



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**MANUAL DE CONTROL DE INVENTARIOS PARA EL COMERCIAL SANTOS,
PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTOR: JUAN HIDALGO BORBOR TOMALÁ

TUTORA: EC. MARGARITA PANCHANA PANCHANA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**MANUAL DE CONTROL DE INVENTARIOS PARA EL COMERCIAL SANTOS,
PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTOR: JUAN HIDALGO BORBOR TOMALÁ

TUTORA: MARGARITA PANCHANA PANCHANA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, 23 de Junio de 2015.

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, **MANUAL DE CONTROL DE INVENTARIOS PARA EL COMERCIAL “SANTOS”, PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.**, elaborado por Juan Hidalgo Borbor Tomalá, egresado de la Carrera de Licenciatura en Contabilidad y Auditoría, Facultad de Ciencias Administrativas, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ec. Margarita Panchana Panchana, MSc.

C.I. # 0906686951

TUTORA DE TESIS

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación, **MANUAL DE CONTROL DE INVENTARIOS PARA EL COMERCIAL “SANTOS”, PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.**, elaborado por quien suscribe la siguiente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que consten en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante, es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 23 de Junio de 2015.

Atentamente,

Juan Hidalgo Borbor Tomalá
C.I. # 0926917949
AUTOR

DEDICATORIA

Con toda sinceridad dedico el presente trabajo de titulación a mi familia y seres queridos, en especial a mis padres: Juan Borbor – Carmen Tomalá, por inculcarme en todo momento el deseo de superación a través de la educación, como requisito fundamental para enfrentar los grandes desafíos, haciéndome sentir capaz e importante para tomar con seguridad las grandes y pequeñas decisiones en la vida personal y profesional; A mis docentes que contribuyeron oportunamente en mi preparación académica; A mis amigos que estuvieron siempre presente, brindándome el apoyo y motivación para continuar y cumplir con mi primera meta profesional.

Juan

AGRADECIMIENTO

Orgullosa de haber culminado con éxito el presente trabajo de titulación, agradezco desde siempre a Dios, por darme la vida y la fortaleza para enfrentar cada obstáculo en mis estudios, a mis padres: Juan Borbor – Carmen Tomalá, a mi familia y a todos mis seres queridos por su apoyo incondicional; A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por la enseñanza que me impartió en sus aulas a través de sus docentes; De igual manera agradezco a la Ec. Margarita Panchana, Tutora de Tesis, por contribuir de manera oportuna en este proceso; De manera especial al Comercial “SANTOS” y a su Administradora: Sra. Verónica Reyes Morales, por permitirme realizar mi proyecto de investigación.

Juan

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MBA.
DECANO DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CPA. Mariela Reyes Tomalá, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Ec. Margarita Panchana Panchana. MSc.
PROFESORA – TUTORA

Ec. Hermelinda Cochea Tomalá. MSc
PROFESORA DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala.
SECRETARIO GENERAL

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

MANUAL DE CONTROL DE INVENTARIOS PARA EL COMERCIAL “SANTOS”,
PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015.

Autor: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Tutor: Ec. Margarita Panchana Panchana, MSc.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación e investigación tiene por objetivo general evaluar la influencia de la administración de inventario de mercadería en la rentabilidad, mediante un estudio situacional, direccionado a la elaboración del diseño de un manual de control de inventarios para el Comercial “SANTOS”, parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena. Para su elaboración se ha determinado la fundamentación teórica relacionada con la temática del problema de investigación, así como de la conceptualización de las variables dependiente e independiente, sus dimensiones e indicadores, fortaleciendo el conocimiento de estos temas. Entre los temas desarrollados en esta sección teórica se menciona a la administración de inventarios, planificación, registro, conciliación, riesgo, valoración, rentabilidad, rendimiento, inversión, ingresos, resultados, entre otros. Con relación a la metodología de investigación se aplicó la investigación bibliográfica, documental y de campo, la observación, la aplicación de encuestas y entrevistas a la administración de la empresa, permitiendo definir los pasos a seguir para la solución de los problemas encontrados. Finalmente este trabajo de investigación contiene una propuesta denominada “Manual de control de inventarios para el Comercial “SANTOS”, parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena”, la misma que define las directrices que debe aplicar la empresa para alcanzar los objetivos, obteniendo el eficiente manejo de inventarios en materia de administración que contribuyan al desarrollo administrativo y económico de la entidad.

ÍNDICE DE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE DE GENERAL	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	3
TEMA	3
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	4
OBJETIVOS	5
OBJETIVO GENERAL	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	6
HIPÓTESIS	7
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	7
CAPÍTULO I	10
MARCO TEÓRICO	10

1.1.	ANTECEDENTES DEL TEMA.....	10
1.2.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	11
1.2.1.	Administración de Inventarios de Mercaderías	11
1.2.1.1.	Planificación.....	12
1.2.1.1.1.	Compras	13
1.2.1.1.2.	Ventas.....	14
1.2.1.2.	Registros.....	15
1.2.1.2.1.	Entradas.....	16
1.2.1.2.2.	Salidas	16
1.2.1.3.	Conciliación	17
1.2.1.3.1.	Toma física.....	17
1.2.1.3.2.	Saldos	18
1.2.1.4.	Riesgo.....	19
1.2.1.4.1.	Obsolescencia.....	20
1.2.1.4.2.	Caducidad.....	20
1.2.1.5.	Valoración	21
1.2.1.5.1.	Saldo Inicial	22
1.2.1.5.2.	Saldo Final	23
1.2.2.	Rentabilidad	23
1.2.2.1.	Rendimientos	24
1.2.2.1.1.	Liquidez General	24
1.2.2.1.2.	Liquidez Inmediata.....	25
1.2.2.2.	Inversión.....	26
1.2.2.2.1.	Rotación de Inventarios.....	27
1.2.2.2.2.	Inventarios en existencias	28
1.2.2.3.	Ingresos	28
1.2.2.3.1.	Clientes.....	29
1.2.2.3.2.	Rotación de Cartera.....	30
1.2.2.4.	Rentabilidad económica	30
1.2.2.4.1.	Beneficios económicos.....	31
1.2.2.4.2.	Beneficios netos	32

1.2.2.5.	Resultados	32
1.2.2.5.1.	Pérdidas	33
1.2.2.5.2.	Ganancias	33
1.3.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	34
CAPÍTULO II		46
2.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	46
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
2.3.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	47
2.3.1.	Investigación Bibliográfica.....	47
2.3.2.	Investigación Documental	47
2.3.3.	Investigación de Campo.....	47
2.4.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	48
2.4.1.	Método Inductivo.....	48
2.4.2.	Método Analítico	48
2.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	48
2.5.1.	Encuesta	48
2.5.2.	Entrevista	49
2.5.3.	Observación	49
2.6.	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	49
2.6.1.	Cuestionario	49
2.6.2.	Guía de Entrevista.....	50
2.7.	POBLACIÓN Y MUESTRA	50
2.7.1.	Población	50
2.7.2.	Muestra	51
2.7.2.1.	Muestreo Probabilístico	51
2.7.2.1.1.	Tipos de Muestreo Probabilístico.....	51
2.7.2.1.2.	No Probabilística.....	52
2.7.2.1.3.	Tipos de Muestreo no Probabilístico	52
2.7.2.2.	Tamaño de la Muestra.....	53

2.8.	PROCEDIMIENTOS	54
CAPÍTULO III.....		55
3.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	55
3.1.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	55
3.2.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA.	77
3.3.	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS	84
3.3.1.	HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	84
3.3.2.	FRECUENCIAS OBSERVADAS DE LAS VARIABLES	86
3.3.3.	INFORME DE COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS	89
3.4.	CONCLUSIONES.....	90
3.5.	RECOMENDACIONES	91
CAPÍTULO IV		92
4.	PROPUESTA	92
4.1.	TÍTULO.....	92
4.2.	DATOS INFORMATIVOS	92
4.2.1.	Empresa	92
4.2.2.	Beneficiarios	92
4.3.	INTRODUCCIÓN.....	92
4.4.	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	94
4.4.1.	Objetivo General.....	94
4.4.2.	Objetivos Específicos	94
4.5.	UBICACIÓN	95
4.6.	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	96
4.6.1.	Aspectos Generales.....	96
	Misión	96
	Visión	96
	Objetivo del Comercial	96
4.6.2.	Estructura Orgánica Funcional	97

4.6.2.1.	Funciones	97
4.6.3.	Políticas y Procedimientos de Control.....	100
4.6.3.1.	Adquisición (Compras)	100
4.6.3.1.1.	Políticas y procedimientos de compras	101
4.6.3.1.2.	Políticas para el registro de entrada	102
4.6.3.1.3.	Instrumentos de control.....	104
4.6.3.2.	Ventas.....	106
4.6.3.2.1.	Políticas y procedimientos de ventas	107
4.6.3.2.2.	Políticas y procedimientos de registro de ventas	108
4.6.3.2.3.	Instrumentos de control.....	109
4.6.4.	Procedimientos para la toma física de inventarios de mercadería.....	111
4.6.4.1.	Toma Física.....	111
4.6.4.1.1.	Etapas y acciones	111
4.6.4.1.2.	Políticas y procedimientos para la toma física.....	112
4.6.4.1.3.	Flujograma de la toma física del inventario	113
4.6.4.1.4.	Instrumento de control	114
4.6.5.	Estrategias de control de los inventarios.....	114
4.6.5.1.	Exceso de inventario de mercadería.....	114
4.6.5.2.	Razones de eficiencia.....	115
4.6.6.	Métodos de valoración del inventario.....	117
4.6.6.1.	Fifo	117
4.6.6.2.	Promedio	118
4.6.6.3.	Instrumentos de control.....	119
4.7.	PLAN DE ACCIÓN	120
4.8.	PRESUPUESTO	122
4.9.	CONCLUSIONES.....	123
4.10.	RECOMENDACIONES	124
	BIBLIOGRAFÍA	125
	ANEXOS	130
	GLOSARIO	140
	ABREVIATURA	142

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1.- Operacionalización de la variable independiente	8
CUADRO N° 2.- Operacionalización de la variable dependiente	9
CUADRO N° 3.- Distribución de la Población	51
CUADRO N° 4.- Tamaño de la Muestra	54
CUADRO N° 5.- Frecuencias observadas de la variable independiente	86
CUADRO N° 6.- Frecuencias observadas de la variable dependiente	86
CUADRO N° 7.- Datos para comprobar hipótesis variables correlacionadas	87
CUADRO N° 8.- Nueva tabla con frecuencia esperada (nie).....	87
CUADRO N° 9.- Plan de Acción.....	120
CUADRO N° 10.- Presupuesto.....	122

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1.- Compra de Mercadería.....	55
TABLA N° 2.- Planificación de las Ventas	56
TABLA N° 3.- Registro de entrada de mercadería.....	57
TABLA N° 4.- Registro de salidas de mercadería.....	58
TABLA N° 5.- Periodo de toma física de inventario de mercadería	59
TABLA N° 6.- Procedimientos de conciliación de saldos de inventario....	60
TABLA N° 7.- Causas de la obsolescencia de inventario	61
TABLA N° 8.- Estrategias para evitar caducidad de inventario.....	62
TABLA N° 9.- Métodos de valoración del inventario.....	63
TABLA N° 10.- Sistema contable para obtener saldo final de inventarios .	64
TABLA N° 11.- Liquidez general.....	65
TABLA N° 12.- Liquidez inmediata.....	66
TABLA N° 13.- Periodo de rotación de inventarios.....	67
TABLA N° 14.- Nivel de inversión de inventarios	68
TABLA N° 15.- Ventas a crédito.....	69
TABLA N° 16.- Rotación de cartera	70
TABLA N° 17.- Beneficios económicos	71
TABLA N° 18.- Beneficios netos	72
TABLA N° 19.- Pérdidas.....	73
TABLA N° 20.- Ganancias	74
TABLA N° 21.- Manual de control interno para el manejo de inventario .	75
TABLA N° 22.- Importancia del Manual de control interno de inventario	76
TABLA N° 23.- Tiempo de ser cliente del Comercial “SANTOS”	77
TABLA N° 24.- Tipo de materiales que el cliente adquiere.....	78
TABLA N° 25.- Oferta de Productos.....	79
TABLA N° 26.- Mercadería que recibe el cliente	80
TABLA N° 27.- Entrega de mercadería.....	81
TABLA N° 28.- Variedad de Productos	82
TABLA N° 29.- Nivel de Satisfacción del Cliente	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1.- Compra de mercadería	55
GRÁFICO N° 2.- Planificación de las Ventas	56
GRÁFICO N° 3.- Registro de entrada de mercadería.....	57
GRÁFICO N° 4.- Registro de salidas de mercadería.....	58
GRÁFICO N° 5.- Periodo de toma física de inventario de mercadería.....	59
GRÁFICO N° 6.- Procedimientos de conciliación de saldo de inventario.	60
GRÁFICO N° 7.- Causas de la obsolescencia de inventario	61
GRÁFICO N° 8.- Estrategias para evitar caducidad de inventario.....	62
GRÁFICO N° 9.- Métodos de valoración del inventario.....	63
GRÁFICO N° 10.- Sistema contable para obtener saldo final inventarios.	64
GRÁFICO N° 11- Liquidez general	65
GRÁFICO N° 12.- Liquidez inmediata	66
GRÁFICO N° 13.- Periodo de rotación de inventarios	67
GRÁFICO N° 14.- Nivel de inversión de inventarios	68
GRÁFICO N° 15.- Ventas a créditos.....	69
GRÁFICO N° 16.- Rotación de cartera	70
GRÁFICO N° 17.- Beneficios económicos	71
GRÁFICO N° 18.- Beneficios netos.....	72
GRÁFICO N° 19.- Pérdidas.....	73
GRÁFICO N° 20.- Ganancias.....	74
GRÁFICO N° 21.- Manual de control interno para manejo de inventario.	75
GRÁFICO N° 22.- Importancia del Manual de control interno para el manejo de inventario	76
GRÁFICO N° 23- Tiempo de ser cliente del Comercial “SANTOS”	77
GRÁFICO N° 24.- Tipo de materiales que el cliente adquiere.....	78
GRÁFICO N° 25.- Oferta de Productos	79
GRÁFICO N° 26.- Mercadería que recibe el cliente	80
GRÁFICO N° 27.- Entrega de mercadería	81
GRÁFICO N° 28.- Variedad de Productos	82
GRÁFICO N° 29.- Nivel de Satisfacción del Cliente.....	83

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA FORMAL DIRIGIDA A ADMINISTRADORES Y COLABORADORES	131
ANEXO N° 2 CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES.....	134
ANEXO N° 3 CARTA AVAL.....	135
ANEXO N° 4 RUC	136
ANEXO N° 5 CÁLCULOS DEL PRESUPUESTO.....	138
ANEXO N° 6 FOTOS.....	139

INTRODUCCIÓN

La función del control garantiza que las actividades reales se ajusten a las actividades planeadas, parte del punto donde termina la planificación, es el modo de organizar y dirigir cada entidad en sus aspectos contables, financieros y administrativos, no compite con otros procedimientos, los armoniza para el avance de las actividades.

El Control Interno de Inventarios a través de sus técnicas y métodos contribuyen a la generación de estrategias para la toma de decisiones, mejoramiento de los procesos, alcanzar mejores utilidades y beneficios, además de obtener información confiable de la situación económica de la organización.

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y las Normas Internacionales de Contabilidad, son la base fundamental para garantizar la efectividad del Control Interno, de conformidad con la naturaleza de las funciones y procedimientos asignados para la aplicación según el ámbito empresarial.

El Comercial "SANTOS", ejerce sus actividades económicas de comercialización de productos ferreteros y materiales de construcción, en la Parroquia Anconcito, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena. Debido a la variedad de productos que este tipo de empresas posee y con la finalidad de evitar la pérdida, deterioro, o insuficiencia de stock, se requiere de un proceso eficiente en el registro y control de la mercadería.

En la actualidad, la entidad mantiene un registro y control de mercadería muy deficiente, presentando falencias en el proceso contable para el logro de los objetivos, realizándose de manera empírica, debido al desconocimiento de un eficiente direccionamiento de los recursos. La implementación de un manual de

control interno que incluye políticas y procedimientos mejorará la gestión contable de la empresa.

Este proyecto de investigación determina la influencia de la administración de inventarios de mercaderías en la rentabilidad, mediante un estudio situacional en el Comercial “SANTOS”, parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

El primer capítulo de este trabajo, incluye el marco teórico, que detalla antecedentes del tema; la fundamentación teórica, que contiene el análisis bibliográfico de las variables de investigación, tales como: la administración de inventarios de mercaderías con la rentabilidad como variable independiente y dependiente respectivamente, además de sus dimensiones e indicadores; la fundamentación legal, como eje de respaldo para esta investigación.

El segundo capítulo contiene la metodología aplicada en el proceso de investigación, las técnicas e instrumentos que permiten el análisis de información para el desarrollo del proyecto. De igual manera se establece la población y la muestra objetos de estudio.

En el tercer capítulo se presenta el análisis e interpretación de los resultados de la investigación, obtenidos de la aplicación de encuestas y entrevistas a los trabajadores del Comercial “SANTOS”, como aporte esencial se consideró a los clientes potenciales.

Finalmente en el cuarto capítulo se propone el MANUAL DE CONTROL DE INVENTARIOS PARA EL COMERCIAL “SANTOS”, PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015, que contribuirá a la eficiente administración de mercaderías y a mejorar la rentabilidad.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA

Influencia de la administración de inventarios de mercaderías en la rentabilidad, mediante la aplicación de entrevistas y encuestas a los involucrados interno y externo, direccionado al Diseño de un Manual de Control de inventarios para el Comercial “SANTOS”, parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2015.

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las empresas en el ámbito comercial, debido a la aplicación de controles empíricos no han obtenido una eficiente administración de inventarios que incremente sus ganancias, peor aún que principalmente contribuyan a mantener su posicionamiento en el mercado, además no alcanzan a cumplir su objetivo de liderar el marco contextual.

Santa Elena, es una provincia en actual crecimiento, por ende representa un alto nivel de competencia en empresas dedicadas al mismo negocio, la misma que puede ser la causa principal del cierre de sus actividades.

El Comercial "SANTOS", ubicada en la provincia de Santa Elena, cantón Salinas, parroquia Anconcito, ejerce la compra y venta de productos de ferretería, instrumentos de pesca y materiales de construcción, desde hace varios años, utilizando controles inadecuados en las existencias de inventarios y provocando perjuicios, tales como pérdidas por obsolescencia de mercaderías, deterioro por la poca rotación de estos, además de inconsistencia entre el stock y los documentos de respaldo.

La empresa necesita mejorar su situación actual a través de métodos y estrategias que contribuyan en el logro de sus metas. Pero la diversidad de estos torna la situación más compleja en el tratamiento de los productos, inclusive cuando la empresa se encuentra en funcionamiento y no satisface las necesidades de los clientes.

La implementación de los procesos de control de inventarios ayudan a determinar la cantidad y el periodo para realizar un nuevo pedido y bajo qué condiciones debería laborar la empresa, con la finalidad de minimizar los costos y mejorar sus ganancias.

Los problemas presentados impiden el desarrollo y crecimiento de la empresa comercial, razón por la que se desea determinar ¿Cómo influye la administración de inventarios de mercaderías en la rentabilidad del Comercial “SANTOS”, parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena año 2014?

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo Influye la administración de inventarios de mercaderías en la rentabilidad del Comercial "SANTOS", parroquia Anconcito, cantón Salinas provincia de Santa Elena año 2014?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿En qué forma influyó la planificación de compra y venta de mercaderías en el rendimiento del Comercial “SANTOS”?

¿Cómo incidieron los registros de entradas y salidas en la inversión de mercaderías del Comercial “SANTOS”?

¿Cuál fue la incidencia de la conciliación de inventarios de mercaderías en los ingresos del Comercial “SANTOS”?

¿Cuál fue el efecto del riesgo de obsolescencia y caducidad de inventarios de mercaderías sobre la economía del Comercial “SANTOS”?

¿Cuál fue el efecto de la valoración de inventarios de mercaderías sobre los resultados del Comercial “SANTOS”?

¿Cree usted en la necesidad de un manual de control de inventario para el Comercial “SANTOS”?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la Influencia de la administración de inventarios de mercaderías en la rentabilidad, mediante un estudio situacional, direccionado a la elaboración del Diseño de un manual de control de inventario para el Comercial "SANTOS", parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Diagnosticar la influencia de la planificación de compra y venta de mercaderías en el rendimiento del Comercial “SANTOS”.

- ✓ Analizar la incidencia de los registros de entrada y salida en la inversión de mercaderías del Comercial “SANTOS”.

- ✓ Precisar la incidencia de la conciliación de inventarios de mercaderías en los ingresos del Comercial “SANTOS”.

- ✓ Determinar el efecto del riesgo de obsolescencia y caducidad de inventarios de mercaderías sobre la economía del Comercial “SANTOS”.

- ✓ Analizar el efecto de la valoración de inventarios de mercaderías sobre los resultados del Comercial “SANTOS”.

- ✓ Comprobar la necesidad de un manual de control interno para el manejo de inventario en el comercial “SANTOS”.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Debido al constante desarrollo económico que enfrenta la provincia de Santa Elena, el mercado comercial se encuentra cada vez más competitivo, por tanto busca centrarse en el conocimiento y aplicación de normas y procedimientos de control que contribuyan al manejo y tratamiento eficiente de los inventarios y que aporte consigo beneficios en la rentabilidad.

La presente investigación es de gran importancia, por la información relevante de los procedimientos a seguir de acuerdo a las necesidades o problemas que se susciten, además permitirá la oportuna toma de decisiones a los administradores del Comercial "SANTOS"

Los inventarios constituyen el activo circulante más importante de una empresa, de la eficiente rotación de los mismos depende el bienestar y desarrollo de la entidad, por esta y muchas más razones se encuentran más expuestas a errores y manipulaciones.

El control Interno, previene el uso inadecuado de los activos de una entidad. La finalidad de la administración de inventarios es contar con información que permita conocer cuánto y cuando se debe realizar un pedido, con el objeto de disminuir su costo. Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y las Normas Internacionales de Contabilidad, se constituyen como la base fundamental para garantizar la efectividad del Control Interno, de conformidad con la naturaleza de las funciones y procedimientos asignados para la aplicación según el ámbito empresarial.

En definitiva, podemos decir que es factible la investigación, contando con el fácil acceso a la información conjuntamente con los recursos indispensables, para llevar a cabo el estudio.

HIPÓTESIS

La administración de inventarios de mercaderías influyó en la rentabilidad del Comercial “SANTOS” de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Las variables son unidades básicas de información que caracterizan cuantitativa o cualitativamente el fenómeno que se estudia e interpreta en una investigación. Las variables se operacionalizan en función de factores que deben ser estrictamente medibles y se los considera como indicadores.

a. Variable Independiente: Administración de Inventarios de mercaderías.

b. Variable Dependiente: Rentabilidad.

CUADRO N° 1.- Operacionalización de la variable independiente

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
<p align="center">La administración de inventarios de mercaderías influyó en la rentabilidad del Comercial “SANTOS” de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.</p>	<p align="center">Administración de inventario de mercaderías</p>	<p>Es la eficiencia en el manejo adecuado del registro, de la rotación y evaluación del inventario de acuerdo a como se clasifique y que tipo de inventario tenga la empresa, ya que a través de todo esto determinaremos los resultados (utilidades o pérdidas) de una manera razonable, pudiendo establecer la situación financiera de la empresa y las medidas necesarias para mejorar o mantener dicha situación.</p>	Planificación	Compras	¿En función de que la empresa realiza las compras de mercaderías?	<p align="center">Observación Entrevistas Encuestas</p>
				Ventas	La empresa tiene planificada sus ventas a través de:	
			Registro	Entradas	¿Cómo se llevan los registros de las entradas de mercaderías?	
				Salidas	¿Cómo se realizan los controles de la salida de mercaderías?	
			Conciliación	Toma Física	¿En qué periodo la empresa realiza la toma física de inventarios de mercaderías?	
				Saldos	¿Aplica la empresa los procedimientos de conciliación de saldos de inventarios?	
			Riesgo.	Obsolescencia	¿Sabe usted cuáles son las causas de la obsolescencia de inventarios?	
				Caducidad	¿Qué estrategias aplica la empresa para evitar la caducidad de sus productos?	
			Valoración	Saldo Inicial	¿A través de que método obtiene el saldo inicial de inventarios de mercaderías?	
				Saldo Final	¿A través de qué sistema se obtiene el saldo final de inventarios de mercaderías?	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

CUADRO N° 2.- Operacionalización de la variable dependiente

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
La administración de inventarios de mercaderías influyó en la rentabilidad del Comercial “SANTOS” de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.	Rentabilidad	La rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. La importancia de ésta medida radica en que para que una empresa sobreviva es necesario producir utilidades. Por lo tanto, la rentabilidad está directamente relacionada con el riesgo, si una empresa quiere aumentar su rentabilidad debe también aumentar el riesgo y viceversa.	Rendimientos	Liquidez General	¿Considera usted que la liquidez general de la empresa le permite hacer frente a sus obligaciones?	Observación Entrevistas Encuestas
				Liquidez Inmediata	¿Considera usted que la liquidez inmediata de la empresa le permite hacer frente a sus obligaciones?	
			Inversión	Rotación de inventarios	¿Cuál es el periodo de rotación de inventarios?	
				Inventarios en existencia	¿Los inventarios en existencias representan un nivel de inversión?	
			Ingresos	Clientes	¿El monto de las ventas a créditos supera el del efectivo?	
				Rotación de cartera	¿Cuál es el plazo que usted maneja en la rotación de cartera?	
			Económica	Beneficios económicos	¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra el beneficio económico anual de la empresa?	
				Beneficios netos	¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra el beneficio neto anual de la empresa?	
			Resultados	Pérdidas	¿En los últimos 5 años ha registrado pérdida la empresa?	
				Ganancias	¿Las ganancias obtenidas en la Empresa provienen en su mayoría de la venta de?	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

El control interno como sistema de procesos múltiples e inherentes en las gestiones de las entidades, fue utilizado por los primeros Dirigentes Empresariales, Gobernantes y Jefes Religiosos, como medida de control para proteger sus intereses a través de la dirección y supervisión de sus actividades.

Se origina desde el tiempo en que surge la partida doble, en vista de que la contabilidad se caracteriza por ser una medida de control y aunque no era reconocido como un elemento fundamental las primeras civilizaciones como la China, Babilonia, Grecia y Egipto la utilizaban para determinar el costo de la mano de obra, y de los materiales utilizados en la construcción de la grandes pirámides.

A finales del siglo XIX, debido al aumento de la producción de bienes a mediana y gran escala por parte de los países desarrollados se dieron cambios más sofisticados e integrales a los sistemas de control interno, los mismos que reflejaban beneficios en el establecimiento de costos y respondían a los intereses de los propietarios frente a la alta competencia, se enfocaba en la prevención o disminución de fraudes o errores considerando que cada vez era imposible atender los problemas productivos, comerciales y administrativos.

Sin embargo, por el escaso interés en el estudio y mejora del concepto y contenido de control interno, las organizaciones en avance se enfrentaron a grandes fracasos, pues cada uno tenía su propia manera de interpretarlo y evaluarlo.

En la década del 40 del siglo XX, el Instituto Americano de Contadores Públicos (AICPA) definió el concepto de Control Interno, en el que le da mayor importancia a los posibles errores o fraudes que puedan ocurrir dentro de las organizaciones si el sistema de control interno es inadecuado.

En los años noventa, se modifica por primera vez dicho concepto, es decir se emplea un nuevo enfoque a través del informe COSO, que es referencia Internacional Obligada.

Los criterios de control interno en las grandes corporaciones, las medianas y pequeñas empresas se han desarrollado con el objetivo de propiciar la prevención de indisciplinas o irregularidades con respecto al manejo de inventario y medir la eficiencia y la productividad.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1. Administración de Inventarios de Mercaderías

Para empresas de tipo comercial, la administración de inventarios representa un factor importante que contribuye en la toma de decisiones por ser uno de los activos de mayor representatividad y de absoluta dependencia en los resultados futuros que se puedan obtener, teoría que se respalda en la definición tomada de (UOVIRTUAL, 2012, pág. 03) el cuál menciona que

“La administración de Inventarios es de significativa importancia, primero por el monto de la inversión que generalmente se requiere, así como por la complejidad y grado de dificultad que implica una administración financiera efectiva, la que tendrá como fin principal mantener y/o aumentar la productividad de una empresa, pues no habiendo inventarios no hay ventas y pérdida de mercado, y no habiendo ventas no hay utilidad y esto en cierto plazo llevaría al cierre del negocios”

A su vez (KRAJEWSKI, 2008), define “El objetivo de una adecuada administración del inventario es llevar la cuenta de todo el inventario según su cantidad, costos y ubicación física. Los registros de inventarios deben suministrar información a los departamentos de venta y compras sobre las existencias; a contabilidad y finanzas, sobre el valor real de las existencias; a la auditoría (externa y fiscal), debe proporcionar información verificable; al área de operaciones debe proporcionar suficientes elementos que le permitan incrementar el nivel de servicio, racionalizar el nivel de inventarios, aumentar la eficiencia y eficacia, así como mejorar la toma de decisiones”

De las definiciones anteriores destacamos que la administración de inventarios tiene como objetivo minimizar la inversión de inventarios, es decir proporcionar los inventarios que se requieren y mantenerlos al costo más bajo posible y aprovechar esos recursos para generar nuevos beneficios económicos con otras actividades. Es importante que se establezca un tratamiento adecuado mediante la planificación, ya que sin duda el riesgo ésta implícito en cada operación.

