contable - capital preferente

Ganancias disponibles

Para acciones ordinarias
Capital común

Indica el rendimiento que se tiene del capital contable, capacidad de la compañía para generar ganancias a su favor (**Asesores Corporativos integrales Ltda. S/F, p, 8-9**).

Utilidades por acción

Utilidades disponibles para acciones ordinarias
N° de acciones ordinarias en circulación

Monto de utilidades ganadas por acción vigente.

Dividendos por acción

Dividendos pagados
N° de acciones ordinarias vigentes

Representa el monto de dividendos que se paga a cada accionista.

Valor en libros por acción

Capital total ordinario pagado
N° de acciones ordinarias

Valor aproximado de cada acción, con base en el supuesto que todos los activos puedan liquidarse por su valor en libros (**Asesores Corporativos integrales Ltda. S/F, p, 8-9**).

2.5.2.3. RENTABILIDAD

Concepto

Según **(Camino, R. & Muller, S. s/f, p. 23)** en su obra titulada **“La Definición de Sostenibilidad, Las Variables Principales Y Bases Para Establecer Indicadores”**, menciona que:

Es una expresión económica de la productividad que relaciona no los insumos con los productos, si no los costos con los ingresos. Es la productividad del capital invertido, socialmente sin embargo, el capital natural no se considera dentro de la dotación general de capital de la economía y la mayor parte de la economía se atribuye al capital manufacturado.

Importancia

Según **(Gitman, L. & Johenk, M. 2005, P.91)** en su obra titulada **“Fundamentos de inversiones”** menciona que: “La rentabilidad es una variable clave en las decisiones de inversión: nos permite comparar las ganancias actuales o esperadas de varias inversiones con niveles de rentabilidad que necesitamos”.

Niveles de Análisis de Rentabilidad

Según (Fernández, J. 2004. p100-101) en su obra titulada **“Manual de introducción al análisis contable”** indica que: “Es la medida del beneficio en términos relativos, es decir con respecto algo. Según cuál sea el “algo” que se tome como referencia se obtienen diferentes indicadores de rentabilidad, los cuales se expresan habitualmente en forma de porcentaje”.

Clasificación de la Rentabilidad

✓ **La rentabilidad económica**

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de

los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad (**Honsen, et. Al, 1996, p. 526**).

La rentabilidad económica mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico (anterior a los intereses y los impuestos) respecto al capital total, incluyendo todas las cantidades prestadas y el patrimonio neto (que sumados forman el activo total). Es además totalmente independiente de la estructura financiera de la empresa.

La rentabilidad económica, R.E., (en inglés, Return on assets o ROA) se puede calcular con:

$$\text{Rentabilidad Económica} = \text{RE} = \text{Beneficio económico} / \text{Activo Total}$$

✓ **La rentabilidad financiera o de los fondos propios**

Denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios. Primero, porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa; y segundo, porque puede restringir la financiación externa (**Esteo, F. 1998, p. 78**).

Indicadores de Rentabilidad:

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles. Por esta definición, la mayoría de ejemplos tienen que ver con la relación de la utilidad neta (bottom line) con ciertos elementos de los estados financieros (**Sánchez, I. 2006, p. 1-3**) "**Finanzas para Ejecutivos no Financieros**".

Margen de Utilidad Bruta: mide, en forma porcentual, la porción del ingreso que permitirá cubrir todos los gastos diferentes al costo de

ventas (Costos Operativos, Costo Integral de Financiamiento, Impuesto sobre la Renta, etc.).

$$\text{Margen de Utilidad Bruta} = (\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}) \div \text{Ventas}$$

Margen de Utilidad en Operaciones: en las finanzas modernas, este es uno de los indicadores de mayor relevancia, porque permite medir si la empresa está generando suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento (**Sánchez, I. 2006, p. 1-3**) *"Finanzas para Ejecutivos no Financieros"*.

$$\text{Margen de Utilidad en Operaciones} = \text{Utilidad en Operaciones} \div \text{Ventas}$$

Margen de Utilidad Antes de Impuesto: permite medir cuánto está ganando la empresa, antes de aplicar los cargos por concepto de Impuesto sobre la Renta.

$$\text{Margen de Utilidad Antes de Impuesto} = \text{Utilidad antes de Impuesto} \div \text{Ventas}$$

Margen de Utilidad Neta: mide el porcentaje que está quedando a los propietarios por operar la empresa (**Sánchez, I. 2006, p. 1-3**) *"Finanzas para Ejecutivos no Financieros"*.

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \text{Utilidad Neta} \div \text{Ventas}$$

SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL

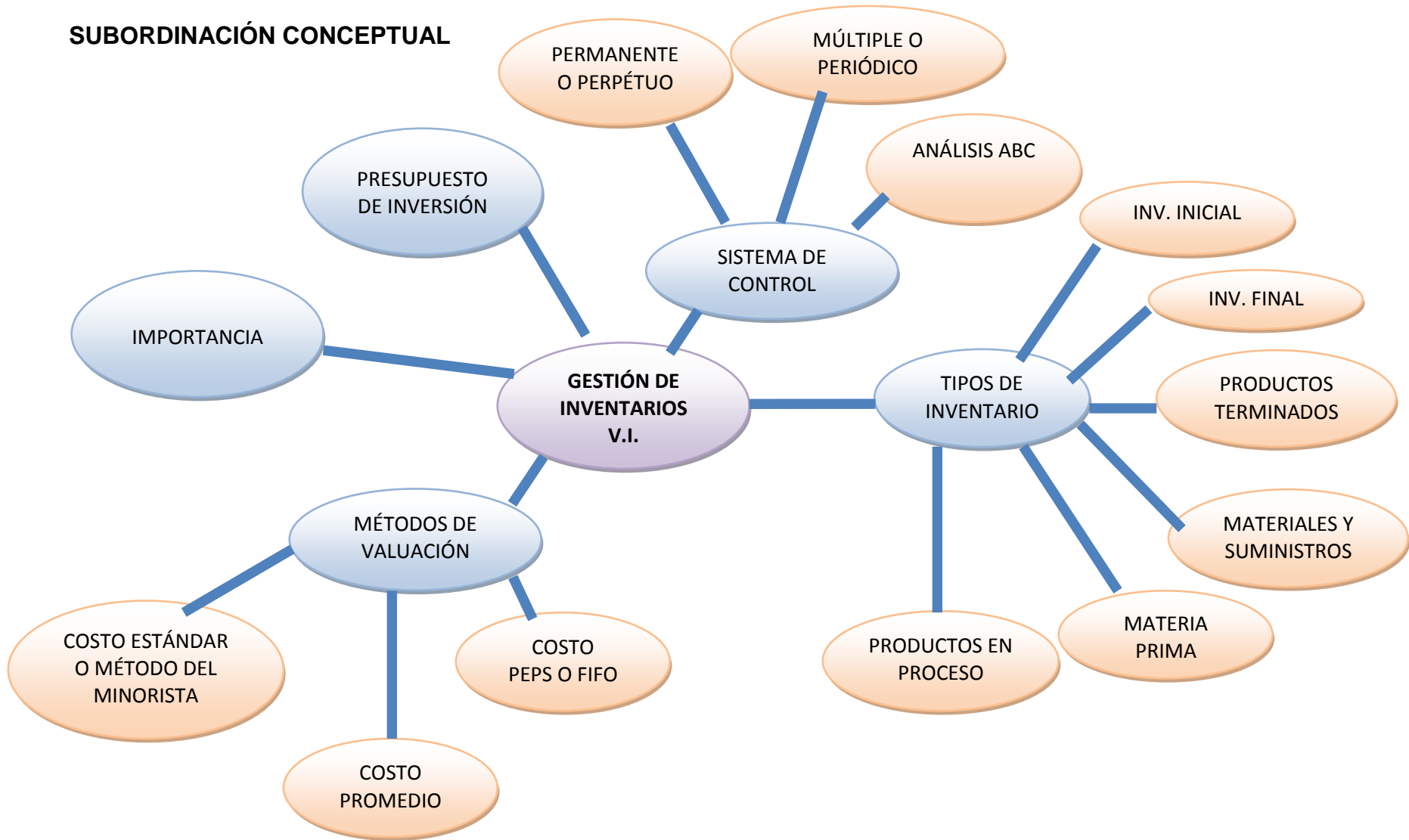


Gráfico5: Subordinación

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL

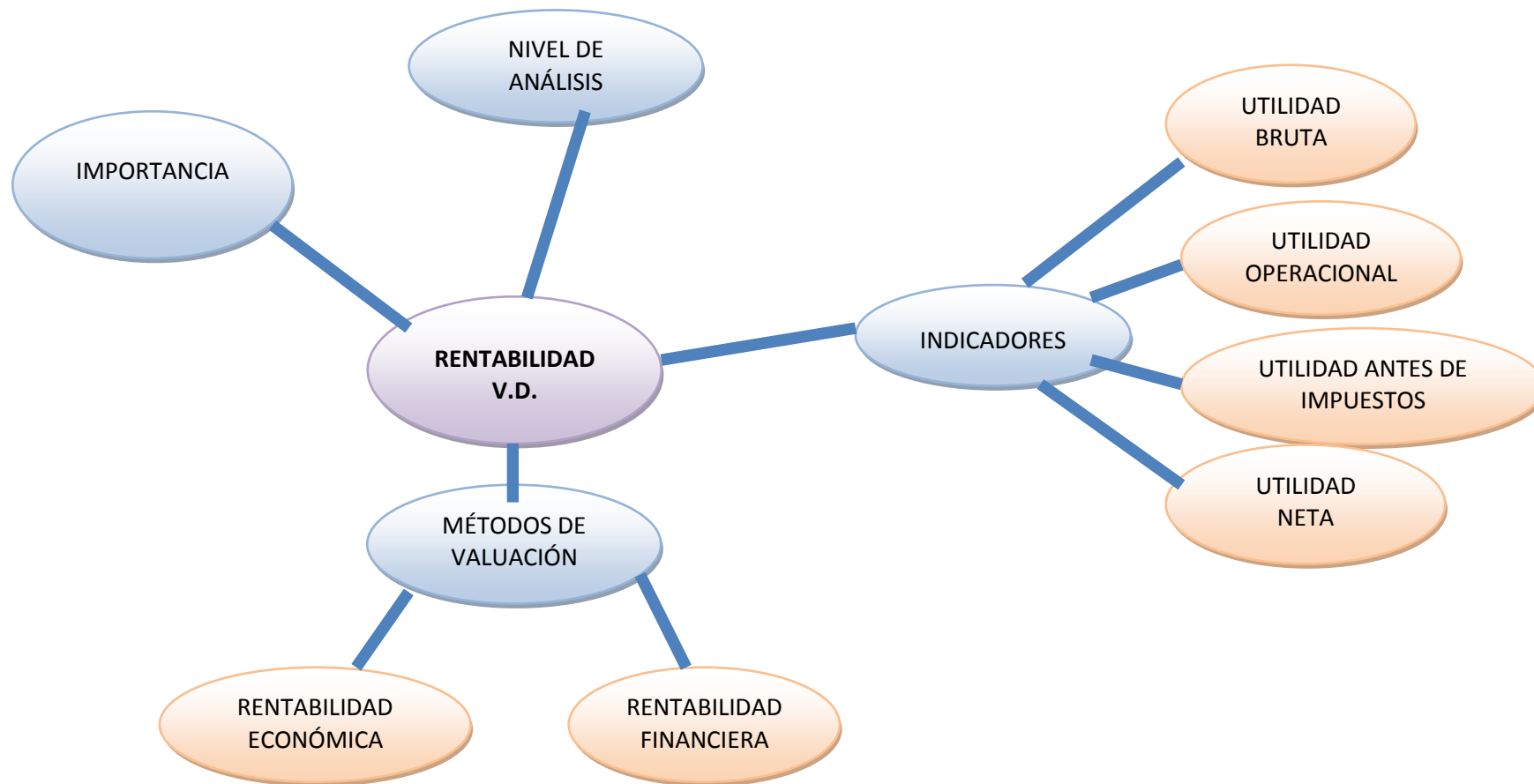


Gráfico 6: Subordinación Conceptual

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

2.6. HIPÓTESIS

Una adecuada gestión de inventarios ayudará a incrementar la rentabilidad en el Supermercado “Apolo”.

2.7. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPÓTESIS

- **Variable independiente:** Gestión de Inventarios
- **Variable dependiente:** Rentabilidad
- **Unidad de observación:** Empresa Supermercado “Apolo”
- **Términos de relación:** una, ayudará a , la, en el

CAPITULO III

METODOLÓGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque de la Investigación

La presente investigación se basa dentro del enfoque cuantitativo debido a que permite que el investigador realice lo siguiente:

- Las hipótesis se generan antes de recolectar y analizar los datos.
- La recolección de los datos se fundamenta en la medición.
- Debido a que los datos son productos de mediciones, se representan mediante **(Hernández, R. 2011, en línea) “Características del Enfoque Cuantitativo”**.

Dentro de la Investigación cualitativa no se busca cuantificar, sino comprender determinado Fenómeno; es decir, establecer cómo se relaciona un aspecto con otro. Se parte de una premisa cuando se aplica el enfoque cualitativo: la conducta humana es compleja. Tiene muchos matices, y es difícil, si no es que imposible, cuantificar algunas de sus manifestaciones **(Del Cid, A. Méndez, R. & Sandoval, F. 2011, p. 24) “Investigación. Fundamentos y metodología”**.

3.2 Modalidad de la Investigación

3.2.1. Investigación de Campo

Según **(Naghi, M. 2005, p.94)** en su obra sobre **“Metodología de la Investigación”** menciona que:

La investigación de campo se refiere a un estudio experimental en una situación real, en donde una o más variables independientes estarán sujetas a manipulación bajo estricto control de otras variables de control. Esto es relativo hasta donde permita la relación de estudio. Durante el trabajo de campo quien realiza la entrevista la observación clasifica durante la misma las respuestas, los hechos aceptados en el cuestionario, el protocolo de observación en categorías determinadas de antemano.

Es decir, ayudará a abordar un estudio totalmente detallado acerca del trabajo investigativo, interactuando de esta manera con el mismo para así poder concluir más eficazmente las causas, detalles y características del problema, tomando las experiencias ya obtenidas en espacio de trabajo y aplicarlas teóricamente para poder plantear una completa sustentación de causa, problema y desarrollo del mismo.

3.2.2. Investigación Bibliográfica - Documental

Según **(Romero, L. s/f, p. 87)** en su trabajo titulado **“Metodología de la investigación en Ciencias Sociales”** menciona que:

Se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuente de información. Generalmente se identifica con el manejo de mensajes registrados en la forma de manuscritos e impresos, por lo que se le asocia normalmente con la información archivista y bibliográfica.

3.3. Nivel o Tipo de Investigación

El nivel de investigación es concomitante, ya que avanzará hasta asociar la variable independiente: adecuado control de los elementos del costo con la variable dependiente: Rentabilidad.

3.3.1. Asociación de variables

Según **(Naghi, M. 2005, p.94)** en su obra sobre **“Metodología de la Investigación”** menciona que:

La investigación de campo es el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de

describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios. Sin embargo, se aceptan también estudios sobre datos censales o muestrales no recogidos por el estudiante, siempre y cuando se utilicen los registros originales con los datos no agregados; o cuando se trate de estudios que impliquen la construcción o uso de series históricas y, en general, la recolección y organización de datos publicados para su análisis mediante procedimientos estadísticos, modelos matemáticos, econométricos o de otro tipo

3.3.2. Investigación descriptiva

Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento **(Van Dalen, D. & Meyer, W. 2006,párr. 6) “La investigación descriptiva”**.

La utilidad de aplicar la investigación descriptiva es que nos permitirá relacionar los hechos que se han estado dando en la empresa y como han influido los hechos presentes.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Según **(Icart, M. Fuentelsaz, C. & Pulpón, A. 2006, p. 55)** en su obra **“Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina”** indica que:

Población es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita.

Se trabajará con todo el universo de trabajadores de la Empresa Supermercado Apolo, para la recepción de los datos del objeto de estudio.

Tabla N°2

Nómina del Supermercado “Apolo”.

Nº	NOMBRE Y APELLIDO	OBSERVACIÓN
1	Narciza Guaita	Gerente
2	Apolo Ortiz	Administrador
3	Gabriela Ortiz	Cajera - Facturadora
4	Rodrigo Pallo	Vendedor
5	Juan Machasilla	Auxiliar de Servicios
6	Carlos Guanuchi	Bodeguero
7	María Carrera	Contadora
8	Alba Carrillo	Auxiliar contable

Fuente: Supermercado Apolo
Elaborado por: Alba Carrillo

3.4.2. Muestra

Según (Icart, M. Fuentelsaz, C. & Pulpón, A. 2006, p. 55) en su obra “Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina” indica que: “la muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población”.

En el presente estudio se trabajará sin calcular muestra ya que la investigación dispone de todos los recursos por tal razón se lo hará directamente con toda la población.

3.5. Operacionalización de las variables

La operacionalización de una hipótesis presentada en forma de esquema en el apartado anterior podría dar la impresión de que se reproduce la visión lineal, reduccionista que sobre las hipótesis, se ha tratado de desterrar del capítulo siete (“Elaboración de hipótesis: proceso dialéctico). Lo que pretende con el esquema anterior es tratar de simplificar por razones dialécticas el proceso de operacionalización de las variables sin perder de vista el contexto de totalidad en que surgen y modifican los fenómenos.

El proceso de operacionalización de las variables debe realizarse de conformidad con los lineamientos teóricos que sirvieron de base para plantear el problema de investigación y las hipótesis. Los conceptos de las hipótesis, considerados como variables a operacionalizar, deben prevenirse previamente de acuerdo con la teoría respectiva **(Rojas, R. 2006. p172) “Guía para realizar investigaciones sociales”**.

La utilidad de la operacionalización nos permite pasar del aspecto teórico a la práctica para analizar las variables y saber cómo se van a medir los mismos.

3.5.1. Operacionalización de la variable independiente: Gestión de Inventarios

VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN DE INVENTARIOS				
CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
<p>La Gestión de Inventarios es la técnica que permite mantener efectividad en los controles de existencias a un nivel adecuado, según sean las necesidades y de las estrategias de comercialización.</p> <p>Para lo cual se apoya en técnicas y estrategias que hacen referencia al conjunto de procedimientos, políticas. Con el fin de que eventos indeseados sean prevenidos.</p> <p>Los inventarios son generalmente de mayor significación dentro del activo corriente, no solo en su cuantía, sino porque de su manejo proceden las utilidades de la empresa.</p>	<i>Efectividades de los controles</i>	Cumplimiento de objetivos	<p>¿De qué manera la planificación permite cumplir los objetivos de la gestión de inventarios</p> <p>¿Cree usted que el método de valoración utilizado por la empresa permite cumplir con los objetivos financieros?</p>	Encuesta al personal del Supermercado Apolo (Ver anexo 2)
	<i>Políticas</i>	Aplicación de políticas	<p>¿Cree usted, que la distribución física de las instalaciones es adecuada?</p> <p>¿A recibido adiestramiento y capacitación para el buen desempeño de su trabajo?</p>	
	<i>Utilidades</i>		<p>¿Cómo califica la gestión realizada para la adquisición de los Inventarios?</p> <p>¿Conoce si la empresa ha obtenido utilidad o pérdida en el ejercicio económico 2013?</p>	

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

3.5.2. Operacionalización de la variable Dependiente: La Rentabilidad

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
<p>Es la relación que existe entre las ganancias obtenidas y el capital invertido, reflejado netamente en los estados financieros. No solo se basa en la utilidad obtenida sino en la capacidad de los administradores para obtener réditos económicos. Para medir el grado de rentabilidad de una organización se utiliza Indicadores Financieros.</p>	Ganancias	Ingresos por ventas - costos contables	¿Cómo considera la situación de la rentabilidad de la empresa?	<p>Encuesta al personal del Supermercado Apolo (Ver anexo 2)</p>
	Capital	Activo – pasivo	¿En qué situación considera que esta el capital de la empresa?	
	Estados Financieros	Situación económica	¿Cuál considera el principal problema que tiene la empresa?	
	Indicadores financieros	Controles internos	<p>¿El sistema de control de producción es por lotes? ¿Conoce los procedimientos que la empresa ha establecido para control de actividades, procesos y registros? usted los utiliza</p>	

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

3.6. Recolección de Información

Metodológicamente para (Herrera, L. et. Al. 2004, p. 174-178 y 183-185), en su obra “**Tutoría de la Investigación Científica**” dice que:

Es la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información.

Estos datos o información que van a recolectarse son el medio a través de cual se prueban las hipótesis, se responden las preguntas de investigación y se logran los objetivos del estudio originados del problema de investigación.

3.7. Plan para la recolección de información

Para (Bernal, C. 2006, p. 181-183) en el libro “**Metodología de la Investigación**” menciona que:

Este proceso de investigación consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto del estudio durante el trabajo de campo, y tiene como finalidad generar resultados a partir de los cuales se realizara un análisis según los objetivos y la hipótesis o preguntas de la investigación.

La información obtenida será procesada mediante un estudio estadístico para la presentación de los resultados, para el análisis se tomara en cuenta la muestra que será elemento de estudio. Una vez aplicados los instrumentos de recolección de la información, se procederá a la tabulación de datos los cuales se representa gráficamente en términos de porcentajes a fin de facilitar la interpretación.

Este plan contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos:

- **Definición de los sujetos: personas u objetos que van a ser investigados.** Los sujetos a ser investigados serán la Gerente propietaria, la Contadora de la empresa “Supermercado Apolo” y empleados.

- **Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información.** En la presente investigación las técnicas que se utilizara para la recolección de información serán:
- Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.
- En la actualidad la palabra “encuesta” es utilizada con más frecuencia para describir un método para obtener información de una muestra de individuos.
Ejemplo:
 - * Las empresas que fabrican un nuevo producto, para introducir en el mercado hacen una encuesta a sus clientes potenciales.
 - * Las entidades del gobierno también lo hacen, con la encuesta obtienen información para evaluar una actividad, obra o servicio.
- **Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación.** Los instrumentos para la presente investigación serán seleccionados o diseñados, así como los cuestionarios, ver Anexo 4.
- **Elección de recursos de apoyo (equipos de trabajo).**
- **Explicitación de procedimientos para la recolección de información, cómo se va a aplicar los instrumentos, condiciones de tiempo y espacio, etc.**

TablaNº3

Procedimiento de recolección de información

TÉCNICAS	PROCEDIMIENTO
	¿Cómo? Se utilizara el método deductivo

**Ejemplo para elaboración de preguntas en la Encuesta
Tabla N°**

La empresa cuenta con programas de planificación y gestión de inventarios		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	12%
NO	7	88%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"

Elaborado por: Alba Carrillo

Ejemplo para la representación gráfica de las preguntas

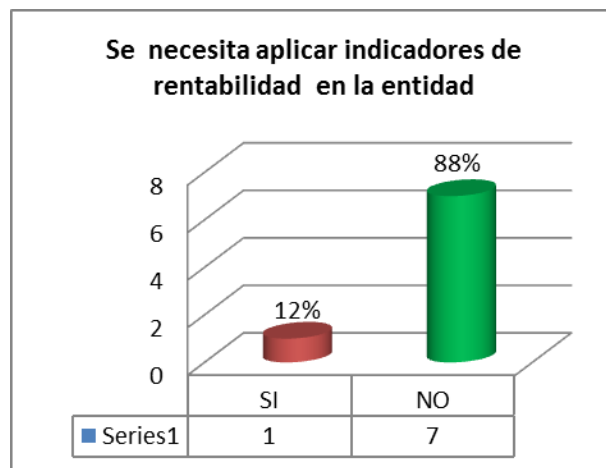


Gráfico N°

Fuente: Tabla N°

Elaborado por: Alba Carrillo

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados

Con el propósito de cumplir con los objetivos planteados, se ingresó la información obtenida en el programa Microsoft Office Excel XP, para un análisis e interpretación. Además, se realizaron gráficos estadísticos con la ayuda de Excel, para la comprensión de los resultados.

El objeto de estudio de la investigación será la muestra de 8 individuos, una vez aplicadas los instrumentos de investigación se procede a la tabulación de datos, la representación gráfica el análisis respectivo y la interpretación de los resultados.

4.2 Interpretación de datos

Las encuestas realizadas están conformadas por 15 preguntas, dirigidas a 8 personas. Así como también la aplicación de un cuestionario de control interno realizado como técnica de investigación en este caso.

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en el Supermercado “Apolo” para su mejor comprensión e interpretación se detallan a continuación en tablas, gráficos y análisis de cada pregunta.

