



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRACTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE  
CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA**

**TÍTULO**

**“DISEÑO DEL SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIO PARA EL  
MINI-MARKET SANDRITA”**

**Autora:** Romero Macera Erika Gabriela

**MILAGRO, DICIEMBRE DEL 2016**  
**ECUADOR**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRACTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE  
CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA**

**TÍTULO**

**“DISEÑO DEL SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIO PARA EL  
MINI-MARKET SANDRITA”**

**Autora:** Romero Macera Erika Gabriela

**Tutora:** Abg. Ziadet Bermúdez Elicza Isabel

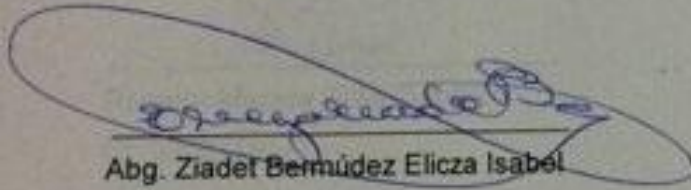
**MILAGRO, DICIEMBRE DEL 2016**

**ECUADOR**

## ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es "Diseño del Sistema de Control de Inventario para el Mini-market Sandrita" presentado por la estudiante Romero Macera Erika Gabriela, para optar al título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría.

Milagro, a los 06 días del mes de Diciembre del 2016



Abg. Ziadet Bermúdez Elicza Isabel

Cédula: 0908027063

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 06 días del mes de Diciembre del 2016



Romero Macera Erika Gabriela

CI: 0302119177

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi gratitud a Dios por brindarme salud y sabiduría para poder culminar mis estudios universitarios, a mis queridos tíos Luis y Celia ya que siempre me han guiado por el camino de la superación; con su esfuerzo, sus sabios consejos y su apoyo incondicional me permitieron culminar mi carrera.

A mis padres y familiares por su apoyo, por confiar y creer en mí, a la Universidad Estatal de Milagro y docentes de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales que compartieron sus conocimientos en las aulas y fuera de ellas, haciendo de mí una gran profesional, y a todas las personas que con su apoyo hicieron posible la realización de este presente trabajo.

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue "Diseño del Sistema de Control de Inventario para el Minimarket Sandrita" y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 06 de Diciembre del 2016



---

Romero Macera Erika Gabriela

CI: 0302119177

## ABREVIATURAS

**Métodos Peps.-** Primero en entrar, primero en salir.

**Métodos Ueps.-** Último en entrar, primero en salir.

**TIC:** Tecnologías de la Información y Comunicación

**FODA:** Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas

**S.O:** Sistema Operativo

**RAM:** Memoria de acceso aleatorio

**IP:** Protocolo de Internet

**ERP:** Planeamiento de Recursos Empresariales

**Pymes:** Pequeñas y medianas empresas

**ATS:** Anexos Transaccionales

**FE:** Redes de alta velocidad (Fast Ethernet)

## ÍNDICE GENERAL

<b>ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>ABREVIATURAS.....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE GENERAL.....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS .....</b>	<b>x</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>EL PROBLEMA .....</b>	<b>2</b>
1.1 Planteamiento del Problema.....	2
1.1.1 Delimitación.....	4
1.1.2 Formulación del problema.....	4
1.2 Objetivos.....	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>6</b>
<b>MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO .....</b>	<b>6</b>
2.1 Marco Teórico y Referencial.....	6



2.2 Marco Metodológico.....	14
2.3 Población y Muestra.....	14
2.4 Métodos y Técnicas .....	15
2.5 Resultados .....	15
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>23</b>
<b>PROPUESTA.....</b>	<b>23</b>
3.1 Descripción de la Propuesta.....	23
3.1.1 Desarrollo de la propuesta .....	24
3.2 CONCLUSIONES .....	38
3.3 RECOMENDACIONES .....	39
<b>Bibliografía.....</b>	<b>40</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Fórmula finita	13
Tabla 2	Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” sobre la atención al cliente.	15
Tabla 3	Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en base al nivel de satisfacción que brinda el modelo de negocio.	16
Tabla 4	Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación al tiempo de respuesta que conlleva la solicitud de su producto.	17
Tabla 5	Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación la calidad de los productos que provee.	18
Tabla 6	Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación a la variedad de los productos que provee.	19
Tabla 7	Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación a automatización de los servicios que posee.	20
Tabla 8	Análisis FODA del Mini-Market “Sandrita” del cantón Milagro.	23
Tabla 9	Comparativo de los Sistemas de Inventario.	24
Tabla 10	Análisis de propuestas.	31
Tabla 11	Costo total de la inversión.	33