1.2.1.1. Planificación

Conocemos que la planificación es el primer paso para una eficiente administración, pues de esta depende que exista un buen control y manejo de los recursos que generan beneficios para la empresa. Por tanto es necesario presupuestar o planificar tanto el número de productos que se quiere mantener en existencias así como la cantidad en ventas que mantenga el crecimiento y desarrollo de la empresa. Al respecto los siguientes autores expresan (PITISACA D. Amparo, 2010) “Es el primer paso del proceso administrativo por medio del que se define un problema, se analizan las experiencias pasadas y se diseñan planes y programas.”

En lo referente a la planificación (VILLACIS Paulina A, 2013, pág. 37), define: “La planificación de los inventarios permite tomar peso económico en la organización para realizar la mejor inversión, que va de la mano con las funciones de los inventarios para un mejor desarrollo del control interno de la empresa”

Considerando los criterios anteriores, resaltamos que la planificación nos permite determinar cuál es el nivel óptimo de inversión en inventarios, es decir que debe encontrarse entre los límites tanto excesivos que provoque altos costos y mínimo que impida hacer frente a las demandas de venta para la satisfacción de los clientes. Entonces es necesario realizar un buen plan de compras de mercaderías fundamentada en la revisión periódica del stock disponible, que no conlleve a nuevos problemas para la empresa tales como el desabasto o exceso de los mismos. Así mismo es importante elaborar un presupuesto de ventas que sirva de guía para la consecución de objetivos y evaluar su crecimiento dentro del ámbito comercial.

1.2.1.1.1. Compras

Las mayoría de las empresas del sector comercial realiza esta actividades de compra de mercaderías o productos para luego venderlas a un precio mejor que el del coste, y así obtener algún tipo de beneficios que permita competir en este mercado, previo a esto y con la finalidad de desarrollarse siguen una planificación, como elemento fundamental dentro de su administración, lo mismo que expresan los autores a continuación.

Según (MANENE Luis M., 2012) “En la cuenta compras se incluyen las mercancías compradas durante el periodo contable con el objeto de volver a venderlas con fines de lucro y que forman parte del objeto para el cual fue creada la empresa”

Con relación a las compras los autores (GUERRERO J. & GALINDO J., 2014, pág. 162), definen: “Acción o efecto de adquirir bienes o servicios; el saldo de esta cuenta es deudor y expresa el valor total de las compras de las mercancías efectuadas y al realizar el traspaso de la cuenta de gastos sobre compras, su saldo en ese momento indicaría las compras totales, y al efectuar el traspaso de las cuentas de devoluciones sobre compras y rebajas sobre las mismas, se obtienen las compras netas, mismas que al traspasar el inventario inicial indicaría la mercancía en disponibilidad, que al restarle el inventario final, se obtiene el costo de ventas”

Analizando los referentes anteriores, se concluye, que es una realidad de que las compras elevadas minimizan los costos por unidad, pero cabe recalcar que se debe seguir una planificación para la adquisición de nueva mercadería, como medida óptima de la administración de inventarios.

1.2.1.1.2. Ventas

Dentro de esta cuenta se enmarca el futuro de las compañías, pues de ellas dependen en su mayoría que crezcan potencialmente o que queden rezagadas dentro su contexto, pero es necesario que las empresas cuenten con la suficiente disponibilidad de recursos para hacer frente a las exigencias del mercado, es decir que exista el inventario disponible para la venta, y que además permita hacer proyecciones beneficiosas, como lo exponen los diferentes autores.

Sobre las ventas, (GARCÍA, 2011) manifiesta: “Esta cuenta pertenece al grupo de ingresos operacionales, registra la salida de las mercaderías de la empresa al precio de venta. El respaldo de la transacción es la factura o nota de venta”

Las ventas según los autores, (GUERRERO J. & GALINDO J., 2014, pág. 163), pueden definirse como: “Transacción mercantil (o de negocios), que representa la entrega (cesión) de un artículo (o género) de comercio; una partida de mercancías (propiedades, o bienes); un derecho; o un servicio a cambio (o mediante la recepción) de efectivo, promesa de pago o equivalente en dinero, o por cualquier combinación de éstos; se registra y se consigna en función de la cantidad en efectivo, promesa de pago o equivalente monetario. Su saldo es acreedor y expresa el valor total de las ventas de mercancías efectuadas durante el ejercicio menos las devoluciones, y rebajas sobre ventas, lo cual representa las ventas netas en el ejercicio o periodo”

De las aportaciones anteriores, se concluye que las ventas representan la visión de la empresa comercial y proporcionará beneficios económicos si se tiene el stock suficiente de inventarios para hacer frente a las necesidades de los clientes, pero, para ello es necesario que se siga una planificación o un presupuesto de ventas que esclarezca las metas u objetivos a alcanzar dentro del periodo contable.

1.2.1.2. Registros

Existen varios autores que analizan temas respecto al registro de inventarios, pero para la presente investigación se ha considerado los siguientes:

(MANCO, 2014, pág. 117), define que: “Existen dos métodos o sistemas de registros de los inventarios, esto quiere decir que cuando compramos los artículos que van a componer nuestros inventarios, esto pueden ser registrados de dos maneras diferentes, que son las siguientes:

Sistema de registro de inventario periódico o físico.- En este sistema la mercancía que entra se registra en la cuenta de compra, con el objeto de realizar un solo asiento de ajuste para acumular el costo de venta en una cuenta separada.

Sistema de registro de Inventario perpetuo.- En este sistema la mercancía que entra se registra a la cuenta de inventario directamente, llevándose un registro de tal forma que muestra a cada momento cual es la existencia y el importe o valor de los artículos en existencias, es decir las compras y las ventas de inventarios se registran según vayan ocurriendo las transacciones o movimientos”

Según el criterio de (VELASTEGUÍ Leonardo S., 2011, pág. 09), recalca que.- “El registro de transacciones así hecho, junto con la toma de inventario físico y su correspondiente valuación, permite la elaboración del importantísimo estado financiero denominado estado de ganancias y pérdida.”

En los registros de mercadería se anotan todas las transacciones y los cambios realizados en las compras y los stock de esa mercadería, por eso se dice que no es algo homogéneo, sino que por el contrario sufren constantes movimientos en donde surgen diferentes resultados.

Es un mecanismo que permiten registrar las entradas y salidas de mercadería. Consiste en anotar la mercadería recibida utilizando un registro dependiendo de la necesidad de la mercadería.

1.2.1.2.1. Entradas

De las entradas de mercadería, (MANENE Luis M., 2012), menciona que:

“Las entradas de existencias en el almacén se valoran por su precio de adquisición o coste de producción, pero esas existencias van a salir paulatinamente del almacén, bien para ser vendidas, bien para incorporarse al proceso productivo”

Al respecto, (SAP, 2012) considera que: “La entrada de mercancías es el movimiento físico de entrada de mercancías o materiales en el almacén. Se trata de un movimiento de mercancías utilizado para contabilizar mercancías recibidas de proveedores externos o de la producción del centro. Todas las entradas de mercancías tienen como consecuencia un aumento de stock en el almacén”

Para efectos de la recepción de mercadería, se debe tener una adecuada planificación o conocer la fecha en que llegaran los pedidos, de esta manera se podrá tener disponible el lugar de almacenamiento.

1.2.1.2.2. Salidas

Varios autores exponen del registro de salida de mercadería, pero para efectos de esta investigación, consideramos el criterio de (DAYSI, 2012), quien manifiesta que: “Se registra la cantidad y el costo de la mercadería vendida, las devoluciones en ventas. Al final del periodo esta columna informe el costo total de la mercancía vendida”

Según, (AGUILAR Mario, 2010). Define al registro de ventas como: “Las salidas de almacén a los diferentes departamentos se deberán realizar mediante el formato correspondiente y ser firmado por el encargado del almacén y por la persona que realiza el pedido de mercancía”

1.2.1.3. Conciliación

La conciliación es un proceso de verificación de dos indicadores que muestran resultados importantes en el giro del negocio. Para tener conocimiento de esta medida de control, se analiza la definición de (MARKGRAF, 2015) que expresa:

“Un inventario físico por lo general muestra recuentos de materiales que no corresponden a los registros de las cuentas. La conciliación trata de explicar por qué los números no coinciden. Cuando el inventario indica que has tenido problemas de inventario, tales como rotura o embalaje inadecuado, teniendo los números correspondientes en cuenta a menudo concilia el recuento físico con los libros. Si tiene discrepancias inexplicables, la conciliación debe tomar nota de esto y poner en relieve que no era posible conciliar los números de los artículos del caso. A veces, tendrás que hacer correcciones en esta etapa para tener en cuenta las transacciones que aún no se han cerrado”

De la conciliación, (ARÉVALO, 2011, pág. 41) considera que:

“La información resultante del conteo físico no es un elemento suficiente, pues debe compararse con los saldos que muestra el Kardex físico. A esta fase se la denomina conciliación y el objetivo final es la correcta determinación de las diferencias que producirán el ajuste contable, de acuerdo al método de costeo utilizado por la empresa”

De las definiciones anteriores podemos concluir que: la conciliación es una herramienta de control que permite identificar si existen inconsistencias en el registro de inventarios, de acuerdo a los datos que proporciona la toma física y en caso de que exista diferencia se podrá realizar el ajuste contable. Esta herramienta de control debe realizarse periódicamente, para otorgar a la administración la seguridad de contar con el suficiente stock para cubrir la demanda.

1.2.1.3.1. Toma física

De la toma física de inventario de mercadería, (CASTELO, 2009, pág. 106) Manifiesta que:

“La constatación física se hace necesaria para ajustar la valoración y la existencia entre un periodo y otro, para ello se sugiere dentro de los métodos de valoración utilizar de preferencia el método de promedio ponderado o ultimo precio de compra. En el primero el objetivo es valorar costos conservadores pues se irán promediando conforme se van adquiriendo a nuevos precios, en el segundo método el objetivo es tener el inventario a costos actualizados. El proceso de conteo físico se determina a través de un registro denominado formulario de inventario físico”

Al respecto (GARCÍA, 2011) Manifiesta que:

“Consiste en realizar la constatación por lo menos anual de todos los artículos que dispone la empresa, para lo cual se procede a contar, pesar, medir, y valorar al precio de costo. El conteo de la mercadería permite eliminar productos estropeados, dañados u obsoletos”

La toma física de inventario de mercadería, se efectúa con el propósito de verificar si existen dentro de las existencias mercadería que tiene poca rotación y que están próximos a la caducidad y obsolescencia, en este proceso se utiliza tarjetas que permiten recabar información que pueda ser comparada con los registros contables.

1.2.1.3.2. Saldos

En lo referente a los saldos del inventario de mercadería, (UREÑA, 2012, pág. 37) Expresa.- “Se debe conciliar los saldos en libros con los respectivos inventarios físicos, al menos una vez al año, de manera obligatoria”

A su vez, (GARCÍA, 2011) Manifiesta.-

“Se realiza la sumatoria de los saldos que consta en las tarjetas Kardex, los mismos que deben coincidir con la constatación física que se realice y con el saldo contable de la cuenta mercadería. En caso de diferencias se debe investigar las causas y luego proceder a ajustar los saldos”

El saldo que se muestra en los registros contables debe coincidir con las cantidades que muestran los reportes de la toma física del inventario. De lo contrario da lugar a malos entendidos y que se pierda la confiabilidad de la información o de la persona que realiza el proceso de registro.

1.2.1.4. Riesgo

El riesgo es un factor intrínseco en toda actividad humano y por consiguiente en las actividades de una empresa, es así como (ORBEA, 2012, pág. 73) Considera que:

“Los riesgos se definen como todos aquellos elementos o circunstancias que podrían impedir que la empresa alcance sus objetivos. El control interno ha sido pensado esencialmente para limitar los riesgos que afectan las actividades de las organizaciones”

Sobre los riesgos (UOVIRTUAL, 2012, pág. 34) Manifiesta:

“Las empresas invierten en inventarios porque estos van a ser el motor de sus ventas y van a proporcionar a través del ciclo cuentas por cobrar y efectivo, la realización de una utilidad.

Existe el riesgo, si no se llega a obtener el cobro por la venta de no convertirse la utilidad en efectivo. La inversión en inventarios se convierte a través de las ventas en cuentas por cobrar y estas en efectivo”

Dentro de la organización existen diversos riesgos de alta importancia, tales como la obsolescencia y la caducidad, los mismos que resultan difícil de cuantificar y pueden ocasionar pérdidas significativas, pero existen medidas de control que pueden contribuir a minimizarlo, ya que es un componente que no se puede eliminar.

1.2.1.4.1. Obsolescencia

La obsolescencia del inventario, puede ser una de las causas de grandes pérdidas económicas de la empresa, al respecto (GMAANGO, 2012) Manifiesta.-

“Grandes cantidades de inventario obsoleto puede significar enormes pérdidas para la empresa, razón por la cual los ejecutivos tratando de asegurarse de que la cantidad correcta de inventario es comprado o producido. Además, los informes de grandes cantidades de inventarios obsoletos a menudo sirven como señales de advertencias para los inversores y por consiguiente una amenaza para la estabilidad de una empresa. Una gran cantidad de inventario obsoleto puede ser una señal de advertencia de un proceso de inventario de los pobres, los pronósticos incorrectos de la demanda y también las deficiencias en el producto. Si un producto, por ejemplo, recibe críticas muy pobres y se recoge en una forma negativa por los consumidores, entonces puede haber una gran cantidad de inventario obsoleto. Este tipo de problema es a menudo el resultado de un producto de mala calidad”

Con relación a la obsolescencia, (UOVIRTUAL, 2012, pág. 34) Manifiesta.-

“La obsolescencia se aplica a los inventarios que han sufrido un cambio en su demanda, por ser anticuados, pasados de moda y aun encontrándose en buenas condiciones de uso pierden su valor por adelantos tecnológicos, etcétera”

De las definiciones tomadas de los autores anteriores, se puede concluir que depende exclusivamente de la gestión de la administración para que los inventarios no se consideren obsoletos, mediante un adecuado presupuesto de ventas y de las estrategias que se apliquen para alcanzar sus objetivos, debido a que nadie está exento de riesgos y de los avances tecnológicos.

1.2.1.4.2. Caducidad

En lo referente a la caducidad, (UOVIRTUAL, 2012, pág. 34) Manifiesta.- “La caducidad de ciertos productos por el transcurso del tiempo pierde sus propiedades”

El concepto de (TENORIO T. Luz C., 2010) Manifiesta.- “La caducidad es el tiempo en que tarda un producto en comenzar a degradarse perdiendo sus propiedades. Es obligatorio incluir la fecha de caducidad en la etiqueta de los productos”

Por el transcurso del tiempo la mercadería pierda calidad y propiedades que impiden su demanda, y en el caso de lograr la salida de estos productos, la empresa puede perder prestigio y por consiguiente poca acogida de los consumidores, lo que restaría beneficios económicos futuros.

1.2.1.5. Valoración

La valoración del inventario de mercadería puede determinarse por varios métodos, sin embargo la administración de una determinada empresa, utiliza el que le permita tener información pertinente y tomar decisiones en el manejo de este rubro del activo y fijar un posible volumen de ventas. Al respecto tomamos el criterio de los siguientes autores (RUIZ María Mercedes, 2015) Manifiesta.- “Son los procedimientos utilizados para valorar tanto las salidas de almacén como las existencias que quedan al final del periodo cuando tenemos diferentes entradas a distintos precios”

Actualmente se utilizan “fórmulas de cálculo de costo” para valorar el inventario, como se detalla en la (NIIF PARA PYMES, 2009, pág. 84) “Una entidad medirá el costo de los inventarios, distintos de los tratados en el párrafo 13.17, utilizando los métodos de primera entrada primera salida (FIFO) o costo promedio ponderado”

Estos métodos se constituyen con unos de los aspectos más importantes, en vista de que de ellos depende la exactitud de la valoración del inventario, la determinación del costo de ventas y los resultados de las operaciones de la

empresa. Aplicar el método FIFO tiene la principal ventaja de que los inventarios están valorados al costo más reciente, y a pesar de que los costos de ventas sería bajos, las utilidades crecerían junto con las obligaciones tributarias. Mientras que el método del COSTO PROMEDIO, no muestra variaciones importantes en el costo de venta de la última mercadería, respecto a la anterior, lo que facilita la salida de productos de forma aleatoria.

Es necesario recalcar que la utilización de uno de estos métodos debe ser informada a la entidad fiscalizadora de impuestos (SRI), con la finalidad de que no haya algún tipo de desconfianza en la declaración de tributos.

1.2.1.5.1. Saldo Inicial

En cuanto al saldo inicial, (Perla D. Lezanski, Alicia O. Mattio, Susana B. Merino, Silvia M. Pasquali, 2008, pág. 117) Mencionan.- “Es el valor de las mercaderías existentes al inicio del ejercicio económico”

Del saldo Inicial, (GUERRERO J. & GALINDO J., 2014, pág. 162) Consideran.-

“La cuenta del inventario representa un saldo histórico, ya que no se afecta por los movimientos de entrada y salida de mercadería. Se carga al inicio por el costo de la mercadería que representa el inventario inicial y se debe considerar como cuenta del activo monetario, ya que su saldo representa la existencia de los productos, pero luego que se inicia operaciones, ya ese saldo no es el mismo por los movimientos de adquisición y enajenación. Se volverá a efectuar únicamente al final de un periodo contable cuando se haga el asiento de ajuste y se cargue por el inventario final que va a representar el inventario inicial para el siguiente ejercicio fiscal. Por consiguiente esta cuenta en su saldo nos va a determinar el inventario final”

El saldo inicial es un referente de comparación para la empresa, significa la cantidad del inventario con que inicia las actividades, luego de haber realizado el ajuste de saldos al final del periodo anterior, mediante este se puede evaluar la eficiencia de la administración en el desarrollo de sus actividades.

1.2.1.5.2. Saldo Final

En cuanto al saldo final, (Perla D. Lezanski, Alicia O. Mattio, Susana B. Merino, Silvia M. Pasquali, 2008, pág. 117) Mencionan.- “Es el valor de las mercancías existentes al finalizar el ejercicio económico”

Existen sistemas contables que permiten obtener el saldo final del inventario de mercadería, como el Sistema de Inventario Perpetuo o Constante que los definen al respecto (GUERRERO J. & GALINDO J., 2014).-

“Mediante este sistema el inventario final se puede determinar en cualquier momento, por lo que no es necesario realizar un recuento físico de las mercancías existentes en los almacenes y sobre todo cerrar la empresa para efectuarlo; sin embargo como acción de control es una acción que finalmente se recomienda cumplir”

Este rubro de saldo final se refleja en el cierre del periodo contable, luego de haber realizado los ajustes con el saldo inicial existente, es una medida de control que debe realizarse a pesar de que existan sistemas contables que puedan determinarlo inmediatamente.

1.2.2. Rentabilidad

De la Rentabilidad, (ORTEGA, Alfonso, 2008) Manifiesta.- “La rentabilidad permite analizar y evaluar las ganancias de la empresa respecto a un nivel dado de la inversión de los dueños”

Según, (CARVAJAL, 2013, pág. 08) “Rentabilidad es lo que rinde o produce una inversión o un activo. Es la ganancia que se obtiene de un capital invertido y se obtiene de la comparación entre la utilidad obtenida y el capital invertido”

La rentabilidad es el resultado del proceso productivo y distributivo, es la utilidad o ganancia del negocio por realizar sus actividades. Es un indicador de rendimiento que mide el éxito de la empresa y su eficiencia. Por tanto, para lograr una excelente coordinación con los recursos, los planes deben de estar directamente relacionados a las funciones y actividades, con la finalidad de alcanzar con eficiencia los objetivos.

1.2.2.1. Rendimientos

Acerca de los rendimientos, (SERRAHIMA, 2011) Manifiesta.- “Es la medida de la riqueza generada por la inversión, la rentabilidad es el “premio” dado a los fondos propios utilizados en la financiación de la misma”

En cuanto a rentabilidad, (SÁNCHEZ J., 2002) Expresa que.-

“La posición económica de una entidad puede ser determinada a partir de los ratios de rendimiento y rentabilidad. Conocer el valor de estos indicadores es bueno, pero conocer las causas que dieron origen a esos valores es mejor. El rendimiento puede ser expresado como la relación entre la utilidad neta y el activo total”

De los párrafos anteriores se puede concluir que para aumentar el rendimiento se deberá aumentar la rotación, es decir incrementar nuestras ventas o disminuir el activo, y/o aumentar el margen, que significa reducir los costos o vender más caro, Mediante los ratios de rendimiento se podrán determinar la posición económica de la entidad y analizar su liquidez para apreciar la capacidad que posee para hacer frente o garantizar sus obligaciones a corto plazo.

1.2.2.1.1. Liquidez General

Sobre la liquidez general, (ALARCÓN Adelfa & ULLOA Elvira, 2012) Consideran.-

“El análisis de liquidez a través de esta razón se basa en los activos y pasivos circulantes. Pues se busca identificar la facilidad o dificultad de una empresa para pagar sus pasivos corrientes con el producto de convertir en efectivo sus activos, también corrientes, este índice tiene su aceptabilidad en que se puedan predecir los flujos de efectivo”

$$\mathbf{LIQUIDEZ\ GENERAL} = \frac{\mathit{Activo\ Circulante}}{\mathit{Pasivo\ Circulante}}$$

A su vez, (INCP Instituto Nacional de Contadores Públicos, 2012, pág. 108) Expresa.-

“La razón corriente indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. Al dividir al activo corriente entre el pasivo corriente, sabremos cuantos activos corrientes tendremos para cubrir o respaldar esos pasivos exigibles a corto plazo”

Es necesario acotar que el parámetro de medición es 2,0, lo que significa que aunque la empresa disminuya al 50% sus activos, aún puede hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, además expresa el número de veces que se cubre el pasivo corriente con el activo corriente.

1.2.2.1.2. Liquidez Inmediata

Referente a la liquidez inmediata, (ALARCÓN Adelfa & ULLOA Elvira, 2012) Consideran.-

“Liquidez inmediata, razón severa o prueba ácida: mide el grado de solvencia e implica la recuperación a muy corto plazo con relación a las responsabilidades contraídas en un breve plazo, elimina los inventarios basándose en el hecho de que es un activo circulante menos líquido”

$$\mathbf{LIQUIDEZ\ INMEDIATA} = \frac{\mathit{Activo\ Circulante} - \mathit{Inventarios}}{\mathit{Pasivo\ Circulante}}$$

Al respecto de la liquidez inmediata, el (INCP Instituto Nacional de Contadores Públicos, 2012, pág. 108) Expresa.-

“Revela la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin contar con la venta de sus existencias, es decir básicamente con los saldos de efectivo, el producto de sus cuentas por cobrar, sus inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación que pueda haber, diferente a los inventarios”

De las definiciones anteriores se puede notar que la razón de liquidez inmediata mide la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo utilizando solo los activos de mayor liquidez, es necesario recalcar que para la seguridad de la empresa el rango de este indicador debe ser igual o superior a la unidad sin exceder, ya que corre el riesgo de tener tesorería ociosa.

1.2.2.2. Inversión

Sobre la inversión, (ZINATH, 2010, pág. 03) Expresa.- “La inversión consiste en los aumentos de los stocks o fondos de capital, edificios, equipos y existencias durante un año e implica el sacrificio de consumo actual para aumentar el consumo futuro”

A su vez, (MUNCH, Lourdes, 2011) Menciona.-

“El objeto de mantener una baja inversión en inventarios suele contradecir la forma de pensar de buena parte del personal de ventas y marketing, a quienes casi siempre les importa que la empresa cuente con un inventario considerable para poder atender rápidamente las solicitudes de los clientes”

Dada la definición anterior se puede sintetizar que la Inversión permite a las empresas competir dentro del mercado globalizado, con la finalidad de buscar mejores beneficios que permitan su crecimiento económico y rentable.

La inversión en inventarios de mercadería puede representar a la empresa un costo de mantenimiento relativamente alto, pero cuando el número de inventarios es reducido, se asume el riesgo de que la demanda sea insatisfecha. Como indicadores de haber planificado una óptima inversión de inventarios en las empresas comerciales, se analizan la rotación de inventarios y el indicador de inventarios en existencias.

1.2.2.2.1. Rotación de Inventarios

En lo referente a la rotación de inventarios, (BIANCHI, 2012) Manifiesta.-

“La rotación de inventario es uno de los indicadores empleados para el control de gestión de la función logística o comercial de una empresa. La rotación de inventario expresa el número de veces o vueltas que se han renovado las existencias que se tiene en stocks, etc.) Durante un periodo (habitualmente se toma un año)”

Con relación a la rotación de inventarios, (VERMOREL Joannes, 2012) Manifiesta.-

“La rotación del inventario es la cantidad de veces que el inventario debe ser reemplazado durante un determinado periodo de tiempo, generalmente un año. Uno de los indicadores más comúnmente utilizados es la gestión de inventarios, ya que refleja la eficacia general de la cadena de suministros, desde el proveedor hasta el cliente. Este indicador se puede calcular para cualquier tipo de inventario (materiales y provisiones, trabajos en curso, productos terminados, o todos combinados) y puede ser utilizado tanto para el sector minorista como el fabricante”

$$\text{ÍNDICE DE ROTACIÓN} = \frac{\text{Costo de Mercancías Vendidas}}{\text{Inventario Promedio}}$$

De las manifestaciones de los autores, tomamos lo esencial que radica en que este indicador muestra que tan eficiente es la empresa en la renovación de sus

inventarios durante el año, además cave recalcar que es importante tomar en cuenta que no se establecen niveles o rangos para medir la rotación del inventario, pero para este tipo de empresas comerciales o ferreteras se procura llegar a 10 veces al año, pero cuanto mayor sea el índice, la gestión de inventarios será mejor, lo que significa un capital inmovilizado de inventario mínimo y una buena rentabilidad, con precaución de no tener un nivel bajo en stock.

1.2.2.2. Inventarios en existencias

De los inventarios en existencias, el (INCP Instituto Nacional de Contadores Públicos, 2012, pág. 108) Expresa.- “Mide el número de días de inventarios disponibles para la venta. A menor número de días, mayor eficiencia en la administración de inventarios”

$$\mathbf{INVENTARIOS\ EN\ EXISTENCIA} = \frac{\mathbf{Inventario\ Promedio\ x\ 365}}{\mathbf{Costo\ de\ Mercancías\ Vendidas}}$$

A su vez (OCHOA, 2012, pág. 01) Manifiesta.-

“Entre menos tiempo estén las mercancías en bodega, menor será el capital de trabajo invertido en inventarios. Una empresa que venda sus inventarios en un mes requerirá más recursos que aquella que los venda en una semana.

Cualquier recurso fijo que tenga la empresa, es costo adicional y se nombra capacidad ociosa. Tener inventarios que no rotan, que casi no se venden, es un factor negativo para las finanzas; no es rentable mantener un producto durante un mes o más”

1.2.2.3. Ingresos

Los ingresos provienen de muchas fuentes, por tanto no se debe considerar solo el efectivo, ya que también existe la posibilidad de obtener un ingreso en la deuda, tal como lo exponen (GUERRERO J. & GALINDO J., 2014, pág. 89).-

“Tradicionalmente el ingreso es cualquier partida u operación que afecte los resultados de una entidad aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas. No debe usarse como sinónimo de entrada en efectivo, ya que estas se refieren exclusivamente al dinero en efectivo o su equivalente que se recibe en una empresa sin que afecte sus resultados”

De los Ingresos, (DIAZ, 2010) Considera.-

“Son los valores que recibe la empresa cuando realiza una venta o presta un servicio con el fin de obtener una ganancia. Cuando realiza una venta La empresa en el ejercicio de su actividad presta servicios y bienes al exterior. A cambio de ellos, percibe dinero o nacen derechos de cobro a su favor, que hará efectivo en las fechas estipuladas. Se produce un ingreso cuando aumenta el patrimonio empresarial y este incremento no se debe a nuevas aportaciones de los socios”

De las citas anteriores podemos decir que los ingresos representan la variación del patrimonio de la empresa por el movimiento de los activo, los mismos que para empresas comerciales son los inventarios. La entidad puede medir sus ingresos y contabilizarlos una vez que ha llegado a un acuerdo con el cliente, es decir cuando la venta se realice en efectivo.