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DEL SUPERMERCADO
“APOLO”.**

PREGUNTAS

1.¿La empresa cuenta con un programa de planificación y gestión de inventarios que facilite su administración de manera oportuna?

Tabla N° 4

La empresa cuenta con programas de planificación y gestión de inventarios		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	12%
NO	7	88%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado “Apolo”
Elaborado por: Alba Carrillo

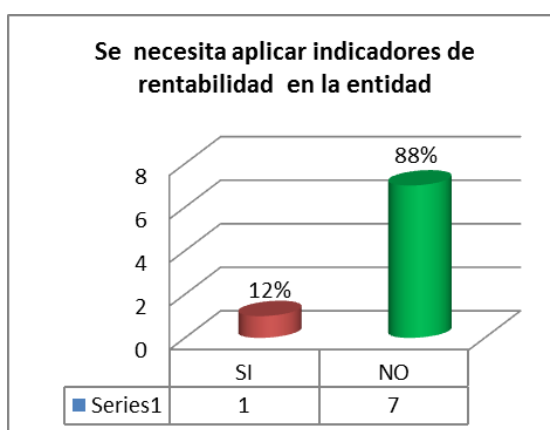


Gráfico N°7

Fuente: Tabla N°4
Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

El 88% de las personas encuestadas afirma que la empresa No cuenta con un programa de gestión de inventarios y el 12% indica que Si cuenta con un programa.

Interpretación:

Según los datos de la encuesta se recomienda que la empresa elabore un programa de planificación y control de inventarios de manera adecuada, con la finalidad de ayudar a tomar decisiones apropiadas para beneficio de sus propietarios.

2. ¿La empresa realiza selección de proveedores para la adquisición de mercaderías?

Tabla N°5

Selección de proveedores para adquirir mercadería		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	37%
NO	2	25%
Tal vez	3	38%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"

Elaborado por: Alba Carrillo

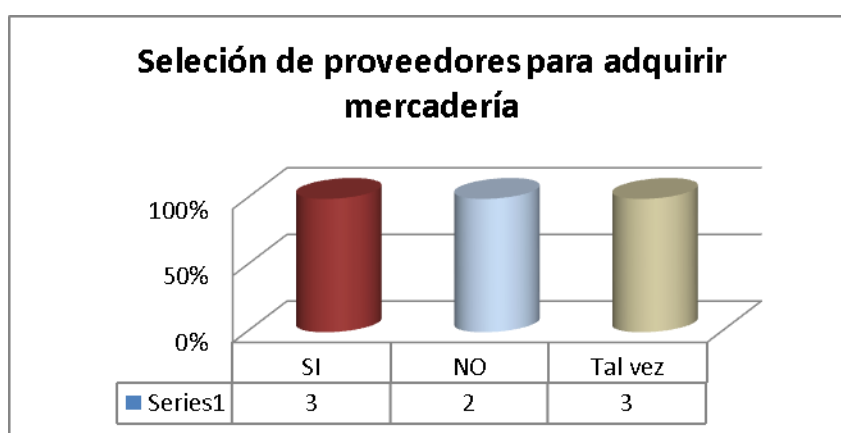


Gráfico N° 8

Fuente: Tabla N° 5

Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

De la encuesta realizada el 38% de las personas afirman que la empresa Tal vez efectúe una selección de proveedores para adquirir la mercadería, mientras que el 37% indica que Si en efecto, se realiza una selección y finalmente el 25% expresa que No se realiza ninguna selección de proveedores.

Interpretación:

Se recomienda a la empresa realizar una selección de sus proveedores previa la adquisición de mercaderías, con la finalidad de determinar precios accesibles y productos de calidad que ayuden al incremento de la economía de la empresa.

3.¿Se realiza verificación física de la mercadería al momento de su recepción?

Tabla N°6

Verificación de la mercadería al su recepción		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	25%
NO	6	75%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"

Elaborado por: Alba Carrillo

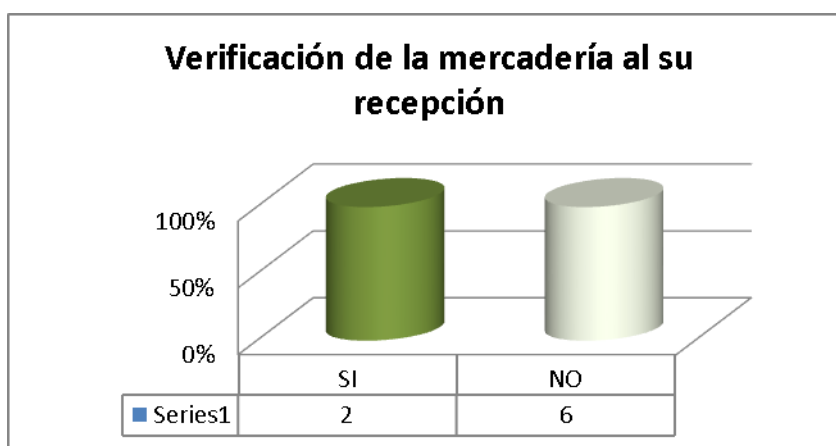


Gráfico N°9

Fuente: Tabla N°6

Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

El 75% de las personas encuestadas afirma que No se realiza ninguna verificación de la mercadería al momento de la recepción, y el 25% indica que Si se realiza la verificación de la mercadería.

Interpretación:

Se recomienda a la empresa establecer políticas que ayuden a la verificación de la mercadería que ingresa al establecimiento, con el propósito de que no existan faltantes y mucho menos productos caducados o dañados que afecten a la imagen del supermercado.

4. ¿En la venta de mercaderías el/los productos son despachados por?

Tabla N° 7

Los productos son despachados		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por la cajera- facturadora	5	62%
Por el Bodeguero	2	25%
Por el Auxiliar de servicios	1	13%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"

Elaborado por: Alba Carrillo

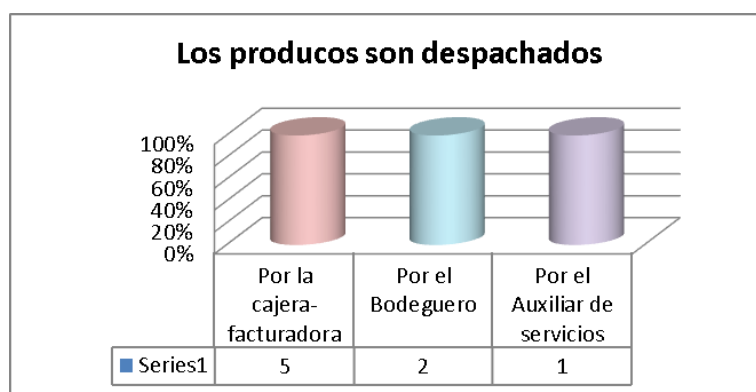


Gráfico N°10

Fuente: Tabla N° 7

Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

De la encuesta realizada el 62% de los encuestados afirma que los productos son despachados Por la cajera-facturadora, mientras tanto el 25% indica que los productos son despachados Por el bodeguero y el 13% expresa que la mercadería es despachada Por el auxiliar de servicios.

Interpretación:

Se recomienda a empresa establecer políticas que ayuden a la designación de funciones adecuadas, con el propósito de evitar inconvenientes al momento de despachar la mercadería a los clientes.

5. ¿Las instalaciones están dispuestas y distribuidas de forma adecuada para el manejo de los inventarios?

Tabla N° 8

Instalaciones de forma adecuada para inventarios		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	37%
NO	5	63%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"
Elaborado por: Alba Carrillo

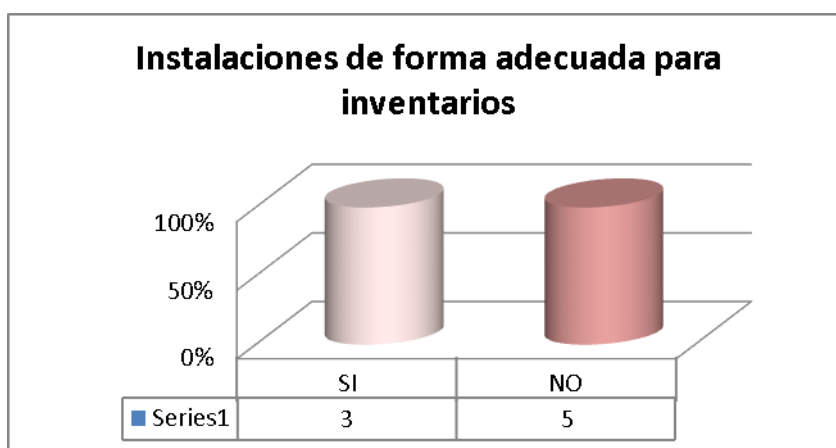


Gráfico N°11

Fuente: Tabla N° 8
Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

El 63% de las personas encuestadas afirma que las instalaciones No está ubicadas de forma adecuada para el control de inventarios, y el 37% expresan que Si están adecuadas las instalaciones para los inventarios del supermercado.

Interpretación:

Se recomienda a la empresa la correcta distribución de sus instalaciones con la finalidad de mantener un orden específico de los inventarios y brindar instalaciones adecuadas a sus trabajadores.

6. ¿Cómo se encuentran las políticas y procesos en cuanto a recepción, almacenamiento y conservación de los inventarios?

Tabla N° 9

Políticas y procesos para inventarios		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Claramente definidos	2	25%
No definidos en su totalidad	2	25%
No se encuentran definidos	4	50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"
Elaborado por: Alba Carrillo

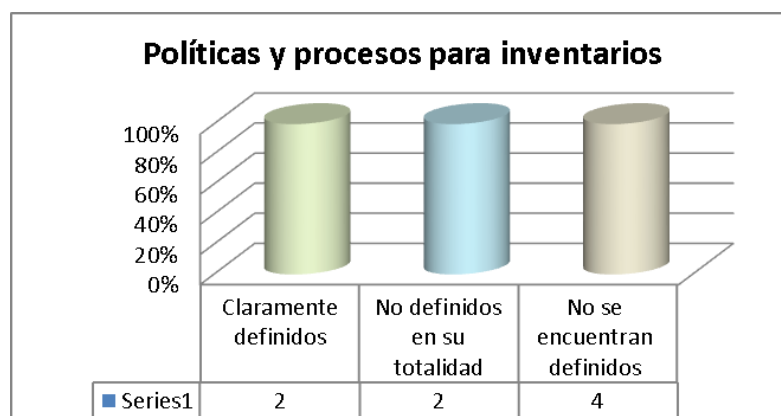


Gráfico N°12

Fuente: Tabla N°9
Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

De la encuesta realizada el 50% de los encuestados afirma que No se encuentran definidos las políticas y procesos para inventarios dentro de la empresa, mientras que el 25% opina que No están definidos claramente y el otro 25% indica que las políticas y procedimientos se encuentran Claramente definidas.

Interpretación:

En base al análisis realizado se recomienda la definición de políticas y procesos que ayuden a mejorar el manejo de los inventarios, con el propósito de prestar mayor variedad de productos a sus clientes.

7. ¿Se realizan análisis comparativos mensuales para saber si la empresa ha crecido económicamente en un espacio de tiempo determinado?

Tabla N° 10

Análisis comparativos en un tiempo determinado		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	2	25%
Casi Siempre	4	50%
A veces	2	25%
Nunca	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"
Elaborado por: Alba Carrillo

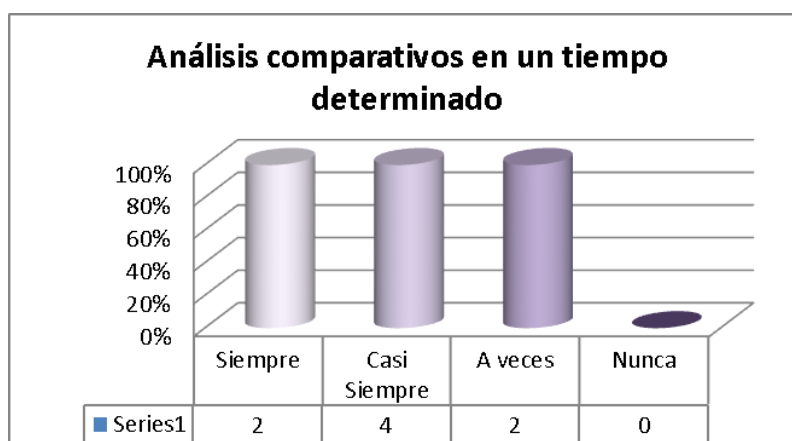


Gráfico N°13

Fuente: Tabla N°10
Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

El 50% de los encuestados afirman que Casi siempre se realizan análisis comparativos en un tiempo determinado, el 25% indica que A veces se realizan análisis y el otro 25% de las personas expresan que Siempre se realizan análisis comparativos dentro de la empresa.

Interpretación:

Debido al análisis realizado se recomienda a la empresa realiza análisis comparativos mensuales para determinar el crecimiento que ha tenido económicamente, con la finalidad de mejorar su rentabilidad.

8.¿Con qué frecuencia se solicita a la Contadora los Estados Financieros?

Tabla N° 11

Frecuencia en que solicita los Estados Financieros		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	2	25%
Trimestral	4	50%
Semestral	2	25%
Anual	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"
Elaborado por: Alba Carrillo

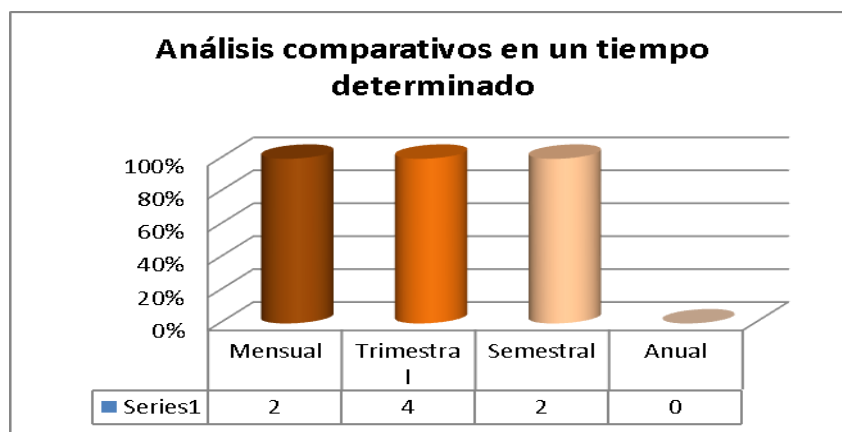


Gráfico N° 14

Fuente: Tabla N° 11
Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

De las personas encuestadas el 50% afirma que Trimestralmente se solicitan los Estados Financieros a la Contadora de la empresa, mientras que el 25% expresa que se solicitan Semestralmente y el 25% menciona que Mensualmente se solicita los Estados a la persona encargada.

Interpretación:

Se recomienda a la empresa solicitar de manera más seguida la presentación de Estados Financieros por parte de la persona encargada del departamento contable, con la finalidad de determinar porcentajes de diferencia entre los distintos periodos económicos.

9. Según su opinión valore la importancia de los siguientes aspectos

Tabla N°12

Valore la importancia						
ASPECTOS	CATEGORÍAS					PORCENTAJE
	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	TOTAL	
Nivel actual de servicio al cliente	1		7		8	83%
Surtimiento de mercadería			6	2	8	9%
Rentabilidad del negocio	1		7		8	8%
TOTAL	2	0	20	2	24	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"

Elaborado por: Alba Carrillo

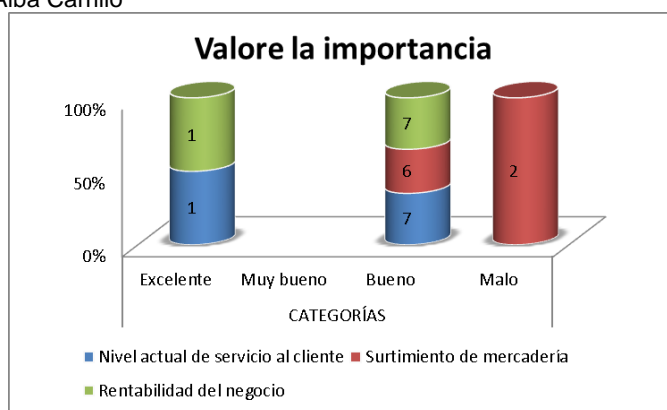


Gráfico N°15

Fuente: Tabla N° 12

Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

El 83% de las personas encuestadas afirman que el Nivel actual de servicio al cliente es Bueno, el Surtimiento de mercadería y la Rentabilidad del negocio son Buenos, mientras que el 9% expresa que Surtimiento de mercadería es Malo y el 8% indica que el Nivel actual de servicio al cliente y la Rentabilidad del negocio son Excelentes dentro de la empresa.

Interpretación:

Se recomienda al supermercado, incrementar el surtimiento de la mercadería con la finalidad de proporcionar a sus clientes productos variados y de calidad, que mejoren la economía de la empresa.

10. ¿Los comprobantes de venta son previamente verificados antes de su registro contable?

Tabla N° 13

Comprobantes de venta verificados antes de registrar		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	12%
Casi Siempre	4	50%
Nunca	3	38%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"
Elaborado por: Alba Carrillo

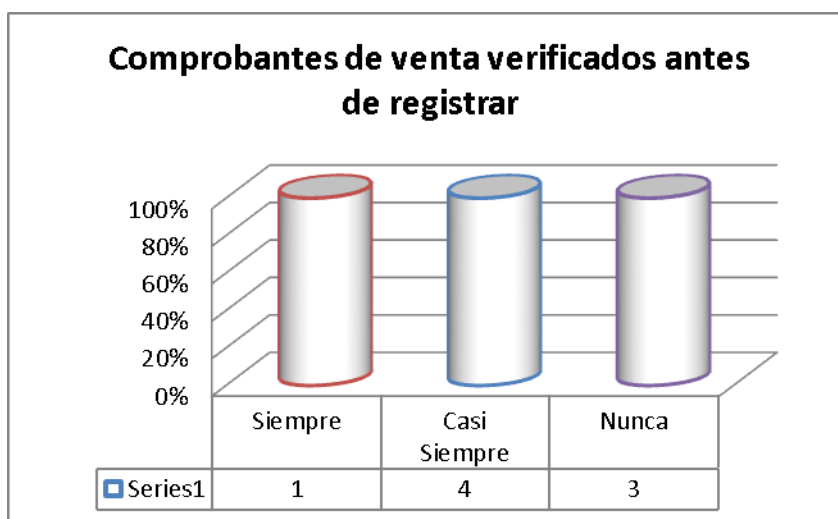


Gráfico N° 16

Fuente: Tabla N° 13
Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

Con la información obtenida el 50% de las personas encuestadas afirman que casi siempre se verifican los comprobantes de venta antes de su registro contable, mientras que el 38% indica que Nunca son verificados y el 12% opina que Siempre son verificados los comprobantes de venta antes de su registro.

Interpretación:

Se recomienda al supermercado realice la verificación continua de los comprobantes de venta antes de ser registrados contablemente, con el propósito de evitar errores a futuro y una disminución en la rentabilidad.

11. ¿Las diferencias en inventarios son validadas por contabilidad y modificados de forma oportuna?

Tabla N° 14

Diferencias en inventarios validadas oportunamente		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	12%
Casi Siempre	2	25%
A veces	1	13%
Nunca	4	50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"
Elaborado por: Alba Carrillo

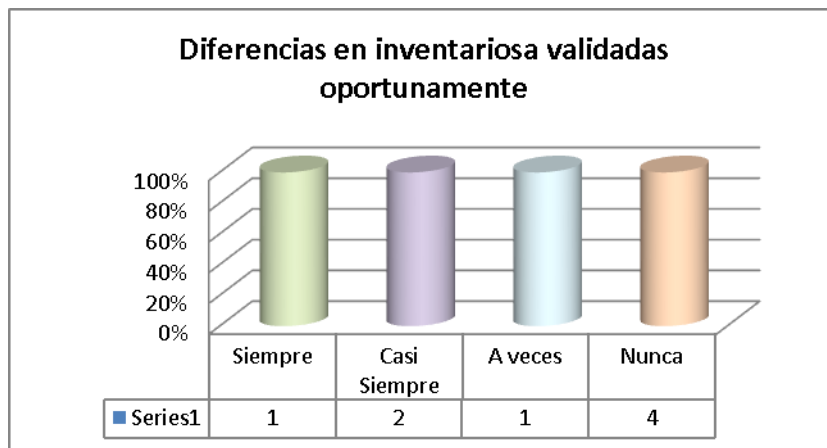


Gráfico N°17

Fuente: Tabla N° 14
Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

El 50% de las personas encuestadas afirma que Nunca se validan ni verifican las diferencias en inventarios oportunamente, en cambio el 25% opina que Casi siempre son validadas y modificadas, el 13% expresa que solo A veces y el 12% menciona que Siempre son validadas y modificadas.

Interpretación:

Es recomendable que la empresa realice un control minucioso sobre la validez de las diferencias que aparezcan en los inventarios y sean modificadas de manera oportuna, con la finalidad de no perjudicar a la empresa y a sus dueños.

12. ¿Es necesario aplicar indicadores de rentabilidad, para determinar la situación financiera de la empresa?

Tabla N° 15

Se necesita aplicar indicadores de rentabilidad para determinar la situación financiera		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	88%
NO	1	12%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"
Elaborado por: Alba Carrillo

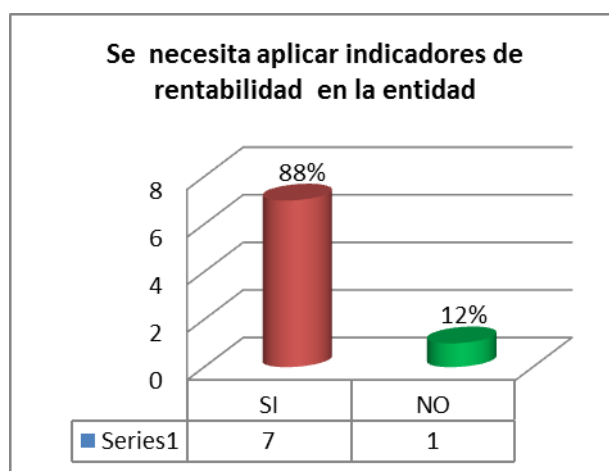


Gráfico N°18

Fuente: Tabla N° 15
Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

Luego de la encuesta realizada el 88% de los empleados afirma que Si en efecto es necesario aplican indicadores de rentabilidad, para determinar la situación financiera de la empresa, mientras que el 12% indica que No se debe aplicar.

Interpretación:

Gracias a la información obtenida de las encuestas se recomienda a la empresa aplicar indicadores de rentabilidad, con el propósito de conocer los beneficios económicos que ha generado las inversiones en el Supermercado "Apolo".

13. ¿Cada qué tiempo se realiza la toma física de inventarios?

Tabla N° 16

Toma física de inventarios		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	2	33%
Trimestral	3	50%
Anual	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"
Elaborado por: Alba Carrillo

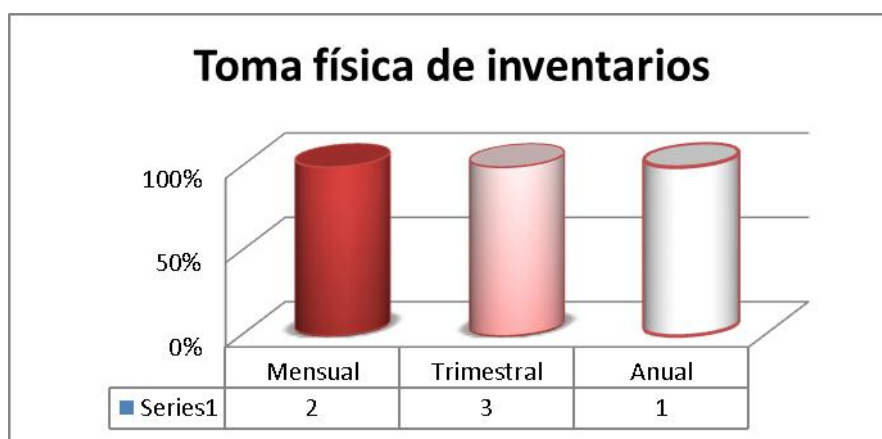


Gráfico N°19

Fuente: Tabla N° 16
Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

El 50% de los encuestados afirma la toma física de inventarios de la realiza Trimestralmente, el 33% indica que se la realiza Mensualmente y el 17% opina que se la hace de forma Anual.

Interpretación:

Se recomienda al Supermercado realizar la toma física de inventarios de manera mensual, con la finalidad de cuidar el manejo que se está dando sobre ellos y establecer un control adecuado de las existencias.