1.2.2.3.1. Clientes

La cuenta clientes también es conocida como créditos dentro de la contabilidad, y para ello se analiza el concepto que expone (FIERRO, 2011, pág. 161).- “Son personas a quienes permanentemente se les vende productos, presta servicios o realiza contratos, y que por su actividad son objeto de créditos que cancelan de acuerdo a las políticas de la empresa”

En cuanto a los clientes, (GUERRERO J. & GALINDO J., 2014, pág. 222) Establece.- “El saldo de esta cuenta constituye el valor que los clientes deben por concepto de ventas a crédito. Ahora bien, no sería correcta que el valor total de dicho saldo apareciera como un activo en el balance general, puesto que no todas las cuentas se llegan a cobrar en su totalidad”

Los clientes son el elemento esencial en la generación de ingresos a la empresa, pero es necesario ejercer un adecuado control de los mismos en cuanto a la generación de créditos, ya que el valor monetario que ellos producen puede en muchas ocasiones convertirse en incobrable.

1.2.2.3.2. Rotación de Cartera

En lo referente a la rotación de cartera, (ALARCÓN Adelfa & ULLOA Elvira, 2012) Consideran.- “Razón que se calcula dividiendo el costo de los bienes vendidos entre las cuentas por cobrar promedio entre las cuentas por cobrar promedio, deduce el tiempo promedio en que la empresa cobra las cuentas a sus clientes, es decir, muestra si existen cuentas malas o incobrables”

$$\text{ROTACIÓN DE CARTERA} = \frac{\text{Ventas a crédito}}{\text{Cuentas por cobrar promedio}}$$

A su vez, el (INCP Instituto Nacional de Contadores Públicos, 2012, pág. 108) Expresa.- “Mide el número de veces que las cuentas por cobrar giran en promedio, durante un periodo de tiempo”

Mediante este ratio se busca determinar el tiempo en que la empresa convierte en efectivo sus cuentas por cobrar. Es importante señalar, que resulta favorable si rotan más veces al año, puesto que se comprueba la eficiencia de la empresa para cobrar sus créditos.

1.2.2.4. Rentabilidad económica

La rentabilidad económica muestra los beneficios que obtiene la empresa, mediante la utilización de sus activos, es decir que representa cada dólar ganado por cada dólar invertido en la empresa. Tal como menciona el libro del autor (ESLAVA, 2010, pág. 91)

“La rentabilidad económica pretende medir la capacidad del activo de la empresa para generar beneficios, que al fin y al cabo es lo que importa realmente para poder remunerar tanto al pasivo como a los propios accionistas de la empresa”

$$RE = \frac{\text{Beneficios Antes de Intereses e Impuestos}}{\text{Activos Totales}}$$

La revista presentada por los autores (ESPARZA, 2010, pág. 37) “Se define como el cociente entre el beneficio de la empresa antes de gastos financieros e impuestos y el activo total neto”

Los resultados que se obtuvieren aplicando la fórmula anterior, corresponden al porcentaje de ganancias obtenidas de la relación de los beneficios económicos entre el activo total. Es importante mencionar que la empresa puede maximizar el margen de beneficios, a través de la gestión para la rotación de sus activos entre los que se destaca el inventario de mercadería, que incrementaría el margen sobre las ventas.

1.2.2.4.1. Beneficios económicos

De los beneficios económicos menciona al respecto, (ESLAVA, 2010, pág. 60) “Es el beneficio conseguido por la actividad normal o de explotación de la empresa”.

En lo referente a los beneficios económicos, (SOLANILLA, 2012, pág. 09) Menciona.- “Es la utilidad operacional incluyendo los ingresos no operacionales y restando los gastos no operacionales”

Los beneficios económicos representan la utilidad bruta de las operaciones de la empresa, cuando aún no han sido descontados los intereses e impuestos, la diferencia de los ingresos y gastos operativos.

1.2.2.4.2. Beneficios netos

En cuanto a los beneficios económicos, (ESLAVA, 2010, pág. 63) Manifiesta.-

“Una vez obtenido el beneficio neto del ejercicio o periodo económico y deducido los impuestos devengados en el mismo (IS), dicho beneficio puede tener dos diferentes destinos, a reparto de dividendos o a creación de las reservas contables”

De igual manera, (SOLANILLA, 2012, pág. 09) Menciona.- “La utilidad resultante después de restar y sumar de la utilidad operacional, los gastos e ingresos no operacionales respectivamente, los impuestos y la reserva legal. Es la utilidad que efectivamente se distribuye a los socios”

De las citas anteriores se recalca que los beneficios netos representan la utilidad a ser distribuida a los socios de la empresa o ser consignada en un porcentaje en la reserva contable.

1.2.2.5. Resultados

En lo referente a los resultados, la (NIIF PARA PYMES, 2009) manifiesta: “Todos los ingresos menos gastos, excluyendo los componentes de otro resultado integral”

De igual manera acerca de los resultados, (GUERRERO J. & GALINDO J., 2014, pág. 225).- Exponen.-

“Las cuentas de ingresos y egresos se cancelan y se cierran al finalizar cada ejercicio fiscal, transfiriendo sus saldos a una cuenta global titulada “pérdidas y ganancias”, en donde se resumen los saldos de las cuentas de resultados”

Los resultados de un periodo contable se muestran en el estado financiero básico pérdidas y ganancias, que muestra el beneficio neto de la empresa, luego de haber deducido de sus ingresos todas sus obligaciones.

1.2.2.5.1. Pérdidas

En lo referente a las pérdidas (MOSQUERA, 2010, pág. 09). Considera.- “Las pérdidas son expiraciones involuntarias de elementos del activo que no guardan relación con la producción de ingresos”

A su vez la (IASB, 2009, pág. 79) menciona.-

“Son pérdidas otras partidas que, cumpliendo la definición de gastos, pueden o no surgir de las actividades ordinarias de la entidad. Las pérdidas representan decrementos en los beneficios económicos y, como tales, no son diferentes en su naturaleza de cualquier otro gasto”

Como lo detallan los autores anteriores, las pérdidas significan los resultados negativos de la diferencia entre los ingresos y egresos, representa la disminución de una parte de los bienes y derechos del recurso de la empresa siempre que no se ejerza un eficiente control de sus gastos respecto a sus ingresos.

1.2.2.5.2. Ganancias

En lo referente a las ganancias, la (NIIF PARA PYMES, 2009, pág. 228) Menciona.- “Incrementos en beneficios económicos que cumplen la definición de ingreso pero no son ingresos de actividades ordinarias”

A su vez, (GUERRERO J. & GALINDO J., 2014, pág. 90) Consideran.- “Usualmente se define a la utilidad neta como la ganancia que se obtiene de restarle a los ingresos recibidos los costos y gastos totales”

Como mencionan los autores en sus citas bibliográficas, las ganancias representan la utilidad o el beneficio económico, luego de ejecutar las actividades de operación en una empresa y reconocer que sus ingresos superan favorablemente sus gastos.

1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Se considerará los artículos y párrafos pertinentes de las leyes y reglamentos, así como las normas contables, en las que se basa las operaciones que deben realizar el Comercial “SANTOS”.

Constitución de la República del Ecuador 2008

Título IV Participación y Organización del poder;

Capítulo quinto Función de transparencia y control social;

Sección tercera Contraloría General del Estado.

Art. 211.- La Contraloría General del Estado es un organismo técnico encargado del control de la utilización de los recursos estatales, y la consecución de los objetivos de las instituciones del Estado y de las personas jurídicas de derecho privado que dispongan de recursos públicos.

Art. 212.- Serán funciones de la Contraloría General del Estado, además de las que determine la ley:

1. Dirigir el sistema de control administrativo que se compone de auditoría interna, auditoría externa y del control interno de las entidades del sector público y de las entidades privadas que dispongan de recursos públicos.
2. Expedir la normativa para el cumplimiento de sus funciones.

Ley de Compañías 2014

Sección V De la Compañía de Responsabilidad Limitada

De la Administración

Art. 126.- Los administradores o gerentes que incurrieren en las siguientes faltas responderán civilmente por ellas, sin perjuicio de la responsabilidad penal que pudieren tener:

c) Formar y presentar balances e inventarios falsos; y

10 De los Balances

Art. 289.- Los administradores de la compañía están obligados a elaborar, en el plazo máximo de tres meses contados desde el cierre del ejercicio económico anual, el balance general, el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y la propuesta de distribución de beneficios, y presentarlos a consideración de la junta general con la memoria explicativa de la gestión y situación económica y financiera de la compañía.

El balance general y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y sus anexos reflejarán fielmente la situación financiera de la compañía a la fecha del cierre del ejercicio social de que se trate y el resultado económico de las operaciones efectuadas durante dicho ejercicio social, según aparezcan de las anotaciones practicadas en los libros de la compañía y de acuerdo con lo dispuesto en este párrafo, en concordancia con los principios de contabilidad de general aceptación.

Art. 290.- Todas las compañías deberán llevar su contabilidad en idioma castellano y expresarla en moneda nacional. Sólo con autorización de la Superintendencia de Compañías, las que se hallen sujetas a su vigilancia y control

podrán llevar la contabilidad en otro lugar del territorio nacional diferente del domicilio principal de la compañía.

Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI) 2014

Título I Impuesto a la Renta

Capítulo IV Depuración de los Ingresos

Sección I De las deducciones

Art. 10.- Deducciones.- En general, con el propósito de determinar la base imponible sujeta a este impuesto se deducirán los gastos que se efectúen con el propósito de obtener, mantener y mejorar los ingresos de fuente ecuatoriana que no estén exentos.

Capítulo VII Determinación del Impuesto

3.- Los impuestos, tasas, contribuciones, aportes al sistema de seguridad social obligatorio que soportare la actividad generadora del ingreso, con exclusión de los intereses y multas que deba cancelar el sujeto pasivo u obligado, por el retraso en el pago de tales obligaciones. No podrá deducirse el propio impuesto a la renta, ni los gravámenes que se hayan integrado al costo de bienes y activos, ni los impuestos que el contribuyente pueda trasladar u obtener por ellos crédito tributario;

5.- Las pérdidas comprobadas por caso fortuito, fuerza mayor o por delitos que afecten económicamente a los bienes de la respectiva actividad generadora del ingreso, en la parte que no fuere cubierta por indemnización o seguro y que no se haya registrado en los inventarios;

Art. 23.- Determinación por la administración.- La administración efectuará las determinaciones directa o presuntiva referidas en el Código Tributario, en los casos en que fuere procedente.

3.- Diferencias físicas en los inventarios de mercaderías que no sean satisfactoriamente justificadas;

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.

Art. 20.- Principios generales.- La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

Art. 21.- Estados financieros.- Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades financieras así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer

sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.

Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (RALORTI) 2009

Título I Del Impuesto a la Renta

Capítulo IV Depuración de la Ingresos

Art. 28.- Gastos generales deducibles.- Bajo las condiciones descritas en el artículo precedente y siempre que no hubieren sido aplicados al costo de producción, son deducibles los gastos previstos por la Ley de Régimen Tributario Interno, en los términos señalados en ella y en este reglamento, tales como:

8.- Pérdidas

b) Las pérdidas por las bajas de inventarios se justificarán mediante declaración juramentada realizada ante un notario o juez, por el representante legal, bodeguero y contador, en la que se establecerá la destrucción o donación de los inventarios a una entidad pública o instituciones de carácter privado sin fines de lucro con estatutos aprobados por la autoridad competente. En el acto de donación comparecerán, conjuntamente el representante legal de la institución beneficiaria de la donación y el representante legal del donante o su delegado. Los notarios deberán entregar la información de estos actos al Servicio de Rentas Internas en los plazos y medios que éste disponga.

En el caso de desaparición de los inventarios por delito infringido por terceros, el contribuyente deberá adjuntar al acta, la respectiva denuncia efectuada durante el ejercicio fiscal en el que ocurre, a la autoridad competente y a la compañía aseguradora cuando fuere aplicable.

El Servicio de Rentas Internas podrá solicitar, en cualquier momento, la presentación de las actas, documentos y registros contables que respalden la baja de los inventarios;

Título II Aplicación del Impuesto al Valor Agregado

Capítulo I Objeto del Impuesto y Hecho Imponible

Art. 140.- Alcance del impuesto.- Sin perjuicio del alcance general establecido en la ley, en cuanto al hecho generador del Impuesto al Valor Agregado se deberá considerar:

Para estos efectos, se considerarán retirados para su uso o consumo propio todos los bienes que faltaren en los inventarios del vendedor o prestador del servicio y cuya salida no pudiere justificarse con documentación fehaciente, salvo en los casos de pérdida o destrucción, debidamente comprobados.

También se entenderá como autoconsumo, el uso de bienes del inventario propio, para destinarlos como activos fijos. La base imponible será el precio de comercialización.

Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) 2011

Verificabilidad.

CC27 La verificación puede ser directa o indirecta. Verificación directa significa comprobar un importe u otra representación mediante observación directa, por ejemplo, contando efectivo. Verificación indirecta significa comprobar las variables de un modelo, fórmulas u otra técnica y recalcular el resultado utilizando la misma metodología. Un ejemplo es

verificar el importe del inventario comprobando las variables (cantidades y costos) y recalculando el inventario final utilizando la misma suposición de flujo de costo (por ejemplo, utilizando el método primera entrada, primera salida).

Activo

4.13 Los activos de una entidad proceden de transacciones u otros sucesos ocurridos en el pasado. Las entidades obtienen los activos mediante su compra o producción, pero también pueden generarse activos mediante otro tipo de transacciones; son ejemplos de ello los terrenos recibidos por la entidad del gobierno, dentro de un programa de fomento del desarrollo económico de un área geográfica, o el descubrimiento de yacimientos minerales. Las transacciones o sucesos que se espera ocurran en el futuro, no dan lugar por sí mismos a activos; así, por ejemplo, la intención de comprar inventarios no cumple, por sí misma, la definición de activo.

Gastos

4.33 La definición de gastos incluye tanto las pérdidas como los gastos que surgen en las actividades ordinarias de la entidad. Entre los gastos de la actividad ordinaria se encuentran, por ejemplo, el costo de las ventas, los salarios y la depreciación. Usualmente, los gastos toman la forma de una salida o depreciación de activos, tales como efectivo y otras partidas equivalentes al efectivo, inventarios o propiedades, planta y equipo.

Reconocimiento de pasivos

4.46 Se reconoce un pasivo, en el balance, cuando es probable que, del pago de esa obligación presente, se derive la salida de recursos que lleven

incorporados beneficios económicos, y además la cuantía del desembolso a realizar pueda ser evaluada con fiabilidad. En la práctica, las obligaciones derivadas de contratos, que están sin ejecutar por ambas partes en la misma proporción (por ejemplo las deudas por inventarios encargados pero no recibidos todavía), no se reconocen generalmente como tales obligaciones en los estados financieros. No obstante, tales obligaciones pueden cumplir la definición de pasivos y, supuesto que satisfagan los criterios para ser reconocidas en sus circunstancias particulares, pueden cumplir los requisitos para su reconocimiento en los estados financieros. En tales circunstancias, el hecho de reconocer los pasivos impone también el reconocimiento de los activos o gastos correspondientes.

Medición de los elementos de los Estados Financieros

4.56 La base o método de medición más comúnmente utilizado por las entidades, al preparar sus estados financieros, es el costo histórico. Éste se combina, generalmente, con otras bases de medición. Por ejemplo, los inventarios se llevan contablemente al menor valor entre el costo histórico y el valor neto realizable, los títulos cotizados pueden llevarse al valor de mercado, y las obligaciones por pensiones se llevan a su valor presente. Además, algunas entidades usan el costo corriente como respuesta a la incapacidad del modelo contable del costo histórico para tratar con los efectos de los cambios en los precios de los activos no monetarios.

Norma Internacional de Contabilidad 2 - Inventarios

Inventarios son activos:

- (a) mantenidos para ser vendidos en el curso normal de la operación;
- (b) en proceso de producción con vistas a esa venta; o

(c) en forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción, o en la prestación de servicios.

Valor neto realizable.- es el precio estimado de venta de un activo en el curso normal de la operación menos los costos estimados para terminar su producción y los necesarios para llevar a cabo la venta.

Valor razonable.- es el importe por el cual puede ser intercambiado un activo, o cancelado un pasivo, entre un comprador y un vendedor interesado y debidamente informado, que realizan una transacción libre.

Medición del Costo.- El costo de los inventarios comprenderá todos los costos derivados de su adquisición y transformación, así como otros costos en los que se haya incurrido para darles su condición y ubicación actuales.

Costos de adquisición.- 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.

Costos de transformación.- Los costos de transformación de los inventarios comprenderán aquellos costos directamente relacionados con las unidades producidas, tales como la mano de obra directa. También comprenderán una parte, calculada de forma sistemática, de los costos indirectos, variables o fijos, en los que se haya incurrido para transformar las materias primas en productos terminados. Son costos indirectos fijos los que permanecen relativamente

constantes, con independencia del volumen de producción, tales como la depreciación y mantenimiento de los edificios y equipos de la fábrica, así como el costo de gestión y administración de la planta. Son costos indirectos variables los que varían directamente, o casi directamente, con el volumen de producción obtenida, tales como los materiales y la mano de obra indirecta.

Valor neto realizable.- El costo de los inventarios puede no ser recuperable en caso de que los mismos estén dañados, si han devenido parcial o totalmente obsoletos, o bien si sus precios de mercado han caído. Asimismo, el costo de los inventarios puede no ser recuperable si los costos estimados para su terminación o su venta han aumentado. La práctica de rebajar el saldo, hasta que el costo sea igual al valor neto realizable, es coherente con el punto de vista según el cual los activos no deben registrarse en libros por encima de los importes que se espera obtener a través de su venta o uso.

Reconocimiento como un Gasto.- Cuando los inventarios sean vendidos, el importe en libros de los mismos se reconocerá como gasto del periodo en el que se reconozcan los correspondientes ingresos de operación. El importe de cualquier rebaja de valor, hasta alcanzar el valor neto realizable, así como todas las demás pérdidas en los inventarios, será reconocido en el periodo en que ocurra la rebaja o la pérdida. El importe de cualquier reversión de la rebaja de valor que resulte de un incremento en el valor neto realizable, se reconocerá como una reducción en el valor de los inventarios, que hayan sido reconocidos como gasto, en el periodo en que la recuperación del valor tenga lugar.

El costo de ciertos inventarios puede ser incorporado a otras cuentas de activo, por ejemplo los inventarios que se emplean como componentes de los trabajos realizados, por la entidad, para los elementos de propiedades, planta y equipo de propia construcción. Los inventarios asignados a otros activos de esta manera, se reconocerá como gasto a lo largo de la vida útil de los mismos.

Fórmulas de cálculo del costo

La fórmula FIFO, 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. Si se utiliza el método o fórmula del costo promedio ponderado, 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.

Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC 11) Inventarios

Los inventarios son activos:

- a) Retenidos para su venta en el curso ordinario de los negocios;
- b) en el proceso de producción para dicha venta; o
- c) en la forma de materiales o suministros que serán consumidos en el proceso de producción o en la prestación de servicios.

Valor neto realizable es el precio estimado de venta en el curso ordinario de los negocios menos los costos estimados de terminación y los costos estimados necesarios para hacer la venta.

4. Los inventarios abarcan las mercancías compradas o retenidas para vender incluyendo por ejemplo mercancía comprada por un detallista y retenida para vender, o terrenos y otras propiedades retenidas para vender. Los inventarios también abarcan bienes producidos o trabajos en proceso de producción por la empresa, e incluyen materiales y suministros en espera de uso en el proceso de producción.

Cuantificación de Inventarios

5. Los inventarios deben ser cuantificados al más bajo de su costo y su valor neto de realización.

Costo de Inventarios

1. El costo de inventarios debe comprender todos los costos de compra, costos de conversión y otros costos incurridos para traer los inventarios a su presente ubicación y condición.

Costo de Compra

7. Los costos de compra de inventarios comprenden el precio de compra, derechos de importación y otros impuestos (distintos de los que son recuperables por la empresa de parte de las autoridades fiscales) y transporte, manejo y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de productos terminados, materiales y servicios. Los descuentos por pronto pago, bonificaciones y otras partidas similares se deducen en la determinación de los costos de compra.

Plan Nacional del Buen vivir 2013 - 2017

Objetivo 10.- Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva

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

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

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo a la orientación que toma la presente investigación y en base a la fundamentación metodológica, se aplicó un enfoque cualitativo en vista de que se plantea un problema, pero no se sigue un proceso específico, sin embargo para formar una teoría coherente, se inicia una previa indagación en el campo de estudio; y cuantitativo al requerir información directa de los involucrados mediante la aplicación de técnicas e instrumentos para analizar y determinar los procedimientos necesarios en el manejo y tratamiento de los inventarios de mercadería en base a la eficiencia, la eficacia y de esta manera conlleve a obtener la solución óptima al problema.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizó la modalidad de proyecto factible, la misma que se desarrolla en tres etapas expuesta a continuación:

La primera etapa se basa en la búsqueda de información sobre el manejo y tratamiento de los inventarios de mercadería que conlleven a un adecuado control interno de los mismos, además de la investigación de campo, la misma que permite obtener la información relevante a través de la relación directa con el objeto de estudio.

En la segunda etapa se procedió a la elaboración de la propuesta en base a la información obtenida en la etapa anterior y, así determinar las herramientas y técnicas adecuadas para la solución del problema.

La tercera etapa se basó en la evaluación y validación del manual de control de inventario de mercadería, mediante una prueba piloto que conllevó a la factibilidad del proyecto.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. Investigación Bibliográfica

Se consideró esta técnica para recabar información de hechos científicos comprobados, respecto a las dimensiones e indicadores de las variables de investigación tales como la administración de inventario y la rentabilidad de la empresa, que han sido plasmados en libros, revistas y diversos documentales como aporte a la investigación e incentivo a las habilidades de la comprensión de la lectura.

2.3.2. Investigación Documental

Se aplicó la base documental, es decir que se consideró la información pertinente de los libros actualizados, tesis de grado, revistas científicas, y el internet para la conceptualización de los temas relacionados con el Control Interno de Inventario de mercadería, las dimensiones e indicadores de la administración de inventarios y la rentabilidad del Comercial “SANTOS”

2.3.3. Investigación de Campo

Para obtener la información pertinente es necesaria la observación directa, en vista de que permite generar resultados eficientes de acuerdo a los objetivos planteados en la presente investigación. Con la finalidad de capturar información de testimonios orales o escritos de los involucrados directos, este tipo de investigación fue aplicada en el Comercial “SANTOS”

2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.4.1. Método Inductivo

Para el presente proyecto de investigación se utilizó el método inductivo que permitió realizar el análisis de hechos particulares referentes al manejo de inventarios tales como planificación, registro, valoración, entre otros. Para llegar a conclusiones de carácter general, relacionados con la administración de inventario.

2.4.2. Método Analítico

Se empleó el método analítico que permitió descomponer el objeto de estudio en elementos que nos condujeron a la realidad de la investigación, partiendo del análisis individual de hechos simples y particulares del manejo de inventarios hasta llegar al análisis más complejo referente al control interno de inventarios de mercadería.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.5.1. Encuesta

La encuesta es una de las técnicas más utilizadas para obtener información, mediante la elaboración previa de un cuestionario del que se espera conocer los hechos, opiniones y actitudes del sujeto determinado en la muestra, respecto al Control interno de inventario de mercadería.

La encuesta fue aplicada a una parte representativa de los clientes del Comercial “SANTOS”, como aporte esencial al desarrollo de la investigación.

2.5.2. Entrevista

La entrevista es una técnica de investigación muy utilizada en vista de que permite recopilar información mediante una conversación de carácter profesional respecto a las variables de estudio que se quiere demostrar, previo a esto se debe tener un claro conocimiento de la hipótesis de trabajo, para la correcta estructuración del guión que permitirá un mayor desenvolvimiento con la persona entrevistada y lograr resultados eficaces y confiables.

La entrevista fue aplicada al personal administrativo y operativo, técnica que permitió conocer el comportamiento de la administración de inventarios y su incidencia en la rentabilidad del Comercial “SANTOS”

2.5.3. Observación

Esta técnica fue empleada con la finalidad de observar directamente el lugar donde se desarrollan los hechos del fenómeno de estudio, se obtuvo información relacionada a las variables de investigación, que luego de ser procesada, evaluada y analizada se conoció el nivel de contribución al alcance de los objetivos establecidos.

2.6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

2.6.1. Cuestionario

El Cuestionario es un instrumento necesario e importante para la aplicación de la encuesta y la entrevista, aquí se formularon las interrogantes objetivas y subjetivas de acuerdo al contenido de la investigación permitiendo analizar los resultados del comportamiento de las variables para la comprobación de la hipótesis.

El cuestionario dirigido a los clientes de la empresa, está estructurado de 7 ítems con los que se pretende recabar información de la variable de estudio, además de analizar cómo influye el control interno de inventario de mercadería en este factor.

Previa a la aplicación a los involucrados directos, la encuesta fue validada por un experto profesional, también se realizó una prueba piloto en una ferretería que cumple con características similares para confirmar que este instrumento está apto y es pertinente para obtener datos relevantes.

2.6.2. Guía de Entrevista

La guía de la entrevista fue estructurada con 22 interrogantes, que permitieron obtener información directa del personal administrativo y operativo.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. Población

(Jorge L, 2011) Afirma que: “Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.”

La población representa el conjunto de elementos que poseen una característica en común de lo que se desea estudiar con la finalidad de sacar conclusiones y dar origen a los datos en la investigación.

Para el desarrollo de la investigación se considerará como población finita a los administradores y colaboradores del Comercial “SANTOS” y como aporte esencial se estudiará a sus potenciales clientes ubicado en la parroquia Anconcito.

CUADRO N° 3.- Distribución de la Población

UNIDADES DE OBSERVACIÓN	POBLACIÓN
Personal Administrativo	5
Personal Operativo	10
Clientes	150
TOTAL	165

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

2.7.2. Muestra

Según, (RUBIO, 2011) Afirma que “La Muestra se define como un conjunto de medidas o el recuento de una parte de los elementos pertenecientes a una población”

2.7.2.1. Muestreo Probabilístico

Respecto al Muestreo probabilístico los autores, (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) Manifiestan.- “En las muestras probabilísticas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis”

2.7.2.1.1. Tipos de Muestreo Probabilístico

Referente a los tipos de Muestreo probabilístico los autores, (López de Bozik, 2011) Manifiesta.-

- ✓ **Muestreo Aleatorio Simple.-** Selección aleatoria
- ✓ **Muestreo Sistemático.-** Selección de entidades a intervalos irregulares.
- ✓ **Muestreo Estratificado.-** Muestreo dentro de los grupos de población.

- ✓ **Muestreo por Conglomerado.-** Encuestar a grupos definidos de población muestreados al azar.
- ✓ **Muestreo por Etapas.-** Muestrear los conglomerados seleccionados al azar.

2.7.2.1.2. No Probabilística

Respecto al Muestreo no probabilístico los autores, (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) Manifiestan.- “En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra”

2.7.2.1.3. Tipos de Muestreo no Probabilístico

Referente a los tipos de Muestreo no probabilístico los autores, (López de Bozik, 2011) Manifiesta.-

- ✓ **Muestreo por conveniencia.-** Muestrear a los individuos o entidades más convenientes.
- ✓ **Muestreo voluntario.-** La muestra se selecciona a sí misma.
- ✓ **Muestreo por cuotas.-** Muestreo de conveniencia dentro de los grupos de población.
- ✓ **Muestreo dimensional.-** Muestreo por cuotas multidimensional.
- ✓ **Muestreo intencional.-** Escoger los casos supuestamente interesantes o típicos.
- ✓ **Muestreo multiplicador (snowball sampling).-** Confeccionar la muestra por medio de informantes.

Con el propósito de obtener información relevante y fidedigna, se implementará el tipo de muestreo probabilístico estratificado, mediante el cual, todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos, dentro de los grupos de la población, logrando la selección de la muestra adecuada para lograr el objetivo acerca de la población en estudio.

2.7.2.2. Tamaño de la Muestra

Para definir el tamaño de la muestra, se utiliza la siguiente fórmula para población finita:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Dónde:

N = Tamaño de la Población

n = Tamaño de La muestra

Z = Grado de Confiabilidad (1,96)

P = Probabilidad (0,50)

Q = No Probabilidad (0,50)

E = Error Muestral (0,05)

Datos:

n = ?

N = 165

Z = 1,96

P = 0,50

Q = 0,50

E = 0,05

Fórmula:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 165}{0,05^2 (165 - 1) + 1,96 \times 0,5 \times 0,5} = \mathbf{115}$$

Entonces la muestra queda delimitada en 115 personas

FM = Fracción Muestral

$$F. M. = \frac{n}{N}$$

$$F. M. = \frac{115}{165} = 0,69954112$$

CUADRO N° 4.- Tamaño de la Muestra

UNIDADES DE OBSERVACIÓN	MUESTRA
Personal Administrativo	3
Personal Operativo	7
Clientes	105
TOTAL	115

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

2.8. PROCEDIMIENTOS

El desarrollo de este proyecto, requiere del siguiente proceso de investigación:

- ✓ Planteamiento del problema
- ✓ Revisión bibliográfica
- ✓ Definición de la población y selección de la muestra.
- ✓ Consecución del sistema de variables.
- ✓ Elaboración del instrumento de investigación.
- ✓ Ensayo piloto del instrumento.
- ✓ Estudio de campo.
- ✓ Proceso y análisis de datos.
- ✓ Conclusiones y recomendaciones.
- ✓ Formulación de la propuesta.
- ✓ Preparación y redacción del informe final.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

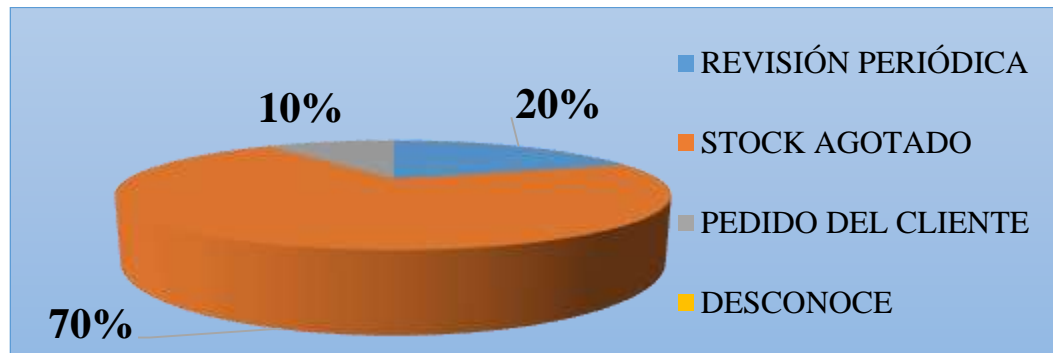
TABLA N° 1.- Compra de Mercadería

¿En función de que la empresa realiza las compras de mercadería?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
1	REVISIÓN PERIÓDICA	2	20%	20%
	STOCK AGOTADO	7	70%	90%
	PEDIDO DEL CLIENTE	1	10%	100%
	DESCONOCE		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 1.- Compra de mercadería



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

A partir de los resultados obtenidos, el 70% de los encuestados determinan que en el Comercial "SANTOS" se realiza las compras de mercaderías en función del stock agotado, por lo que se recomienda la implementación de procedimientos para la adquisición de las existencias.

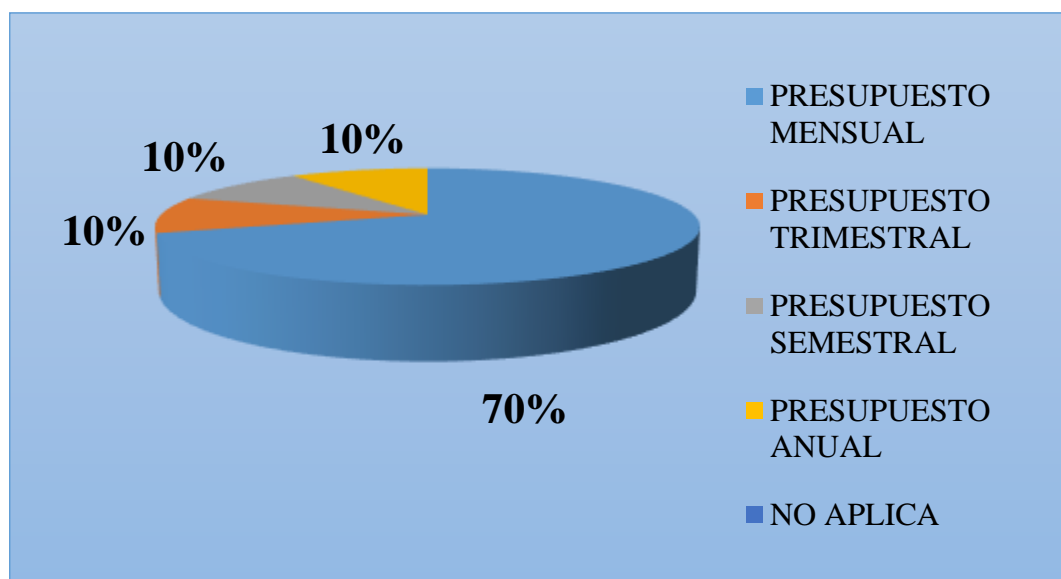
TABLA N° 2.- Planificación de las Ventas

La empresa tiene planificada sus ventas a través de:				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
2	PRESUPUESTO MENSUAL	7	70%	70%
	PRESUPUESTO TRIMESTRAL	1	10%	80%
	PRESUPUESTO SEMESTRAL	1	10%	90%
	PRESUPUESTO ANUAL	1	10%	100%
	NO APLICA		0%	100%
	Total general		10	100%

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 2.- Planificación de las Ventas



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

A partir de los resultados obtenidos, el 70% de los encuestados determinan que el Comercial "SANTOS" tiene una planificación de sus ventas a través de un presupuesto mensual, esto permite a la empresa tomar decisiones respecto a la adquisición de mercaderías con mayor nivel de rotación durante el periodo.

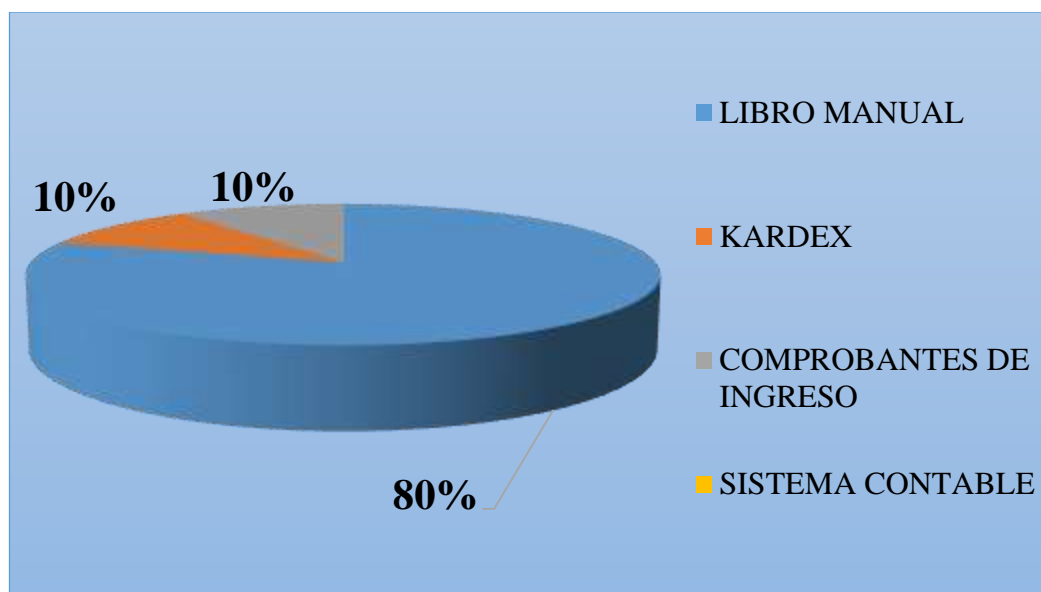
TABLA N° 3.- Registro de entrada de mercadería

¿Cómo se llevan los registros de la entrada de mercadería?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
3	LIBRO MANUAL	8	80%	80%
	KARDEX	1	10%	90%
	COMPROBANTES DE INGRESO	1	10%	100%
	SISTEMA CONTABLE		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 3.- Registro de entrada de mercadería



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Según los resultados obtenidos, el 80% de los encuestados establecen que los registros de la entrada de mercadería son llevados mediante libro manual, se recomienda al Comercial “SANTOS” la implementación de un sistema contable que mejore el control del inventario, para la oportuna toma de decisiones.

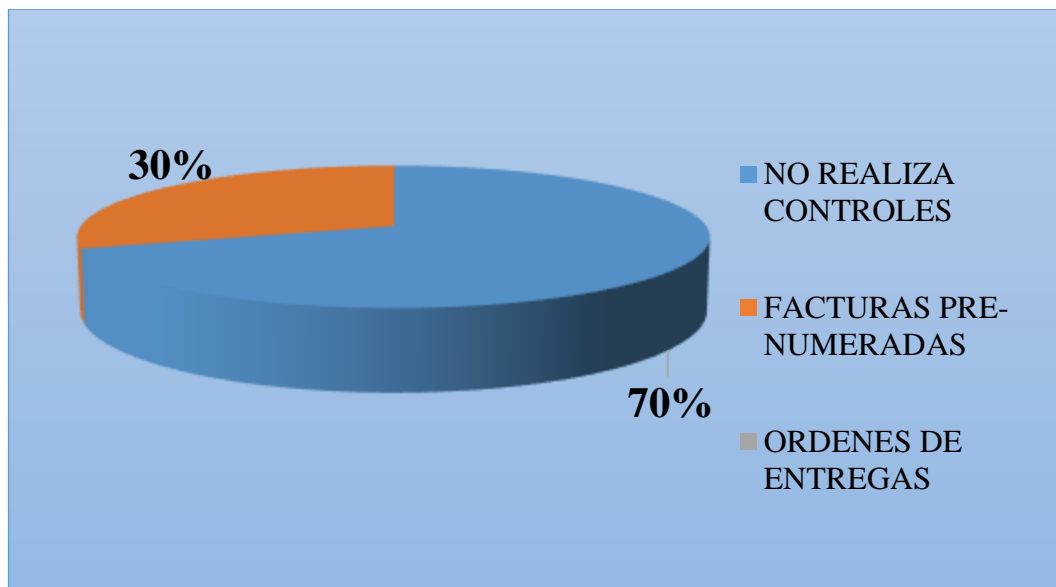
TABLA N° 4.- Registro de salidas de mercadería

¿Cómo se llevan los registros de salida de mercadería?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
4	NO REALIZA CONTROLES	7	70%	70%
	FACTURAS PRE-NUMERADAS	3	30%	100%
	ORDENES DE ENTREGAS		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 4.- Registro de salidas de mercadería



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

De los datos obtenidos, el 70% de los encuestados consideran que no se realizan controles de los registros de salida de mercadería, se concluye que sería importante la implementación de documentos para mantener una adecuada administración de las existencias.

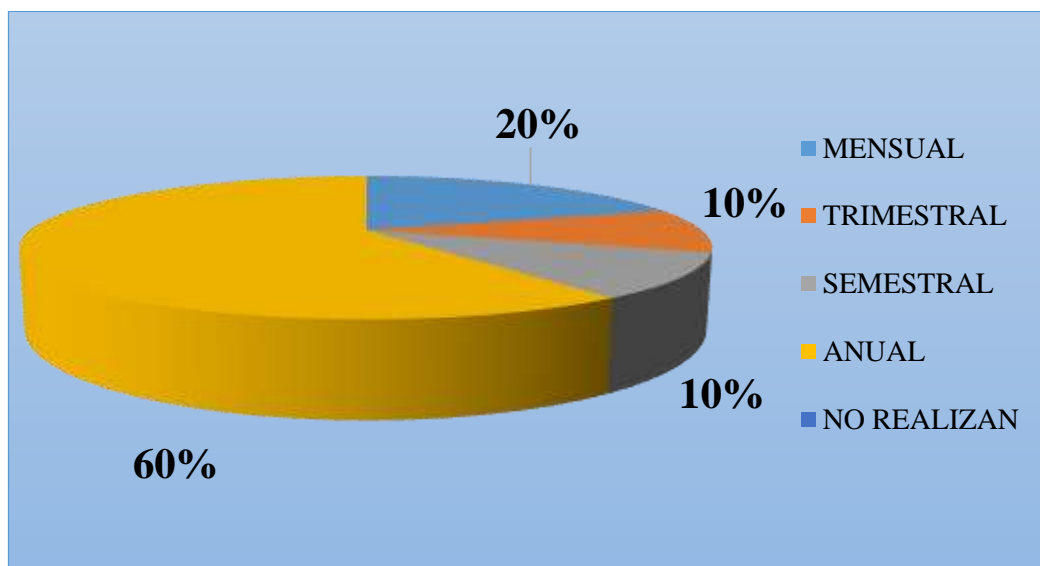
TABLA N° 5.- Periodo de toma física de inventario de mercadería

¿En qué periodo la empresa realiza la toma física de inventarios de mercadería?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
5	MENSUAL	2	20%	20%
	TRIMESTRAL	1	10%	30%
	SEMESTRAL	1	10%	40%
	ANUAL	6	60%	100%
	NO REALIZAN		0%	100%
	Total general		10	100%

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 5.- Periodo de toma física de inventario de mercadería



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

A partir de los resultados obtenidos, el 60% de los encuestados en el Comercial "SANTOS" determinan que el periodo de la toma física de inventario de mercadería se realiza de forma anual, es decir la empresa cumple con las disposiciones de las normas de control interno.

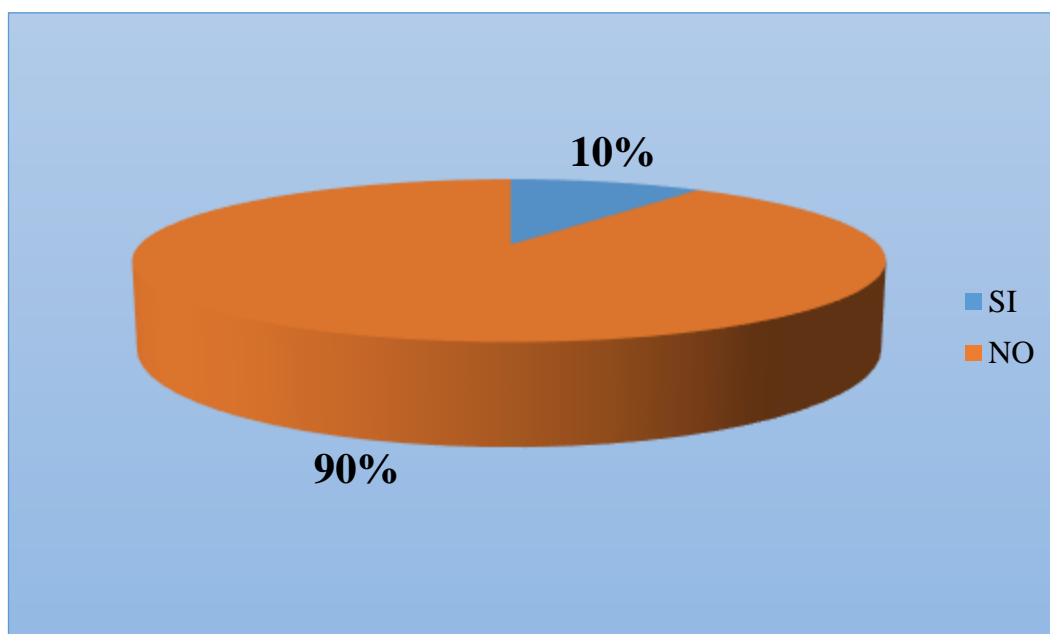
TABLA N° 6.- Procedimientos de conciliación de saldos de inventario.

¿Aplica la empresa los procedimientos de conciliación de saldos de inventarios?				
ITEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
6	SI	1	10%	10%
	NO	9	90%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 6.- Procedimientos de conciliación de saldos de inventario.



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 90% de los encuestados en el Comercial “SANTOS” establecen que no se aplican procedimientos de conciliación de saldos de inventarios, se concluye que sería importante la implementación de lineamientos de control para las existencias

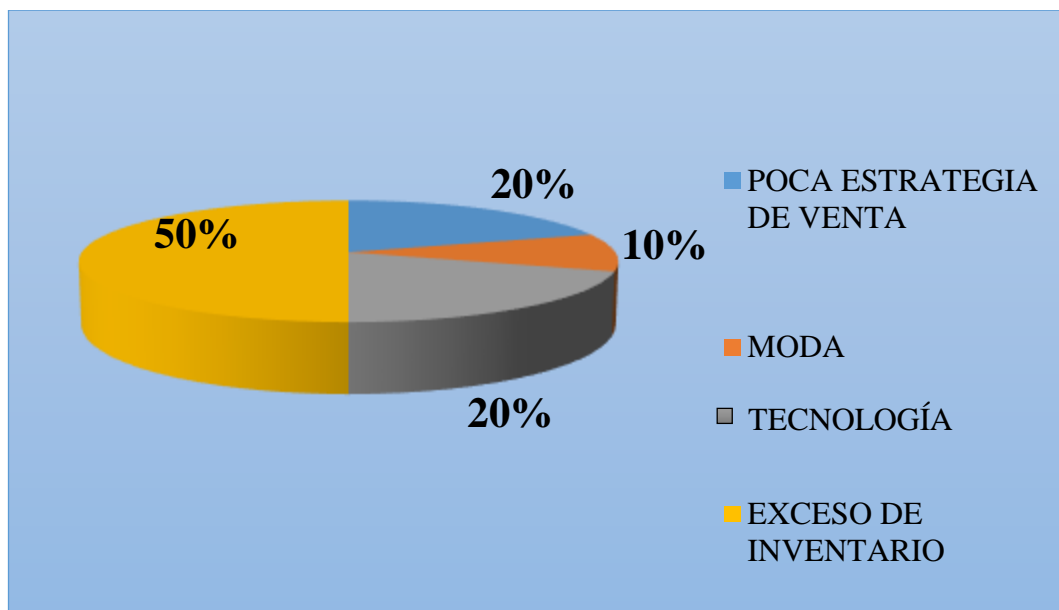
TABLA N° 7.- Causas de la obsolescencia de inventario

¿Sabe usted cuáles son las causas de la obsolescencia de inventario?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
7	POCA ESTRATEGIA DE VENTA	2	20%	20%
	MODA	1	10%	30%
	TECNOLOGÍA	2	20%	50%
	EXCESO DE INVENTARIO	5	50%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 7.- Causas de la obsolescencia de inventario



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Según los resultados obtenidos en el Comercial "SANTOS", el 50% de los encuestados determinan que el exceso de inventario es una de las causas de su obsolescencia, por lo que se recomienda la implementación de políticas para el eficiente control de las existencias.

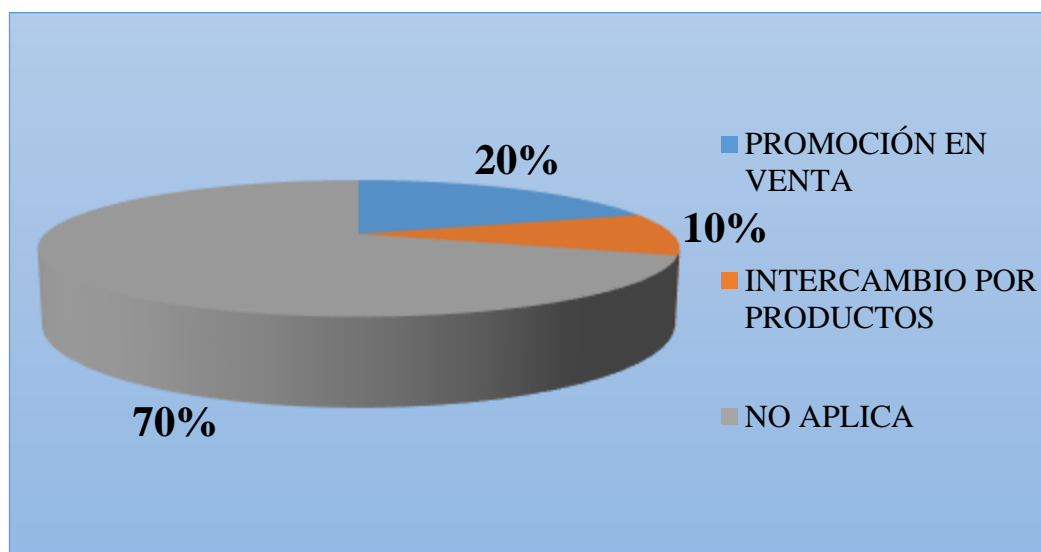
TABLA N° 8.- Estrategias para evitar caducidad de inventario

¿Qué estrategias aplica la empresa para evitar la caducidad de sus productos?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
8	PROMOCIÓN EN VENTA	2	20%	20%
	INTERCAMBIO POR PRODUCTOS	1	10%	30%
	NO APLICA	7	70%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 8.- Estrategias para evitar caducidad de inventario



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

De los resultados obtenidos, el 70% de los encuestados en el Comercial “SANTOS” determinan que no se aplican estrategias para evitar la caducidad de sus productos, se concluye que sería importante la implementación de lineamientos de control de los materiales.

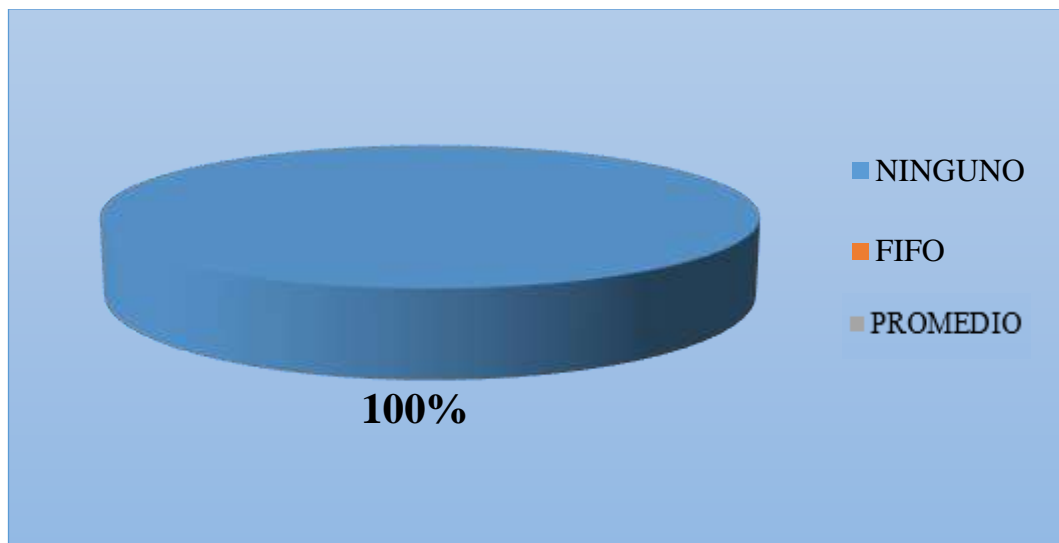
TABLA N° 9.- Métodos de valoración del inventario

¿A través de qué método obtiene el saldo inicial de inventario de mercadería?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
9	NINGUNO	10	100%	100%
	FIFO		0%	100%
	PROMEDIO		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 9.- Métodos de valoración del inventario



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Según los resultados obtenidos, el 100% de los encuestados en el Comercial “SANTOS” consideran que para la obtención del saldo inicial del inventario de mercadería no se aplica ningún método, por lo que se recomienda la implementación de un sistema de valoración establecido en las normas.

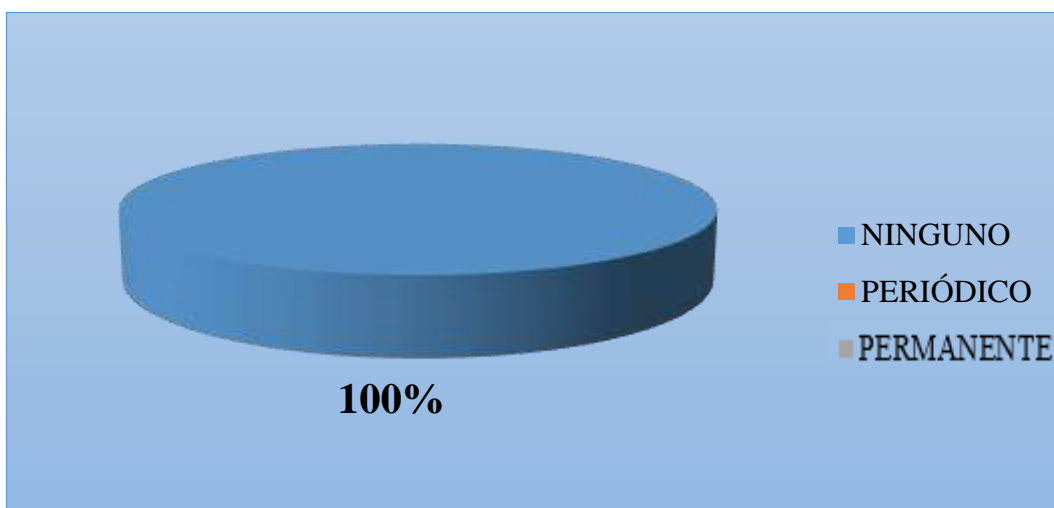
TABLA N° 10.- Sistemas contables para obtener el saldo final de inventarios

¿A través de qué sistema se obtiene el saldo final de inventario de mercadería?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
10	NINGUNO	10	100%	100%
	PERIÓDICO		0%	100%
	PERMANENTE		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 10.- Sistemas contables para obtener el saldo final de inventarios



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Según los datos obtenidos, el 100% de los encuestados en el Comercial “SANTOS” determinan que para la obtención del saldo final de inventario de mercadería no se aplica ningún sistema, se concluye que sería importante la implementación de un método adecuado para conocer los resultados al cierre del periodo contable.

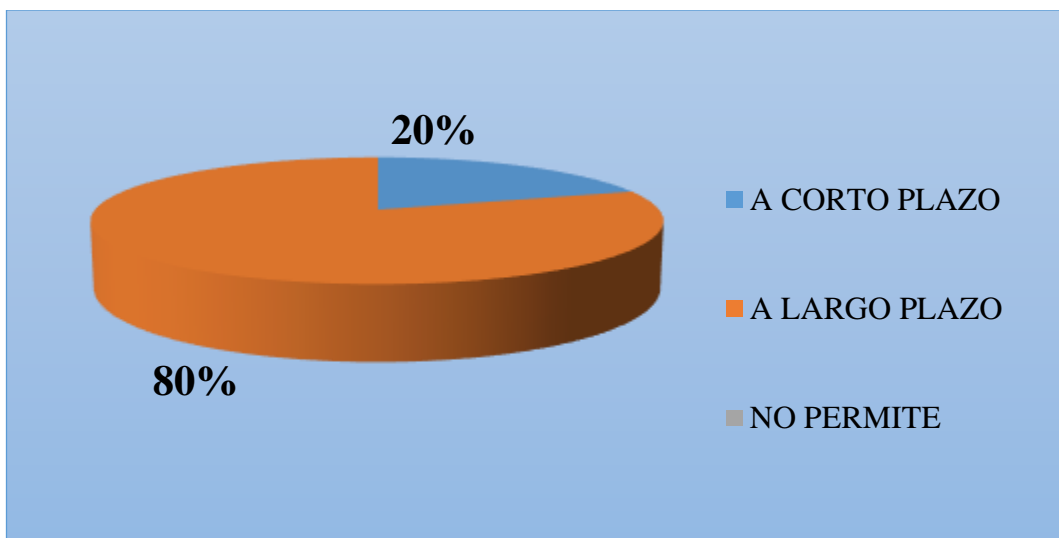
TABLA N° 11.- Liquidez general

¿Considera usted que la liquidez general de la empresa le permite hacer frente a sus obligaciones?				
ITEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
11	A CORTO PLAZO	2	20%	20%
	A LARGO PLAZO	8	80%	100%
	NO PERMITE		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 11- Liquidez general



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

A partir de los resultados obtenidos, el 80% de los encuestados establecen que la liquidez general en el Comercial "SANTOS" le permite hacer frente a sus obligaciones a largo plazo, es decir la empresa mantiene índices financieros óptimos.

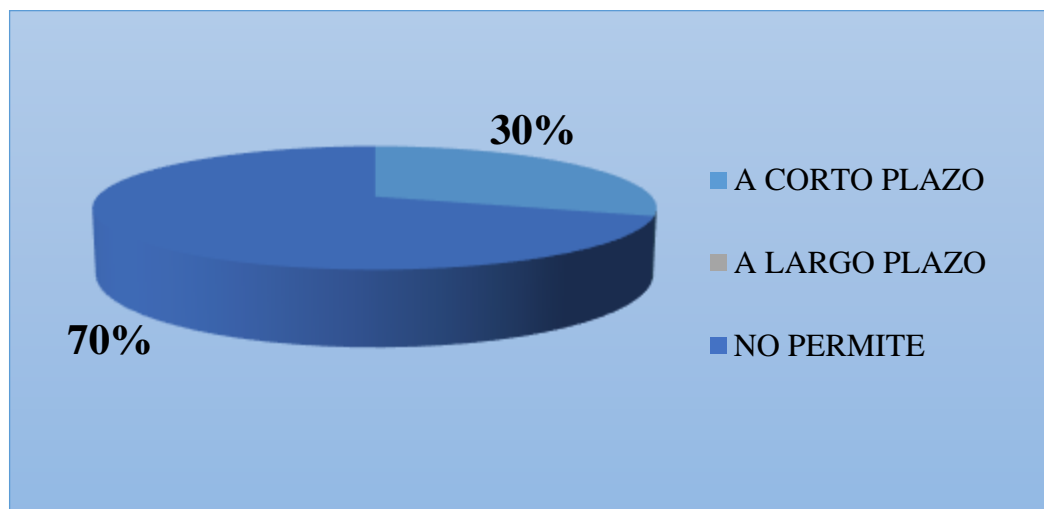
TABLA N° 12.- Liquidez inmediata

¿Considera usted que la liquidez inmediata de la empresa le permite hacer frente a sus obligaciones?				
ITEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
12	A CORTO PLAZO	3	30%	30%
	A LARGO PLAZO		0%	30%
	NO PERMITE	7	70%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 12.- Liquidez inmediata



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Según el análisis los datos estadísticos, el 70% de los encuestados determinan que la liquidez inmediata del Comercial "SANTOS" no le permite hacer frente con sus obligaciones a corto y largo plazo, por lo que se recomienda la implementación de índices financieros.