14. ¿Existen procedimientos por escrito para el reclutamiento, selección y contratación del personal?

Tabla N° 17

Procedimientos escritos para reclutamiento, selección y contratación		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	37%
NO	5	63%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"

Elaborado por: Alba Carrillo

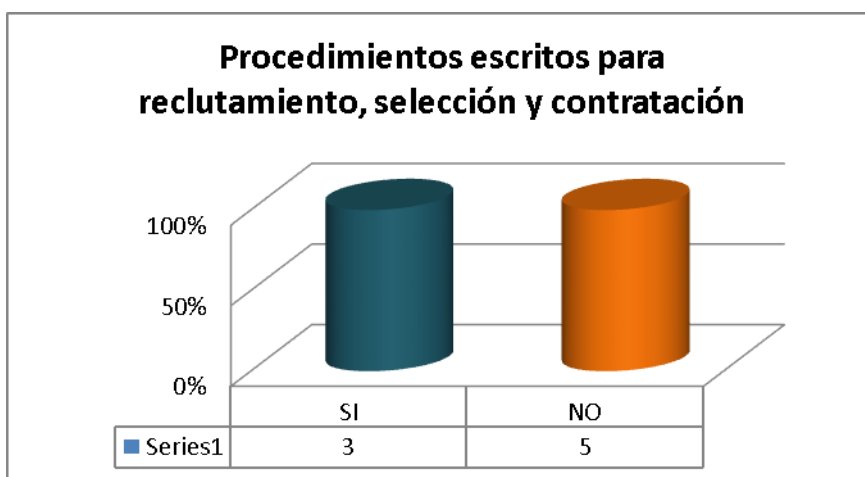


Gráfico N° 20

Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

De las personas encuestadas el 63% afirma que no existen procedimientos por escrito para el reclutamiento, selección y contratación del personal y el 37% expresa que Si existen estos procedimientos por escrito.

Interpretación:

Se recomienda a la empresa realizar un manual de procedimientos que establezcan los lineamientos específicos para la contratación de personal, con el propósito de satisfacer los requerimientos tanto de la empresa como de sus empleados.

15. ¿Ha recibido adiestramiento y capacitación para el buen desempeño de su trabajo?

Tabla N° 18

Adiestramiento y Capacitación		
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	50%
NO	4	50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Supermercado "Apolo"
Elaborado por: Alba Carrillo

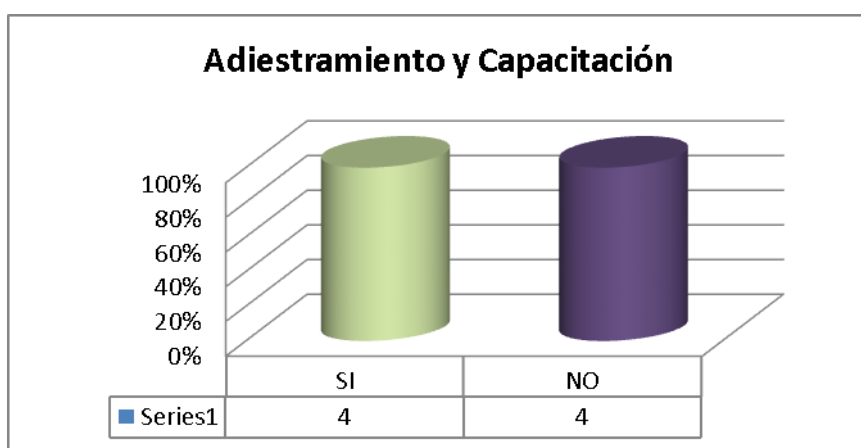


Gráfico N° 21

Fuente: Tabla N° 18
Elaborado por: Alba Carrillo

Análisis:

De la encuesta realizada el 50% de las personas indican Si haber recibido adiestramiento y capacitaciones y el 50% expresa que No ha recibido ningún tipo de capacitación.

Interpretación:

Se recomienda a los dueños de la empresa implementar proyectos de capacitación dirigidos a sus empleados, con la finalidad de mejorar su desempeño laboral y brinden una atención al cliente adecuadamente.

**CUESTIONARIO DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS Y EMPLEADOS
DEL SUPERMERCADO “APOLO”.**

GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD SUPERMERCADO “APOLO”				
OBJETIVO: Investigar sobre la importancia de realizar un análisis minucioso de la gestión de inventarios y sus efectos en la rentabilidad.				
Empresa: <u>Supermercado “Apolo”</u>				
Personas entrevistadas: <u>Gerente, Contador y personal en general</u>				
Función: <u>Administrativa</u>				
ETAPA 1: Desarrollo de la Entrevista				Pág. 1/3
CUESTIONARIO				
PREGUNTAS		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	¿Se planifica de forma periódica las compras de las mercaderías?	2	6	
2	¿El Supermercado tiene designado una persona responsable de la bodega de inventarios?	8	0	
3	¿La empresa recibe mercaderías en consignación?	4	4	
4	¿Se comunican las responsabilidades y se sanciona los incumplimientos a los empleados?	3	4	
5	¿Las mercaderías del Supermercado están aseguradas contra: robos, incendios, etc.?	0	8	
6	¿Se selecciona detenidamente a los proveedores de las mercaderías?	2	6	
7	¿Se verifican los artículos recibidos con los Pedidos u órdenes de compra?	2	6	
8	¿Las mercaderías del Supermercado están debidamente codificadas, de fácil ubicación y acceso?	1	7	
9	¿El supermercado tiene una adecuada distribución de las instalaciones?	2	6	

**GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD
SUPERMERCADO “APOLO”**

OBJETIVO: Investigar sobre la importancia de realizar un análisis minucioso de la gestión de inventarios y sus efectos en la rentabilidad.

Empresa: Supermercado “Apolo”

Personas entrevistadas: Gerente, Contador y personal en general

Función: Administrativa

ETAPA 1: Desarrollo de la Entrevista

Pág. 2/3

CUESTIONARIO

PREGUNTAS		SI	NO	OBSERVACION
12	¿Los inventarios físicos de las mercaderías se cotejan con saldos del sistema?	2	6	
13	¿Existen procedimientos aplicados por la administración para corregir las diferencias en los inventarios?	0	8	
14	¿Realiza una verificación física de los comprobantes de venta con el resumen diario de Venta?	1	7	
15	¿Las facturas de venta son controladas numéricamente por el departamento de contabilidad?	3	5	
16	¿Se efectúan tomas físicas de inventarios?	2	6	
17	¿Se preparan instrucciones escritas como guía para aquellos empleados que llevan a cabo los inventarios físicos?	2	6	
18	¿Existen políticas establecidas para dar de baja a los inventarios obsoletos o en mal estado?	1	7	
19	¿Existe un sistema de control para las entradas y salidas de inventarios?	3	5	
20	¿Existe algún método de valuación de inventarios?	1	7	
21	¿La empresa tiene designado alguna persona responsable de los pedidos de compra de inventarios?	0	8	

GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD SUPERMERCADO “APOLO”				
OBJETIVO: Investigar sobre la importancia de realizar un análisis minucioso de la gestión de inventarios y sus efectos en la rentabilidad.				
Empresa: <u>Supermercado “Apolo”</u>				
Personas entrevistadas: <u>Gerente, Contador y personal en general</u>				
Función: <u>Administrativa</u>				
ETAPA 1: Desarrollo de la Entrevista				Pág. 3/3
CUESTIONARIO				
PREGUNTAS		SI	NO	OBSERVACIÓN
22	¿Se cuenta con alguna medida de seguridad para los registros de inventarios?	3	5	
23	¿La entidad utiliza algún sistema de control para llevar al día los registros tanto de los ingresos como los ya existentes en bodega?	2	6	
24	¿Cuenta la empresa con una bodega en buen estado y resguardada físicamente?	3	5	
25	¿Se comprueba en la recepción de la mercadería, que la misma sea entregada en su totalidad?	8	0	
26	¿Se lleva control de las existencias a fin de no tener volúmenes inadecuados que permitan que estas se vuelvan obsoletas o se deterioren?	6	2	
27	¿Se separan los bienes obsoletos o en mal estado de los que están en buen estado?	1	7	

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

4.3 Verificación de Hipótesis

Para la verificación de la hipótesis se ha establecido el método “T Student”, mismo que se manejarán como un estadígrafo de distribución libre que permite establecer los correspondientes valores de frecuencias, valores observados y esperados, permitiendo la comparación global del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se requiere verificar.

Una vez establecido el problema e identificado las variables que componen la hipótesis planteada, materia de la presente investigación, se procederá a verificarla con la utilización de una herramienta estadística para probar hipótesis.

La hipótesis a verificar es la siguiente:

“Una adecuada gestión de inventarios ayudará a incrementar la rentabilidad en el Supermercado “Apolo”.

Las variables que intervienen en la hipótesis son:

- **Variable independiente** : Gestión de inventarios
- **Variable dependiente** : Rentabilidad.

4.3.1 Simbología

Ho= Hipótesis Nula

H1= Hipótesis alternativa o de investigación.

GI= Control Interno de Inventarios

R= Rentabilidad

p= Nivel de Confianza

α = Margen de Error

4.3.2 Modelo Lógico

Hipótesis alterna H1

H1: Una adecuada gestión de inventarios SI ayudará a incrementar la rentabilidad en el Supermercado “Apolo”.

Hipótesis Nula Ho

Ho: Una adecuada gestión de inventarios NO ayudará a incrementar la rentabilidad en el Supermercado “Apolo”.

4.3.3 Modelo Matemático

$$H1= GI = R$$

$$Ho= GI \neq R$$

4.3.4 Determinación del Nivel de Significancia

En el presente trabajo de investigación, se está trabajando a dos colas con un nivel de confianza del 95% es decir 1,895 de la tabla “T”, y dividido a 0,9475 a cada lado dentro de la curva normal con un error del 5% que equivale a 0,05: razón por la cual se divide el margen de error en 2.5 de la curva a cada lado, lo que corresponde como sector crítico 0.025 a cada lado.

4.3.5 Nivel de Significancia

$$\alpha / 2= 0,05/2 = 0,025$$

4.3.6 Grados de Libertad

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

$$gl = N - 1$$

Donde:

N: Es la población de Estudio = 8

Entonces

$$gl = N-1$$

$$gl = 8 - 1$$

$$gl = 7$$

Por lo expuesto en (“T” Student), obtenido en igual a la suma del nivel de significancia y los grados de libertad.

4.3.7 Nivel de significancia y Grados de Libertad

$$\alpha / 2 = 0,025 \text{ y}$$

$$gl = 1,895$$

“T” tabulado = **1,895** (dentro de la curva normal)

4.3.8 Preguntas seleccionadas para la verificación de la hipótesis

Pregunta 1: Gestión de Inventarios

¿La empresa cuenta con un programa de planificación y gestión de inventarios que facilite su administración de manera oportuna?

Pregunta 12: Rentabilidad

¿Es necesario aplicar indicadores de rentabilidad, para determinar la situación financiera de la empresa?

4.3.9 Fórmulas

Para la comprobación de la hipótesis se realiza los cálculos respectivos de la fórmula, que nos permita la aceptación o rechazo de la hipótesis.

4.3.10 Media Aritmética

$$\bar{x} = \frac{\sum fo}{n \text{ preguntas}}$$

$$X = \frac{16}{2}$$

$$X=8$$

Tabla N°19
Frecuencias Observadas

N°	Preguntas	Si	No	Total
1	¿La empresa cuenta con un programa de planificación y gestión de inventarios que facilite su administración de manera oportuna?	1	7	8
12	¿Es necesario aplicar indicadores de rentabilidad, para determinar la situación financiera de la empresa?	7	1	8
	TOTAL	8	8	16

Fuente: Encuesta al personal del Supermercado "APOLO"

Elaborado por: Alba Carrillo

Tabla N°20
Frecuencias Esperadas

N°	Preguntas	Si	No	Total
1	¿La empresa cuenta con un programa de planificación y gestión de inventarios que facilite su administración de manera oportuna?	4	4	8
12	¿Es necesario aplicar indicadores de rentabilidad, para determinar la situación financiera de la empresa?	4	4	8
	TOTAL	8	8	16

Fuente: Encuesta al personal del Supermercado "APOLO"
Elaborado por: Alba Carrillo

Tabla N° 21
Tabla de Contingencia

V.I \ V.D	¿Es necesario aplicar indicadores de rentabilidad, para determinar la situación financiera de la empresa?			TOTAL
	CATEGORIAS	SI	NO	
¿La empresa cuenta con un programa de planificación y gestión de inventarios que facilite su administración de manera oportuna?	SI	1	0	1
	NO	0	7	7
TOTAL		1	7	8

Fuente: Encuesta al personal del Supermercado "APOLO"
Elaborado por: Alba Carrillo

4.3.11 Desviación típica de la muestra

$$S = s * \sqrt{\frac{n}{n-1}}$$

$$S = 8 * \sqrt{\frac{8}{8-1}}$$

$$S = 8 * \sqrt{\frac{8}{7}}$$

$$S = 8 * \sqrt{1,14}$$

$$S = 8 * 1.06$$

$$S = 8,48$$

4.3.12. "T" de Student

$$t = \frac{(\bar{x} - u)}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

$$t = \frac{(8 - 7)}{\frac{8,48}{\sqrt{8}}}$$

$$t = \frac{1}{\frac{8,48}{\sqrt{2,83}}}$$

$$t = \frac{1}{3}$$

$$t = 0,33$$

4.3.14. Cálculo Estadístico

Después de haber realizado los cálculos para el reemplazo en la fórmula se procede a obtener al ("**T**" **student**), calculado, para el efecto se aplicó la siguiente fórmula estadística.

4.3.15. Fórmula "T" Student

$$t = \frac{(\bar{x} - u)}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

4.3.16. Condición

“t” de student calculado < “t” de student tabulado

0,33 < 1,895 (dentro de la curva normal)

Si es < “t” de Student α , se rechaza la Hipótesis nula

Si “t” de Student calculado es < “t” de Student tabulado, Se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alternativa (H_1) con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, el 2,5% a cada lado de la curva normal.

Determinación “t” Student

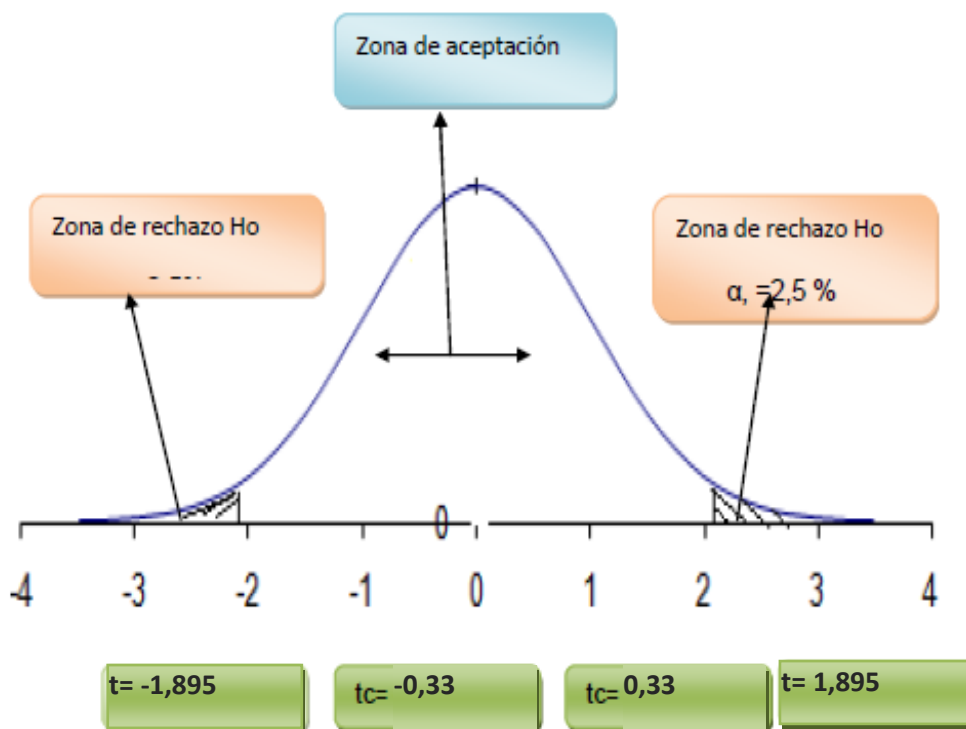


Gráfico N° 22 “t” de student

Fuente: Encuesta al personal del Supermercado “APOLO”

Elaborado por: Alba Carrillo

4.3.18. Conclusión

Una vez realizado el cálculo “**t**” **de student** podemos observar que:

0,33 < 1,895, así pues se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula (Ho), es decir el criterio de las personas encuestadas del Supermercado “APOLO”, afirman que la hipótesis planteada en la presente investigación en la que se indica:

“Una adecuada gestión de inventarios SI ayudará a incrementar la rentabilidad en el Supermercado “Apolo”.

Para la comprobación de hipótesis se aplicó un método estadístico y analítico, por lo que queda comprobado que: Una adecuada gestión de inventarios, SI ayudará a incrementar la rentabilidad en el Supermercado “Apolo”, y es indispensable desarrollar la presente investigación.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Una vez procesados, analizados los datos obtenidos y en función de los objetivos e hipótesis del presente trabajo, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- La entidad no cuenta con políticas contables adecuadas ni con procedimientos operativos para la gestión de inventarios que contribuyan a un mejor control de información sobre este componente del Activo.
- De los resultados obtenidos, la empresa no aplica correctamente un método adecuado de valoración de inventarios como aspecto importante en la gestión de los mismos.
- La empresa aplica limitadamente el análisis financiero con respecto a la rentabilidad, como medida de evaluación para identificar variaciones existentes por el movimiento y rotación de mercaderías.

- La empresa carece de conocimiento en la gestión de inventarios y la relación que tiene con su rentabilidad, por lo que se obstaculiza la generación oportuna de información en cuanto al manejo y control de sus mercaderías.

5.2. RECOMENDACIONES

De las situaciones reflejadas anteriormente se establece a continuación las siguientes recomendaciones:

- Es necesario analizar las políticas de inventarios, de acuerdo a las normas contables en los procesos de análisis registro y control de existencias, así como establecer procedimientos operativos eficientes.
- Se recomienda a la entidad examinar los aspectos más importantes de la gestión de inventarios, para identificar la valoración de existencias, de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- Se recomienda el fiel cumplimiento de análisis financiero, que permita establecer una óptima razonabilidad de la información y por consiguiente una alta rentabilidad.
- Por otro lado es esencial que se realice la implementación de una guía práctica para la gestión de inventarios que contribuya al mejoramiento e incremento de la rentabilidad del Supermercado Apolo.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS

Tema: Aplicación de una guía práctica para una adecuada gestión de inventarios, como herramienta útil para el mejoramiento, manejo y control, que promueva un incremento en la rentabilidad del Supermercado “Apolo”.

- **Empresa Ejecutora:** Supermercado APOLO.
- **Departamento:** Departamento de Contabilidad, Bodega

Beneficiarios: Las personas que se benefician a través de la realización de esta investigación son:

- Personal Administrativo
- Contable
- Bodega
- Investigadora

Ubicación Geográfica: Provincia: Tungurahua, Cantón: Ambato, Parroquia: Quisapincha, Calle Principal: Calle 10 de Agosto s/n y Bolívar; Referencia: Barrio Central, Diagonal al Parque Central de la Parroquia Quisapincha.

Talento Humano: Las personas que participan en la ejecución de la propuesta son: Gerente, Administrador, Contadora, Auxiliar Contable, Bodeguero y demás personal de la entidad.

Tiempo de Ejecución: La fecha de inicio será en el mes de Junio 2014 y la fecha de finalización será en el mes de Septiembre del año 2014.

Tabla N° 22

Equipo técnico responsable

<i>Sra. Narciza Guaita</i>	<i>GERENTE</i>
<i>Sr. Apolo Ortiz</i>	<i>ADMINISTRADOR</i>
<i>Ing. María Carrera</i>	<i>CONTADORA</i>
<i>Sra. Alba Carrillo</i>	<i>AUXILIAR CONTABLE- Investigadora</i>
<i>Sr. Carlos Guanuchi</i>	<i>BODEGUERO</i>

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

Costo: El costo para implementar la propuesta es financiado por la investigadora cuyo valor asciende a \$1.367,30, según tabla que a continuación se detalla.

Tabla N° 23

Recursos materiales

Rubro	Cantidad	Valor Unitario	Total
Fotocopias	500	\$ 0,03 / copia	\$ 15,00
Suministros y materiales de oficina	-	-	\$ 70,00
Transporte	-	-	\$ 120,00
Alimentación	-	-	\$ 130,00
Impresiones	600	\$ 0.10/impresión	\$ 60,00
Anillados	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Laptop	520	-	\$ 520,00
Empastado	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Alquiler de Equipo	-	-	\$ 30,00
Contratación de Internet	12 meses	\$ 22,00	\$ 264,00
Subtotal			\$ 1.243,00
10% Imprevisto			\$ 124,30
Total			\$ 1.367,30

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Alba Carrillo

En el presente capítulo se detalla una propuesta para mejorar la Gestión de Inventarios en la empresa Supermercado APOLO.

6.2. ANTECEDENTES

El Supermercado APOLO, considera indispensable la aplicación de una guía de inventarios como herramienta útil, capaz de mejorar la gestión de inventarios, para incrementar la rentabilidad.

Según la Tesis de (Linares, A. 2006, p. 15) en su trabajo investigativo titulado *“Análisis de la Gestión del Inventario de las Empresas Ferreteras del Municipio PAMPAN Estado Trujillo”* Menciona que:

El proceso de gestión se realiza a través de personas que coordinan las actividades que otros realizan, esto con la finalidad de obtener resultados de alta calidad, para así contar con un proceso de gestión de inventarios, que satisfaga las necesidades de la misma.

Tomando en consideración que toda la empresa cuenta con un activo realizable llamado inventario, el cual representa el área del activo con más valor para la empresa, y por ello se hace necesario gestionar de manera eficaz, eficiente, económica, todo lo relacionado con el inventario, incluyendo su abastecimiento, almacenamiento y salida de mercancía.

Según la investigación de **(Vásquez, W. 2012, p. 5-189)** en su trabajo investigativo sobre **“Modelo de Gestión de Inventarios para la Empresa MARTEC CIA. LTDA”** Manifiesta que:

Con una adecuada gestión de inventarios se debe satisfacer a la demanda de manera correcta y oportuna, conocer al final del período un estado confiable de la situación económica de la empresa, correcto registro del inventario, suficiente inventario, establecimientos de mínimos y máximos de manera adecuada, buena calidad del producto y que no exista sub almacenamiento ni sobre almacenamiento.

Es por esto que al implementar un correcto control y gestión de los inventarios, permitirá el desarrollo de todos los procesos de manera ágil y efectiva, cumpliendo así con las necesidades de los clientes internos y externos garantizando la satisfacción de las necesidades.

6.3. JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta se justifica de acuerdo a las observaciones realizadas, donde es evidente la necesidad de implementar una Guía de gestión de inventarios, para incrementar la rentabilidad de la empresa Supermercado APOLO, para determinar la cantidad suficiente, tipo de insumos, productos de elevado rotación, para satisfacer la demanda de los productos, facilitando las operaciones de comercialización y venta y

minimizando los costos al mantenerlos en un nivel óptimo reduciendo la caducidad en los productos perecibles.

La propuesta persigue promover un alto nivel en el crecimiento económico de la empresa y en la sociedad, esta investigación garantizará la satisfacción del cliente o consumidor final, ofreciendo productos frescos y sin caducidad, en la actualidad los clientes son cada vez más exigentes, lo que obliga a mejorar continuamente los procesos y estrategias de la entidad, todo esto para explotar las ventajas competitivas.

Los resultados que se espera obtener al aplicar esta propuesta a través de la Guía de gestión de inventarios, es obtener información cuantitativa del departamento de bodega de la entidad, ayudando a conocer como se está realizando el trabajo de registro y clasificación de existencias, incluso identificar productos con elevado stocks sin rotación.

Al efectuar la presente propuesta se tendrá un impacto favorable ya que se determinará factiblemente el costo de los inventarios debido a que la mayor rotación de estos productos son por ventas al por menor y de acuerdo a la norma internacional NIC 2 se podrá establecer el método de los minoristas, a su vez se podrá identificar factores y controles que permitan gestionar los inventarios de tal manera que la empresa pueda fortalecerse en el tratamiento adecuado de los productos y su movimiento en beneficio de la entidad, todo esto conllevará a manejar adecuadamente índices de rentabilidad más reales esperados por la organización.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo general

- Aplicar una guía práctica para la gestión de inventarios como herramienta útil capaz de mejorar su manejo y control para incrementar la rentabilidad del Supermercado APOLO.