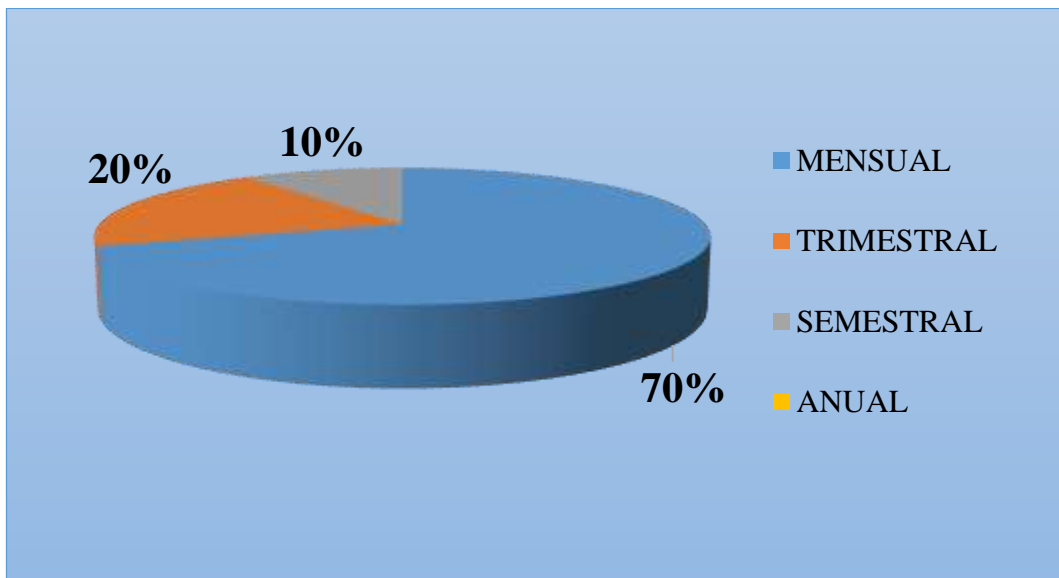
TABLA N° 13.- Periodo de rotación de inventarios

¿Cuál es el periodo de rotación de inventarios?				
ITEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
13	MENSUAL	7	70%	70%
	TRIMESTRAL	2	20%	90%
	SEMESTRAL	1	10%	100%
	ANUAL		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 13.- Periodo de rotación de inventarios



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

De los resultados obtenidos, el 70% de los encuestados en el Comercial “SANTOS” determinan que el periodo de rotación de inventarios es de forma mensual, es decir que existen productos que generan beneficios económicos en periodos muy cortos.

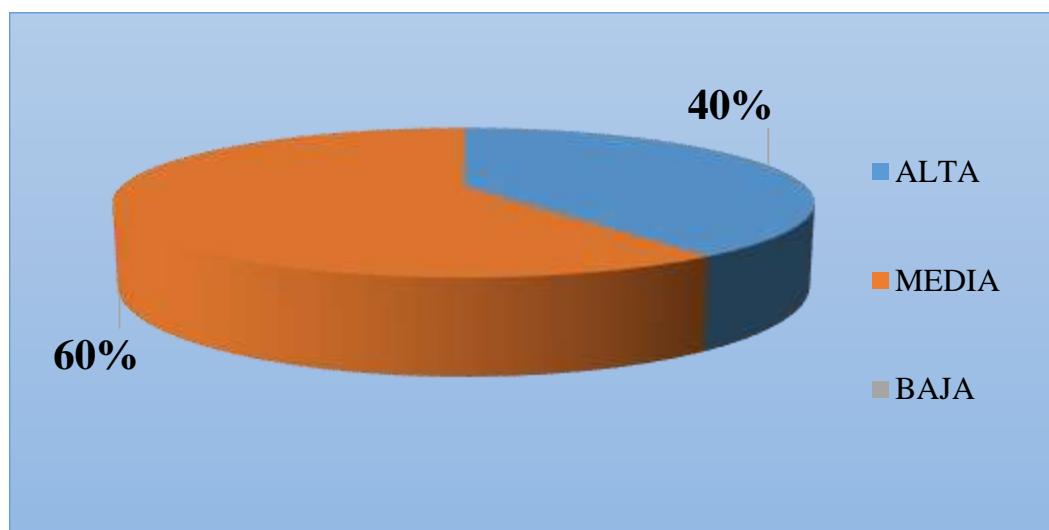
TABLA N° 14.- Nivel de inversión de inventarios

Los inventarios en existencias representan un nivel de inversión: Alta, Media o Baja.				
ITEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
14	ALTA	4	40%	40%
	MEDIA	6	60%	100%
	BAJA		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 14.- Nivel de inversión de inventarios



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

A partir de los datos obtenidos, el 60% de los encuestados en el Comercial “SANTOS” consideran que los inventarios en existencias representan un nivel de inversión media, por lo tanto se recomienda que mantenga su posicionamiento en el mercado e incremente el margen de adquisición de mercadería de acuerdo a las exigencias del mercado.

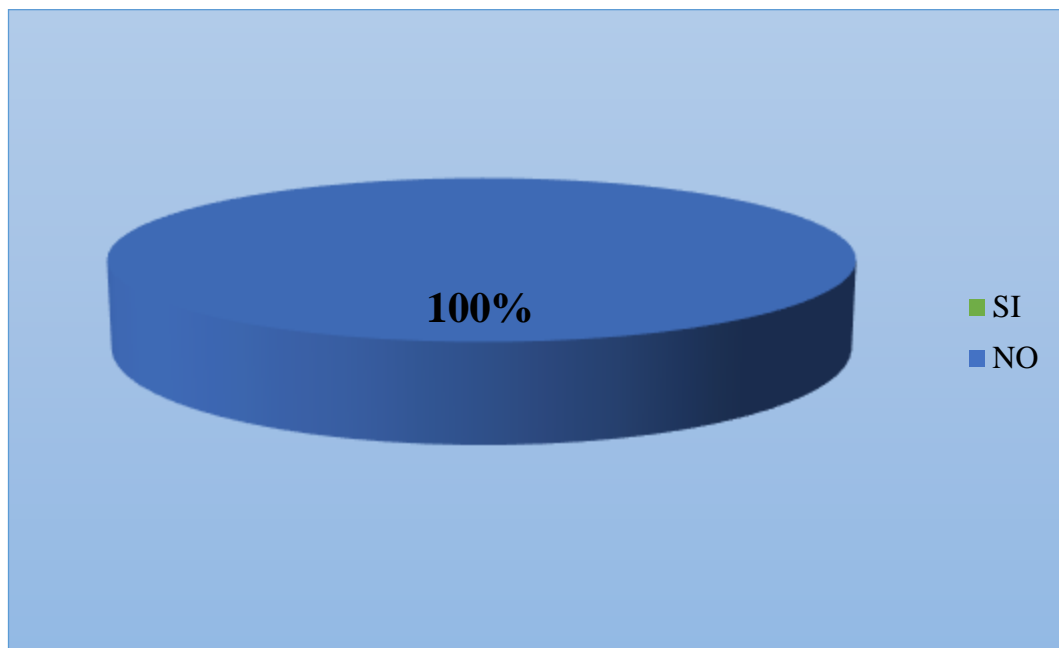
TABLA N° 15.- Ventas a crédito

¿El monto de las ventas a crédito superan el del efectivo?				
ITEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
15	SI		0%	0%
	NO	10	100%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 15.- Ventas a créditos



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

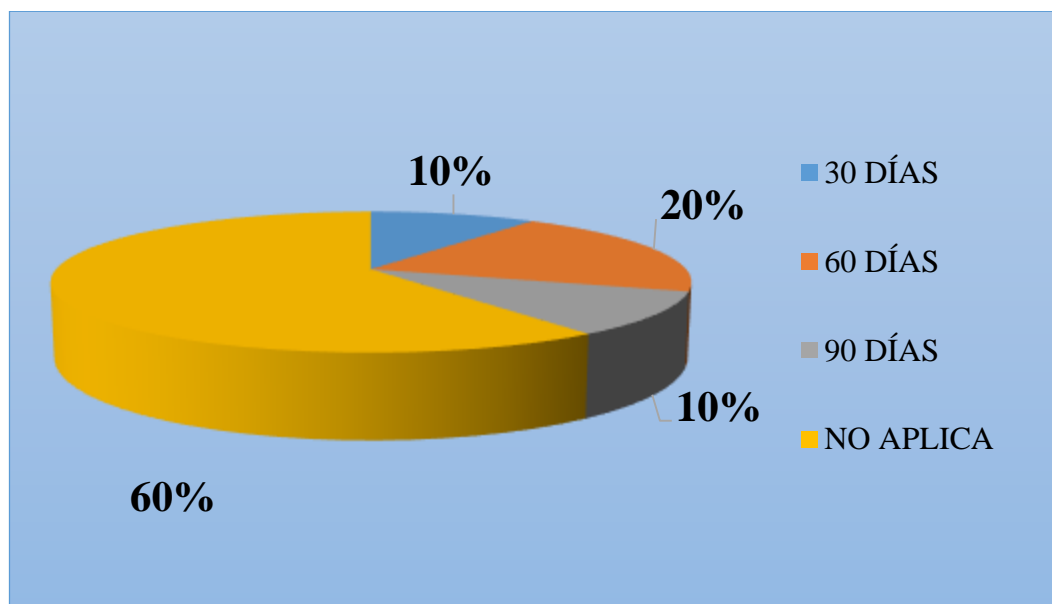
Según los resultados obtenidos, el 100% de los encuestados en el Comercial “SANTOS” determinan que el monto de las ventas a crédito no supera al efectivo, se concluye que sería importante la implementación de métodos para otorgar créditos a los clientes.

TABLA N° 16.- Rotación de cartera

¿Cuál es el plazo que usted maneja en la rotación de cartera?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
16	30 DÍAS	1	10%	10%
	60 DÍAS	2	20%	30%
	90 DÍAS	1	10%	40%
	NO APLICA	6	60%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.
Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 16.- Rotación de cartera



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.
Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Según los resultados obtenidos, el 60% de los encuestados en el Comercial “SANTOS” establecen que no se aplican los plazos para el manejo de rotación de cartera, se recomienda que implemente lineamientos para definir los días de pagos para la administración de la cartera.

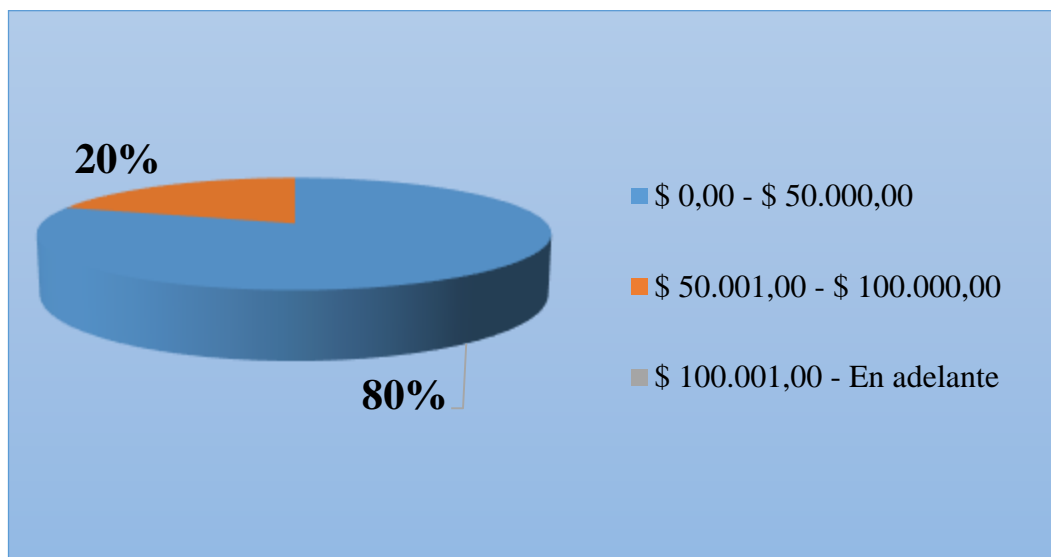
TABLA N° 17.- Beneficios económicos

¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra el beneficio económico anual de la empresa?				
ITEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
17	\$ 0,00 - \$ 50.000,00	8	80%	80%
	\$ 50.001,00 - \$ 100.000,00	2	20%	100%
	\$ 100.001,00 - En adelante		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 17.- Beneficios económicos



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 80% de los encuestados determinan que actualmente el Comercial “SANTOS” mantiene sus beneficios económicos anuales en un rango de entre \$ 0,00 - \$ 50.000,00, es decir las ganancias de la empresa cambiarían de un año a otro.

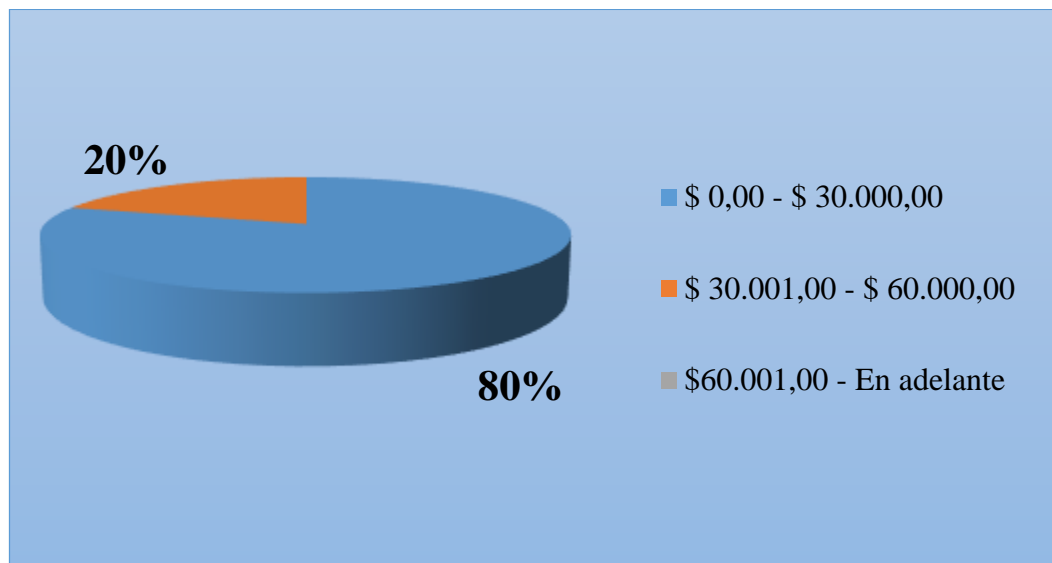
TABLA N° 18.- Beneficios netos

¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra el beneficio neto anual de la empresa?				
ITEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
18	\$ 0,00 - \$ 30.000,00	8	80%	80%
	\$ 30.001,00 - \$ 60.000,00	2	20%	100%
	\$60.001,00 - En adelante		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 18.- Beneficios netos



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

De acuerdo a los datos estadísticos, el 80% de los encuestados consideran que actualmente el Comercial “SANTOS” mantiene sus beneficios netos en un rango de entre \$ 0,00 a \$ 30.000,00 después de deducidos todos los impuestos.

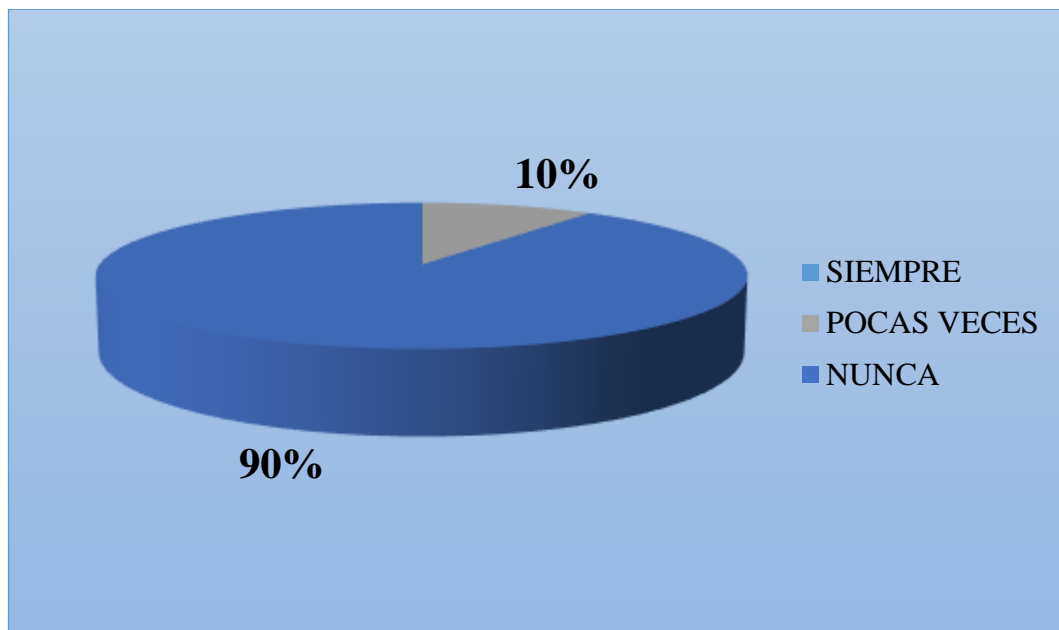
TABLA N° 19.- Pérdidas

¿En los últimos 5 años ha registrado pérdida la empresa?				
ITEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
19	SIEMPRE		0%	0%
	POCAS VECES	1	10%	10%
	NUNCA	9	90%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 19.- Pérdidas



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Luego del análisis de los datos estadísticos, el 90% de los encuestados consideran que nunca se registraron pérdidas económicas durante los últimos cinco años en el Comercial “SANTOS”, es decir la empresa mantiene un índice de rentabilidad óptimo.

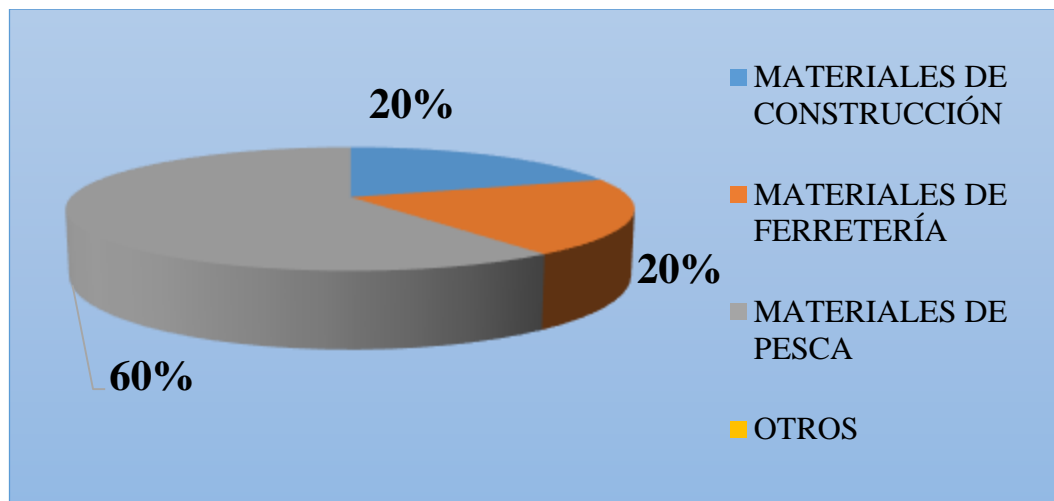
TABLA N° 20.- Ganancias

¿Las ganancias obtenidas en la empresa provienen en su mayoría de la venta de?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
20	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	2	20%	20%
	MATERIALES DE FERRETERÍA	2	20%	40%
	MATERIALES DE PESCA	6	60%	100%
	OTROS		0%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 20.- Ganancias



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Según resultados obtenidos, el 60% de los encuestados consideran que las ganancias del Comercial "SANTOS" provienen en su mayoría de la venta de los materiales de pesca, por lo tanto se recomienda la implementación de estrategias de ventas para los productos de construcción y de ferretería.

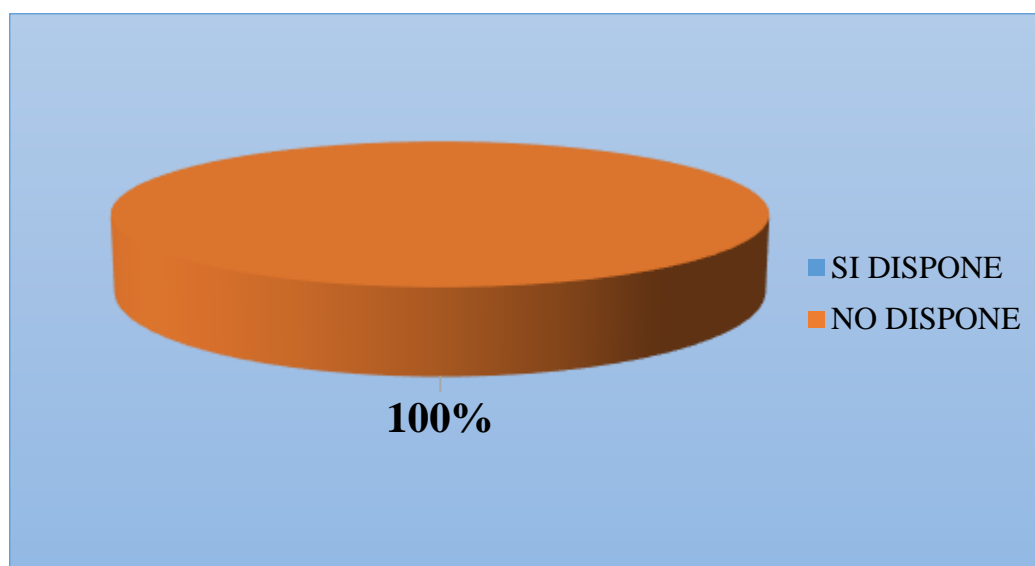
TABLA N° 21.- Manual de control interno para el manejo de inventario

¿Dispone la empresa de un manual de control interno para el manejo de inventario?				
ITEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
21	SI DISPONE		0%	0%
	NO DISPONE	10	100%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 21.- Manual de control interno para el manejo de inventario



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Luego del análisis de los datos estadísticos, el 100% de los encuestados determinan que el Comercial "SANTOS" no dispone de un manual de control interno para el manejo de inventarios, por lo tanto se recomienda el diseño de un instrumento que incluya políticas y procedimientos para la eficiente administración - contable.

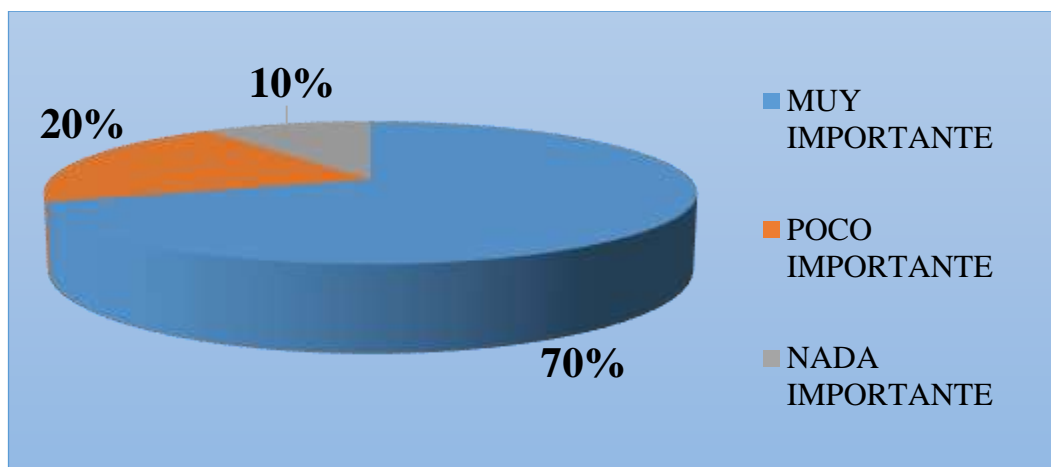
TABLA N° 22.- Importancia del Manual de control interno para el manejo de inventario

¿Qué tan importante considera usted que se dispone de un manual de control interno para el manejo de inventarios en la empresa?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
22	MUY IMPORTANTE	7	70%	70%
	POCO IMPORTANTE	2	20%	90%
	NADA IMPORTANTE	1	10%	100%
	Total general	10	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 22.- Importancia del Manual de control interno para el manejo de inventario



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

A partir de los resultados estadísticos, el 70% de los encuestados establecen que la implementación de un manual de control interno para el manejo de inventarios en el Comercial "SANTOS" es muy importante para el desarrollo de las funciones del personal de la empresa

3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA.

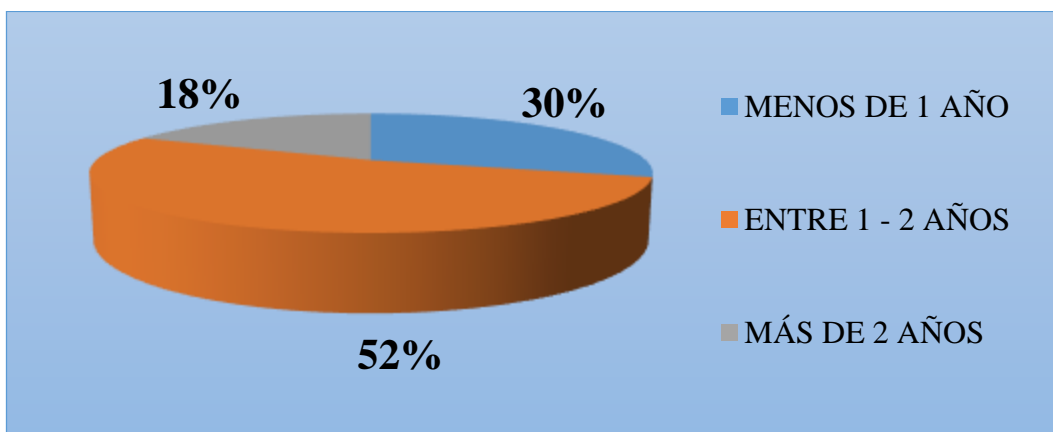
TABLA N° 23.- Tiempo de ser cliente del Comercial “SANTOS”

¿En qué rango se encuentra el tiempo que lleva siendo cliente del Comercial “SANTOS”?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
1	MENOS DE 1 AÑO	31	30%	30%
	ENTRE 1 - 2 AÑOS	55	52%	82%
	MÁS DE 2 AÑOS	19	18%	100%
	Total general	105	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 23- Tiempo de ser cliente del Comercial “SANTOS”



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

A partir de los resultados obtenidos, el 52% de los encuestados determinan que el tiempo que lleva siendo cliente en el Comercial “SANTOS” se encuentra en el rango entre 1 – 2 años, es decir estos indicadores representan una referencia importante en la toma de decisiones de la empresa.

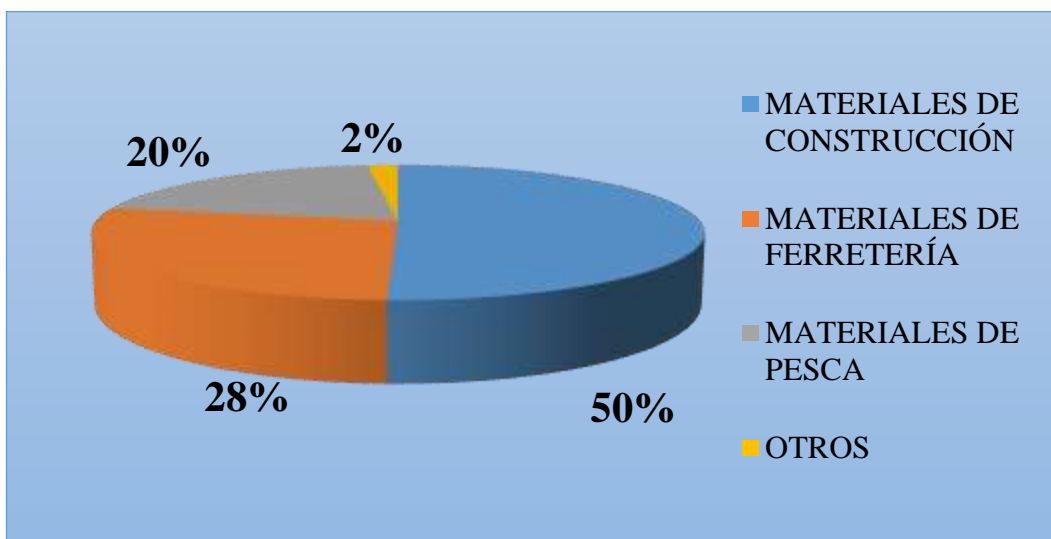
TABLA N° 24.- Tipo de materiales que el cliente adquiere con frecuencia

¿Qué tipo de materiales usted adquiere con frecuencia?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
2	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	53	50%	50%
	MATERIALES DE FERRETERÍA	29	28%	78%
	MATERIALES DE PESCA	21	20%	98%
	OTROS	2	2%	100%
	Total general	105	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 24.- Tipo de materiales que el cliente adquiere con frecuencia



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Según los resultados obtenidos, el 50% de los encuestados en el Comercial “SANTOS” establecen que el tipo de materiales adquiridos con frecuencia son los materiales de construcción, es decir estos índices significan información relevante en la planificación institucional.

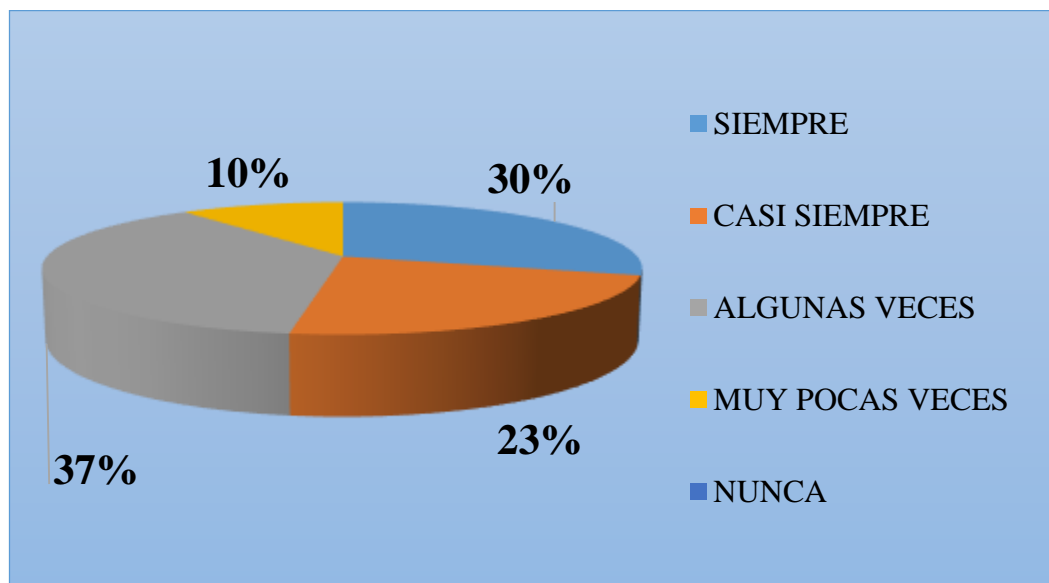
TABLA N° 25.- Oferta de Productos

¿El comercial “SANTOS” le ofrece todos los productos que usted requiere?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulada
3	SIEMPRE	31	30%	30%
	CASI SIEMPRE	24	23%	52%
	ALGUNAS VECES	39	37%	90%
	MUY POCAS VECES	11	10%	100%
	NUNCA		0%	100%
	Total general		105	100%

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 25.- Oferta de Productos



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

De acuerdo los resultados obtenidos, el 37% de los encuestados determinan que algunas veces en el Comercial “SANTOS” se ofrecen todos los productos requeridos, es decir la empresa no mantiene un stock de mercadería actualizado de los diferentes productos.

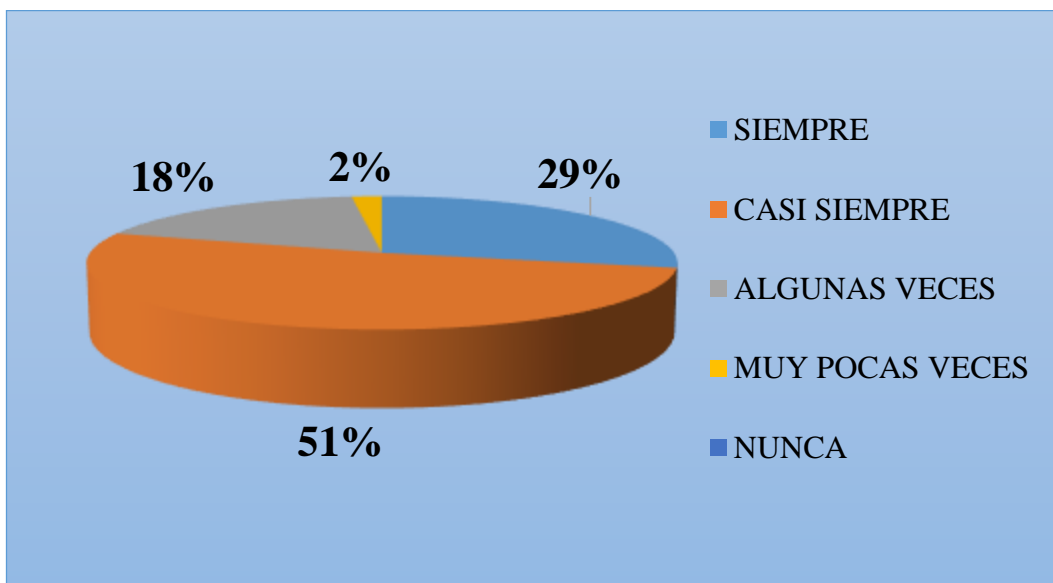
TABLA N° 26.- Mercadería que recibe el cliente

¿La mercadería que usted recibe, cumple con las características requeridas?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
4	SIEMPRE	30	29%	29%
	CASI SIEMPRE	54	51%	80%
	ALGUNAS VECES	19	18%	98%
	MUY POCAS VECES	2	2%	100%
	NUNCA		0%	100%
	Total general		105	100%

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 26.- Mercadería que recibe el cliente



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

A partir de los datos obtenidos, el 51% de los encuestados determinan que la mercadería recibida casi siempre cumple con las características requeridas, es decir es un indicador que la empresa mantendría expectativas para satisfacer las necesidades de los clientes.

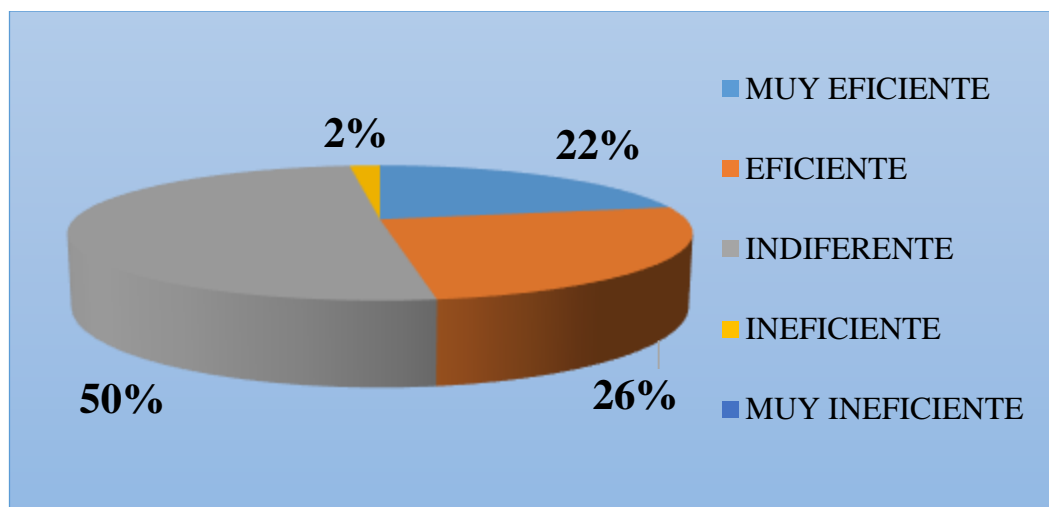
TABLA N° 27.- Entrega de mercadería

¿Cómo considera usted la entrega de mercadería en el momento de su compra?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
5	MUY EFICIENTE	23	22%	22%
	EFICIENTE	27	26%	48%
	INDIFERENTE	53	50%	98%
	INEFICIENTE	2	2%	100%
	MUY INEFICIENTE		0%	100%
	Total general		105	100%

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 27.- Entrega de mercadería



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Según los resultados obtenidos, el 50% de los encuestados en el Comercial "SANTOS" consideran que la entrega de mercadería en el momento de su compra es indiferente, se recomienda implementar políticas para la correcta atención del cliente.

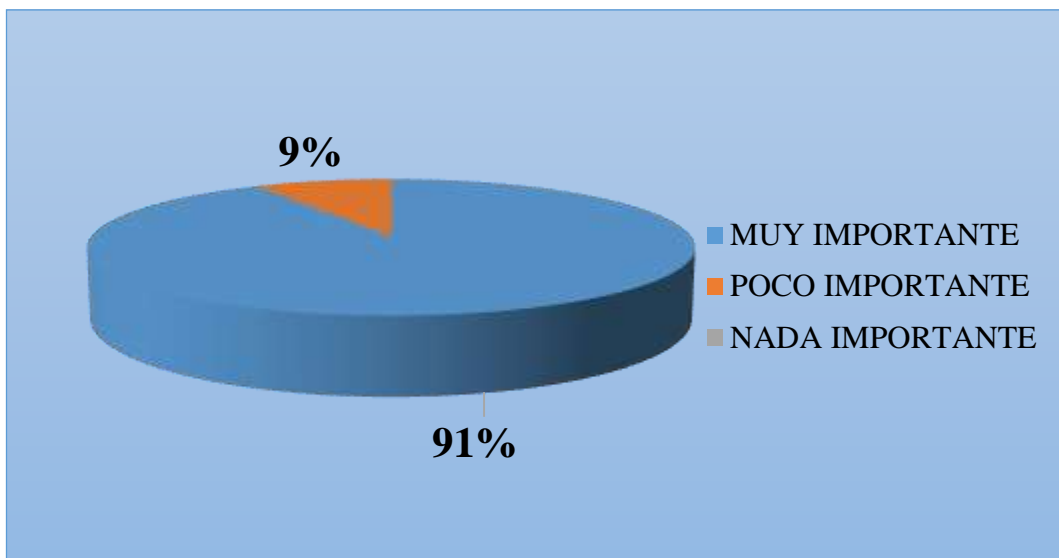
TABLA N° 28.- Variedad de Productos

¿Qué tan importante considera usted que la empresa mantenga la variedad de productos?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
6	MUY IMPORTANTE	96	91%	91%
	POCO IMPORTANTE	9	9%	100%
	NADA IMPORTANTE		0%	100%
	Total general	105	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 28.- Variedad de Productos



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

Según los resultados obtenidos, el 91% de los encuestados determinan que es muy importante la variedad de productos que el Comercial “SANTOS” mantiene a disposición de sus clientes para satisfacer las necesidades ferreteras y de construcción.

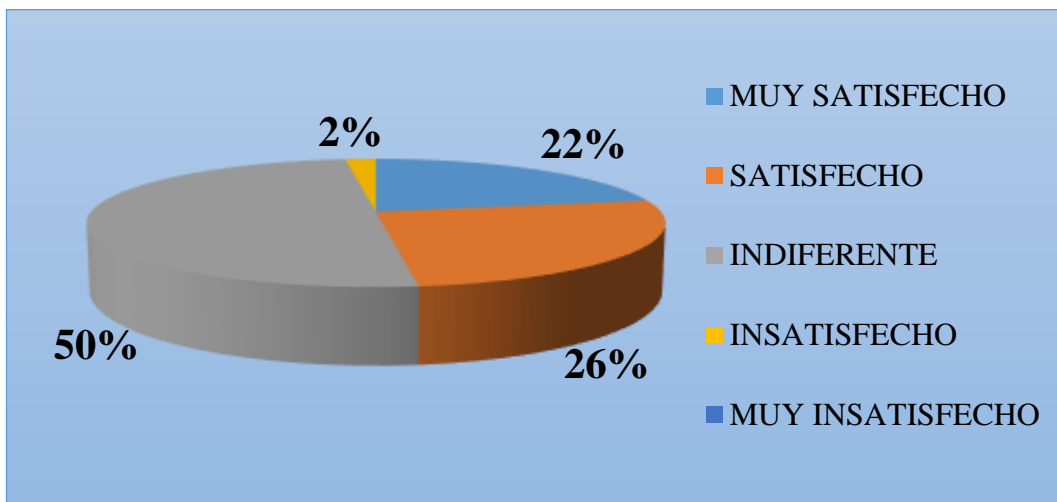
TABLA N° 29.- Nivel de Satisfacción del Cliente

¿Cuál es su nivel de satisfacción por la venta de mercadería en el Comercial “SANTOS”?				
ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%	% Acumulado
7	MUY SATISFECHO	23	22%	22%
	SATISFECHO	27	26%	48%
	INDIFERENTE	53	50%	98%
	INSATISFECHO	2	2%	100%
	MUY INSATISFECHO		0%	100%
	Total general	105	100%	

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

GRÁFICO N° 29.- Nivel de Satisfacción del Cliente



Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial “SANTOS”.

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Análisis:

A partir de los resultados obtenidos, el 50% de los encuestados del Comercial “SANTOS” determinan que el nivel de satisfacción por la venta de mercadería es indiferente, es decir en este indicador sería importante el análisis para alcanzar la fidelidad de los clientes.

3.3. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la comprobación de la hipótesis del presente Trabajo de Titulación se aplicó la técnica estadística Chi Cuadrado.

3.3.1. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

Hi: La administración de inventarios de mercadería influyó en la rentabilidad del Comercial “SANTOS” de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

Las técnicas de investigación utilizada para el presente estudio, resultaron de gran importancia porque permitieron recabar información relevante y confiable, concluyendo que la administración de inventarios influyó en la rentabilidad de la empresa. En la encuesta y la entrevista aplicadas para este proyecto bajo el instrumento del cuestionario, se incluyó las interrogantes que permitieron analizar las dos variables que se correlacionaron entre sí.

La variable “Administración de Inventarios de mercadería” presentó diez indicadores, que se exponen a continuación:

1. Compras
2. Ventas
3. Entradas
4. Salidas
5. Toma Física
6. Saldos
7. Obsolescencia
8. Caducidad

9. Saldo Inicial

10. Saldo Final

La variable “Administración de Inventarios de Mercadería” fue analizada para comprobar su incidencia en la rentabilidad del Comercial “SANTOS” y a partir de los resultado confirmar una problemática que necesita de una alternativa de solución, siendo esta la viabilidad del diseño de un manual de control de inventarios.

Con respecto a la variable dependiente “Rentabilidad”, se miden diez indicadores a continuación:

1. Liquidez general
2. Liquidez inmediata
3. Rotación de inventarios
4. Inventarios en existencia
5. Clientes
6. Rotación de cartera
7. Beneficios económicos
8. Beneficios netos
9. Pérdidas
10. Ganancias

Estos indicadores representan la evidencia de la dependencia de la variable rentabilidad, con la variable independiente administración de inventarios de mercadería.

Antes de proceder con los cálculos, a continuación se presenta los indicadores de la variable independiente en la tabla de datos:

3.3.2. FRECUENCIAS OBSERVADAS DE LAS VARIABLES

CUADRO N° 5.- Frecuencias observadas de la variable independiente

VARIABLE INDICADOR	ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS DE MERCADERÍA		TOTAL
	Datos Favorables	Datos no Favorables	
Compras	3	7	10
Ventas	3	7	10
Entradas	2	8	10
Salidas	3	7	10
Toma Física	4	6	10
Saldos	1	9	10
Obsolescencia	5	5	10
Caducidad	3	7	10
Saldo Inicial	0	10	10
Saldo Final	0	10	10
PROMEDIO	24/10 = 2,4	76/10 = 7,6	100/10=10

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

CUADRO N° 6.- Frecuencias observadas de la variable dependiente

VARIABLE INDICADOR	RENTABILIDAD		TOTAL
	Datos Favorables	Datos no Favorables	
Liquidez General	8	2	10
Liquidez Inmediata	3	7	10
Rotación de inventarios	7	3	10
Inventarios en existencia	6	4	10
Clientes	10	0	10
Rotación de cartera	6	4	10
Beneficios económicos	8	2	10
Beneficios netos	8	2	10
Pérdidas	10	0	10
Ganancias	6	4	10
PROMEDIO	72/10 = 7,2	28/10 = 2,8	100/10=10

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

CUADRO N° 7.- Datos para comprobar hipótesis variables correlacionadas

VARIABLES	Datos Favorables	Datos no Favorables	N
V.I: Administración de Inventarios de mercadería	2,4	7,6	10
V.D: Rentabilidad	7,2	2,8	10
Total Promedio	9,6/2 = 4,8	10,4/2 = 5,2	20/2 = 10

Fuente: Entrevista a los Administradores y trabajadores operativos.

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

Agregando la frecuencia esperada (nie), la tabla se muestra de la siguiente manera:

CUADRO N° 8.- Nueva tabla con frecuencia esperada (nie)

VARIABLES	Datos Favorables		Datos no Favorables		Tniof
V.I: Administración de Inventarios de mercadería	nio = 2,40	nie = 4,80	nio = 7,60	nie = 5,20	10
V.D: Rentabilidad	nio = 7,20	nie = 4,80	nio = 2,80	nie = 5,20	10
Tnioc	9,60	9,60	10,40	10,40	20

Fuente: Personal Administrativo y Operativo del Comercial "SANTOS".

Elaborado por: Juan Hidalgo Borbor Tomalá

Dónde:

nio = Frecuencia absoluta observadas

nie = Frecuencia absoluta esperada

Tniof = Total de las frecuencias absolutas en la fila

Tnioc = Total de las frecuencias absolutas en la columna

n = Tamaño de la muestra

De la nueva tabla de frecuencias absolutas esperadas, se procede a identificar los valores nie para cada una de las variables.

$$nie = V.I. 1 = 4,80$$

$$nie = V.I. 2 = 5,20$$

$$nie = V.D. 1 = 4,80$$

$$nie = V.D. 2 = 5,20$$

Luego de haber obtenido las frecuencias absolutas esperadas para cada variable, se procede a determinar el valor del chi cuadrado, mediante la aplicación de la siguiente formula:

$$X^2 = \frac{(nio - nie)^2}{nie}$$

Dónde:

X² = Chi Cuadrado

nio = Frecuencias absolutas observada

nie = Frecuencias absolutas esperada

Desarrollo:

$$VI 1 = X^2 = \frac{(2,40 - 4,80)^2}{4,80} = 1,20$$

$$VI 2 = X^2 = \frac{(7,60 - 5,20)^2}{5,20} = 1,11$$

$$VD 1 = X^2 = \frac{(7,20 - 4,80)^2}{4,80} = 1,20$$

$$VD 2 = X^2 = \frac{(2,80 - 5,20)^2}{5,20} = 1,11$$

Luego:

$$X^2 = 1,20 + 1,11 + 1,20 + 1,11 = 4,62$$

El valor del chi cuadrado igual a 4,62 se compara con su valor teórico, a un nivel de confianza del 95%, para ello se aplica el procedimiento de grado de libertad para cuadro 2x2, utilizando la fórmula que se detalla a continuación:

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

Dónde:

X^2 = grado de libertad

nio = Filas

nie = Columnas del cuadro

Desarrollo:

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

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

$$gl = 1$$

Para ubicar el valor del chi cuadrado teórica, con el grado de libertad de 1 y un nivel de confianza del 95%, se utilizó la tabla de valores de C2A, en la que se halló el valor de 3,841.

3.3.3. INFORME DE COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

El valor calculado del chi cuadrado fue de **4,62**, superior al grado del límite establecido de 3.841, por lo que se concluye que se acepta la hipótesis H_i del trabajo de investigación y es aplicable a la población estudiada.

Todos los cálculos realizados nos permiten concluir que es aceptada la hipótesis planteada y por tanto se afirma que “La administración de inventarios de mercadería influyó negativamente en la rentabilidad del Comercial “SANTOS” de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.”.

3.4. CONCLUSIONES

- ✓ De acuerdo a los datos obtenidos, se concluye que existen un porcentaje significativo de clientes encuestados que afirma que la empresa solo algunas veces ofrece productos que se requieren.

- ✓ La mayoría de los encuestados manifestó que para el registro de entradas de mercadería, la empresa aplica un libro manual y que además no realizan registros en la salida de los mismos.

- ✓ De la totalidad de la muestra, una parte significativa concluye que la toma física de inventarios se realiza anualmente y que no aplica procedimientos de conciliación de saldos, situación que impide que exista información verídica y oportuna.

- ✓ La mayor parte de los encuestados considera que la principal causa de la obsolescencia de inventarios es el exceso de los mismos en stock, que además puede ocasionar grandes pérdidas a la empresa.

- ✓ Hay un porcentaje significativo de encuestados que afirma que la empresa no aplica ningún método para valorar el inventario de mercadería, factor importante para determinar el costo de las existencias y el saldo inicial.

- ✓ Actualmente el comercial “SANTOS”, no dispone de un manual de control interno para el manejo de inventarios, sin embargo para la administración del inventario de mercadería y el manejo de otras cuentas, utilizan todo el conocimiento empírico.

3.5. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda que el comercial “SANTOS”, disponga de un manual distributivo de funciones y tareas para el personal, que permita llevar una eficiente administración.

- ✓ En vista de que la demanda de productos en el sector comercial de este tipo está creciendo constantemente, se incita a la empresa mantener una buena planificación del stock de productos y de igual manera presupuestar sus ventas.

- ✓ Se exhorta a la empresa aplique procedimientos e instructivos de control en el registro de entradas y salidas de mercadería con la finalidad de llevar un eficiente control interno y contar con información oportuna que permita tomar decisiones.

- ✓ Se aconseja a la empresa aplique procedimientos para la toma física de inventarios de mercadería y la conciliación de los saldos, de tal forma que permita a la empresa tomar decisiones respecto a la magnitud de las existencias, ya sea esta el peso, cantidad, obsolescencia, caducidad, entre otros; y más aún contar con información verídica y relevante.

- ✓ Se sugiere a la administración de la empresa establezca estrategias para la salvaguarda del riesgo de obsolescencia y exceso de los que puede causar pérdidas económicas significativas.

- ✓ Se propone a la empresa propiciar la valoración del inventario mediante la ilustración de métodos (Promedio o Fifo), los mismos que sirven para determinar el costo de venta y el saldo inicial y final.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. TÍTULO

**MANUAL DE CONTROL DE INVENTARIOS PARA EL COMERCIAL
“SANTOS”, PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**

4.2. DATOS INFORMATIVOS

4.2.1. Empresa

Comercial “SANTOS”

4.2.2. Beneficiarios

Gerencia Administrativa y demás trabajadores del Comercial “SANTOS”

4.3. INTRODUCCIÓN

El Comercial “SANTOS” es una empresa de tipo comercial empezó sus actividades económicas en el año 2005, siendo los materiales de pesca los primeros productos ofrecidos a la población. En la actualidad la empresa incrementa sus actividades de venta y distribución de productos de ferretería y materiales de construcción, los últimos se han convertido en la principal demanda de la población con miras al desarrollo, lo que ha dado mayor competitividad con las demás empresas comerciales.

El Comercial “SANTOS” se dedica a trabajar en el ámbito comercial, con la finalidad de mejorar su situación económica y rentable, sin embargo en toda su trayectoria los procesos de control aplicados en la adquisición, registro y venta de mercadería se emplearon de forma empírica.

En la investigación del control interno para el manejo de inventarios y su influencia en la rentabilidad, se constató que es inadecuada la administración de los mismos, específicamente en los procedimientos de: planificación, registro, constatación, conciliación y valoración que implican riesgos en los beneficios generados. Por tanto, es fundamental que la empresa con visiones al desarrollo, utilice procesos y políticas de control interno que contribuyan a mejorar los problemas suscitados para formar un adecuado ambiente laboral, un instrumento que sirva de guía para el cumplimiento eficaz y eficiente de las obligaciones de todos los trabajadores.

Las ventas son el motor principal de las empresas comerciales están relacionadas con el stock de mercadería y el plan de adquisiciones, pero la escasa preparación del personal que manejan los inventarios, contribuye que no se realicen adecuados procesos de control.

A través de una oportuna evaluación de la mercadería, se determinaría el periodo de rotación del inventario, el establecimiento de las políticas de pedidos para la toma de decisiones respecto al inventario con menor fluctuación y analizar el tiempo para dar de baja un producto.

La administración de inventarios es el eje necesario para evitar problemas financieros y participa como el componente principal en la productividad de la organización, considerando que los inventarios son el activo corriente de menor liquidez que contribuya a generar rentabilidad.

4.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

4.4.1. Objetivo General

Fortalecer la administración de los inventarios con directrices y lineamientos de control interno para el Comercial “SANTOS”, de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena año 2015.

4.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Direccionar la distribución de las funciones y tareas del personal mediante la ilustración de una estructura orgánica funcional.
- ✓ Orientar el proceso de planificación periódica, registro de las adquisiciones y ventas de mercadería a través de políticas, procedimientos e instrumentos de control.
- ✓ Facilitar el manejo de inventario de mercadería a través de procedimientos de toma física.
- ✓ Salvaguardar el riesgo de obsolescencia y exceso de inventario a través de estrategias de control.
- ✓ Propiciar la valoración del inventario mediante la ilustración de la aplicación de métodos (Promedio o Fifo).

4.5. UBICACIÓN

El Comercial Santos se encuentra ubicado en la parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.



4.6. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

MANUAL DE CONTROL DE INVENTARIOS PARA EL COMERCIAL “SANTOS”, PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015

4.6.1. Aspectos Generales

Misión

El Comercial “SANTOS” comercializa eficientemente materiales de construcción y ferreteros en diferentes líneas de productos, brindando a sus clientes un servicio de excelencia que contribuya mediante el esfuerzo a ser líderes en un mercado competitivo apoyando al desarrollo de la sociedad.

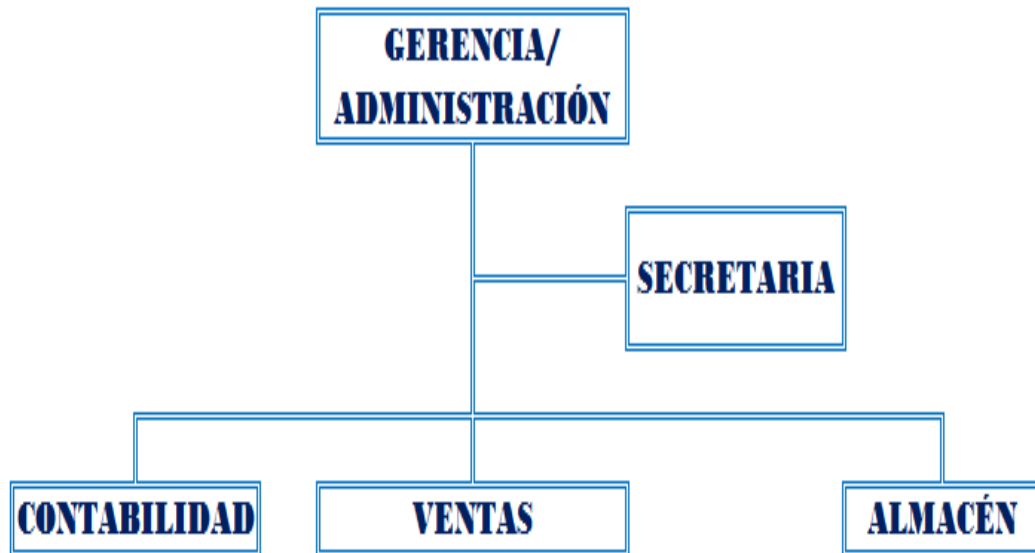
Visión

El Comercial “SANTOS” tiene como visión ser un proveedor ferretero eficaz en la atención al cliente mediante la innovación de su infraestructura que permita el acceso de sus productos, fortaleciendo las líneas comerciales que satisfagan las necesidades de la sociedad.

Objetivo del Comercial

Satisfacer las necesidades de los clientes, mediante la comercialización de los diferentes tipos de materiales de construcción, pesca, ferretería, entre otros para el desarrollo económico de la empresa

4.6.2. Estructura Orgánica Funcional



Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

4.6.2.1. Funciones

Gerencia

- ✓ Representar a la empresa legalmente
- ✓ Velar por el funcionamiento de la empresa
- ✓ Aprobar y firmar los balances
- ✓ Manejar eficientemente los recursos de la empresa.
- ✓ Realizar el presupuesto anual.
- ✓ Aprobar solicitudes de crédito de los clientes.
- ✓ Estructurar el reglamento interno de la empresa
- ✓ Convocar a reuniones de trabajo
- ✓ Establecer programas de trabajos
- ✓ Contratar y remover al personal y fijar su remuneración.
- ✓ Distribución de funciones del personal
- ✓ Realizar evaluaciones periódicas al personal.