6.4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar el control actual de los inventarios que lleva el Supermercado Apolo, para establecer inconsistencias en su gestión.
- Identificar políticas para el control y manejo de inventarios, en base a normativas vigentes con la finalidad de minimizar costos y optimizar procesos y registros de existencias.
- Evaluar la gestión de inventarios en base a la valoración que establece la NIC2.
- Desarrollar la aplicación de indicadores financieros para inventarios, y dar a conocer su interpretación en cuanto a los resultados obtenidos de la eficiencia en la gestión de los mismos.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Se cuenta con elevada factibilidad para el desarrollo de la presente propuesta, principalmente en los aspectos tecnológicos, organizacionales, económicos-financieros y legales, sobre todo por la apertura y decisión de los propietarios que buscan el desarrollo de la

empresa en todos sus ámbitos, y por el aporte de todos sus colaboradores, en los cuales se refleja la actitud de cambio que se quiere para llevar a cabo la presente implementación y en donde todos se sientan involucrados con este proceso.

6.5.1. Factibilidad social

La propuesta pretende mejorar la gestión de inventarios de la empresa Supermercado APOLO, puesto que al contar con la oportuna aplicación de la guía de gestión, propuesta que servirá para una correcta toma de decisiones y consecuentemente contribuirá a alcanzar un adecuado tratamiento contable, encaminado a la consecución de los objetivos de la entidad.

6.5.2. Factibilidad Económica - Financiera

Es preciso indicar que la entidad cuenta con recursos económicos para poder conseguir un mayor beneficio en el uso oportuno de los recursos, con visión hacia el futuro lo cual implantará nuevas políticas para obtener razonabilidad en información financiera que conduzca al incremento de la rentabilidad de la entidad.

6.5.3. Factibilidad legal

En lo que se refiere al ámbito legal, la presente propuesta es factible ya que, no atenta contra la integridad de la empresa, por lo que la misma está bajo el control de las distintas leyes gubernamentales.

Dando a conocer leyes de carácter normativo dictadas por el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), con el propósito de obtener información relevante para el proceso de la implementación, la **NIC 2Inventarios** siendo ésta publicación la principal fuente de información. Esta Norma suministra una guía práctica para la

determinación de este costo además de directrices sobre las fórmulas del costo para atribuir a los inventarios.

Un tema fundamental en la contabilidad de los inventarios es la cantidad de costo que debe reconocerse como un activo, para que sea diferido hasta que los ingresos correspondientes sean reconocidos. De acuerdo a la NIC 2 en el **párrafo 11** se menciona que el costo de adquisición de los inventarios comprenderá el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), los transportes, el almacenamiento y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, los materiales o los servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el costo de adquisición, según la NIC 2, en su **párrafo 22**, el método utilizado de los minoristas se utiliza a menudo, en el sector comercial al por menor, para la valoración de las existencias, cuando haya un gran número de artículos que rotan velozmente, que tienen márgenes similares y para los cuales resulta impracticable utilizar otros métodos de cálculo de costes.

Para identificar el costo de los inventarios, cada tipo de costo se distribuye entre ciertas partidas identificadas dentro de los inventarios. De acuerdo a lo que menciona el **Párrafo 24 de la NIC 2**, este es el tratamiento adecuado para los productos que se segregan para un proyecto específico, con independencia de que hayan sido comprados o producidos.

6.6. FUNDAMENTACIÓN

6.6.1. Gestión de Inventarios

6.6.1.1. Concepto de Gestión de Inventarios

Según (Moreno, R. Meleán, R. y Bonomie, M. 2011, p. 104) “*Gestión de inventarios en la Industria Avícola Zuliana*”. Menciona que:

Se la puede definir como la administración de existencias de todo producto o artículo que es utilizado para la comercialización dentro de una organización. Es decir, todo lo relativo al control y manejo de las existencias de determinados bienes, en la cual se aplican métodos y estrategias que pueden hacer rentable y productivo la tenencia de estos bienes y a la vez sirve para evaluar los procedimientos de entradas y salidas de dicho producto.

6.6.1.2. Gestión de Inventarios de artículos perecederos

En la gestión de stocks de productos perecederos debemos establecer una diferenciación en las gamas de artículos en función del periodo de caducidad de los mismos:

Productos Altamente Perecederos.-

Para Logis pyme (2013) “*Gestión Stocks Productos Perecederos*”, indica que:

Se caracterizan por que solo podemos aprovisionarnos de una sola vez dentro del periodo analizado, de modo que la política de compras depende básicamente de la demanda prevista, de tal forma que la empresa debe buscar el equilibrio entre la probabilidad de tener que soportar costes o pérdidas por producirse demandas inferiores a las disponibilidades, o bien desaprovechar oportunidades, es decir, dejar de obtener beneficios si se producen demandas superiores a las disponibilidades.

El criterio de análisis sería a través del beneficio marginal, pero hay que tener en cuenta que se nos pueden presentar dos posibilidades:

El proveedor retira el stock sobrante todos los días sin ningún tipo de cargo para la empresa distribuidora, en este caso nos abasteceremos cada día de la máxima cantidad posible, si el proveedor retira el artículo, descontando cierta cantidad, o bien no retira lo que ha sobrado, habrá que elegir una cuantía de stock que nos maximice los beneficios o nos minimice los costes. Debemos señalar la probabilidad de ruptura que queremos aceptar, aplicando este porcentaje sobre la distribución de la demanda conseguiríamos la cantidad a pedir.

Productos Con Fecha De Caducidad Marcada

Para **Logis pyme (2013) “Gestión Stocks Productos Perecederos”**, indica que:

De este tipo de producto nos podemos abastecer más de una vez durante su vida útil. Dando salida preferente a los artículos más antiguos, podremos trabajar con una cobertura alta y a la vez con una seguridad alta de que los productos no se nos quedaran obsoletos. En este caso también nos podemos encontrar con dos tipos de posibilidades:

El proveedor retira los artículos sin ningún tipo de cargo. Para no perder ventas se procurara proveer el almacén en unas cuantías importantes, pues los únicos costes a tener en cuenta son las posibles manipulaciones en el caso de que existan devoluciones

En el caso en que el proveedor retire los artículos sobrantes pero con un porcentaje de cargo para el distribuidor, debemos tener en cuenta también dos posibilidades a la hora de calcular el pedido:

Si el plazo de vida del artículo es igual al plazo de aprovisionamiento, nos encontramos en una situación similar al de los productos altamente perecederos, es decir nos aprovisionaríamos con una cantidad única.

Si el plazo de aprovisionamiento es menor al plazo de vida del artículo, la cantidad a pedir seria siempre inferior a la venta que esperamos realizar en el periodo de vida del producto.

Métodos de inventario

1. Método de punto de pedido o del inventario permanente.

Según **Manene M (2012) “Gestión de existencias e inventarios”**, indica que:

Consiste en lanzar la orden de pedido de una cantidad siempre constante cada vez que el nivel de stock llegue a un nivel determinado. Requiere un control constante de las existencias para saber el nivel exacto en cada momento. Normalmente se aplica a artículos de importancia estratégica para la empresa o artículos de alta rotación.

Costos de Inventarios

Dentro del ámbito de los procesos existen numerosos e importantes conceptos que deben imputarse a los costos de las existencias ellos son: costos de compras, de lanzamiento, de pedidos y de gestión de actividad;

por lo general, existen los costos de transporte, se incorporan al precio de compras, como consecuencia de que en la mayoría de los casos se trata de transportes por cuenta del proveedor incluidos de manera más o menos tácita o explícita en el precio de adquisición. **Manene, M. (2012) “Gestión de existencias e inventarios”**.

Aunque muchas veces el precio del transporte no es directamente proporcional al volumen de mercancías adquiridas, sino que depende del volumen transportado en cada pedido. En estas circunstancias el costo de transporte se convierte también en parte del costo de lanzamiento de pedido.

Es por esto que la clasificación habitual de costos que utilizan los gestores de los inventarios es la siguiente:

- Costos de almacenamiento, de mantenimiento o de posesión de stock.
- Costos de lanzamiento del pedido.
- Costos de adquisición.

2. El Stock Mínimo.

El stock mínimo tiende a evitar las continuas rupturas de stock. Son puntos de protección; cuando las existencias llegan a ese punto se deberá efectuar el reaprovisionamiento.

3. La Proyección de Venta

La proyección de venta surgirá en función del análisis de las ventas históricas. De esto se desprende, que el solicitar la reposición de las cantidades vendidas, se hace en función a una cantidad conocida, que tiene que ver con el promedio de ventas para un pedido determinado. **Manene, M.(2012) “Gestión de existencias e inventarios”**.

Costo de Adquisición

Es la cantidad total invertida en la compra de la mercancía, el costo de adquisición incorporará los conceptos no recuperables que el proveedor vaya a incluir en su factura. Se debe tener en cuenta que muchos proveedores aplican descuentos por volumen, por lo que unas veces el costo de adquisición de un pedido tendrá un componente de costo evitable y otras veces será en su totalidad un costo no evitable.

Los costos no evitables para la determinación del costo de adquisición son más complejos, dependiendo de las prácticas contables de la empresa. En principio debe incorporar los siguientes conceptos:

Costos de Materiales que según la práctica contable de la empresa puede ser valorado de acuerdo a los siguientes criterios. **Marlene M. (2012)** “Gestión de existencias e inventarios”

Tabla N° 24

Métodos de Valoración de Inventarios

NEC	NIC	NIIF/PYMES
FIFO (Primeras en Entrar Primeras en Salir)	FIFO (Primeras en Entrar Primeras en Salir)	FIFO (Primeras en Entrar Primeras en Salir)
LIFO (Últimas en entrar primeras en salir)		
	Promedio Ponderado	Promedio ponderado
	Método de Minorista	Método de Minorista

Fuente: Marlene M. (2012) “Gestión de existencias e inventarios”

Elaborado por: Alba Carrillo

Planificación del Reaprovisionamiento

El reaprovisionamiento es el re abastecimiento o volverse a aprovisionar de los inventarios necesarios para el cumplimiento de los objetivos en una empresa; y de esta manera cubrir con la demanda de un producto establecido.

La planificación de reaprovisionamiento se maneja en un ambiente donde la reposición se realiza de acuerdo a la demanda real del consumidor, esto ayuda a eliminar las ineficiencias que se producen a lo largo de la cadena de suministros. **Marlene, M. (2012) “Gestión de existencias e inventarios”.**

Esto se debe a que las órdenes de reposición del producto son generadas automáticamente en base a los datos obtenidos en la línea de caja o puntos de venta, a través del escaneo de los códigos de barra estándar de cada producto vendido; de esta manera se reducen significativamente los costos asociados a la existencia de inventarios, preparación de pedidos y manipulación de productos. El manejo de la información de los niveles de inventarios y la automatización de las diversas transacciones por medio del Intercambio.

El propósito del reaprovisionamiento es integrar y unificar estos ciclos separados y hacer de ellos uno solo, incorporando al consumidor como el primer eslabón de la cadena, donde la única y verdadera demanda es aquella que el consumidor final requiere a través del escaneo de los productos en el punto de venta. **Marlene, M. (2012) “Gestión de existencias e inventarios”.**

6.7. Modelo Operativo

El modelo Operativo, detalla las fases que serán necesarias para cumplir con el desarrollo de las actividades planteadas, a fin de alcanzar las metas propuestas.

6.7.1. Fases

FASE I	FASE II	FASE III	FASE IV
<p>- Diagnóstico de la empresa.</p> <p>Actividades a desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar la situación actual del manejo y control de las existencias en la empresa. -Graficar a través de la utilización de flujogramas los procesos respecto al manejo y control de inventarios como: abastecimiento, compra de mercaderías, y venta <p>-Metas a alcanzar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Determinar la realidad de la gestión de inventarios en la empresa con miras a la detección de las falencias en las diferentes actividades que interviene el manejo de inventarios. 	<p>- Guía de Gestión de Inventarios enmarcadas a políticas contables y normativa vigente NIC2 Pymes</p> <p>Actividades a desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar flujogramas de procesos. Detallar políticas y controles para la gestión y desarrollo de actividades. <p>Metas a alcanzar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identificar políticas para el control y manejo de inventarios, en base a normativas vigentes con la finalidad de minimizar costos y optimizar procesos y registros de existencias. 	<p>- Evaluación de la gestión de inventarios</p> <p>Actividades a desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar el método de los minoristas Identificar los productos de mayor rotación. 	<p>- Indicadores de rentabilidad</p> <p>Actividades a desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aplicar indicadores de rentabilidad enmarcados a inventarios - Elaborar un cuadro comparativo de resultados. -Informe de deficiencias encontradas -Número de unidades vendidas /número de unidades adquiridas por 100. <p>-Conclusiones y</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recomendaciones

Fuente: Supermercado Apolo.

Elaborado por: Alba Carrillo

Matriz De Análisis Situacional (Mas) – Supermercado Apolo

La aplicación de la Matriz de Análisis Situacional (M.A.S) en el Supermercado Apolo, está enfocada a realizar un diagnóstico situacional interna de la gestión que se está aplicando a los Inventarios, en las compras, almacenamiento, devolución en compra y venta, permite identificar los principales problemas y diseñar un plan de mejoras.

Tabla N°25
M.A.S.

Situación Real Actual	Identificación del Problema	Situación Futura Deseada	Propuesta de Solución
<p>Inexistencia de planificación de compras</p> <p>El Supermercado no selecciona a los proveedores.</p> <p>Las mercaderías en ciertos casos son verificados y en otros no.</p>	<p>Duplicación en la compra de Productos que permanecen en percha.</p> <p>Compra los mismos productos que venden varios proveedores.</p> <p>El transportista puede dejar menos la mercadería</p>	<p>Determinar las cantidades apropiadas de compra de los productos.</p> <p>Seleccionar al proveedor que tenga mejores ofertas, precio y el plazo de pago.</p> <p>El bodeguero se responsabilice y reciba las mercaderías físicas con la factura del proveedor.</p>	<p>Crear una política que facilite determinar la cantidad deseada para los productos perecederos</p>

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

Una vez analizado e identificado las falencias por las cuales el supermercado Apolo no ha podido gestionar adecuadamente sus inventarios, se procede a visualizar a través de flujogramas, en cuanto a los procesos de abastecimiento, compra, devolución en compra y venta, que ayudará a complementar la identificación de las falencias mencionadas en la matriz MAS.

FLUJOGRAMA DE ABASTECIMIENTO – COMPRAS (Actual)

Con éste gráfico demostramos la situación actual del proceso de Abastecimiento – Compras, en el supermercado Apolo.

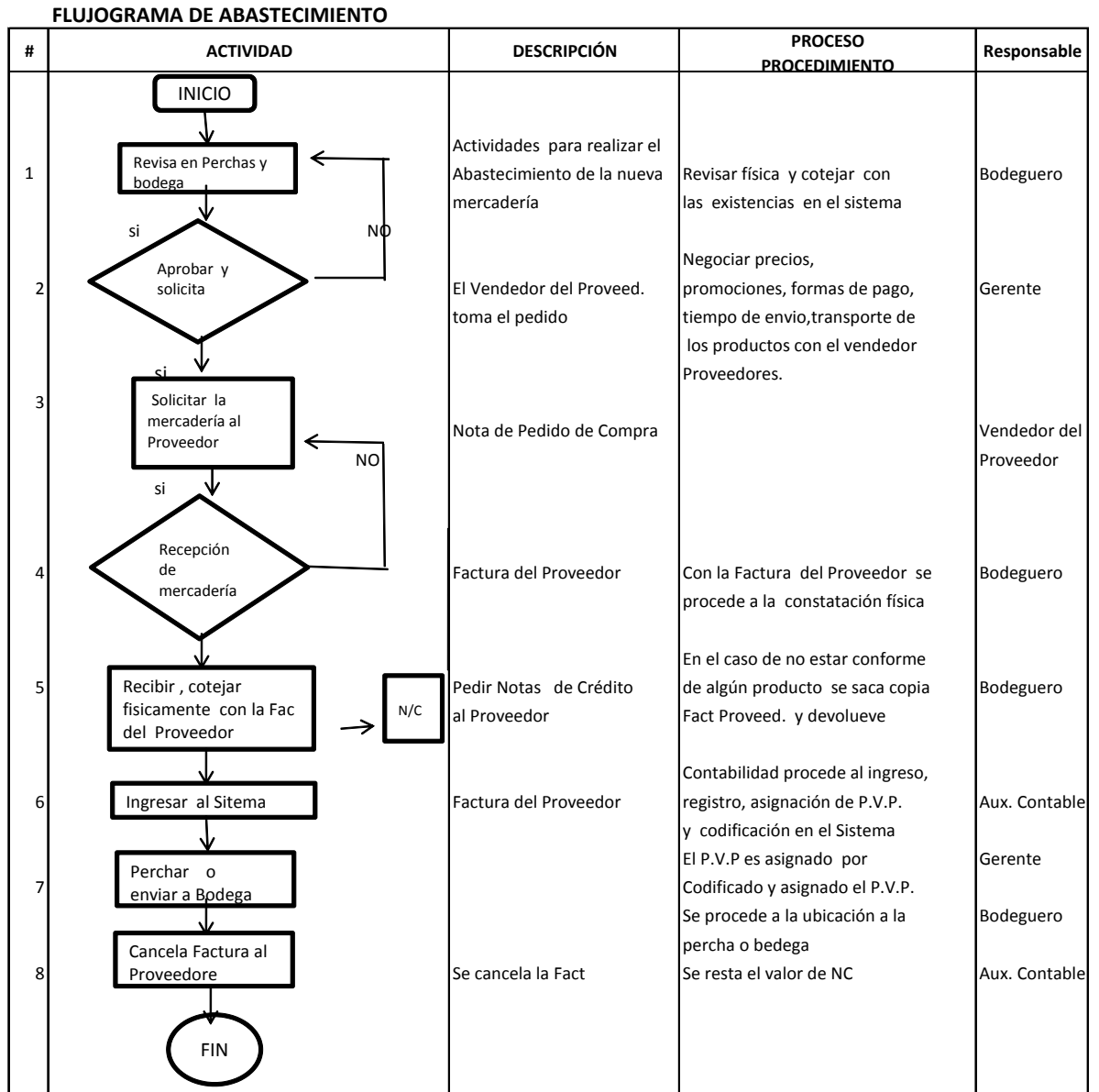


Gráfico N° 23

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

FLUJOGRAMA DE RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO (Actual)

En el Supermercado Apolo, el proceso de Almacenamiento actual se refleja en la siguiente imagen:

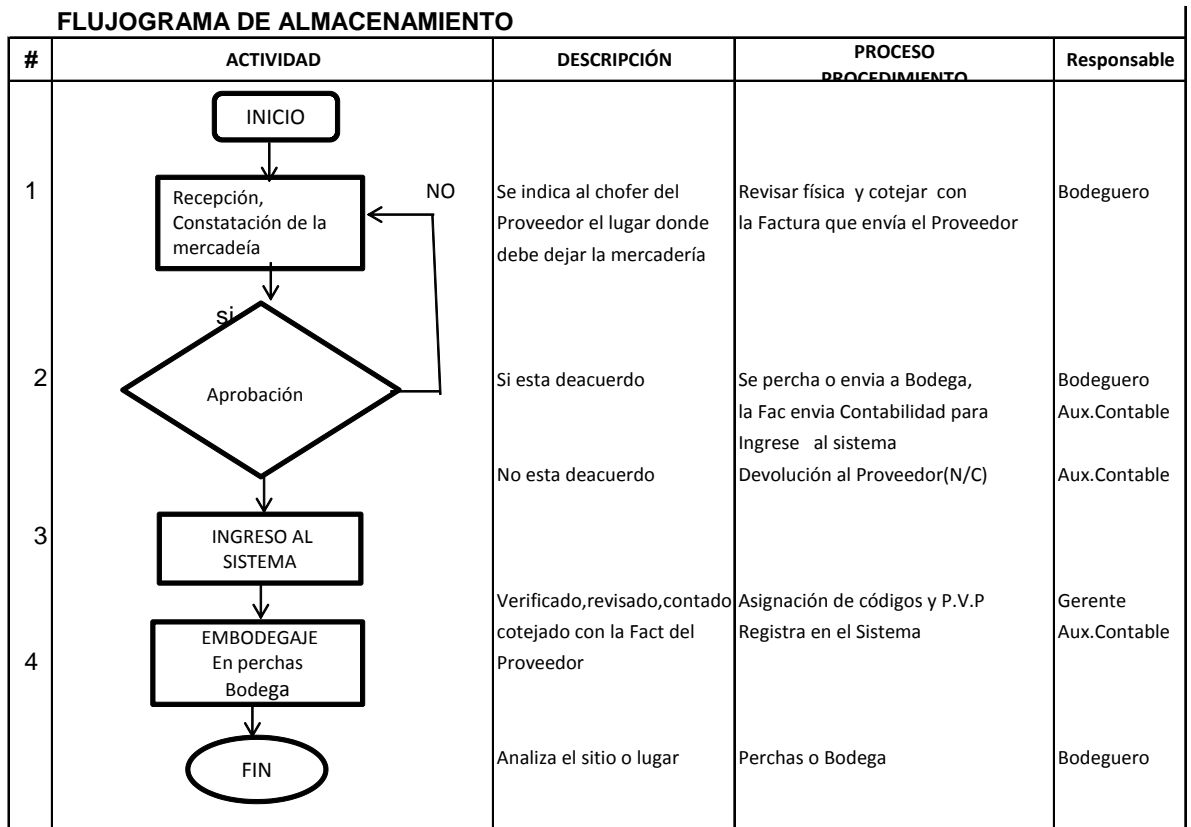


Gráfico N°24

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

FLUJOGRAMA DE VENTA (Actual)

En el proceso de la venta, actualmente actúan directamente el Bodeguero y la Cajera Facturadora, como podemos observar en el siguiente gráfico:

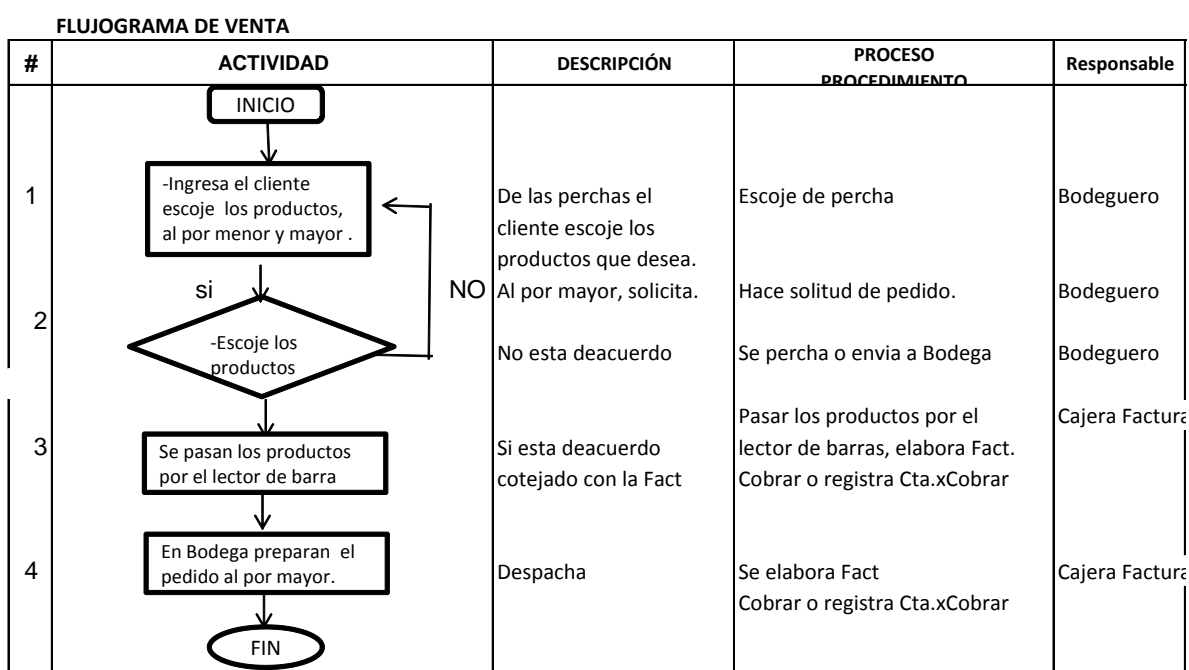


Gráfico N°25

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado: Alba Carrillo

Guía de Gestión de Inventarios

Supermercado Apolo
Quisapincha-Tungurahua



VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE TODO A MENOR PRECIO

Dirección: 10 de Agosto s/n y Bolívar, diagonal al
parque central
Quisapincha - Ecuador Teléfono 03 2 77 21 13

PRODUCTOS DE
CONSUMO MASIVO
SCNAK Y CONFITERÍA

BEBIDAS

PERSONAL Y PARA EL
HOGAR, CALZADO

2014



venus



www.calzadoecuador.com



10 de Agosto s/n y Bolívar, diagonal al parque central
Quisapincha - Ecuador Teléfono 03 2 77 21 13

ÍNDICE DE LA GUÍA DE GESTIÓN DE INVENTARIOS
SUPERMERCADO APOLO– QUISAPINCHA

6.7.1. FASE I

6.7.1.1 La empresa.....	99
6.7.1.2 Reseña Histórica de Supermercado Apolo.....	99
6.7.1.3 Distribución física del Supermercado Apolo.....	100
6.7.1.4. Direccionamiento Estratégico.....	101
6.7.1.4.1 Misión	
6.7.1.4.2 Visión	
6.7.1.5 Principios.....	101
6.7.1.6 Valores Corporativos.....	102

6.7.2. FASE II

6.7.2.1 Políticas y tratamiento contable de los inventarios del Supermercado Apolo.....	103
6.7.2.2 Introducción.....	103
6.7.2.3 Objetivo.....	103
6.7.2.4 Alcance.....	103
6.7.2.5 Valoración de los inventarios.....	104
6.7.2.6 Procedimiento de registro del inventario en el Supermercado Apolo.....	105
6.7.2.7 Cálculo del costo del inventario por medio del método del minorista...	106
6.7.2.8 Determinación del Precio de venta por el Método de los Minoristas.....	107
6.7.2.9 Contabilización.....	109
6.7.2.10 Determinación del Valor final del Inventario por el Método de los Minoristas.....	110

6.7.3. FASE III

6.7.3.1	Guía de gestión de inventarios.....	112
6.7.3.2	Proceso de Abastecimiento – Compra	114
6.7.3.3	Flujograma de Abastecimiento - Compra.....	115
6.7.3.4	Proceso de Recepción de Mercadería.....	116
6.7.3.5	Flujograma de Recepción de Mercadería.....	117
6.7.3.6	Proceso de Almacenamiento de Mercadería.....	118
6.7.3.7	Flujograma de Almacenamiento de Mercadería.....	118
6.7.3.8	Proceso de Devolución en Compra de Mercadería.....	119
6.7.3.9	Flujograma de Devolución en compra de Mercadería.....	120
6.7.3.10	Proceso de Venta de Mercadería.....	121
6.7.3.11	Flujograma de Venta de Mercadería.....	122
6.7.3.12	Gestión de Inventarios por la clasificación abc.....	123
6.7.3.13	Organización y control de productos ofertados.....	125
6.7.3.14	Direccionamientos de existencias en Supermercado Apolo.....	126

6.4. FASE IV

6.7.4.1	Indicadores de gestión de inventarios.....	128
6.7.4.1.1	Indicadores para el Abastecimiento.....	128
6.7.4.1.2	Indicadores para el Transporte.....	131
6.7.4.1.3	Indicadores para los Inventarios.....	132
6.7.4.1.4	Indicadores de Almacenamiento.....	136
6.7.4.1.5	Indicadores Financieros.....	137
6.7.4.1.6	Aplicación de Indicadores de rentabilidad.....	139
6.7.5.1	Conclusiones.....	141
6.7.5.2	Recomendaciones.....	142

6.7.1.1 La empresa

Supermercado Apolo es una empresa familiar, en sus inicios nace como una tienda de abarrotes, ofreciendo productos de primera necesidad, con el pasar del tiempo poco a poco va incrementado sus líneas de productos, con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes, buscando cada día ser competitivo e innovador.

6.7.1.2 Reseña Histórica de Supermercado Apolo

Es una empresa que inició sus actividades económicas el 15 de Agosto del año 2000, es un negocio familiar que inició como una tienda de abarrotes enfocada en la venta de productos de primera necesidad, su crecimiento económico fue paulatino, ya que en el sector no se encontraban negocios de este tipo, por su ubicación geográfica la Parroquia Quisapincha y sus trece comunidades conforman el mercado objetivo del Supermercado Apolo.

En el 2010 el Servicio de Rentas Internas, obliga a la entidad a Llevar Contabilidad, debido al incremento de sus ventas que alcanzaron aproximadamente \$100.0000 USD, por otro lado con la oferta de productos de calidad y a precios económicos ha logrado posicionarse dentro del mercado fidelizando a sus clientes, ha llegado a mostrar competitividad dentro del sector.

En el año 2013 tiene una amplia visión de crecimiento, al incrementar en su inventario la venta de zapatillas y botas de la marca Venus, colas, bebidas alcohólicas, cigarrillos, fundas plásticas, platos desechables y descartables, productos de limpieza para el hogar, notándose en la actualidad el incremento de clientes con los cuales ha logrado una relación muy estrecha con cada uno de ellos, en estos años.

6.7.1.3 Distribución física del supermercado Apolo

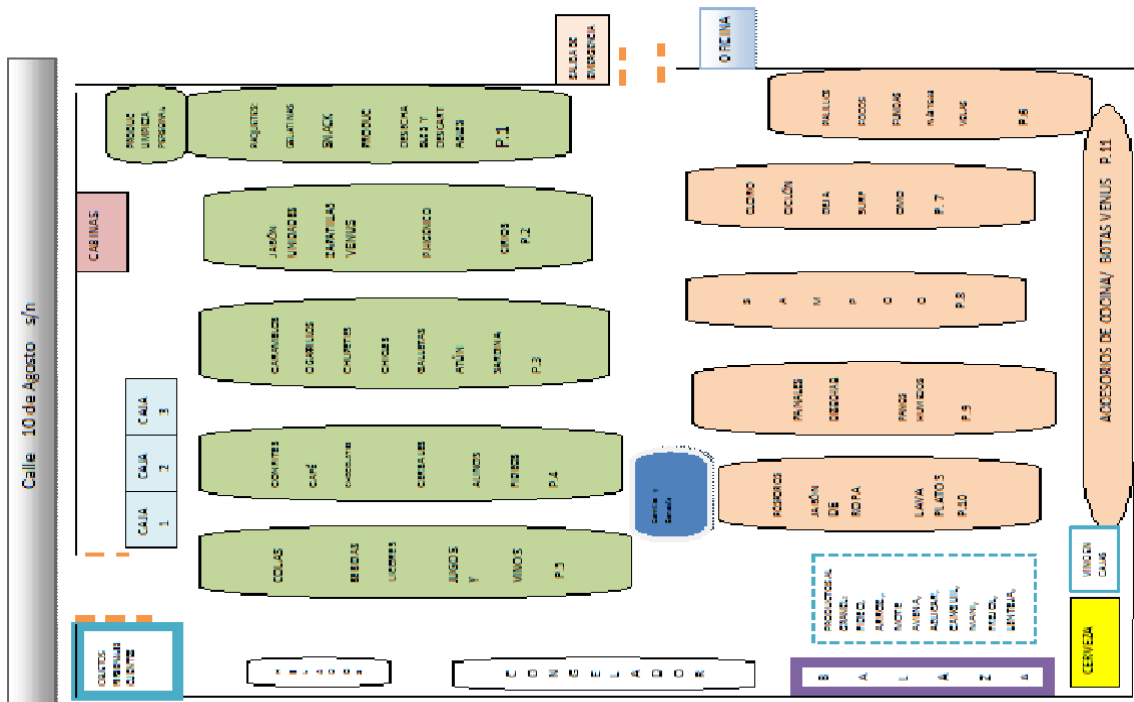


Gráfico N°26

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

El supermercado Apolo, cuenta con tres Cajas, dos funcionan para la atención al cliente ventas de contado y crédito, la tercera es para el control del servicio de Cabinas, de las 11 perchas distribuidas en todo el local, 5 perchas están ubicadas en la parte de adelante con productos de alta y mediana rotación (existen productos que se venden por docenas, paquetes, display, etc) y las 6 restantes están en la parte posterior del local con productos de lenta rotación. Dispone de dos congeladores para helados, colas, aguas, y cerveza, la otra es para quesos, leche, yogurt, embutidos. Cuenta también con el sitio estratégico para la venta de productos al granel; es decir, la venta por:

Libras, media libra, arrobas, medio quintal y quintales.

6.7.1.4 Direccionamiento Estratégico

6.7.1.4.1 MISIÓN

Ofrecer al pueblo y a las comunidades de la Parroquia de Quisapincha, artículos de calidad y de primera necesidad, bebidas, confitería, etc. A precios cómodos, procurando abastecer sus necesidades, con una atención esmerada donde los clientes se sientan a gusto al realizar sus compras.

6.7.1.4.2 VISIÓN

Ser el supermercado comercial más eficiente y rentable de Parroquia de Quisapincha, promoviendo el desarrollo social de la comunidad a los niveles de crecimiento, ofreciendo la mayor gama de productos con una esmerada atención al cliente.

6.7.1.5 Principios

Supermercado Apolo, para brindar un excelente servicio a sus clientes cuenta con los siguientes valores corporativos:

Responsabilidad: Tenemos la actitud responsable en todos los actos, para de esta manera tomar decisiones en beneficio de los objetivos de la empresa.

Compromiso: Con la visión, misión, metas, reglas y éxitos de la empresa, con su equipo actual y futuro, así como con sus clientes en todo momento. Recomendar siempre los productos que oferta la empresa.

Organización: Contribuir a mantener la organización cumpliendo con las reglas de la empresa supermercado Apolo y promoviendo siempre la eficiencia y eficacia en el desempeño de nuestra empresa.

Servicio al cliente: Prestar atención a todos los requerimientos de los clientes, procurando en todo momento rapidez y calidad a sus peticiones para obtener así su recomendación y lealtad para con la empresa supermercado Apolo; todo esto sin infringir las reglas, ni contravenir los intereses de la empresa y su organización.

Calidad: Proporcionar siempre un trato amable y honesto al cliente ofreciéndole nuestros productos frescos, cumpliendo siempre con las expectativas requeridas.

Confianza: Obtener la confianza de nuestros clientes, cumpliendo en tiempo y forma con los compromisos adquiridos; en caso de una contingencia o situación inesperada, mantener comunicación oportuna y amable con el cliente, esforzándose en cubrir al máximo sus expectativas.

Iniciativa: estar siempre presto a llevar a cabo las ideas y/o actividades necesarias con la mayor prontitud y responsabilidad que contribuyan al éxito de la empresa.

6.7.1.6 Valores Corporativos

Mejorar la imagen corporativa del Supermercado Apolo, renovando los servicios de comercialización, con productos de consumo masivo de calidad, presentándolos a medida, peso y precio justos.

- Lograr la fidelidad del cliente.
- Mejorar el ambiente físico.
- Capacitación continua del personal.
- Disponer de un sistema contable confiable para obtener información financiera real.

6.7.2. FASE II

6.7.2.1 Políticas de los Inventarios de Supermercado Apolo

El paso inicial para preparar la guía de políticas contables para inventarios, es determinar lo que se desea lograr. Una razón de la elaboración de la presente guía es para que la empresa Supermercado Apolo, obtenga mejores resultados en el registro de las operaciones contables, para la obtención de información razonable y fiable.

6.7.2.2 Introducción

La empresa supermercado Apolo, debe presentar las características cuantitativas idóneas en la información financiera, el presente manual servirá de medición, registro y presentación de las transacciones, para la correcta elaboración de los estados financieros.

Las políticas contables descritas en la presente guía han sido preparadas por los propietarios de la entidad, asimismo procederá a comunicar al departamento de contabilidad, la existencia y aplicación de dichas políticas.

6.7.2.3 Objetivo

Las políticas contables del Supermercado Apolo, tienen por objetivo prescribir el tratamiento contable para el inventario que forma parte de los estados financieros, con los requerimientos establecidos por la Norma Internacional de Información Financiera para PYMES.

6.7.2.4 Alcance

Para puntualizar el alcance de las políticas contables se las define en la presente guía:

- a) El reconocimiento y medición de las partidas contables.
- b) La preparación y presentación de los estados financieros.
- c) La información a revelar sobre las partidas de importancia relativa.

- d) Las divulgaciones adicionales sobre aspectos cualitativos de la información financiera.

6.7.2.5 Valoración de los Inventarios.

Las existencias se valorizan al valor más bajo entre el valor en libros y el valor neto de realización. Lo constituyen los insumos y suministros que son necesarios para la prestación de servicios o venta de sus productos.

Valorización Inicial

- El costo de adquisición comprenderá el precio de compra y otros impuestos (no recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), transporte, manipulación y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de los productos.
- Cuando el costo de adquisición de los materiales comprenda descuentos, rebajas y otras partidas similares éstas se deducirán para determinar dicho costo de adquisición (NIC 2).

Valorización Posterior

- La empresa SUPERMERCADO APOLO, al final de cada período (anual) sobre el que se informa, determinará si los inventarios están deteriorados, es decir, si el importe en libros no es totalmente recuperable (por ejemplo por daños, obsolescencia o precios de la venta decreciente), el inventario se medirá a su precio de venta menos los costos de venta y se reconocerá una pérdida por deterioro de valor (NIC 2).
- Se entenderá por costo de venta el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

Valoración de Inventarios en obsolescencia y deterioro

Esta Norma no es de aplicación en la medición de los inventarios mantenidos por:

Intermediarios que comercian con materias primas cotizadas, siempre que midan sus inventarios al valor razonable menos costos de venta. En el caso de que esos inventarios se lleven al valor razonable menos costos de venta, los cambios en el importe del valor razonable menos costos de venta se reconocerán en el resultado del periodo en que se produzcan dichos cambios. **(Párrafo 11, a y b)**

Los intermediarios que comercian son aquéllos que compran o venden materias primas cotizadas por cuenta propia, o bien por cuenta de terceros.

Los inventarios a que se ha hecho referencia en el apartado (b) del párrafo 3 se adquieren, principalmente, con el propósito de venderlos en un futuro próximo, y generar ganancias procedentes de las fluctuaciones en el precio, o un margen de comercialización. Cuando esos inventarios se contabilicen por su valor razonable menos los costos de venta, quedarán excluidos únicamente de los requerimientos de medición establecidos en esta Norma. **(Párrafo C pág. 11)**

6.7.2.6. Procedimiento de Registro del Inventario

Sistemas de medición de Costos

En el Supermercado Apolo, se deberá utilizar el método de los Minoristas debido a que este método es utilizado en el sector comercial al por menor, para la medición de inventarios, cuando hay un gran número de artículos que rotan velozmente, que tienen márgenes similares y para los cuales resulta impracticable usar otros métodos de cálculo de costos. Cuando se emplea este método, el costo de los inventarios se determinará deduciendo, del precio de venta del artículo en cuestión, un porcentaje apropiado de margen bruto. El porcentaje aplicado tendrá en

cuenta la parte de los inventarios que se han marcado por debajo de su precio de venta original.

A menudo se utiliza un porcentaje medio para cada sección o departamento comercial.

(Párrafo 23 pág. 17)

Valorización Inicial

- La empresa utiliza el método del minorista para la rotación de los inventarios, debido a que los costos de los inventarios se aproximan al costo de adquisición. **(NIC 2)**

Valorización posterior

- Este método mide el costo reduciendo el precio de venta del inventario por un porcentaje más
- apropiado del margen bruto.
- El precio que obtiene consiste en fijar una proporción de rendimiento deseada y determinar el volumen de ventas esperado, posteriormente, fijar el precio de la venta del producto el cual proporciona la rentabilidad calculada.
- Se incluye los gastos como: precio de venta, recargo comercial mayoristas, descuento comercial minorista, impuestos **(NIC 2)**.

6.7.2.7 Cálculo del costo del inventario por el método del método del minorista.

El inventario se deberá registrar a su costo de adquisición y se utilizará el método de los Minoristas.

La empresa adoptó la política de medir sus inventarios al **valor de mercado**, debido a que para los intermediarios como lo es el

Supermercado Apolo, las otras mediciones no son apropiadas para la medición de inventarios.

El **método del minorista**, puede ser utilizado si el resultado de aplicarlo se aproxima al costo de adquisición, el cual es recomendado para las empresas comerciales, si la rotación del inventario es frecuente, los productos tienen márgenes similares y resulta impracticable el uso de otro. En este método mide el costo deduciendo del precio de venta del inventario por un porcentaje adecuado del margen bruto.

Fórmulas

El beneficio viene dado por la diferencia entre ingresos totales (PQ) y el costo total, es decir (C v*Q).

Donde:

C v* es el costo de la mercadería comprada unitario,

Q es el volumen ventas.

PQ ingresos totales

Por lo tanto:

$$C v^* Q = PQ$$

6.7.2.8 Determinación del precio venta:

Para la determinación se considerará los datos de los productos que mayor rotación han tenido en el mes de diciembre del año 2013 para ejemplificación de la propuesta, los cuales se detallan en el cuadro resumen incluido debajo de las fórmulas aplicadas a continuación:

$$P = C v + m$$

P=Precio, C v =Costo, m =margen

$$P = (\$42.047 \times 0.27) = \$11.352,69$$

$$P = \$11.352,69 / 2213 = 5,13$$

Determinación del beneficio en ventas totales:

$$B = PQ - C v * Q$$

Donde:

B= beneficio, **PQ**=ingresos totales, **Cv**=Costo, **Q**=es el volumen ventas.

$$B = (\$24,13 \times 2.213 \text{ bultos}) - (\$19 \times 2.213 \text{ bultos})$$

$$B = \$53.399,69 - \$42.047$$

$$B = \$11.352,69$$

$$B = \$11.352,69 / 2213 \text{ bultos}$$

$$B = \$5,13$$

Determinación del margen unitario.

Como: $P - C_v$ es el margen de utilidad unitario:

$$\text{Margen Unitario} = P - C_v: \text{Margen Unitario} = \frac{C_v * Q * r}{Q}$$

$$\text{Margen Unitario} = \frac{\$19 * 2.213 \text{ bultos} * 0,27}{2.213 \text{ bultos}}$$

$$\text{Margen Unitario} = \frac{\$42.047 * 0,27}{2.213 \text{ bultos}}$$

$$\text{Margen Unitario} = \frac{\$ 11.352,69}{2.213 \text{ bultos}}$$

$$\text{Margen Unitario} = \$ 5,13$$

Tabla N° 26
COSTO UNITARIO

COSTOS UNITARIOS POR BULTO DE 20 KILOS DE FIDEOS PACA AL GRANEL					
Concepto	Márgenes (r)	(1-r/100)	Costo (Cv)	Precio [Cv+m]	Margen Unitario, Mu= P-CV
Minorista	27%	0,73	\$ 19	19+5,13= \$24,13	24,13-19= \$5,13

Fuente: Supermercado Apolo
Elaborado por: Alba Carrillo

Tabla N° 27
COSTO DEL INVENTARIO

FECHA	Concepto	Unidades	Costo unitario al 31/12/2013	Precio Unitario de compra	COSTO DE INVENTARIO FINAL	Precio Unitario de Venta +27%r	Importe Precio de Venta	Dif.
31-12-2013	Inventario Inicial	2213 (bultos de 20Kc/u)	\$ 19,00		\$42.047,00	\$ 24,13	\$53.399,69	\$ 11.352,69
01-01-2014	Compra de mercadería	7(bultos de 20Kc/u)		\$21,50	\$150,50	\$ 27,31	\$ 191,17	\$ 40,67

Fuente: Supermercado Apolo
Elaborado por: Alba Carrillo

6.7.2.9 Contabilización

Registro saldos iniciales de Fideo Paca al granel.

Tabla N° 28

FECHA	CONCEPTO	PARCIAL	DEBE	HABER
31/12/2013	-----1----- Inventario de mercaderías Capital Social P/R saldos iniciales		\$42.047,00	\$42.047,00
	-----2----- Inventario de mercaderías IVA Pagado A Efectivo y Equivalentes del efectivo (V/r por compra de 7 bultos de fideos Paca al granel * 20 Kilos)		\$47.678,29 \$5.721,40	\$53.399,69

Fuente: Supermercado Apolo
Elaborado por: Alba Carrillo

Registro ventas realizadas por el mes de Diciembre de 2013 bultos.

Tabla N° 29

FECHA	CONCEPTO	PARCIAL	DEBE	HABER
29/12/2013	-----1----- Efectivo y Equivalentes del efectivo Ventas IVA Cobrado (V/r por venta de las 2213 bultos valuadas al precio de minorista en \$24,13 cada Paca de fideos al granel * 20 Kilos)		\$ 53.399,69	\$ 47.678,29 \$ 5.721,40

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

6.7.2.10 Determinación del Valor del Inventario Final por el

Método de los Minoristas

Para determinar el inventario, final utilizando el método del minorista se debe tener:

El inventario inicial, el monto y valor de las compras netas, el valor de las ventas realizadas al precio de venta.

Con estos datos se obtiene el inventario final al precio de venta al cual se le aplica el 100% entre el porcentaje de margen esperado (27%), para así obtener el inventario final a costo de compra.

Para obtener el Margen Comercial se aplica la fórmula:

$$Mc = \frac{(P. Costo\% + Mc\%) * \text{número de unidades}}{\text{número de unidades}}$$

$$Mc = \frac{(100\% + 27\%) * 2213}{2213}$$

$$Mc = 127\%$$

$$Mc = 127\%$$

$$Mc = 127\%$$

Por lo que el porcentaje del costo $100/127 = 0.787401574$

Determinación del inventario fin a la precio de costo = \$191,17 *
 $0.787401574 = \$ 150,53$

Tabla N° 30

DETERMINACIÓN DEL VALOR DEL INVENTARIO FINAL POR EL MÉTODO DE LOS MINORISTAS			
	CUENTAS	IMPORTE Precio de Compra	IMPORTE Precio de Venta
	Inventario Inicial	\$ 42.047,00	\$ 53.399,69
+	Compras	\$ 150,50	\$ 191,17
=	Inventario disponible para la venta	\$ 42.197,50	\$ 53.591,39
-	Ventas Netas	\$ 42.047,00	\$ 53.399,69
=	Inventario Final	\$ 150,50	\$ 191,17

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

El resultado obtenido es un inventario final a precio de venta de \$191,17; que corregido por el factor del costo (78.74%), indica que el valor del inventario final a precio de costo es de \$ 150,53, el costo del inventario final a precio de costo también se puede obtener dividiendo el inventario final a precio de venta entre 1.27 (margen de 27%).

Medición del Costo de ventas por el Mes de Diciembre de 2013 del Producto Fideo Paca al granel:

El costo de venta

Inventario Inicial	\$ 42.047,00
(+) Compras	\$ <u>150,50</u>
(=) Bienes Disponibles para la venta	\$42.197,50
(-) Inventario Final	\$ <u>42.047,00</u>
Costo de venta	\$ 150,50

Quedando valuado el inventario final en \$150,50 que es el costo de compra. Siendo el menor entre el costo y el precio de venta estimado menos los costos de venta. Cumpliendo así con lo establecido por la NIC 2: Inventarios párrafos 13.4 medición de los inventarios y 13.16 técnicas de medición del costo método de los minoristas.

Procedimientos a realizarse en la empresa Supermercado Apolo

- Revisión de actas de la toma física del año 2013-Mes de Diciembre.
- Analizar las ventas por líneas de productos y su margen de ventas.
- Revisión de listados de precio de venta.
- Evaluar el sistema de costeo de inventarios.

6.7.3 FASE III

6.7.3.1 Guía de gestión de Inventarios.

La gestión de los inventarios en Supermercado Apolo se considera fundamental, pues permite determinar los niveles óptimos de inventario, así como el manejo y control de los mismos, para garantizar una adecuada rotación y utilización de los artículos durante el proceso de venta y comercialización de sus productos.

Las instalaciones del supermercado Apolo se encuentran en el mismo lugar que es la vivienda, distribuido en:

La planta baja es ocupada en un 5% para el departamento administrativo y gerencia general, el 90% es para exhibir los productos que comercializa, y el 5% para bodega que está en el tercer piso. La empresa cuenta con aproximadamente 5.285 items en su inventario.

Para su control y registro contable, se encuentran agrupados por perchas, cada uno de los cuales contiene los artículos codificados por marcas y tamaño de acuerdo a la necesidad de los consumidores, de los cuales contienen lo siguiente:

En relación a los pedidos se realizan de acuerdo a las ventas, la que depende de la demanda y de las necesidades. Todos los artículos se despachan al momento de las compras de los consumidores.