Secretaría

- ✓ Receptar llamadas telefónicas, fax y el correo electrónico
- ✓ Recibir y enviar la correspondencia
- ✓ Mantener organizado el archivo
- ✓ Elaborar memos, cartas, fax y correspondencia requerida
- ✓ Controlar los inventarios de suministros de oficina
- ✓ Mantener el control de horas de ingreso y salida de los trabajadores

Contabilidad

- ✓ Realizar y analizar los estados financieros e informes y entregarlos a la gerencia para la toma de decisiones.
- ✓ Realizar análisis financiero a las diferentes cuentas.
- ✓ Elaborar el registro de las operaciones contables.
- ✓ Mantener los registros contables de la empresa actualizados.
- ✓ Mantener un archivo con la documentación de respaldo de las operaciones efectuadas en la empresa.
- ✓ Efectuar el control previo a la realización de gastos.
- ✓ Efectuar el pago oportuno de impuestos y demás obligaciones tributarias.
- ✓ Realizar el pago de las aportaciones al IESS.
- ✓ Elaborar los roles para el pago de los trabajadores, previa autorización del gerente.
- ✓ Realizar el pago a los proveedores, con la autorización previa del gerente.
- ✓ Mantener un control de los movimientos de las cuentas bancarias de la empresa.
- ✓ Mantener un control contable de la mercadería y materiales de la empresa.
- ✓ Establecer mejoras al sistema de contabilidad.
- ✓ Realizar todas las actividades contables necesarias y autorizadas por la máxima autoridad.

Ventas

- ✓ Elaborar presupuestos de ventas.
- ✓ Efectuar el seguimiento y cobro a la cartera de clientes.
- ✓ Presentar informes mensuales de ventas a la gerencia.
- ✓ Elaborar proformas de ventas, para clientes especiales.
- ✓ Analizar la situación del mercado, las variaciones de la demanda e informar al departamento de compras.
- ✓ Realizar el estudio de precios de la competencia
- ✓ Elaborar las listas de precios
- ✓ Actualizar las listas de precios y códigos, con las facturas enviadas por el departamento de compras.
- ✓ Controlar la disponibilidad de la mercadería.
- ✓ Promocionar los productos en stock.
- ✓ Revisar los pedidos de los clientes
- ✓ Procurar que los pedidos sean despachados oportunamente y en su totalidad.
- ✓ Elaborar las facturas a crédito o al contado, conforme el pedido recibido del vendedor.
- ✓ Informar a los clientes sobre los cambios de precios y la concesión de descuentos.

Almacén

- ✓ Administrar la bodega y controlar todo la mercadería.
- ✓ Registrar el ingreso y salida de mercadería.
- ✓ Mantener actualizado el inventario.
- ✓ Realizar los inventarios físicos.
- ✓ Mantener actualizadas las tarjetas kárdex.
- ✓ Controlar la recepción de mercadería en calidad, cantidad y precios.
- ✓ Mantener un control de los productos defectuosos, dañados y devueltos.
- ✓ Presentar reportes semanales de las existencias.

- ✓ Informar sobre los productos sin movimientos
- ✓ Solicitar la mercadería consumida.
- ✓ Coordinar con bodega para informar al departamento de compras para la realización de pedidos.
- ✓ Vender y despachar la mercadería.

4.6.3. Políticas y Procedimientos de Control.

4.6.3.1. Adquisición (Compras)

La adquisición de mercadería se realizará en base a una adecuada planificación y aplicando procedimientos para determinar los productos con mayor nivel de rotación.

La correcta administración de la función de compras permite a la empresa aprovechar eficientemente sus recursos.

Un adecuado control interno de compras exige que la organización cuente con una estructura orgánica funcional que especifique las actividades del personal encargado de la adquisición de mercadería. En las pequeñas empresas resulta difícil segregar funciones, siendo importante la separación de responsabilidades para presentar confiabilidad en la información contable.

Es necesaria la recopilación de información para la formulación de planes periódicos o generales que permitan el logro de las metas en función de las políticas establecidas.

A continuación se detallan las políticas y procedimientos a desarrollar en esta sección:

4.6.3.1.1. Políticas y procedimientos de compras

- ✓ Previo a la adquisición de mercadería, se revisará el stock disponible en la empresa.
- ✓ Analizar el registro de productos de mayor nivel de rotación.
- ✓ Consolidar la información obtenida del análisis del stock de la empresa con el listado de necesidades de la demanda.
- ✓ Planificar la compra de mercadería mediante un documento que especifique lo solicitado, según el presupuesto de ventas.
- ✓ Presentar a la administración de la empresa el plan de compras, para la respectiva aprobación.
- ✓ Realizar la compra mediante la planificación aprobada por la gerencia o administración.
- ✓ Utilizar documentación de respaldo, tales como órdenes de compra pre-numeradas y autorizadas en cada adquisición.
- ✓ Seleccionar al proveedor adecuado.
- ✓ Negociar con los proveedores la compra.
- ✓ Elaborar la Orden de Compra.
- ✓ Solicitar la orden de compra al proveedor que contendrá las firmas de los responsables de la elaboración del documento.
- ✓ Emitir un informe de compra a contabilidad.
- ✓ El encargado de bodega recibirá las mercancías y verificará la orden de compra, la guía de remisión y la factura del proveedor, como medida de control de la mercadería.
- ✓ Archivar la documentación de respaldo en orden secuencial y con la respectiva fecha.
- ✓ Los pagos por la compra de mercadería se realizarán mediante cheques.
- ✓ Utilizar instrumentos de control (órdenes de compra, comprobantes de ingresos, planes de compras), en la compra de mercadería.

4.6.3.1.2. Políticas para el registro de entrada

En la realización de las operaciones contables, el registro de entradas de mercadería se constituye como un instrumento que respalda la información detallada en otro tipo de documentos.

El registro de compras cumple una doble función:

- 1) Respalda la adquisición realizada y la cuantía del crédito fiscal;
- 2) Facilita el control del cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes y reduce la evasión tributaria originada por el uso indebido del crédito fiscal.

Adicionalmente, el registro de compras es un libro auxiliar de contabilidad, cuya función es centralizar la información referida a la adquisición de mercadería para demostrar que las operaciones económicas descritas en el registro serán respaldadas en los documentos soporte y libros contables principales de la empresa.

El Registro de Compras pretenden los siguientes objetivos:

- ✓ Asegurar el registro oportuno de las adquisiciones.
- ✓ Mantener actualizado los diferentes registros contables dentro de un periodo de forma diario, mensual y anual.
- ✓ Evitar la reconstrucción (ex-post) de los datos realizados en los registros contables.

Se plantea las siguientes políticas para el adecuado registro y control de los inventarios:

- 1. Medición de los inventarios.-** El Comercial “SANTOS” medirá los inventarios al costo o al valor neto realizable.

- 2. Costo de los inventarios.-** El costo de los inventarios comprenderá todos los costos derivados de su adquisición y transformación incluyendo costos incurridos de acuerdo a su condición y ubicación actual.

- 3. Costos de adquisición.-** El costo de adquisición de los inventarios comprenderá el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente por las autoridades fiscales), los transportes, el almacenamiento y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de la mercadería.

Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el costo de adquisición.

- 4. Fórmulas de cálculo del costo.-** El Comercial “SANTOS” aplicará el método PROMEDIO PONDERADO, para determinar el costo de venta de la mercadería.

- 5.** La entidad utilizará la fórmula de costo para los inventarios de similares características y naturaleza.

- 6. Valor neto realizable.-** Valor neto realizable es el precio estimado de venta de un activo en el curso normal de la operación menos los costos estimados necesarios para efectuar la venta.

4.6.3.1.3. Instrumentos de control

Formato de Orden de Compra

Este documento de respaldo es elaborado con la finalidad de solicitar a los proveedores la mercadería cotizada; se elaboran dos ejemplares:

- ✓ Original: Proveedor
- ✓ Copias: Contabilidad - Compras

		COMERCIAL "SANTOS" ORDEN DE COMPRA		Original
				Nº 001 - 001
				RUC:
PROVEEDOR: _____				
FECHA DE PEDIDO: _____		FECHA DE PAGO: _____		
TERMINOS DE ENTREGA: _____				
Sirvase mediante este documento, suministrarnos la siguiente mercadería				
CANT.	DETALLE	P. UNIT.	P. TOTAL	
COSTO TOTAL				
Elaborado por: _____		Aprobado por: _____	Recibido por: _____	

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

Formato de plan de compras

Este documento es preparado para determinar la totalidad de productos requeridos en base al presupuesto de ventas; se elaboran dos ejemplares:

- ✓ Original: Administración
- ✓ Copias: Contabilidad

		COMERCIAL "SANTOS"				Original	
		PLANIFICACIÓN DE COMPRAS				Nº 001 - 001	
FECHA: _____							
DIRIGIDO A: _____							
CONCEPTO: _____							
TIEMPO DE EJECUCIÓN: _____							
MERCADERÍA NECESARIA							
MATERIALES DE FERRETERÍA		MATERIALES DE PESCA		MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN		OTROS MATERIALES	
CANT.	DETALLE	CANT.	DETALLE	CANT.	DETALLE	CANT.	DETALLE
Elaborado por: _____				Aprobado por: _____			

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

Formato de Registro de Compra

Este documento es preparado para registrar la adquisición de productos, destinados a la venta; se elaboran dos ejemplares:

- ✓ Original: Administración
- ✓ Copias: Contabilidad

 COMERCIAL "SANTOS" REGISTRO DE COMPRA MES: _____					Original					
					Nº 001 - 001					
					RUC: _____					
FECHA	Factura Nº	Nombre del Proveedor	Código	Fecha de venc. o de pago	DÉBITO		CRÉDITO			
					Compras	IVA	Desc.	RT.	Bancos	Proveed.
TOTALES										

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

4.6.3.2. Ventas

La venta de mercadería es la fuente principal de ingresos para el Comercial "SANTOS" contribuirá al cumplimiento de las obligaciones administrativas, financieras, con los acreedores, entre otros. Si las ventas son inferiores a los desembolsos diarios, semanales, mensuales o anuales, la empresa estaría en riesgo de cesar sus actividades.

La administración con la finalidad de lograr el crecimiento de la empresa, analizará los factores internos y externos que ayuden a satisfacer la demanda de los clientes y conseguir un alto índice de ventas para mejorar los beneficios económicos.

Con el propósito de lograr una tendencia creciente en las ventas, a continuación se establecen políticas y procedimientos:

4.6.3.2.1. Políticas y procedimientos de ventas

- ✓ Realizar periódicamente estudios de mercado, dirigidas al análisis de la competencia.
- ✓ Mediante la información obtenida en el estudio de mercado, se fijará los precios de los productos convenientes para la empresa y el cliente.
- ✓ Aplicar estrategias de venta, tales como: promociones de productos, descuentos u otros que determinare la administración para atraer un mayor número de clientes.
- ✓ Realizar constantemente la publicidad de los productos a ofrecer a los clientes para lograr una rotación con resultados eficientes, esta estrategia se aplicará mediante presentaciones televisivas, radiales, escritas o por medio de páginas web.
- ✓ Registrar las ventas en el momento en que ocurren, para un eficiente control.
- ✓ Elaborar diariamente un reporte general de las ventas.
- ✓ Cumpliendo con las disposiciones legales, se facturará todas las ventas realizadas.
- ✓ Se aceptará el cambio de productos vendidos únicamente con la factura que sustente la venta realizada.
- ✓ Llevar un registro de todos los clientes de la empresa.
- ✓ Se acordará con el cliente la opción de compra de productos al comercial en modalidad de plan acumulativo.

- ✓ La administración otorgará ventas a créditos en montos superiores a 300,00 USD.
- ✓ Se concederá créditos a los clientes potenciales cuando sus compras superen al menos 10 veces durante el año.
- ✓ El monto de la venta representará al menos el 50% del total de la factura, es decir que el 50% restante será cancelado en efectivo, con autorización de la administración.
- ✓ Como medida de control de cobro, se informará al cliente que el pago de la cuota será hasta un día antes de su vencimiento, cumplido el plazo se cancelará interés por mora.
- ✓ Crear la cuenta para incobrables que corresponde al 1% anual del total de créditos otorgados en el ejercicio contable incluyendo las cuentas pendientes de cobro, además que la provisión acumulada no excederá el 10% de la cartera total.

4.6.3.2.2. Políticas y procedimientos de registro de ventas

En esta etapa se muestran las políticas y procedimientos a seguir para realizar operaciones de ventas, de manera que exista un control eficiente de las salidas de mercaderías.


- ✓ Elaborar y actualizar las listas de precios de todos los productos para la venta, que serán accesibles para el cliente y los vendedores.
- ✓ Cada vendedor entregará al cliente el documento que respalde la venta como: una factura o Comprobante de Crédito Fiscal antes del retiro del usuario de la sucursal de ventas.
- ✓ Por cualquier error en facturación se realizará la respectiva corrección en los próximos tres días siguientes.
- ✓ El encargado de inventarios registrará la salida de los productos diariamente para mantener actualizadas las existencias.

4.6.3.2.3. Instrumentos de control

Formato de Registro de venta

Este documento es preparado para registrar la adquisición de productos, destinados a la venta; se elaboran dos ejemplares:

- ✓ Original: Administración
- ✓ Copias: Contabilidad

 <h2 style="color: blue; margin: 0;">COMERCIAL "SANTOS"</h2> <h3 style="margin: 0;">REGISTRO DE VENTAS</h3> <p>MES: _____</p>					Original					
					Nº 001 - <b style="color: red;">001					
					RUC: _____					
FECHA	Factura Nº	Nombre del Cliente	Código	Fecha de venc. o de pago	DÉBITO				CRÉDITO	
					Desc.	RF.	Caja	Cliente	Ventas	IVA
TOTALES										

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

Formato de Factura

Este documento contiene la aprobación de la entidad reguladora Servicio de Rentas Internas (SRI), es formato pre-impreso y pre-numerado, lo emite el vendedor para detallar los productos vendidos en cantidad, precio unitario y precio total; se elaboran ejemplares:

- ✓ Original: Clientes
- ✓ Copias: Contabilidad y Venta

SANTOS SUÁREZ ADIK ELOY COMERCIAL SANTOS R.U.C. # 0910031236001			
VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRERÍA SERVICIOS REGULARES DE TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS EN AUTOBUSES Y ACTIVIDADES DE TRANSPORTE COMERCIAL DE CARGA PESADA POR CARRETERA		COMERCIAL SANTOS	
DIRECCIÓN: Ciudadela Gonzalo Chávez S/N (Parroquia Anconito) Telf.: 2946390 Cel.: 0993887067 - 0992325394 Salinas - Ecuador			
Autorización SRI # 1117054325			
FACTURA		Serie 001-001-	000017351
Fecha:			
Sr.(es):			
Dirección:			
RUC/C.I.:		Telf.:	
CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD		SUB-TOTAL \$	
Son:		IVA 0%	
.....Dólares		IVA %	
ADIK SANTOS SUÁREZ RECIBÍ CONFORME		TOTAL \$	

GEORGE ENRIQUE REYES PALACIOS - IMPRENTA GUAYAQUIL - RUC # 090474186001 - AUTORIZACIÓN # 1434
F.J. 08/06/2015 - VALIDO PARA SU EMISION HASTA 08/06/2015 - 80 BLOQUES x 2 # 015801 - 022800
ORIGINAL: ADQUIRENTE - COPIA AMARILLA: EMISOR

4.6.4. Procedimientos para la toma física de inventarios de mercadería.

4.6.4.1. Toma Física

Con el propósito de verificar el nivel de eficiencia de los sistemas de control administrativo, se emplea la toma física del inventario de mercadería, que representa la verificación periódica de las existencias disponibles en la empresa, se utilizará una metodología clara y precisa detallada a continuación.

4.6.4.1.1. Etapas y acciones

Etapa de planificación

- ✓ Definir por equipos a los trabajadores que realizarán la toma física.
- ✓ Establecer los lineamientos para el desarrollo de la toma física de inventario
- ✓ Ordenar el inventario en stock y comprobar su ubicación
- ✓ Asignar código de ubicación y según la característica a los productos.
- ✓ Formular tarjetas de control y reportes de conteo.

Etapa de ejecución

- ✓ Realizar un corte documentario.
- ✓ Iniciar el primer conteo de inventario en las tarjetas de control.

Etapa de verificación

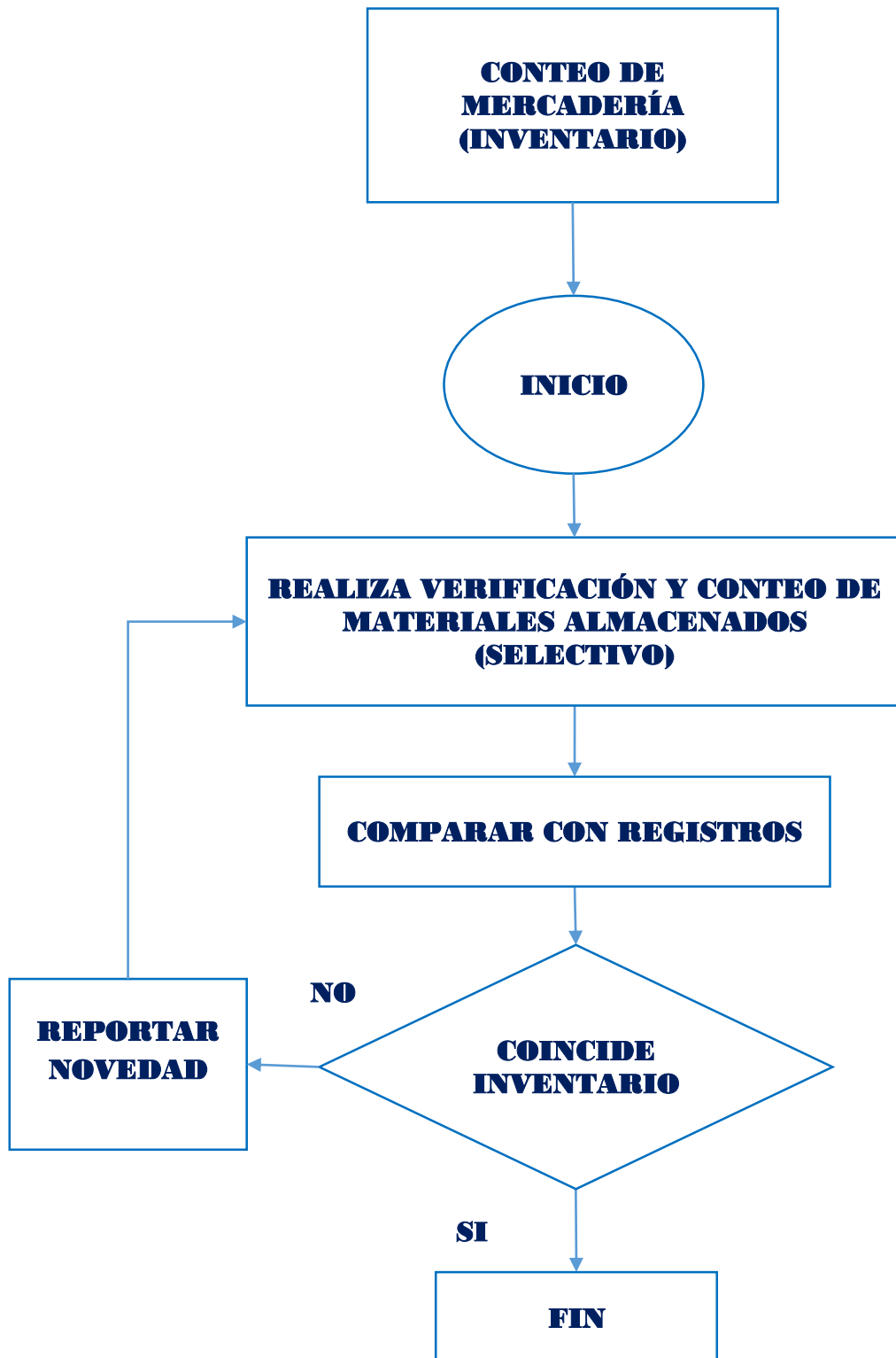
- ✓ Mediante los reportes generados en el conteo se comparará los resultados.
- ✓ En caso de encontrar diferencias se iniciará un nuevo conteo.

- ✓ Conciliar los resultados de la toma física del inventario con los saldos del registro o de las tarjetas kárdex del sistema.
- ✓ En caso de diferencias en el inventario se establecerá su justificación.
- ✓ Realizar los ajustes a nivel de registros contables y toma física.

4.6.4.1.2. Políticas y procedimientos para la toma física

- ✓ Realizar la toma física de inventarios en periodos trimestrales.
- ✓ La Administración tiene la potestad de disponer de nuevos periodos para la toma física y luego comparar con el sistema.
- ✓ La mercadería se contará de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo y de atrás hacia adelante.
- ✓ El conteo de la mercadería se realizará en presencia del bodeguero para verificar la legalidad del proceso.
- ✓ Se dividirá la bodega (anaqueles) por número para mejor distribución y rápida detección de errores.
- ✓ Se elaborará un listado de mercadería y se tomarán los productos encontrados en el anaquel de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo y de atrás hacia adelante, para facilitar el conteo y evitar confusiones en el registro.
- ✓ Se dará de baja la mercadería dudosa encontrada en el conteo y se regresará a su lugar una vez contada.
- ✓ Se abrirán todas las cajas para verificar que las cantidades de los productos estén correctas.
- ✓ Al final del conteo se cotejarán los listados para verificar que no existan errores, de lo contrario serán verificados y corregidos.
- ✓ Se imprimirá la información proporcionada por el sistema contable y se revisará que no existan faltantes de mercancías, de lo contrario se realizará un nuevo conteo, además serán examinados los lugares posibles antes de considerarla como faltante real.

4.6.4.1.3. Flujograma de la toma física del inventario



Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

El exceso de inventario provocará la falta de control y disminución de la liquidez, para evitar tales inconvenientes a continuación se detallan varias estrategias:

- ✓ Determinar el periodo mínimo de rotación de mercadería.
- ✓ Evaluar el nivel de rotación de las existencias.
- ✓ La mercadería sin rotación durante el tiempo establecido por la administración, será rematada aplicando estrategias de venta, para recuperar el costo de la mercadería.
- ✓ Establecer niveles máximos y mínimos de existencias de cada producto en función de la demanda.
- ✓ Elaborar presupuesto de venta, para determinar la cantidad de pedido de mercadería.
- ✓ Aplicar estrategias de venta, como promociones, descuentos y publicidad a través del internet, radio o televisión o prensa escrita.

4.6.5.2. Razones de eficiencia

Mediante estos índices la empresa determinará y evaluará su eficiencia en el manejo de los activos, tales como: cuenta por cobrar a clientes, periodo de cobro, inventarios de mercadería, periodo de venta, cuentas por pagar proveedores, periodo de pago, activos totales, veces de rotación al año. A continuación se presenta las formulas e interpretación de los ratios:

NOMBRE	FÓRMULA	INTERPRETACIÓN
Antigüedad de las cuentas por cobrar	$\frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas}} \times 360 \text{ días}$	Días de plazo para el pago, que otorgamos a los clientes. Cada "x" día se cobra a los clientes.

NOMBRE	FÓRMULA	INTERPRETACIÓN
Antigüedad del inventario	Inventarios x 360 días	Días que permanece el inventario en nuestras bodegas. Cada "x" días se vende el inventario. La antigüedad depende del tipo de producto.
	Costo de ventas	

NOMBRE	FÓRMULA	INTERPRETACIÓN
Periodo de pago a los proveedores	Cuentas por pagar proveedores x 360 días	Días que tardamos en pagar a los proveedores. Cada "x" días se paga a los proveedores. El plazo depende del proveedor.
	Compras	

NOMBRE	FÓRMULA	INTERPRETACIÓN
Ciclo de efectivo	Antigüedad de las cuentas por cobrar	Días que se tarda en convertir en efectivo. Mientras más días nos tardamos, más financiamiento necesitamos para las operaciones de la empresa.
	+ Antigüedad del inventario	
	- Periodo de pago a los proveedores	

NOMBRE	FÓRMULA	INTERPRETACIÓN
Rotación de los activos	Ventas	Veces que los activos de la empresa han rotado en el periodo. Mientras más veces rota el activo, más rentabilidad se genera.
	Total de Activos	

En definitiva el Comercial "SANTOS" vigilará los índices financieros referentes al inventario que perjudicarían la liquidez y la rentabilidad, porque a mayor rotación mayor beneficio.

Para el cálculo de las cuentas por cobrar se utiliza la siguiente ecuación:

$$\text{Costo de ventas} = \frac{\text{Inventario de mercaderías}}{\text{año anterior}} + \text{Compras} - \frac{\text{Inventario de mercaderías}}{\text{año actual}}$$

Despejando las compras, tenemos:

$$\text{Compras} = \text{Costo de ventas} - \frac{\text{Inventario de mercaderías}}{\text{año anterior}} + \frac{\text{Inventario de mercaderías}}{\text{año actual}}$$

4.6.6. Métodos de valoración del inventario.

Las normas de contabilidad exponen que las empresas valorarán los inventarios utilizando formulas o métodos tales como: FIFO y PROMEDIO PONDERADO, que será favorable en el cálculo del costo de la mercadería vendida y en la determinación de las utilidades, considerando la diferencia que resulte de la deducción del costo a los ingresos obtenidos, se fijará como utilidad bruta del ciclo comercial.

La mercadería del Comercial “SANTOS”, se valoran de la siguiente manera:

- ✓ Las compras, al costo de adquisición de los productos a los proveedores.
- ✓ Las ventas, utilizando métodos empíricos.

Para controlar los movimientos de la mercadería se emplearán los métodos descritos a continuación, se informará a la entidad reguladora de tributos el SRI el método utilizado para evitar inconvenientes en el pago de impuestos.

4.6.6.1. Fifo

Aplicar este método significa que la mercadería ingresada primero al inventario es la que será vendida primero. Si en la actualidad se viviera una economía con una inflación constantemente cambiante, mediante esta técnica el costo de venta se determinaría en base al precio más antiguo, que reflejaría resultados no reales, aunque en el balance el inventario final se registre al precio más actual.

Este método de valoración de inventario, no se utiliza para propósitos del pago de impuestos, si la entidad genera mayores utilidades pagarían importantes impuestos.

4.6.6.2. Promedio

Este método consiste en obtener el costo promedio de cada uno de los artículos que existan en el inventario final cuando las unidades son idénticas en apariencia, pero no en el precio de adquisición, es decir fueron adquiridas en distintas épocas y a diferentes precios.

Para fijar el valor del costo de la mercancía por este método se realiza una operación matemática que consiste en sumar las compras del periodo al importe de los artículos del inventario inicial y dividir por la cantidad de unidades del inventario inicial más las adquiridas en el periodo.

El costo de ventas y el inventario final serán evaluados a un costo promedio, que considere el peso relativo del número de unidades adquiridas a diferentes precios:

Costo de los artículos disponibles de unidades disponibles para la venta.

Cuando se utiliza el sistema permanente de inventarios se presentarán dos situaciones que reflejen resultados diferentes para la valuación del inventario final y la determinación del costo de ventas.

En la primera, si los costos únicamente se registrarán al final del período (mes, trimestre, semestre o año), en esa fecha se calcula un sólo costo promedio.

En la segunda situación, los costos relacionados con las ventas serán registradas a medida en que se realizan, entonces los costos promedios se estimarían al momento de cada venta, esto obliga a calcular otro costo promedio ponderado después de cada nueva compra realizada, llegando al método conocido con el nombre de "promedio móvil".

Con ajustes por inflación, el procedimiento es el mismo considerando los ajustes acumulados practicados a los inventarios iniciales y a las compras, aplicados en éste último caso:


Costo ajustado de los artículos disponibles o unidades disponibles para la venta.

Los costos determinados por el método de promedio ponderados serán afectados por las compras, al principio del periodo; así como al final del mismo; por lo tanto, en un mercado que tiende al alza, el costo unitario será menor que el costo unitario calculado corriente y en un mercado que tiende a la baja, el costo unitario excederá al costo corriente.

4.6.6.3. Instrumentos de control

Formato de Tarjetas Kárdex

Las tarjetas kárdex presentan un historial de la mercadería disponible en el inventario, para controlar la cantidad, el costo de las entradas y salidas de mercadería, esta información servirá a la administración para la toma de decisiones.