Cuando los productos llegan con fallas en ocasiones se devuelve al proveedor, al mismo momento que surge la novedad. En relación a los artículos de lenta rotación como accesorios de cocina, accesorios de limpieza personal y el hogar, se encuentran en exhibición una cantidad limitada, para que el cliente realice sus pedidos, según su necesidad.

Para los productos que se venden al granel (libras, media libra, arrobas, medio quintal), se dispone en la parte posterior de las instalaciones, de un sitio adecuado con su respectiva balanza. Entre los productos que se venden en esta categoría tenemos:

Tabla N°31 PRODUCTOS AL GRANEL

PRODUCTOS AL GRANEL

CODIGO	PRODUCTO	CODIGO	PRODUCTO
'0551	ARROCILLO ARROBA	'316	MACHICA FINA
'055	ARROCILLO LIBRA	'317	MACHICA GRUESA
'012	ARROZ CONEJO ARROBA	'305	FREJOL CANARIO
'011	ARROZ CONEJO LB	'3051	FREJOL CANARIO 1/2 LBR
'051	ARROZ CREMA ARROBA	'306	FREJOL PANAMITO
'052	ARROZ CREMA LIBRA	'3061	FREJOL PANAMITO 1/2 LBR
'318	ARROZ DE CEBADA	'30501	FREJOL ROJO
'043	ARROZ DE SOPA	'305012	FREJOL ROJO 1/2 LBR
'032	ARROZ GALLITO LIBRA	'345	CANGUIL
'031	ARROZ GALLITO ARROBA	'101	FIDEO PACA GRANEL LIBRA
'022	ARROZ REY LEON LIBRA	'103	FIDEO PACA GRANEL REGIN LIBRA
'042	ARROZ VIEJO LIBRA	'1213	TAMARINDO 1/2 LIBRA
'0109	ARVEJA	'1212	TAMARINDO LIBRA
'053	AVENA GRANE LIBRA	'357	PANELA ATADO
'7861025592771	AVENA MOLIDA YA 500g	'3581	PANELA CUADRADA
'35105	AZUCAR MORENA 1kg	'356	PANELA FOCO
'35103	AZUCAR MORENA 2kg	'303	PANELA MOLIDA

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

Flujogramas y Procesos

Con los flujogramas que son representaciones gráficas, que emplean elementos geométricos para representar secuencias de los procesos, ayudan a visualizar de una manera secuencial las etapas de un

procedimiento de forma ordenada y cronológica, identificando la persona responsable de los procesos, para que pueda ejecutar su trabajo.

Tabla N° 32
6.7.3.2 Proceso de Abastecimiento - Compra

RESPONSABLE	N° PASO	DESCRIPCIÓN
Persona responsable para realizar las compras (Jefe compras).	1.1	Revisará cantidades máximas y mínimas de existencias.
Persona responsable para realizar las compras.	1.2	Decidirá si es máxima no realizará la compra ya que se puede generar un exceso de inventario. Si observa que se encuentra en lo mínimo determinará la compra sólo de la mercadería necesaria para cubrir la demanda.
Persona responsable para realizar las compras.	1.3	Analizará las compras según la clasificación.
Persona responsable para realizar las compras.	1.4	Enviaré orden de pedido al proveedor.
Persona responsable de la bodega (Bodeguero).	1.5	Receptará la mercadería en la bodega revisando lo que recibe físicamente con la factura del proveedor, la cual deberá contener los mismos costos que la orden de pedido.
Persona responsable de la bodega.	1.6	Codificar y asignar P.V.P en los productos y ubicará en perchas luego enviará Factura a Contabilidad.
Persona responsable de la bodega, verificación de funcionario del Dep.de Contabilidad.	1.7	Ingresará al sistema, las Facturas de las mercaderías recibidas por el bodeguero con su firma de aceptación de ingreso.
Persona designada del Dep.de Contabilidad-Tesorería	1.8	Procederá con el pago, al Proveedor.

Elaborado por: Alba Carrillo

6.7.3.3 Flujograma del Proceso de Abastecimiento-Compra

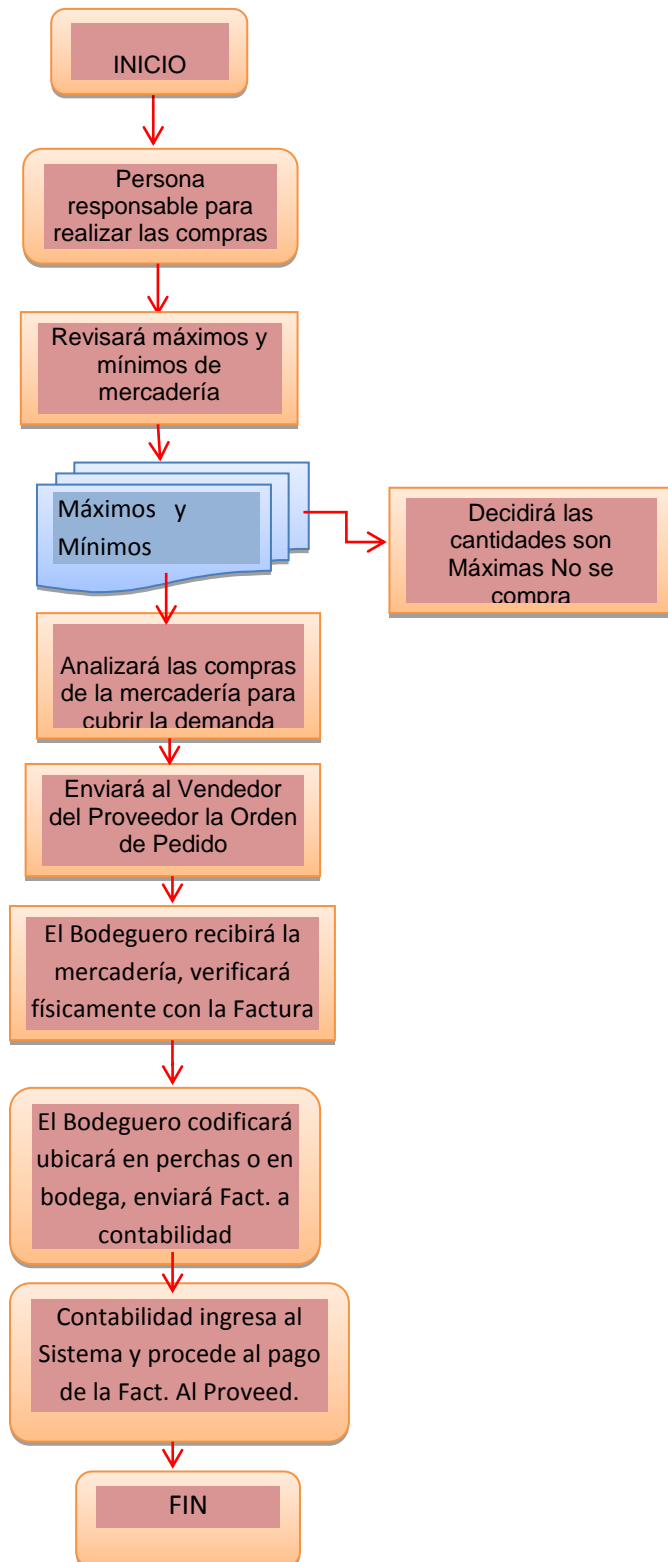


Gráfico N°27

Fuente: Propuesto

Elaborado por: Alba Carrillo

Tabla N° 33

6.7.3.4 Proceso de Recepción de Mercadería

EJECUTOR	N° PASO	DESCRIPCIÓN
Bodeguero	2.1	Recibirá la mercadería según documentos, factura y orden de pedido.
Bodeguero	2.2	Verificará, revisará y clasificará la mercadería.
Asistente de Bodeguero	2.3	Organizará el almacenamiento y la ubicación
Asistente de Bodeguero	2.4	Precautelaré la mercadería para que no se deteriore
Asistente de Bodeguero	2.5	Revisará la caducidad de los productos, notificará al Proveedor para su reposición.
Bodeguero	2.6	Revisará la actualización de los inventarios en el sistema contable.

Elaborado por: Alba Carrillo

Actividades que deberán realizar el Bodeguero, el asistente de bodega, para un buen manejo de las mercaderías y los Inventarios en bodega.

6.7.3.5 Flujograma del Proceso de Recepción de la Mercadería

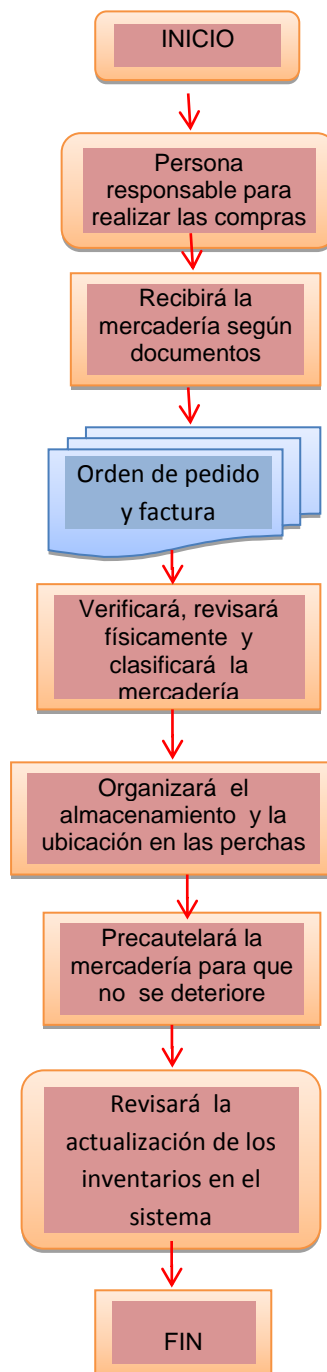


Gráfico N°28

Fuente: Propuesta

Elaborado por: Alba Carrillo

Tabla N° 34

6.7.3.6 Proceso de Almacenamiento de las Mercaderías

Proceso: Almacenamiento de las Mercaderías		
Inicio: Revisar la mercadería Finalización: Distribuir Perchas y Bodega		
EJECUTOR	N° PASO	DESCRIPCIÓN
Asiste de Bodeguero	3.1	Revisará calidad, peso y cantidad de la Mercadería.
Bodeguero	3.2	Decidirá si toda la mercadería ingresa, o existe alguna devolución.
Asistente de Bodeguero	3.3	Ordenará y almacenará según la clasificación ABC y su distribución física en la bodega.

Elaborado por: Alba Carrillo

6.7.3.7 Flujograma Proceso de Almacenamiento de Mercaderías

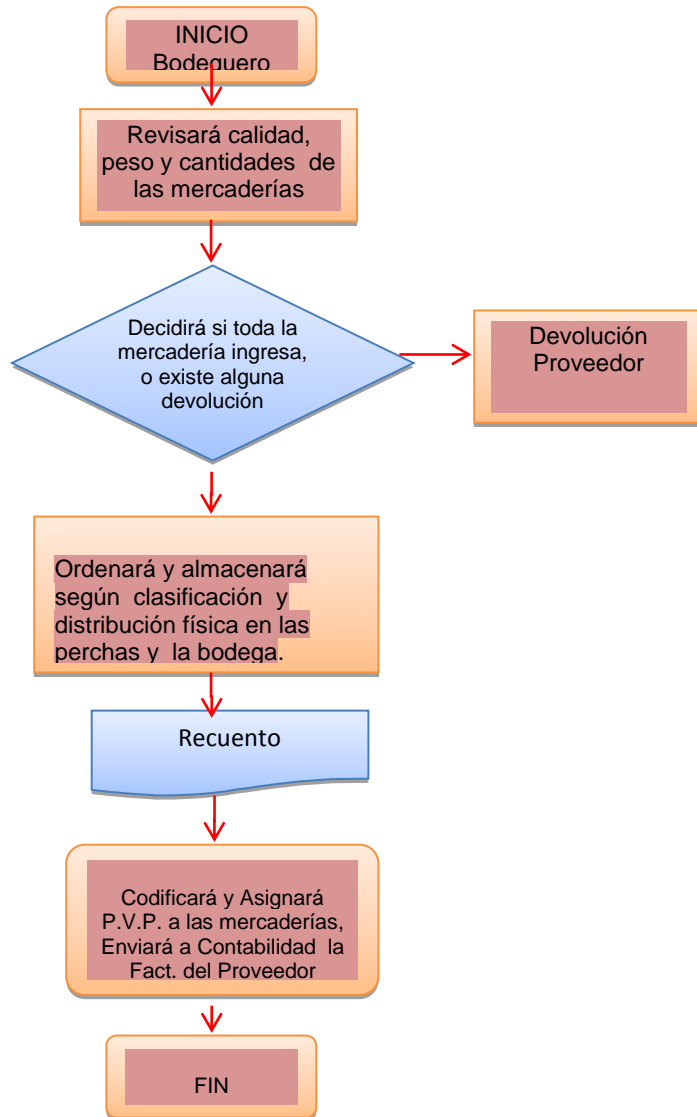


Gráfico N°29

Fuente: Propuesta

Elaborado por: Alba Carrillo

Tabla N° 35
6.7.3.8 Proceso para Devolución en Compra

RESPONSABLE	N° PASO	DESCRIPCIÓN
Bodeguero	4.1	En caso de que la mercadería llegue presentando desperfectos, se llama por teléfono al Proveedor y se le comunica del estado.
Bodeguero	4.2	Se envía con el transportista el producto con una copia de la factura para que se proceda a la respectiva N/C que deberá ser autorizada de acuerdo a la normativa tributaria vigente.
Bodeguero	4.3	Bodeguero entrega una copia de la factura firmada por el transportista a contabilidad para su registro.
Proveedor	4.4	En la fecha indicada, o posterior el Proveedor envía la N/C
Contabilidad	4.5	Se liquida y paga la factura restando la N/C.

Elaborado por: Alba Carrillo

6.7.3.9 Flujograma para Devolución en Compra de Mercadería

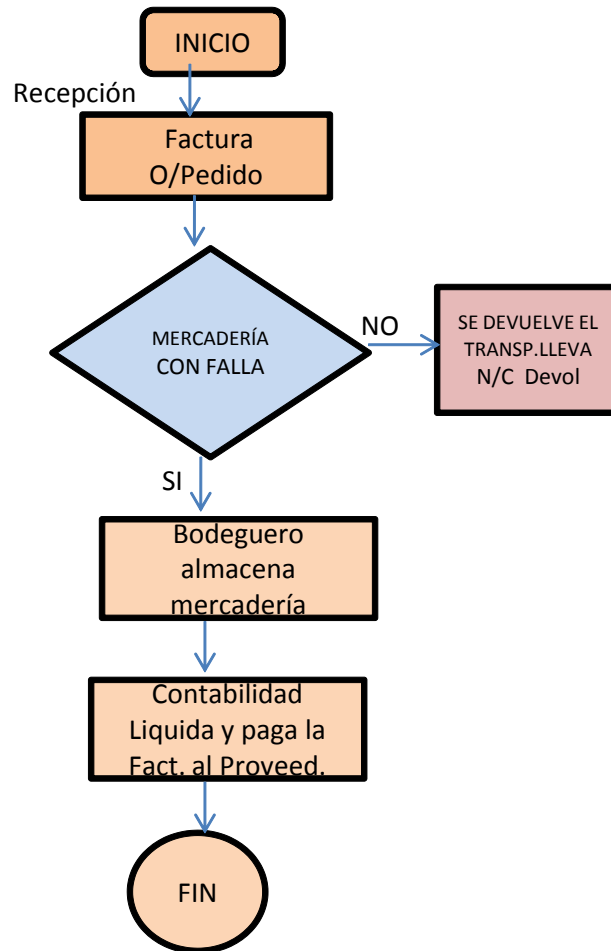


Gráfico N°30

Fuente: Propuesta

Elaborado por: Alba Carrillo

Tabla N° 36

6.7.3.10 Proceso de Venta de las Mercaderías

RESPONSABLE	N° PASO	DESCRIPCIÓN
Cliente	5.1	Solicita la mercadería o se acerca personalmente a las perchas y escoge los productos
Cajera Facturadora	5.2	La Cajera Facturadora, pasa los productos por el lector de barras.
Bodega	5.3	En pedidos al por mayor el bodeguero en base a la orden de pedido prepara.
Cajera Facturadora	5.3	Se realiza la factura (se actualiza automáticamente el estado del Cliente y los Inventarios) en donde se detalla la compra realizada, procede al cobro.
Bodega	5.4	A continuación se procede a dar salida de la mercadería.
Cliente	5.5	Cancela y recibe la mercadería junto con la factura.
Contabilidad	5.6	Emite Estado de Cuenta de las deudas de los Clientes a Crédito. Emite reportes de las Ventas diarias para el cuadro de Caja diarios.
Contabilidad	5.7	Finalmente elaboración de Estados Financieros.

Elaborado por: Alba Carrillo

6.7.3.11 Flujo del Proceso de Venta de las Mercaderías

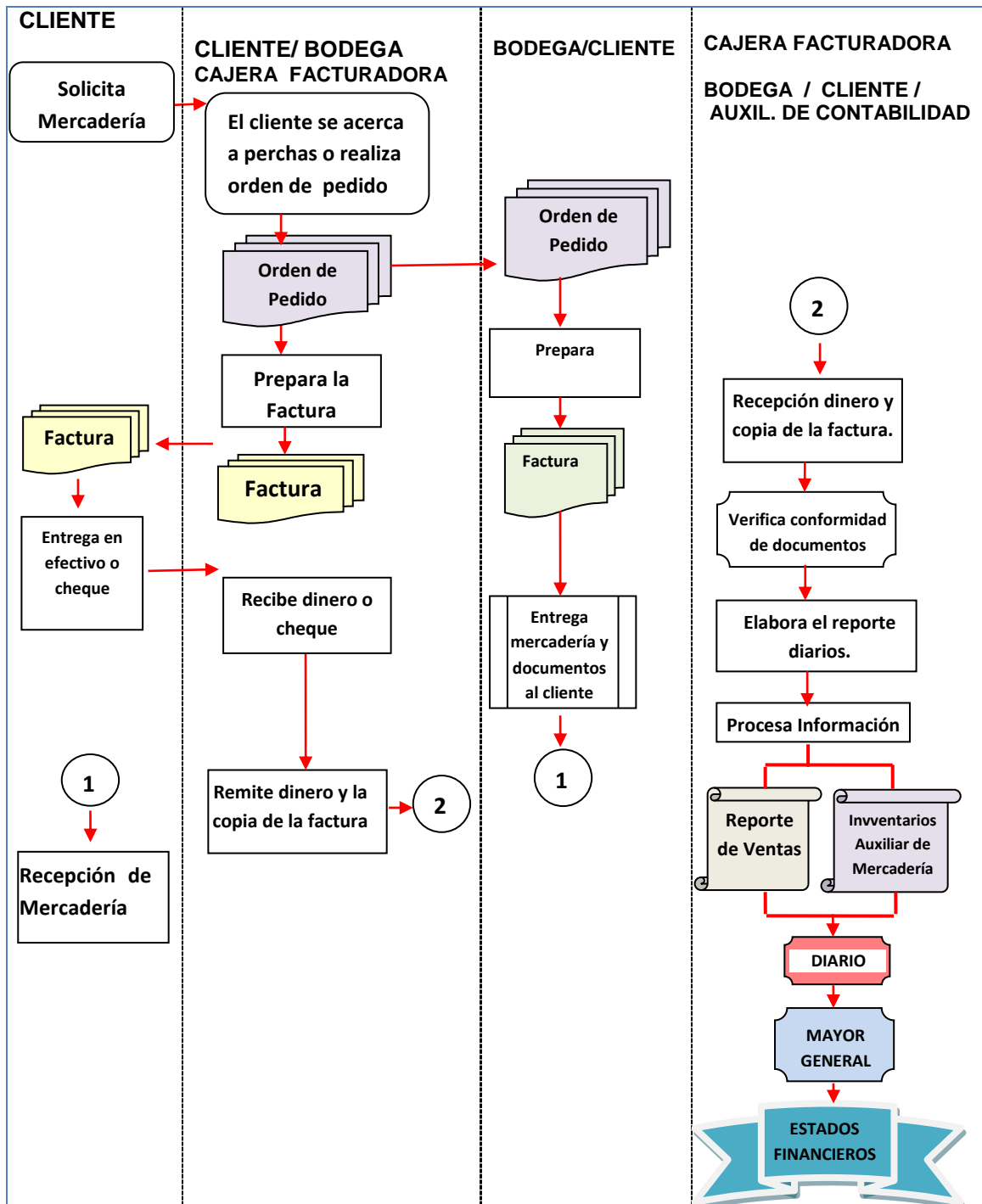


Gráfico N°31

Fuente: Propuesta

Elaborado por: Alba Carrillo

6.7.3.12 Gestión de Inventarios por Clasificación ABC

Con la información de las ventas mensuales del mes de Diciembre del 2013 en el Supermercado Apolo, y mediante la clasificación ABC, hemos realizado la siguiente tabla:

Tabla N° 37

PRODUCTOS DE MAYOR ROTACIÓN		
CODIGO	PRODUCTOS	CANT VENDIDA
'01093	LINAZA EN PEPA 1/2LIBRA	2.186.00
'013	ARROZ CONEJO QUINTAL	116.00
'060	ARROZ REVENTADOR LIBRA	197.20
'090388111115	SARDINA REAL 425g	217.00
'102	FIDEO PACA GRANELx20 KILOS	2.213.00
'30904	AFRECHO CAYAMBE SEMI SEMITA 40kg	109.00
'7509546039152	COLGATE CHICA 22ml	255.00
'7702010344411	COLGATE MENTA 150ml	266.00
'7702010344435	COLGATE MENTA 75ml	422.00
'7861001706239	MANTECA LA REINA TARRINA 500g	216.00
'7861002500096	TOP COMBI LIMON 230g	598.00
'7861004910695	SALTICAS TUBO 75g Galletas de sal	872.00
'7861007905292	FIDEO ORIENTAL PRECOCIDO 400g	501.80
'7861018220216	DURAZNOS LOS ANDES	228.00
'7861023202238	SCOTT PLUS x4 DOBLE HOJA	353.00
'7861023204416	SCOTT EXTRA DOBLE HOJA x 4	411.00
'7861048637077	LAVATODO LIMON 250g	1.156.00
'7861052000430	TAPIOKITA DURAZNO 400gr	192.00
'7861057500010	SAL CRISAL 1kg	517.00
'8001	PIQUICHITOS GRANDE PACA x 30	2.002.00
'8426920635009	SARDINA ISABEL 425g	154.00
'JP001	PILSENER JABAX12	101.50

Explicación:



- Existencias A
- Existencias B
- Existencias C

Otros con movimientos considerados

Fuente: Supermercado Apolo
Elaborado por: Alba Carrillo

El método de clasificación ABC, determina a las existencias como:

Existencia A.- Son los productos más importantes para la gestión de aprovisionamiento de los inventarios que aproximadamente es el 20% son las de mayor consumo, que equivalen al 60 o 80% del total de Inventarios, siendo muy importante que sean controlados y vigilados para que su aprovisionamiento sea inmediato.

Existencia B.- Productos menos relevantes se consideran un 30% de los productos existentes en bodega, económicamente representan entre el 10% al 20% del total del Inventario, los controles son en mejor intensidad.

Existencia C.- Artículos o productos de poca relevancia o bajo consumo para la gestión de aprovisionamiento, equivalen a un 50% del total de los Inventarios, económicamente representan el 5% al 10% del total de las mercaderías, para estos productos cualquier control es suficiente.