		COMERCIAL "SANTOS" KÁRDEX DE MERCADERÍAS								
ARTÍCULO: _____		CANT. MIN.: _____			MÉTODO: _____					
CÓDIGO: _____		CANT. MIN.: _____			UNID. MEDIDA: _____					
FECHA	DETALLE	INGRESOS			EGRESOS			EXISTENCIAS		
		Cant.	P/unit.	P/total	Cant.	P/unit.	P/total	Cant.	P/unit.	P/total

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

4.7. PLAN DE ACCIÓN

CUADRO N° 9.- Plan de Acción

Problema principal	Deficiente administración de inventarios de mercadería y sus incidencia en la Rentabilidad del Comercial "SANTOS"		
Fin de la Propuesta	Garantizar el control interno del Comercial "SANTOS" con políticas y procedimientos de control de inventario de mercadería.		Alcanzar el 95% del nivel de eficiencia en el control interno y manejo de inventarios de mercadería del Comercial "SANTOS"
Propósito de la propuesta	Fortalecer la administración de los inventarios con directrices y lineamientos de control interno en el Comercial "SANTOS", de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena año 2015.		
Coordinador del Proyecto	Juan Hidalgo Borbor Tomalá		
Objetivo	Indicadores	Estrategias	Actividades
Direccionar la distribución de las funciones y tareas del personal mediante la ilustración de una estructura orgánica funcional.	Comercial Santos con estructura orgánica funcional	Implementación de estructura orgánica funcional.	Analizar las actividades del comercial "SANTOS" Analizar las tareas de los trabajadores jerárquicamente.
Orientar el proceso de planificación periódica, registro de la adquisición y ventas de mercadería a través de políticas, procedimientos e instrumentos de control	Comercial Santos con políticas, procedimientos e instrumentos de control de inventario de mercadería.	Aplicación de políticas, procedimientos e instrumentos de control de inventario de mercadería.	Diseño de formularios para el registros de inventario. Determinar la rotación de inventarios para fijación de máximos y mínimos.

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

Problema principal	Deficiente administración de inventarios de mercadería y sus incidencia en la Rentabilidad del Comercial "SANTOS"		
Fin de la Propuesta	Garantizar el control interno del Comercial "SANTOS" con políticas y procedimientos de control de inventario de mercadería.		Alcanzar el 95% del nivel de eficiencia en el control interno y manejo de inventarios de mercadería del Comercial "SANTOS"
Propósito de la propuesta	Fortalecer la administración de los inventarios con directrices y lineamientos de control interno en el Comercial "SANTOS", de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2015.		
Coordinador del Proyecto	Juan Hidalgo Borbor Tomalá		
Objetivo	Indicadores	Estrategias	Actividades
Facilitar el manejo de inventario de mercadería a través de procedimientos de toma física.	Comercial Santos con procedimientos de toma física de inventarios de mercadería.	Implementación de procedimientos de toma física de inventarios de mercadería.	Formular una planificación para la toma física de inventario de mercadería. Realizar la toma física del inventario en periodos trimestrales.
Salvaguardar el riesgo de obsolescencia y exceso de inventario a través de estrategias de control.	Comercial Santos con estrategias de control de inventarios de mercadería.	Análisis de las estrategias de control de inventarios de mercadería, propuestas.	Establecer directrices claras para la salvaguarda de los inventarios. Aplicar razones de eficiencia para el análisis de la rotación del inventario.
Propiciar la valoración del inventario mediante la ilustración de la aplicación de métodos (Promedio o Fifo).	Comercial Santos con métodos de valoración de inventarios de mercadería.	Aplicación de métodos de valoración de inventarios de mercadería (Promedio o Fifo).	Establecer funciones al encargado de almacén para la aplicación de un método de valoración de inventario de mercadería. Tomar decisiones respecto a la valoración de inventarios mediante un método (promedio o fifo).

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

4.8. PRESUPUESTO

El presupuesto para el diseño del Manual del Control de Inventario y su implementación en el Comercial “SANTOS”, está conformado de la siguiente manera:

CUADRO N° 10.- Presupuesto

PRESUPUESTO DE LA ELABORACIÓN Y DISEÑO DE LA PROPUESTA				
CANTIDAD	CONCEPTO	ÁREA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	Movilización Mensual	Elaboración y diseño de la propuesta	\$ 20,00	\$ 80,00
5	Internet Mensual		\$ 30,00	\$ 150,00
1	Impresora		\$ 200,00	\$ 200,00
5	Tinta de Impresora		\$ 5,00	\$ 25,00
8	Resmas de hoja		\$ 5,00	\$ 40,00
5	Anillado		\$ 2,50	\$ 12,50
5	Empastados		\$ 10,00	\$ 50,00
60	Honorarios profesionales		\$ 20,00	\$ 1.200,00
1	Varios		\$ 50,00	\$ 50,00
SUBTOTAL				\$ 1.807,50
IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA				
CANTIDAD	CONCEPTO	ÁREA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Software	Implementación de la Propuesta	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Capacitación mes		\$ 300,00	\$ 300,00
1	Publicidad		\$ 230,00	\$ 230,00
1	Sueldo Administración		\$ 1500,00	\$ 1.500,00
1	Sueldo Secretaria		\$ 600,00	\$ 600,00
1	Sueldo Contador		\$ 800,00	\$ 800,00
1	Sueldo Ventas		\$ 700,00	\$ 700,00
1	Sueldo Almacén		\$ 500,00	\$ 500,00
SUBTOTAL				\$ 5.630,00
TOTALES				\$ 7.437,50

Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

4.9. CONCLUSIONES

- ✓ La propuesta de control interno ilustra una estructura orgánica funcional, además describe las funciones y tareas específicas de quienes integran el Comercial “SANTOS”, contribuyendo al eficiente desempeño de los trabajadores.

- ✓ La herramienta guía ofrece políticas y procedimientos de control para el manejo de la administración del inventario de mercadería del Comercial “SANTOS”.

- ✓ El documento de consulta proporciona instrumentos de control que aseguran el desarrollo de las operaciones relacionadas con la administración de inventarios de mercadería.

- ✓ El instrumento estratégico presenta un flujograma donde se observa los pasos para el desarrollo de la toma física de inventario de mercadería del Comercial “SANTOS”.

4.10. RECOMENDACIONES

A la gerencia del Comercial “SANTOS”, quien debe:

- ✓ Considerar la estructura orgánica funcional con las funciones y tareas específicas propuestas, factor que contribuirá al eficiente desempeño de los trabajadores del Comercial “SANTOS”

- ✓ Analizar las políticas y procedimientos de control en el manejo del inventario de mercadería, componentes que fortalecerán la administración general del Comercial “SANTOS”.

- ✓ Hacer uso de instrumentos de control como formatos de: orden de compra, comprobantes de entrada de mercadería, toma física, tarjetas kardex, entre otros, documentos que aseguran la salvaguardia de las existencias del Comercial “SANTOS”.

- ✓ Considerar el instrumento administrativo contable denominado flujograma que ilustra los pasos para la ejecución del proceso de toma física de inventarios, permitiendo determinar la razonabilidad del saldo de esta cuenta.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR Mario. (Marzo de 2010). Cómo controlar tu inventario. Recuperado el 04 de Febrero de 2015, de <http://imagenes.mailxmail.com/cursos/pdf/5/como-controlar-inventario-6585.pdf>
- ALARCÓN Adelfa ULLOA Elvira. (2012). Observatorio de la Economía Latinoamericana. Recuperado el 20 de Abril de 2015, de El análisis de los estados financieros: papel en la toma de decisiones gerenciales: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2012/aaup.html>
- ARÉVALO, M. (2008). Características de la Población. Obtenido de www.monografía.com
- ARÉVALO, P. (2011). Análisis de la cuenta mercaderías. Tesis, Universidad técnica de Machala, Machala. Recuperado el 22 de Abril de 2015
- ARIAS, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación - Introducción a la Metodología Científica (Sexta ed.). Episteme.
- BERNAL, C. A. (13 de Enero de 2010). Epistemología a Investigación. Obtenido de De la Creatividad a la innovación: <http://epistemologia20.blogspot.com/2013/01/caracteristicas-del-metodo-cientifico.html>
- BIANCHI, R. (14 de Octubre de 2012). Grupo Truput. Recuperado el 20 de Abril de 2015, de Rotación de inventarios: <http://grupotruput.com/2012/10/14/es-correcta-la-rotacin-de-mis-inventarios/>
- CARRETO. (2011). Propuesta de Guía de Administración Educacional del Ejercicio Jurídico. Obtenido de Función Administrativa de Control: <http://www.eumed.net>
- CASTELO, M. (2009). Tesis - Diseño de un sistema Contable para el control interno de inventario de mercaderías. Tesis, UTE, Santo Domingo. Recuperado el 20 de Abril de 2015
- CATACORA, F. (2001). Siatemas y Procedimikentols Contables. Caracas: Mc Graw Hill.

- CHARLES T. HORNGREN/WALTER T. HARRISON/Linda SMITH BAMBER. (s.f.). Contabilidad (Tercera ed.).
- DAYSI. (17 de Abril de 2012). Control de Mercancías. Recuperado el 04 de Febrero de 2015, de <http://controldemercaderias-daisy.blogspot.com/2012/04/tarjetas-kardex-registran-los.html>
- DIAZ, R. (04 de Abril de 2010). Ingresos. Recuperado el 21 de Abril de 2015, de <http://rubydiazgalviz.blogspot.com/>
- ESLAVA, J. d. (2010). Las Claves del análisis económico-financiero de la empresa. Madrid: ESIC Editorial.
- ESPARZA A., José L. (2010). Diferencias de Gestión Financiera. Actualidad Contable FACES.
- FIERRO, A. M. (2011). Contabilidad General (Cuarta Edición ed.). Bogotá: Ecoc Ediciones.
- GARCÍA, B. (29 de Diciembre de 2011). Contabilidad. Obtenido de Cuenta Inventario de Mercaderías: http://wwwcontaups.blogspot.com/2011/12/cuenta-inventario-de-mercaderias_29.html
- GMAANGO. (12 de 11 de 2012). El inventario obsoleto. Recuperado el 3 de Febrero de 2015, de <http://finanzas.gmaango.com/2012/11/12/que-es-el-inventario-obsoleto/>.
- GUERRERO J. GALINDO J. (2014). Contabilidad para administradores (Primera ed.). Mexico: Grupo Editorial Patria.
- IASB. (2009). MARCO CONTEXTUAL.
- INCP Instituto Nacional de Contadores Públicos. (2012). Indicadores de análisis financiero. Recuperado el 20 de Abril de 2015, de <http://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>
- JORGE L, C. (2011). Trabajos15. Obtenido de Estadística: www.monografias.com
- KRAJEWSKI, R. M. (2008). Administración de Operaciones.
- LYBRAND, C. &. (2008). Los Nuevos Conceptos de Control Interno, Informe COSO. Madrid: Díaz de Santos S.A.

- MANCO, J. C. (2014). Elementos básicos del control, la auditoría y la revisoría fiscal (Primera ed.). Ediciones del Autor. Recuperado el 04 de Febrero de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=sF8WBgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- MANENE Luis M. (8 de Agosto de 2012). Gestión de existencias de inventarios. Recuperado el 04 de Febrero de 2015, de <http://www.luismiguelmanene.com/2012/08/08/gestion-de-existencias-e-inventarios/>
- MANTILLA., C. -S. (2012). Control Interno - Estructura Basado en Principios.
- MARKGRAF, B. (21 de Abril de 2015). La VOz de Houston. Obtenido de Inventario: <http://pyme.lavoztx.com/qu-actividades-debes-realizar-para-contabilizar-correctamente-tu-inventario-fin-de-ao-9843.html>
- MOSQUERA, J. (2010). Determinación del tipo de Ingresos. Tesis, Universidad Nacional de Chimborazo, Chimborazo. Recuperado el 21 de Abril de 2015
- MUNCH, Lourdes. (2011). Procesos Administrativos. México: Trillas.
- NIC 2. (2001). Inventarios. IASB. Recuperado el 15 de Abril de 2015
- NIIF PARA PYMES. (2009). Medición de Inventarios. IASB.
- OCHOA, R. (2012). Revistas Pymes. Recuperado el 20 de Abril de 2015, de Rotación de Inventarios: <http://www.empresariospyme.com/iframe/Pyme%202012/Junio%202018/Pyme218p15.pdf>
- ORBEA, A. (2012). Implementación de Control Interno para inventarios. Tesis, Universidad Central del Ecuador, Quito. Recuperado el 20 de Abril de 2015
- ORTEGA, Alfonso. (2008). Planeación Financiera Estratégica. México: Mc Graw Hill.
- PERLA D. Lezanski, Alicia O. Mattio, Susana B. Merino, Silvia M. Pasquali. (2008). Sistema de Información Contable. Buenos Aires: Editorial Maipue.
- PITISACA D. Amparo. (2010). Organización Administrativa Contable y Tributaria - Planificación. Loja. Recuperado el 04 de Febrero de 2015

- PORTELA, G. B. (2010). Control Interno. XI Taller de Nacional de Auditoría, Control y Supervisión. Habana Cuba.
- RUBIO, L. (2011). Taller de Estadísticas para la Investigación de Proyectos. Obtenido de www.monografias.com
- RUIZ María Mercedes. (05 de Abril de 2015). Diccionario Económico. Obtenido de Métodos de valoración de existencias: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/metodos-de-valoracion-de-existencias.html>
- SÁNCHEZ J. (2002). Análisis de la Rentabilidad de la Empresa. Recuperado el 12 de Octubre de 2011, de <http://ciberconta.unizar.es>
- SAP. (Agosto de 2012). Recuperado el 04 de Febrero de 2015, de http://help.sap.com/saphelp_46c/helpdata/es/c6/f83f084afa11d182b90000e829fbfe/content.htm
- SERRAHIMA, R. (25 de Marzo de 2011). La Rentabilidad Financiera. Recuperado el 20 de Abril de 2015, de Rendimiento: <http://raimon.serrahima.com/la-rentabilidad-financiera-roe-concepto-y-calculo/>
- SOLANILLA, J. J. (2012). Analisis Financiero. Trabajo de Grado, Universidad del Rosario, Bogotá.
- TENORIO T. Luz C. (2010). Controles para el mejoramiento de inventario. Recuperado el 05 de Febrero de 2015, de http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/ECONOMICAS_6/Contaduria_Publica/80%20lc%20tenorio.pdf
- UOVIRTUAL. (2012). Maestría en Pymes Inventarios. Recuperado el 03 de Febrero de 2015, de <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/admonf1/12.pdf>
- UREÑA, P. (2012). Diseño de procedimientos de un sistema de control y manejo de inventario y cuentas por cobrar. Tesis, Universidad central del Ecuador, Quito. Recuperado el 20 de Abril de 2015
- VELASTEGUÍ Leonardo S. (2011). Diseño de procesos para el manejo de inventarios - Registros de mercaderías. Recuperado el 04 de Febrero de

- 2015, de
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/14999/1/45428_1.pdf.
- VERMOREL Joannes. (Febrero de 2012). Rotación del Inventario (Ciclos del Inventario). Recuperado el 04 de febrero de 2015, de <http://www.lokad.com/es/definicion-rotacion-del-inventario>
- VILLACIS Paulina A. (2013). Diseño de Sistema de Control Interno - Planificación. Quito. Recuperado el 04 de Febrero de 2015
- WEIERS, R. (2011). Investigación de Mercados. Prentice Hall.
- WHITTINGTON O Ray y PANNY Kurt. (2008). Principios de Auditoría (Décimo Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill.
- ZINATH, J. (2010). Análisis de Inversión. Presentación, Instituto Tecnológico de Villahermosa. Recuperado el 20 de Abril de 2015

AneXOS



**ANEXO N° 1 CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA FORMAL
DIRIGIDA A ADMINISTRADORES Y COLABORADORES**

Objetivo: Analizar el tratamiento de inventario, mediante un diagnóstico situacional, para que a través de la información obtenida se confirme la viabilidad del diseño de un manual de control de inventarios para el comercial “SANTOS”, que mejore los beneficios económicos - financieros y de gestión.

Marque con una (X) la respuesta que usted crea conveniente, recuerde que la información proporcionada, Es importante para la realización del Proyecto de Tesis.

1. Datos del Encuestados:

a. Edad entre:

- a.1 17 -25
a.2 26 – 35
a.3 36 – En adelante

b. Género

- b.1 Masculino
b.2 Femenino

c. Nivel de Educación

- c.1 Primaria
c.2 Secundaria
c.3 Superior
c.4 Otros

2. ¿Qué cargo desempeña usted?

- d. Gerente e. Administrador/a
f. Auxiliar Contable h. Vendedor j. Bodeguero
g. Secretario/a i. Cajero k. Otro

Especifique su cargo.....

3. ¿En función de que la empresa realiza las compras de mercadería?

- l. Revisión Periódica n. Pedido del cliente
m. Stock Agotado o. Desconoce

4. La empresa tiene planificada sus ventas a través de:

- p. P. Mensual q. P. Trimestral r. P. Semestral
s. P. Anual t. No Planifica



5. ¿Cómo se llevan los registros de la entrada de mercadería?
- u. Libro Manual w. Reportes Pre-numerados
v. Kardex x. Sistemas contables
6. ¿Cómo se realizan los controles de salidas de mercadería?
- y. Orden de entrega z. Facturas pre-numerados aa. No realiza controles
7. ¿En qué periodo la empresa realiza la toma física de inventarios de mercadería?
- bb. Mensual cc. Trimestral dd. Semestral
ee. Anual ff. No realiza
8. ¿Aplica la empresa los procedimientos de conciliación de saldos de inventarios?
- gg. SI hh. NO
9. ¿Sabe usted cuales son las causas de la obsolescencia de inventarios?
- ii. Poca Estrategia de venta kk. Tecnología
jj. Moda ll. Exceso de inventario
10. ¿Qué estrategias aplica la empresa para evitar la caducidad de sus productos?
- mm. Promoción en venta nn. Intercambio por productos oo. No aplica
11. ¿A través de qué método obtiene el saldo inicial de inventario de mercadería?
- pp. Promedio qq. Fifo rr. Ninguno
12. ¿A través de qué sistema se obtiene el saldo final de inventario de mercadería?
- ss. Periódico tt. Permanente uu. Ninguno
13. ¿Considera usted que la liquidez general de la empresa le permite hacer frente a sus obligaciones?
- vv. A corto plazo ww. A largo plazo xx. No Permite
14. ¿Considera usted que la liquidez inmediata de la empresa le permite hacer frente a sus obligaciones?
- yy. A corto plazo zz. A largo plazo aaa. No Permite



15. ¿Cuál es el periodo de rotación de inventarios?
- bbb. Mensual ddd. Semestral
ccc. Trimestral eee. Anual
16. Los inventarios en existencias representan un nivel de inversión:
- fff. Alta ggg. Media hhh. Baja
17. ¿El monto de las ventas a crédito superan el del efectivo?
- iii. Si Supera jjj. No Supera
18. ¿Cuál es el plazo que usted maneja en la rotación de cartera?
- kkk. 30 Días mmm. 90 Días
lll. 60 Días nnn. No Aplica
19. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra el beneficio económico anual de la empresa?
- ooo. \$ 0,00 \$ 50.000,00 ppp. \$ 50.001,00 \$ 100.000,00 qqq. \$ 100.001,00
En adelante
20. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra el beneficio neto anual de la empresa?
- rrr. \$ 0,00 \$ 30.000,00 sss. \$ 30.001,00 \$ 60.000,00 ttt. \$ 60.001,00
En adelante
21. ¿En los últimos 5 años ha registrado pérdida la empresa?
- uuu. Siempre vvv. Pocas veces www. Nunca
22. ¿Las ganancias obtenidas en la empresa provienen en su mayoría de la venta de?
- xxx. Materiales de construcción zzz. Materiales de pesca
yyy. Materiales de ferretería aaaa. Otros
23. ¿Dispone la empresa de un manual de control interno para el manejo de inventarios?
- bbbb. Si Dispone cccc. No Dispone
24. ¿Qué tan importante considera usted que se disponga de un manual de control interno para el manejo de inventarios en la empresa?
- dddd. Muy Importante eeee. Poco Importante ffff. Nada Importante



**ANEXO N° 2 CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA DIRIGIDA A
CLIENTES**

Objetivo: Analizar el tratamiento de inventario, mediante un diagnóstico situacional, para que a través de la información obtenida se confirme la viabilidad del diseño de un manual de control de inventarios para el comercial “SANTOS”, que mejore los beneficios económicos - financieros y de gestión.

Marque con una (X) la respuesta que usted crea conveniente, recuerde que la información proporcionada, Es importante para la realización del Proyecto de Tesis.

1. ¿En qué rango se encuentra el tiempo que lleva siendo cliente del Comercial “SANTOS”?
a. Menos de 1 Año b. Entre 1 – 2 AÑOS c. Más de 2 Años
2. ¿Qué tipo de materiales usted adquiere con frecuencia?
d. Materiales de construcción f. Materiales de pesca
e. Materiales de ferretería g. Otros
3. ¿El comercial “SANTOS” le ofrece todos los productos que usted requiere?
h. Siempre i. Casi Siempre j. Algunas
k. Muy Pocas Veces l. Nunca
4. ¿La mercadería que usted recibe, cumple con las características requeridas?
m. Siempre n. Casi Siempre o. Algunas
p. Muy Pocas Veces q. Nunca
5. ¿Cómo considera usted la entrega de mercadería en el momento de su compra?
r. Muy eficiente s. Eficiente t. Indiferente
u. Ineficiente v. Muy ineficiente
6. ¿Qué tan importante considera usted que la empresa mantenga la variedad de sus productos?
w. Muy Importante x. Poco Importante y. Nada Importante
7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción por la venta de mercadería en el Comercial “SANTOS”?
z. Muy Satisfecho aa. Satisfecho bb. Indiferente
cc. Insatisfecho dd. Muy Insatisfecho

ANEXO N° 3 CARTA AVAL



Anconcito, 05 de Febrero de 2015

CARTA AVAL


En consideración al petitorio del Sr. BORBOR TOMALÁ JUAN HIDALGO, CON C.I # 0926917949, egresado de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, Escuela de Administración y Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, y una vez analizada la propuesta de tema de tesis "MANUAL DE CONTROL DE INVENTARIOS PARA EL COMERCIAL "SANTOS", PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015", se procede a la aprobación de la solicitud, comprometiéndose a brindar la apertura, el apoyo y la información necesaria para el desarrollo del respectivo tema de tesis.

Atentamente

Sra. Verónica Reyes Morales
**ADMINISTRADORA
COMERCIAL "SANTOS"**

ANCONCITO – SALINAS

ANEXO N° 4 RUC



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

...le hace bien al país

NUMERO RUC: 0910031236001

APELLIDOS Y NOMBRES: SANTOS SUAREZ ADIK ELOY

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** SI

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 06/10/1968 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** 05/04/2013

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 13/11/2003 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**

FEC. RESCISIÓN: 13/11/2003 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

SERVICIOS REGULARES DE TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS EN AUTOMOVILES

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: SANTA ELENA Cantón: SALINAS Parroquia: ANCONCITO Número: 5/N Referencia: CIUDADELA GONZALO CHAVEZ Teléfono: 042046390


DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:


- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA
- * IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE VEHICULOS MOTORIZADOS

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1

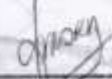
JURISDICCION: REGIONAL LITORAL SURI SANTA ELENA **CERRADOS:** 0



Jorge Washington Mora Maiza
DELEGADO DEL R.U.C.
Servicio de Rentas Internas
Litoral Sur - Santa Elena



FRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: JWA/2013/01 Lugar de emisión: LA LIBERTAD 9 DE OCTUBRE Fecha y hora: 05/04/2013 16:56:20

Página 1 de 2

SRI.gob.ec



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 0910031236001

APELLIDOS Y NOMBRES: SANTOS SUAREZ ADIK ELOY

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO:	001	ESTADO:	ABIERTO	MATRIZ	FEC. INICIO ACT.:	13/11/2000
NOMBRE COMERCIAL:	COMERCIAL SANTOS				FEC. CIERRE:	
					FEC. RENICIO:	

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

SERVICIOS REGULARES DE TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS EN AUTOBUSES
 VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA
 ACTIVIDADES DE TRANSPORTE COMERCIAL DE CARGA PESADA POR CARRETERA

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: SANTA ELENA Cantón: SALINAS Parroquia: ANCONCITO Ciudadela: GONZALO CHAVEZ Número: SIN Referencia: A
 UNA CUADRA DEL COLEGIO PEDRO FRANCO DAVILA Teléfono Trabajo: 041346390 Celular: 990967967



[Handwritten Signature]
 FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

Jorge Washington Mora Maita
 DELEGADO DEL R.U.C.
 Servicio de Rentas Internas
 Litoral Sur - Santa Elena

[Handwritten Signature]
 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: JWA0010011 Lugar de emisión: LA LIBERTAD DE OCTUBRE Fecha y hora: 09/04/2013 08:56:20

ANEXO N° 5 CÁLCULOS DEL PRESUPUESTO

COMPRAS PROMEDIO

ÍTEMS	CANTIDAD PROMEDIO DE COMPRA (PRODUCTOS) MENSUAL	COSTO UNITARIO	PVP PROMEDIO
Materiales de Pesca	375	\$ 18,35	\$ 22,02
Materiales de Ferreteria	320	\$ 15,78	\$ 18,94
Materiales de Construcción	414	\$ 22,64	\$ 27,17
Otros	75	\$ 8,36	\$ 10,03
PROMEDIO	296	\$ 16,28	\$ 19,54

POLÍTICAS DE VENTA

CANTIDAD PROMEDIO DE COMPRA (PRODUCTOS) MENSUAL	MESES	CANTIDAD PROMEDIO (PRODUCTOS) ANUAL
296	12	3552

CANTIDAD PROMEDIO (PRODUCTOS) ANUAL	PVP PROMEDIO	INGRESO AÑO 1
3552	19,54	\$ 69.402,53

COSTO DE PUBLICIDAD

INGRESO AÑO 1	PUBLICIDAD ANUAL 4%	PUBLICIDAD MENSUAL
\$ 69.402,53	\$ 2.776,10	\$ 231,34

ANEXO N° 6 FOTOS

Instalaciones del Comercial “SANTOS”



Fuente: Entrevista Verónica Reyes Morales, Administradora.
Elaborado por: Juan Borbor Tomalá



Fuente: Entrevista a Rommel Piguave, Vendedor.
Elaborado por: Juan Borbor Tomalá

GLOSARIO

Activo.- Es un bien que la empresa posee y que pueden convertirse en dinero u otros medios líquidos equivalentes.

Balances.- El balance de situación (o balance general) en el mundo de contabilidad es el resumen de todas las posesiones (activos) y todas las deudas y el capital de una organización en un periodo de contable determinado. En sí, el balance es como una fotografía del patrimonio.

Comercial.- Es un adjetivo que refiere a lo vinculado con el comercio o con las personas que se dedican a comprar y/o vender bienes o servicios.

Competencia.- Se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio.

Control.- La función que se comenta garantiza que las actividades reales se ajusten a las actividades planeadas, por lo que se dice que el control parte del punto donde termina la planificación

Control interno.- Es un proceso efectuado por la Junta Directiva de la entidad, por la administración y por otro personal diseñado para proporcionar a la administración un aseguramiento razonable con respecto al logro de los objetivos.

Costo.- El término costo hace referencia al importe o cifra que representa un producto o servicio de acuerdo a la inversión tanto de material, de mano de obra, de capacitación y de tiempo que se haya necesitado para desarrollarlo. Como se puede ver, el término es característico y central para las ciencias económicas.

Crédito fiscal.- Es el monto que una empresa ha pagado en concepto de impuestos al adquirir un producto o insumo y que puede deducirlo ante el estado al momento de realizar una reventa.

Evasión tributaria.- Es la acción de eludir el pago de los tributos que fija la ley. Se trata de una figura jurídica que implica un acto voluntario de impago que se encuentra castigado por la ley por tratarse de un delito o de una infracción administrativa.

Inventarios.- Son bienes tangibles que se tienen para la venta en el curso ordinario del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización.

Manual.- Es una publicación que incluye los aspectos fundamentales de una materia. Se trata de una guía que ayuda a entender el funcionamiento de algo, o bien que educa a sus lectores acerca de un tema de forma ordenada y concisa.

Pasivo.- El pasivo consiste en las deudas que la empresa posee, recogidas en el balance de situación, comprende las obligaciones actuales de la compañía que tienen origen en transacciones financieras pasadas.

Presupuesto.- Es el cálculo que se realiza con anticipación tanto de los ingresos como de los gastos de una empresa, una entidad pública, un estado, o simplemente de la economía familiar.

Retención.- Es la obligación que tiene el comprador de bienes y servicios, de no entregar el valor total de la compra al proveedor, sino de guardar o retener un porcentaje en concepto de impuestos. Este valor debe ser entregado al estado a nombre del contribuyente, para quien esta retención le significa un prepago o anticipo de impuesto.

ABREVIATURA

FIFO.- First In First Out

IESS.- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

IR.- Impuesto a la Renta.

IVA.- Impuesto al Valor Agregado

LORTI.- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

NIC.- Normas Internacionales de Contabilidad.

NIIF.- Normas Internacionales de Información Financiera.

RALORTI.- Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

RUC.- Registro Único de Contribuyentes.

SRI.- Servicio de Rentas Internas.