Una vez clasificados se seleccionó la muestra para la ejemplificación práctica del modelo como se muestra a continuación:

Tabla N° 38

RESUMEN DE EXISTENCIAS DE MAYOR ROTACIÓN

Desde: 01/12/2013

Desde: 31/12/2013

Código	Descripción	Movimiento	Saldo
060	ARROZ REVENTADOR LIBRA	197,20	493,00
7509546039152	COLGATE CHICA 22ml	255,00	511,00
7861007905292	FIDEO ORIENTAL PRECOCIDO 400g	501,80	386,00
102	FIDEO PACA GRANELx20 KILOS	2.213,00	116,50
01093	LINAZA EN PEPA 1/2LIBRA	2.186,00	765,1
JP001	PILSENER JABAX12	101,50	101,50
8001	PIQUICHITOS GRANDE PACA x 30	2.002,00	385,00
TOTAL			2.758,10

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

Tabla N° 39

Porcentaje Mensual de Ventas

Clasificación	Descripción	Cantidad en Unidades Vendidas	Total en Ventas	% de participación	Total Unidades del Inventario 100%
A	FIDEO PACA GRANELx20 KILOS	2.213,00	42.047,00	8,22%	75.179,78
B	LINAZA EN PEPA 1/2LIBRA	2.186,00	765,10	8,11%	
C	PIQUICHITOS GRANDE PACA x 30	2.002,00	10.410,40	7,43%	

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

6.7.3.13 Organización y Control productos ofertados

Para el control de los productos ofertados en la entidad y asignación óptima en bodega se procedio a :

- a) Asignar el espacio físico para los productos del Grupo A, conformado por los de mayor rotación y ventas, que suelen existir en grandes cantidades en el almacén o bodegas de Supermercado Apolo., requieren registros detallados, los pedidos de los usuarios son frecuentes y en cantidades pequeñas, medianas y grandes, y su reposición obedece a decisiones prácticas, se los colocó al final de la bodega donde el ingreso es un poco más dificultoso y ayuda un mejor control ya que son productos de consumo masivo se los despacha por libras o quintales; **la asignación para este grupo es el espacio entre la cerveza y la percha del jabón en la parte posterior a las instalaciones.**

- b) Asignar el espacio físico para los productos del Grupo B, conformado por la especería y específicamente de la linaza, la cual reúne características intermedias entre los anteriores. Esta clasificación permite identificar los artículos en los cuales la dirección de logística debe poner más empeño para optimizar su

gestión, se asigna perchas donde su manipulación sea factible; **la asignación para este grupo es la percha # 4.**

- c) Asignar el espacio físico para los productos del Grupo C, conformado por los menos valiosos, suelen existir en grandes cantidades en el almacén, se reponen cíclicamente, los pedidos son voluminosos, se atienden y se registran de la misma manera, pero tienen un mayor grado de rotación se los coloco en perchas ubicadas a la entrada de la bodega para que su desplazamiento no sea muy complicado; **La asignación para este grupo están entre las perchas # 1a5 ubicados en la entra al Supermercado Apolo.**

6.7.3.14 Direccionamiento de existencias

En el control y la aplicación de la cantidad pedida, con la gestión de inventarios, se observa la rotación de los productos ABC en el año 2013 fue:

Tabla N° 40
Rotación de Pedidos Anuales

SUPERMERCADO APOLO				PROPUESTA		
CLASIFICACIÓN	ROTACIÓN	N° de pedidos anuales		Periodicidad Anual	Promedio	Control y requerimiento de pedidos a los proveedores
		Enero-Junio	Jul-Diciembre			
A Fideos paca al Granel*20 kilos	Mayor	12	15	2013	20	Cada 18 días
B Linaza en pepa 1/2 libra	Mediana	12	14	2013	19	Cada 19 días
C Piquichitos Grandes Paca *30	Baja	24	32	2013	40	Cada 9 días

Fuente: Supermercado Apolo
Elaborado por: Alba Carrillo

Cálculo de los días de aprovisionarse de mercadería por la Clasificación producto ABC

- Para los productos del grupo A se deberá aplicar el pedido en un rango de 12 a 15 pedidos al año, lo cual significa que se deberá realizar el pedido cada 18 días.
- Para los productos del grupo B se deberá aplicar el pedido en un rango de 12 a 14 pedidos al año, lo cual significa que se lo deberá realizar el pedido cada 19 días.
- Para los productos del grupo C se deberá aplicar el pedido en un rango de 24 a 32 pedidos al año, lo cual significa que se lo deberá realizar el pedido cada 9 días.

Para establecer los números de pedidos y cantidades se estableció del promedio de los tres ítems de cada artículo que fueron calculados por la investigadora.

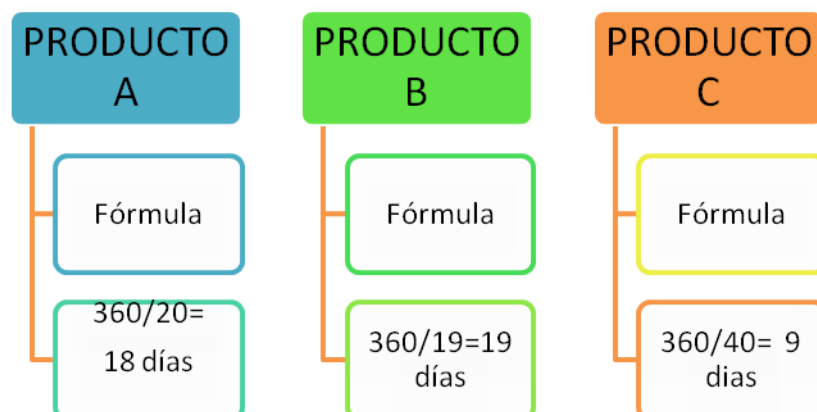


Gráfico N° 32

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

Como se puede observar el control por medio de esta aplicación es muy sencillo, facilitando el trabajo y optimizando los recursos de la empresa de tal manera que las bodegas no estén sub almacenadas o sobre almacenadas para poder obtener resultados favorables en la gestión de Inventarios.

6.7.4 FASE IV

6.7.4.1. INDICADORES DE GESTION DE INVENTARIOS

6.7.4.1.1 Indicadores para el Abastecimiento

Las decisiones tomadas encunto al manejo de la gestión de los inventarios se deberian ser manejadas con criterio, ya que los inventarios constituyen un gran capital e inversión para las empresas. Los indicadores son utilizados para medir y determinar en cierto período las mejoras o pérdidas que se hayan producido por la rotación de los productos o las mercaderías de mayor o menor rotación

Cadena de suministros en abastecimiento

1. Calidad de pedidos generados

$$= \frac{\text{Productos solicitados sin problemas para la venta}}{\text{Total de productos reales pedidos}}$$

Tabla N°41

PRODUCTOS ABC

FÓRMULA	A Fideos paca al Granel*20 kilos	%	B Linaza en pepa 1/2 libra	%	C Piquichitos Grandes Paca *30	%
Productos solicitados para la venta sin problemas	2213	96,22	2186	97,16	2002	93,12
Total de productos pedidos	2300		2250		2150	

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

Los productos A, B, y C que realiza la empresa son: Fideos Paca al granel*20 kilos, Linaza en pepa ½ libra y Piquichitos grandes de Paca*30; de los cuales exponemos en número de pedidos generados por el mes de Diciembre.

Tabla N° 42

Tabla de datos productos ABC

Mes	Pedidos de productos	Productos sin problemas	Productos expirados	%
A Fideos paca al Granel*20 kilos	2300	2213	87	3,78
B Linaza en pepa 1/2 libra	2250	2186	64	2,84
C Piquichitos Grandes Paca *30	2150	2002	148	6,88

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

Productos ABC

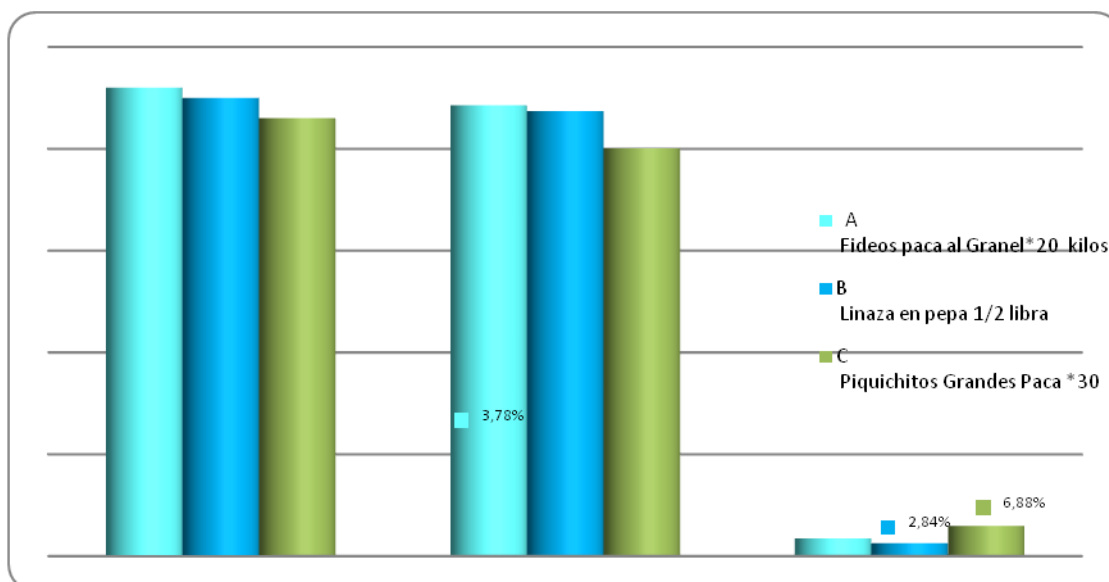


Gráfico N°33

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

Alcance del Indicador Calidad de pedidos generados

Permite controlar los problemas erróneos generados en pedidos como: costo del lanzamiento de pedidos, esfuerzo del personal de compras para identificar y resolver problemas, incremento del costo de mantenimiento de inventarios y pérdida de ventas.

Explicación.

Su análisis nos permite establecer los productos que se han recibido sin problema durante estos meses. Siendo en un 96% satisfactoria la recepción de pedidos, lo que muestra a su vez la eficacia de los proveedores.

2. Nivel de Cumplimiento de proveedores

$$= \frac{\text{Pedidos recibidos fuera de tiempo}}{\text{Total de pedidos recibidos}}$$

$$\text{Nivel de Cumplimiento de proveedores} = \frac{9}{109}$$

$$\text{Nivel de Cumplimiento de proveedores} = 8,26\%$$

Tabla N° 43

Pedidos

Producto	Pedidos de productos	Pedidos recibidos fuera de tiempo
A Fideos paca al Granel*20 kilos	2213	2
B Linaza en pepa 1/2 libra	2186	3
C Piquichitos Grandes Paca *30	2002	4
Total pedidos recibidos fuera de tiempo		9

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

Alcance del Indicador del Nivel de Cumplimiento de Proveedores.

Permite identificar el nivel de efectividad de los proveedores de Supermercado Apolo, y que están afectando el nivel de recepción oportuna de mercadería en la bodega de almacenamiento, así como su disponibilidad para despachar a los clientes.

Explicación.

Muestra el nivel del cumplimiento en tiempo por parte de los proveedores contra aquellos que no se los recibió, indicándonos que solo un 8.26% ha llegado fuera de tiempo, lo que nos permite contar con mercadería ligeramente rápida para satisfacer la demanda de los consumidores

6.7.4.1.2 Indicador para el Transporte

Mediante este indicador se podrá determinar cuánto se está gastando por concepto de transporte, lo que permitirá a los propietarios de Supermercado Apolo, conocer cuánto les cuesta el mantenimiento del vehículo que utiliza para realizar las compras y tomar la mejor decisión y les conviene solicitar al proveedor que les visite y les deje en el local la mercadería.

$$1. \textit{Comparativo del transporte} = \frac{\textit{Costo total transporte propio}}{\textit{Costo total contratar transporte}}$$

Para el cálculo del numerador del indicador, la información se ha obtenido del desglose de lo siguiente en un mes:

Depreciación	\$326,67
Mantenimiento Vehículo	\$200,00
TOTAL COSTO TRANSPORTE PROPIO	\$526,67

Costo de transporte contratado es de 15 dólares, valor que cuesta el viaje en una cooperativa de la ciudad, en la empresa se realiza un promedio de 2 viajes al día de Lunes y Jueves (*4 semanas) dándonos un total al mes de 120 dólares.

$$\text{Comparativo del Transporte} = \frac{\text{Costo total transporte propio}}{\text{Costo total transporte contratado}}$$

$$\text{Comparativo del Transporte} = \frac{526,67}{120} = 4,39 \text{ ctvos}$$

Alcance del Indicador Comparativo del Transporte .

Sirve para tomar la decisión acerca de contratar el transporte de mercaderías o asumir la distribución directa del mismo.

Explicación.

El resultado obtenido nos demuestra que para la empresa es conveniente contratar debido a que se ahorraría 4.39 ctvos por cada viaje.

6.7.4.1.3 Indicadores para los Inventarios

$$1. \text{Índice de rotación de mercadería} = \frac{\text{Ventas acumuladas}}{\text{Ventas Promedio}}$$

$$1. \text{Índice de rotación de mercadería} = \frac{326.695,79}{42.047,00}$$

$$1. \text{Índice de rotación de mercadería} = 7,77\%$$

Los datos recopilados para el cálculo de este indicador fueron obtenidos de la suma de las ventas mensuales de Diciembre del 2013 de la empresa y del total de inventarios al 31 del mes de Diciembre.

Alcance del Indicador de Rotación de Mercaderías

Las políticas de inventario, en general, deben mantener un elevado índice de rotación, por eso, se requiere diseñar políticas de entregas muy frecuentes, con tamaños muy pequeños. Para poder trabajar con este principio es fundamental mantener una excelente comunicación entre cliente y proveedor.

Explicación.

Muestra que durante el semestre los productos han rotado 1,34 veces en el Supermercado Apolo, es decir que se adquirido y vendido en un promedio de 1,34 veces el producto.

Tabla N ° 44

Resumen de Existencias que han registrado movimientos

Desde el 01 al 31 de Diciembre del 2013

Código	Descripción	Costo Actual	Existencia	TOTAL
´7702031132844	ACEITE JOHNSONS 50ml	0,73	228,00	166,44
´7861048680127	ACEITE LA FAVORITA 740cm	1,43	110,00	157,30
´070330703629	AFEITADORA BIC AMARILLA	0,23	172,00	39,56
´30904	AFRECHO CAYAMBE SEMI SEMITA 40kg	13,50	109,00	1.471,50
´M27	ALKASELTZER	0,20	293,00	58,60
´7861001218374	AMORZOTE CHOCOLATE 30g	0,22	143,00	31,46
´7861001218367	AMORZOTE VAINILLA 30g	0,22	108,00	23,76
´013	ARROZ CONEJO QUINTAL	42,00	113,00	4.746,00
´043	ARROZ DE SOPA	0,39	399,00	155,61
´032	ARROZ GALLITO LIBRA	0,46	490,50	225,63
´060	ARROZ REVENTADOR LIBRA	0,40	493,00	197,20
´053	AVENA GRANE LIBRA	0,49	350,50	171,75
´7861049300024	AZUCAR VALDEZ 2kg	1,70	278,00	472,60
´322	BALANCEADO DE CRECIMIENTO DE CHANCHO AVIMENTOS	0,31	104,00	32,24
´325	BALANCEADO DE CRECIMIENTO DE CUYES AVIMENTOS	0,31	109,50	33,95

'324	BALANCEADO DE ENGORDE DE CUYES AVIMENTOS	0,31	229,00	70,99
'320	BALANCEADO DE ENGORDE DE POLLOS AVIMENTOS	0,31	132,00	40,92
'7861000234207	BOLICHITOS 50g	0,16	255,00	40,80
'345	CANGUIL	0,60	101,50	60,90
'7861008505019	CARAMELO ZOOM STDO x275g	1,07	201,00	215,07
'076	CHOCOLATE TABLETA 1/2 LBR	1,13	109,00	123,17
'7861048639729	CICLON DT ULTRA FRUTAL 200g	0,39	183,00	71,37
'7862112290013	CLOROX ORIGINAL 150cm	0,10	243,00	24,30
'009497001057	CLUB PREMIUM 330cm	0,61	142,00	86,62
'7862106451499	COCOA 1/2 LB	0,57	158,00	93,22
'7509546039152	COLGATE CHICA 22ml	0,50	511,00	255,50
'7702010344411	COLGATE MENTA 150ml	2,03	262,00	529,24
'7702010344435	COLGATE MENTA 75ml	1,04	407,00	415,14
'7509546003108	COLGATE TRIPLE ACCION 50ml	0,57	265,00	151,05
'7861173000036	CUAD. 20h 2LINEAS MIS APUNTES	0,12	187,00	22,44
'7861084211248	CUAD. 20h 4LINEAS	0,13	119,00	15,47
'7861001344141	DEJA MULTI FLORAL 100gr	0,26	303,00	78,78
'7861001341805	DEJA SUAVISANTE ALOE 100g	0,29	317,00	88,76
'7861001343472	DEJA SUAVISANTE ALOE LILA100g	0,29	131,00	37,99
'7861018220216	DURAZNOS LOS ANDES	1,48	228,00	339,72
'0905	ESTROPAJO DE ALAMBRE x1	0,07	118,00	8,26
'7501065920034	FAB ACTIBLU LIMON 100gr	0,24	141,00	33,84
'7861003100707	FAMILIA ROLLO GRANDE	0,32	275,00	88,00
'7861007906589	FIDEO ORIENTAL PRECOCIDO 200g	0,70	246,00	172,20
'7861007905292	FIDEO ORIENTAL PRECOCIDO 400g	1,30	386,00	501,80
'7861007908316	FIDEO ORIENTAL TALLARIN 400g	1,15	122,00	141,52
'101	FIDEO PACA GRANEL LIBRA	0,45	445,00	200,25
'102	FIDEO PACA GRANELx20 KILOS	19,00	2213,00	42.047,00
'7862103122552	FIDEO PACA LAZO ILUSION 400g	0,63	150,00	94,50
'7861167908546	FOCO 100W LAMPTAN	0,58	135,00	78,30
'7861137900433	FULL CLORO 150cc	0,07	389,00	27,23
'0921	FUNDA LA FUTBOLERA x10	0,24	183,00	43,92
'09003	FUNDA PLASTICA 8x12 (4L)x100	0,28	395,00	110,60
'09004	FUNDA PLASTICA 9x14 (5L)x100	0,37	390,50	144,49
'09011	FUNDA PLASTICA JUMBO x100	1,88	74,00	139,12
'09009	FUNDA PLASTICA P2 x100	0,45	223,50	100,58
'09010	FUNDA PLASTICA P5 x100	0,86	181,00	155,66
'09002	FUNDA PLASTICA P7 x100	1,14	206,00	234,84
'090101	FUNDAS PARA PAPA 5x3.5	0,21	139,00	29,19

'090102	FUNDAS PARA PAPA 5x5	0,28	190,00	53,20
'0901	FUNDAS PARA PAPA 6x5	0,35	217,00	75,95
'7861004910404	GALLETAS ANIVENTURAS 400g	1,06	273,00	289,38
'7861004910923	GALLETAS APETITAS SAL 135gr	0,29	110,00	31,90
'7861076207020	GEL FOR MEN PRO VITAMINA 15ml	0,11	114,00	11,40
'7861076207037	GEL SILICONADO HUMEDO 15g	0,11	202,00	20,20
'GC01	GRAN CACIQUE 750 cm	1,70	163,00	277,10
'0305	GUANTE PLATSTITEX TODO NUMERO	0,72	107,00	77,04
'7861062100434	HARINA CAUCA 300g	0,39	135,00	52,65
'312	HARINA DE HABA	0,40	117,00	46,80
'2019	HUEVOS INICIALx30	2,10	100,00	210,00
'H	HUEVOS x1	0,09	3.205,00	288,45
'JA	JABON ALES AZUL *1	0,31	459,00	142,29
'JAV	JABON ALES VERDE *1	0,31	278,00	86,18
'7702010380181	JABON AXION BARRA LIMON 350g	0,53	139,00	75,06
'7861103520269	JUEGO GEOM. APOLO #3	0,98	105,00	102,90
'7702010272240	KLIN SACHET LAVANDA 100cm	0,24	350,00	94,50
'7702045493276	KONZIL RINSE T/T CABELLO 10ml	0,11	126,00	13,86
'7861048637060	LAVA TODO FLORAL 250g	0,46	171,00	78,66
'7861048637251	LAVA TODO JAB NEON 250g	0,46	593,00	272,78
'7861048637411	LAVA TODO Jr NARAN-MANDA 180g	0,21	107,00	22,47
'7861048637244	LAVA TODO NEON 250g	0,46	692,00	318,32
'7861048637077	LAVATODO LIMON 250g	0,46	1.087,00	500,02
'7861048637176	LAVATODO NARANJA MANDAR 250g	0,46	191,00	87,86
'7861117200225	LECHE EL RANCHITO FUNDA LITRO	0,54	155,00	83,70
'7861015803320	LECHE PURA CREMA 940ml	0,70	107,00	74,90
'054	LENTEJA GRANEL LIBRA	0,58	153,00	88,74
'01093	LINAZA EN PEPA 1/2LIBRA	0,35	2186,00	765,10
'7862114150278	MAIZALES HARINA DE MAIZ 100g	0,18	147,00	26,46
'7861001706369	MANTECA LA REINA FUNDA 500g	0,92	167,00	153,64
'7861001706239	MANTECA LA REINA TARRINA 500g	1,00	209,00	209,00
'340	MOROCHO AMARILLO ENTERO LIBRA	0,20	465,00	93,00
'308	MOROCHO GRUESO BLANCO 1/2 LBR	0,25	239,00	59,75
'7861023205536	P.H.SCOTT UNIDAD ENVOLT	0,22	458,00	100,76
'001	PAN UNIDADES	0,07	322,00	22,54
'356	PANELA FOCO	1,04	108,00	112,32

´7861023204348	PAPEL HIG. SCOTT EXTRA DOBLE UNIDAD	0,20	434,00	78,12
´7861003120415	PAPEL HIG.FAMILIA ROLLO	0,22	115,00	25,30
´7861063300260	PICA PAPA x250u	0,58	105,00	60,90
´JP001	PILSENER JABAX12	7,99	101,50	810,99
´7861137300066	PIQUI CHITOS NATURAL	0,06	341,00	20,46
´8001	PIQUICHITOS GRANDE PACA x 30	5,20	2002,00	10.410,40
´P1	POLLO 1	7,00	104,50	679,25
´009497001286	PONY MALTA 330cm	0,38	114,00	43,32
´7861001241662	RICACAO 3D 170g	0,55	196,00	107,80
´7861126800133	RON TROVADOR SPECIAL RUM 750cc	2,23	86,00	191,78
´489	SACAPUNTAS ALUMINIO ALEX	0,08	190,00	15,20
´7861057500010	SAL CRISAL 1kg	0,35	471,00	164,85
´7861057500027	SAL CRISAL 2kg	0,58	248,00	143,84
´7861004910695	SALTICAS TUBO 75g	0,18	872,00	156,96
´8426920635009	SARDINA ISABEL 425g	1,04	142,00	147,68
´090388111115	SARDINA REAL 425g	1,10	179,00	196,90
´7591066701015	SCHICK XTREME 3 HOJAS	0,74	162,00	119,88
´7861023204416	SCOTT EXTRA DOBLE HOJA x 4	0,81	411,00	320,58
´7861023202238	SCOTT PLUS x4 DOBLE HOJA	1,10	353,00	388,30
´7861007908309	SPAGHETTI ORIENTAL 200g	0,67	156,00	104,52
´7702031787570	STAYFREE NORMAL ALAS x10	0,89	100,00	89,00
´7861052000430	TAPIOKITA DURAZNO 400gr	1,26	192,00	241,92
´7861052000058	TAPIOKITA CEREZA 200g	0,66	186,00	122,76
´090388003519	TINAPA REAL AF 156g	0,64	176,00	112,64
´7861002500065	TOP COMBI FLORAL 230g	0,38	243,00	92,34
´7861002500096	TOP COMBI LIMON 230g	0,38	576,00	218,88

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo

6.7.4.1.4 Indicadores de Almacenamiento

Este indicador determinará que tan eficiente y eficaz es el Supermercado Apolo en la gestión del Inventario, en incurrir gastos para un buen manejo y almacenamiento de los Inventarios.

1. Costo de Almacenamiento por Unidad

$$= \frac{\text{Costo de almacenamiento}}{\text{Valor en unidades almacenadas}}$$

Los datos para el cálculo se obtienen del siguiente desglose:

• Sueldos del personal y seguro	\$3.040
• Depreciación computadora	\$ 94
• Gasto de servicios básicos	\$ 372
TOTAL COSTO ALMACENAMIENTO	\$ 3.506

$$\text{Costo de Almacenamiento por unidad} = \frac{3.506}{26.937,88} = 0,02 \text{ ctvos}$$

$$\text{Costo de Almacenamiento por unidad} = 0,13 \text{ ctvos}$$

Alcance del Indicador de Almacenamiento:

Sirve para comparar el costo por unidad almacenada y así decidir si es más rentable subcontratar el servicio de almacenamiento o tenerlo propiamente.

Explicación.

El resultado establece que el costo de mantener almacenado una unidad en la empresa es de 0,13 ctvos. Por cada producto, por lo que es mejor para Supermercado Apolo, tenerlo propiamente.

6.7.4.1.5 Indicadores Financieros aplicados al producto:

El costo real del producto representa el valor de la mercadería que adquirió la empresa por el mes de Diciembre 2013

Fideo Paca al granel *20 kilos

$$1. \text{ Margenes de contribución} = \frac{\text{Ventas acumuladas}}{\text{Costo real directo producto}}$$

$$\text{Márgenes de Contribución} = \frac{53.399,69}{42.047} = 1,27 \%$$

$$\text{Márgenes de Contribución} = 1,27 \%$$

Alcance del indicador Márgenes de Contribución

Sirve para controlar y medir el nivel de rentabilidad y así tomar correctivos a tiempo sobre el comportamiento de cada referencia y su impacto financiero en la empresa.

Explicación.

Demuestra que del total de ventas realizadas en el trimestre en el 1,27%, de ellas se ha perdido por no haber entregado o realizado fuera de tiempo los pedidos causando insatisfacción de los clientes.

Obtención del tamaño óptimo del inventario

Para obtener el tamaño óptimo lo realizaremos a los productos, fideos paca al granel*20 kilos, linaza en pepa ½ libra y Piquichitos Grandes Paca*30 unidades, por ser productos que se vendieron con elevada rotación.

Para el cálculo obtenemos los siguientes datos:

- **D** = Volúmen de ventas mensuales de los tres artículos
- **K** = Costo de almacenamiento 0,13ctvos c/u
- **CI** = costo de lanzamiento \$5,13 dólares
- **Cu** = costo de adquisición de artículos \$24,55 dólares

$$2. \text{Costos de Lanzamiento} = \frac{\text{Nº de órdenes de lanzamiento}}{\text{Costos del personal}}$$

$$\text{Costos de Lanzamiento} = \frac{558}{3040} = 3,12 \%$$

El tamaño óptimo de pedido sería igual a: 0,18*100%

El tamaño óptimo de pedido sería igual a: 18%

Explicación.

El tamaño óptimo del inventario es de 18%, lo que significa que la entidad, requiere optimizar el inventario, puesto que hay artículos que tienen poca rotación, sin embargo se ha incurrido en costos, por lo que se recomienda adquirir los productos de mayor rotación determinados en esta investigación como son:

- Fideos paca al Granel*20 kilos
- Linaza en pepa 1/2 libra
- Piquichitos Grandes Paca *30

6.7.4.1.6 Aplicación de Indicadores de rentabilidad en el año 2013

Para Supermercado Apolo siguientes fórmulas de rentabilidad de acuerdo al giro del negocio y su actividad comercial:

- **Margen neto de utilidad**

Fórmula:

$$\text{Margen neto de utilidad o pérdida} = \frac{\text{Utilidad neta} \times 100\%}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Margen neto de utilidad o pérdida} = \frac{(29.739,64) \times 100\%}{\$326.695,79}$$

$$\text{Margen neto de utilidad o pérdida} = (-0,09) * 100$$

Margen neto de utilidad pérdida = -9%

Análisis: La entidad refleja una pérdida del 9%, de utilidades, lo que significa que no ha cumplido con las metas propuestas en el ejercicio económico anterior, por lo que es importante aplicar el presente manual de gestión de inventarios en Supermercado Apolo

- **Margen bruto de utilidad sobre ventas**

Fórmula:

$$\text{Margen bruto de utilidad sobre vt} = \frac{\text{Utilidad bruta en vts} \times 100\%}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Margen bruto de utilidad sobre vt} = \frac{431.322,18 \times 100\%}{\$326.695,79}$$

$$\text{Margen bruto de utilidad sobre vt} = 1,32 * 100$$

$$\text{Margen bruto de utilidad sobre vt} = 132\%$$

Análisis: La entidad refleja una pérdida del 132%, de utilidades, lo que significa que no ha cumplido con las metas propuestas en el ejercicio económico anterior, por lo que es importante aplicar el presente manual de gestión de inventarios en Supermercado Apolo

- **Rentabilidad sobre el capital**

Fórmula:

$$\text{Rentabilidad sobre el capital} = \frac{\text{Utilidad o pérdida neta} \times 100\%}{\text{Capital accionario}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre el capital} = \frac{29.739,64 \times 100\%}{40.000}$$

$$\text{Rentabilidad sobre el capital} = 0,8 * 100$$

Rentabilidad sobre el capital = 80%

- **Rentabilidad sobre el patrimonio**

Esta razón de rendimiento es más justa, toda vez que la utilidad neta se relaciona con todos los haberes patrimoniales. Denota el porcentaje de rentabilidad obtenido en relación con la inversión total (capital más otros componentes patrimoniales).

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = \frac{431.322.18 \times 100\%}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = 431.322.18 \frac{\times 100\%}{108000}$$

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = 3,99$$

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = 4$$

6.7.5 FASE V

6.7.5.1 Conclusiones

- Supermercado Apolo, no posee manuales de procesos para inventarios, que ayuden a viabilizar y agilizar las actividades que se realizan dentro y fuera de la bodega de la empresa y que son de gran importancia para el oportuno despacho de la mercadería, originando un mal manejo de los inventarios y hasta pérdidas económicas, y retraso en el despacho a los clientes.
- Además no cuenta con el personal capacitado para el Departamento de Inventarios, ocasionando que no se use

correctamente los recursos, siendo esto una barrera para el crecimiento y desarrollo de la misma.

- Se pudo observar que para la adquisición o pedidos a los proveedores y el manejo de los inventarios físicos no existe un modelo de gestión que agilicen estos procesos, lo que ha dado como resultado la pérdida de recursos.
- No se ha implementado un modelo de gestión de inventarios que permita una buena administración tanto de los inventarios como del negocio, ocasionando pérdida de tiempo y recursos al Negocio Supermercado o Apolo.
- Al no tener los parámetros antes mencionados la falta de un modelo de gestión de inventarios no permite que la empresa alcance niveles de crecimiento y desarrollo.
- Por otro lado existen debilidades y falencias en los procesos de compra, venta y toma física del inventario.

6.7.5.2 Recomendaciones

- La Gerente de la Empresa Supermercado Apolo debe capacitar, evaluar y motivar al personal de las bodegas sobre el desarrollo de su trabajo.
- Implementar un correcto control y gestión de los inventarios, lo que permitirá a Supermercado Apolo., el desarrollo de todos los procesos de manera ágil y efectiva, cumplimiento así con necesidades de los clientes tanto internos y lo más importante de

los clientes externos garantizando la satisfacción de sus requerimientos.

- Que se aplique normas y procedimientos adecuados en cuanto a los procesos de adquisición, recepción y almacenamiento de mercadería, mediante el método de costeo de los Minoristas.
- Implementar el modelo de gestión de inventarios elaborado en la presente tesis el cual permitirá a la entidad, optimizar los recursos inventarios como del negocio, evitando pérdida de tiempo y recursos a la Supermercado Apolo.
- Además aplicar las presentes políticas de control de existencias bajo la Normativa NIC 2, la misma que ayudará a controlar eficientemente las entradas y salidas de las existencias.
- Se recomienda utilizar periódicamente herramientas como el mejoramiento de procedimientos a fin de manejar altos niveles de calidad, aumentar la competitividad, orientando siempre los esfuerzos a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

6.8. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

La administración de la propuesta en mención estará a cargo de la Gerente, de la empresa Supermercado Apolo quien es la máxima autoridad dentro de la estructura de la entidad.

6.9. EVALUACIÓN

La propuesta estará bajo una estricta vigilancia y a la vez se evaluará constantemente en períodos de tiempo, con el propósito de los socios y socias de la entidad conozcan y apliquen la auditoria aplicada, de esta

manera contribuir a que se pueda ejecutar sus actividades de una mejor manera. Es importante recalcar que la presente propuesta está sujeta a cualquier cambio, modificación, o sustitución parcial siempre buscando el adelanto de la empresa Supermercado Apolo:

Tabla N° 45
Previsión evaluación propuesta

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Qué evaluar?	La gestión de inventarios y la disminución de la rentabilidad
¿Por qué evaluar?	Para optimizar los procesos de control de existencias
¿Para qué evaluar?	Lograr una correcta Gestión de inventarios
¿Con qué criterios evaluar?	Efectividad, eficiencia, eficacia
Indicadores	Cuantitativos y Cualitativos.
¿Quién evalúa?	Investigadora
¿Cuándo evaluar?	En forma mensual y anual.
¿Cómo evaluar?	Evaluando Informes de control de existencias
Fuentes de Información	Leyes, Normas, etc.
¿Con qué evaluar?	Recursos Humanos, Institucionales y Materiales.

Fuente: Investigación de campo
Elaborador por: Alba Carrillo

BIBLIOGRAFÍA

- (EKOS, 2013, p. 58) *“Top 1000 Ranking Empresarial Ecuador”*.
- (Preve, L. 2008), en línea *“La Rentabilidad de las Empresas”*.
- (MCPEC, 2011) en línea, Población Económicamente Activa.
- (Barrero, J. 2013, p. 32) *“La importancia de medir la Rentabilidad”*.
- (Dughetti, R. 2013, párr. 1, 2) *“Gestión práctica y eficiente de inventarios (I)”*
- (Riquelme, B. 2013, p. 136, 137) *“Optimización de la logística mediante la gestión de inventario”*
- (Murillo, G. 2013, p.20) *“Rentabilidad de la Arquitectura Sustentable”*
- (Paiva, F. 2013, p. 36, 41) *“Control interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa cobros del norte S.A”*.
- (Peña, A. 2013, párr. 6) *“Metodología Comunitaria”*.
- Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial # 449 del 20 de Octubre del 2008.
- Código Orgánico de la Producción, Registro Oficial Suplemento # 351 del 29-12-2010.
- Ley de Régimen Tributario Interno, Registro Oficial N° 796 25 de Septiembre del 2012.
- (Madariaga, J. 2004, p13), *“Manual práctico de auditoría”*.
- (Mira, J. 2006, p. 3), *“Apuntes de auditoría”*
- (Vásquez, W. 2000, p77), *“Control fiscal y auditoria de estado en Colombia”*
- (Blanco, Y. 2003, p233) *“Normas y procedimientos de la auditoría integral”*.
- (Sánchez, G. 2006, p11) *“Auditoria de estados financieros”*.
- (Cuellar, G. s/f, párr. 1) *“Auditoría de Gestión”*.
- (Saavedra, A. 2006, párr. 1-18) *“Gestión del Inventario”*.
- (Fainstein, H. 1994, p.94), en su Libro titulado *“Gestión Financiera”*

- (Sánchez, I. 2006, p. 1-3) "*Finanzas para Ejecutivos no Financieros*".
- (Asesores Corporativos integrales Ltda. S/F, p, 8-9).
- (Sánchez, I. 2006, p. 1-3) "*Finanzas para Ejecutivos no Financieros*".

- Linares Anhyi (2008:p.) "Análisis de la Gestión del Inventario de las Empresas Ferreteras del Municipio PAMPAN Estado Trujillo",
Extraído
<file:///C:/Users/NEVER/Downloads/gestion%20de%20inventarios.pdf>

- Logispyme (26-06-2013) "Gestión Stocks Productos Perecederos",
<http://logispyme.wordpress.com/2013/06/26/gestion-stocks-productos-perecederos/>
- Manene Miguel (8-08-2012) "Gestión de existencias e inventarios" ,
<http://www.luismiguelmanene.com/2012/08/08/gestion-de-existencias-e-inventarios/>
- Herrera, E., Medina, F., & Naranjo, L. (2008). *TUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. Ambato: Empredane gráficas Cía. Ltda.

- Marlene M. (2012) "Gestión de existencias e inventarios"

ANEXOS

ANEXO No. 01 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 1802273001001
APELLIDOS Y NOMBRES: GUAITA TOAPANTA NARCIZA DE JESUS

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO: ABIERTO MATRIZ	FEC. INICIO ACT.: 15/08/2000
NOMBRE COMERCIAL: SUPERMERCADO APOLO		FEC. CIERRE:
		FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN SUPERMERCADO
VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE PAPELERIA
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE BEBIDAS ALCOHOLICAS
VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: QUIZAPINCHA (QUIZAPINCHA) Calle: 10 DE AGOSTO Número: S/N
Intersección: BOLIVAR Referencia: DIAGONAL AL PARQUE, CASA DE DOS PISOS, COLOR PLOMO Telefono Domicilio:
032772113 Celular: 0981684259





FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: LACC100308

Lugar de emisión: AMBATO/AV. MANUELITA

Fecha y hora: 25/03/2013 11:49:30

Página 2 de 2

SRI.gov.ec

Fuente: Supermercado Apolo (2013)

Autor: SRI



ANEXO No. 02



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA

OBJETIVO:

La presente encuesta está dirigida a conocer su opinión, acerca de cómo se encuentra en la actualidad la **Gestión de los Inventarios** en el supermercado Apolo, la misma que permitirá plantear procedimientos eficientes en vía de alcanzar el mejoramiento de la gestión del componente mencionado.

Encuesta dirigida a:

Gerente – propietaria

Contadora

Auxiliar Contable

INSTRUCCIONES: Marque con una x en la opción de su preferencia, todas las repuestas serán tratadas confidencialmente.

1.- ¿La empresa cuenta con un programa de planificación y control de inventarios que facilite su administración de manera oportuna?

Si

No

2.-¿La empresa realiza selección de proveedores para la adquisición de mercaderías?

Si

No

3.- ¿Se realiza verificación física de la mercadería al momento de su recepción?

Si

No

4.- En la venta de mercaderías el (los) productos son despachados por:

Por la cajera- facturadora

Por el Bodeguero

Por el Auxiliar de servicios

5. ¿Las instalaciones están dispuestas y distribuidas de forma adecuada para el manejo de los inventarios?

Si

No

6.- Las políticas y procesos en cuánto a recepción, almacenamiento y conservación de los inventarios se encuentran:

Claramente definidos

No definidos en su totalidad

No se encuentran definidos

7.- ¿Se realizan análisis comparativos mensuales para saber si la empresa ha crecido económicamente en un espacio de tiempo determinado?

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

8.- Según su opinión valore la importancia de los siguientes aspectos:

1Excelente 2 Muy bueno 3 Bueno 4 Malo

Nivel actual de servicio al cliente

Surtimiento de mercadería

Rentabilidad del negocio

1	2	3	4

9.- ¿Con qué frecuencia se solicita a la Contadora los Estados Financieros?

Mensual Trimestral

Semestral Anual

10.- ¿Cómo calificaría la rentabilidad global de la empresa?

Excelente Buena

Muy Buena Mala

11.- Los comprobantes de venta son previamente verificados antes de su registro contable:

Siempre

Casi siempre

Nunca

12.- ¿Las diferencias en inventarios son validadas por contabilidad y modificados de forma oportuna?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Nunca

13.- ¿Se aplican indicadores financieros para determinar la situación financiera de la empresa?

Siempre

Casi siempre

Nunca

14.- ¿La toma física de los inventarios se realiza?

Mensual

Trimestral

Anual

15.- ¿Existen procedimientos por escrito para el reclutamiento, selección y contratación del personal?

Si

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Investigadora: Alba Carrillo Yáñez

ESPACIO DESTINADO PARA USO INTERNO

Fecha: _____

Tipo: _____

Firma de responsabilidad _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA

OBJETIVO:

La presente encuesta está dirigida a conocer su opinión, acerca de cómo se encuentra en la actualidad la **Gestión de los Inventarios** en el supermercado Apolo, la misma que permitirá plantear procedimientos eficientes en vía de alcanzar el mejoramiento de la gestión del componente mencionado.

Encuesta dirigido a:

- Administrador**
- Vendedor**
- Cajera Facturadora**
- Bodeguero**
- Auxiliar de Servicios**

INSTRUCCIONES: Marque con una x en la opción de su preferencia, todas las repuestas serán tratadas confidencialmente.

Género: Masculino Femenino

Edad: - 18 años 18 a 24 años 25 a 35 años
+36 años

1.- ¿Qué nivel de educación posee Ud.?

Primaria Superior
Secundaria Ninguna

2.- Al ingresar Ud. a trabajar en el Supermercado Apolo, le realizaron alguna prueba como:

Entrevista

Prueba demostrativa

Prueba escrita

Ninguna

3.- ¿Las instalaciones están dispuestas y distribuidas de forma adecuada para el manejo de los inventarios?

Si

No

4.- ¿La empresa realiza selección de proveedores para la adquisición de mercaderías?

Si

No

5.- ¿Se realiza verificación física de la mercadería al momento de su recepción?

Si

No

6.- En la venta de mercaderías el (los) productos son despachados por:

Por la cajera- facturadora

Por el Bodeguero

Por el Auxiliar de servicios

7.- ¿Las diferencias en inventarios son validadas por contabilidad y modificados de forma oportuna?

Siempre Algunas veces
Casi siempre Nunca

8.- ¿La toma física de los inventaros se realiza?

Mensual
Trimestral
Anual

9.- ¿La empresa cuenta con un programa de planificación y control de inventario, que facilite su administración de manera oportuna?

Si
No

10.- ¿Existen procedimientos por escrito para el reclutamiento, selección y contratación del personal?

Si
No

11.- Según su opinión valore la importancia de los siguientes aspectos:

1Excelente 2 Muy bueno 3 Bueno 4 Malo

Nivel actual de servicio al cliente
Surtimiento de mercadería
Rentabilidad del negocio

1	2	3	4

12.- ¿Ha recibido adiestramiento y capacitación para el buen desempeño de su trabajo?

Si

No

13.- ¿En el Supermercado Apolo, existe supervisión a las tareas que Ud. realiza?

Supervisiones continuas

De vez en cuando

Nunca

14.- ¿Cómo calificaría la rentabilidad global de la empresa?

Excelente Buena

Muy Buena Mala

15.- ¿Se realizan análisis comparativos mensuales para saber si la empresa ha crecido económicamente en un espacio de tiempo determinado?

Siempre

A veces

Nunca

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Investigadora: Alba Carrillo Yáñez

ESPACIO DESTINADO PARA USO INTERNO

Fecha: _____

Tipo: _____

Firma de responsabilidad _____

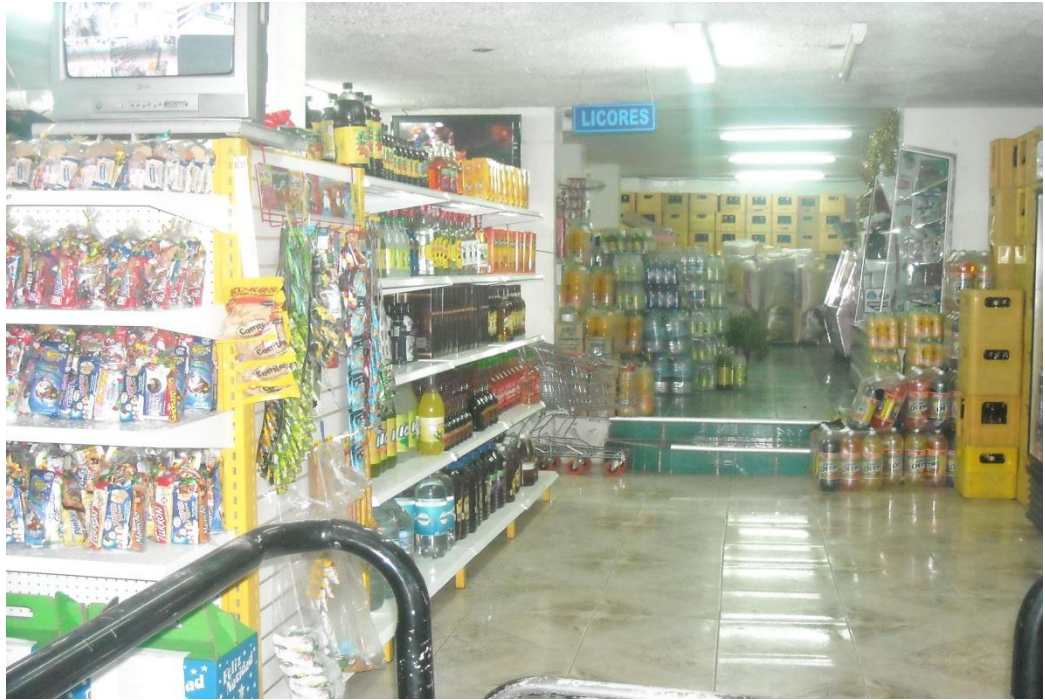
ANEXO No. 03
SUPERMERCADO APOLO -LOCAL Y VIVIENDA



CAJAS



PERCHAS



PRODUCTOS





ANEXO N° 4
CUESTIONARIO DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS Y EMPLEADOS
DEL SUPERMERCADO “APOLO”.

GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD SUPERMERCADO “APOLO”					
OBJETIVO: Investigar sobre la importancia de realizar un análisis minucioso de la gestión de inventarios y sus efectos en la rentabilidad.					
Empresa: <u>Supermercado “Apolo”</u>					
Personas entrevistadas: <u>Gerente, Contador y personal en general</u>					
Función: <u>Administrativa</u>					
ETAPA 1: Desarrollo de la Entrevista			Pág. 1/3		
CUESTIONARIO					
PREGUNTAS		SI	NO	OBSERVACIÓN	
1	¿Se planifica de forma periódica las compras de las mercaderías?	2	6		
2	¿El Supermercado tiene designado una persona responsable de la bodega de inventarios?	8	0		
3	¿La empresa recibe mercaderías en consignación?	4	4		
4	¿Se comunican las responsabilidades y se sanciona los incumplimientos a los empleados?	3	4		
5	¿Las mercaderías del Supermercado están aseguradas contra: robos, incendios, etc.?	0	8		
6	¿Se selecciona detenidamente a los proveedores de las mercaderías?	2	6		
7	¿Se verifican los artículos recibidos con los Pedidos u órdenes de compra?	2	6		
8	¿Las mercaderías del Supermercado están debidamente codificadas, de fácil ubicación y acceso?	1	7		
9	¿El supermercado tiene una adecuada distribución de las instalaciones?	2	6		

**GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD
SUPERMERCADO “APOLO”**

OBJETIVO: Investigar sobre la importancia de realizar un análisis minucioso de la gestión de inventarios y sus efectos en la rentabilidad.

Empresa: Supermercado “Apolo”

Personas entrevistadas: Gerente, Contador y personal en general

Función: Administrativa

ETAPA 1: Desarrollo de la Entrevista

Pág. 2/3

CUESTIONARIO

PREGUNTAS		SI	NO	OBSERVACIÓN
12	¿Los inventarios físicos de las mercaderías se cotejan con saldos del sistema?	2	6	
13	¿Existen procedimientos aplicados por la administración para corregir las diferencias en los inventarios?	0	8	
14	¿Realiza una verificación física de los comprobantes de venta con el resumen diario de Venta?	1	7	
15	¿Las facturas de venta son controladas numéricamente por el departamento de contabilidad?	3	5	
16	¿Se efectúan tomas físicas de inventarios?	2	6	
17	¿Se preparan instrucciones escritas como guía para aquellos empleados que llevan a cabo los inventarios físicos?	2	6	
18	¿Existen políticas establecidas para dar de baja a los inventarios obsoletos o en mal estado?	1	7	
19	¿Existe un sistema de control para las entradas y salidas de inventarios?	3	5	
20	¿Existe algún método de valuación de inventarios?	1	7	
21	¿La empresa tiene designado alguna persona responsable de los pedidos de compra de inventarios?	0	8	

**GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD
SUPERMERCADO “APOLO”**

OBJETIVO: Investigar sobre la importancia de realizar un análisis minucioso de la gestión de inventarios y sus efectos en la rentabilidad.

Empresa: Supermercado “Apolo”

Personas entrevistadas: Gerente, Contador y personal en general

Función: Administrativa

ETAPA 1: Desarrollo de la Entrevista

Pág. 3/3

CUESTIONARIO

PREGUNTAS		SI	NO	OBSERVACIÓN
22	¿Se cuenta con alguna medida de seguridad para los registros de inventarios?	3	5	
23	¿La entidad utiliza algún sistema de control para llevar al día los registros tanto de los ingresos como los ya existentes en bodega?	2	6	
24	¿Cuenta la empresa con una bodega en buen estado y resguardada físicamente?	3	5	
25	¿Se comprueba en la recepción de la mercadería, que la misma sea entregada en su totalidad?	8	0	
26	¿Se lleva control de las existencias a fin de no tener volúmenes inadecuados que permitan que estas se vuelvan obsoletas o se deterioren?	6	2	
27	¿Se separan los bienes obsoletos o en mal estado de los que están en buen estado?	1	7	

Fuente: Supermercado Apolo

Elaborado por: Alba Carrillo