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Software Control Interno	25
Figura 2	Quick Accounting Ecuador.	26
Figura 3	Requerimientos técnicos Quick Accounting	26
Figura 4	Costos y Servicios del Software Quick Accounting	27
Figura 5	Nectilus Contable Ecuador.	28
Figura 6	Requerimientos técnicos Nectilus Contable Ecuador.	28
Figura 7	Costos y Servicios del Software Nectilus Contable Ecuador	29
Figura 8	Software Mónica 9.0 Ecuador	30
Figura 9	Requerimientos Técnicos Mónica 9.0 Ecuador	30
Figura 10	Costos y Servicios del Software Mónica 9.0 Ecuador	31
Figura 11	Computador de escritorio Intel Core I7	32
Figura 12	Elementos del servicio al cliente	42
Figura 13	Acciones administrativas y gerenciales del Control Interno	42

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” sobre la atención al cliente.	15
Gráfico 2	Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en base al nivel de satisfacción que brinda el modelo de negocio.	16
Gráfico 3	Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación al tiempo de respuesta que conlleva la solicitud de su producto.	17
Gráfico 4	Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación la calidad de los productos que provee.	18
Gráfico 5	Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación a la variedad de los productos que provee.	19
Gráfico 6	Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación a automatización de los servicios que posee.	20

## ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL

**Título:** Diseño del Sistema de Control de Inventario para el Minimarket Sandrita

### Resumen

La importancia del control de inventario resulta indispensable en toda empresa para determinar los activos tangibles que posee, en muchas ocasiones esta labor resulta difícil de llevar, pero no imposible. Hoy en día la tecnología aporta de manera significativa a gestionar las existencias en un negocio, sin importar su tamaño. El presente caso de estudio se basa en la necesidad de establecer el diseño de un sistema de control de inventario para el Minimarket Sandrita ubicado en el cantón Milagro, la misma que ha ido creciendo como un negocio de índole familiar, pero este crecimiento conlleva a determinar la necesidad de controlar mejor la existencia de productos y establecer un mejor proceso de abastecimiento y comunicación con sus proveedores. La metodología utilizada en el estudio responde a los paradigmas cuali-cuantitativos, donde los instrumentos aplicados como la encuesta se basan en el nivel de satisfacción de los clientes y su relación con el control de inventarios, de tal manera que los resultados obtenidos evidenciaron un grado de insatisfacción, así como la carencia de una infraestructura tecnológica que permita mitigar las inconsistencias de los registros manuales que llevan actualmente. De tal manera, que la propuesta se cimenta en la aplicación de recursos tecnológicos para atender con mayor efectividad a sus clientes, asegurando las utilidades del negocio.

**Palabras clave:** Inventarios, Sistemas de control, mercaderías, satisfacción, clientes.

## ABSTRACT

The importance of inventory control is essential in any company to determine the tangible assets that has, on many occasions this work is difficult to bear, but not impossible. The technology today contribute significantly to manage stocks in a business, regardless of their size. This case study is based on the need to establish the design of a system of inventory control for the Minimarket Sandrita located in the canton miracle, the same that has been growing as a business family nature, but this growth leads to determine the need for better control over the existence of products and to establish a better process of supply and communication with its suppliers. The methodology used in the study responds to the paradigms quali-quantitative, where instruments applied as the survey is based on the level of satisfaction of the customers and their relationship with the inventory control, so that the results obtained showed a degree of dissatisfaction, as well as the lack of a technological infrastructure which will make it possible to mitigate the inconsistencies of the manual records that are currently. In such a way, that the proposal was based on the implementation of technological resources to respond more effectively to their clients, ensuring the profits of the business.

**Key words:** inventories, control systems, goods, satisfaction, customers.

## INTRODUCCIÓN

El presente caso de estudio surge ante la necesidad de establecer el diseño de un sistema de control de inventario para el Mini-Market “Sandrita” ubicado en el cantón Milagro, donde se determina la presencia de registros manuales sobre sus ventas y compras, factor incidente en los niveles de inconsistencias al momento de contrastar la existencia de sus productos.

Ante aquello es evidente la importancia de que las Pymes, sin considerar su tendencia comercial deban contar con un control efectivo de sus inventarios, ya que se trata de los activos tangibles que posee el negocio para su desarrollo sostenible. Una de las problemáticas identificadas en el mini-market es la carencia de una infraestructura tecnológica que permita el registro de los procesos de comercialización, donde se asienten los ingresos y salida de mercadería, ya que en la práctica se nota la inconsistencia del inventario producto del registro manual.

Bajo esta perspectiva, el deficiente control de inventario incide en el aprovisionamiento de productos para la venta, por lo que la clientela debe afrontar el desabastecimiento de productos, tiempos de respuesta lento, costos elevados relativos a la competencia, entre otros.

La metodología investigativa aplicada respondió a los paradigmas cuali-cuantitativos, donde la encuesta aplicada a los clientes que frecuentan el negocio determinó la necesidad de automatizar los procesos de ventas, donde el control de inventario sea el referente para la emisión de reportes que permita la compra a tiempo de productos y mejorar la satisfacción de sus clientes.

Como parte de la propuesta se establece el acondicionamiento tecnológico, donde la compra de un software para el control de inventario a bajo costo determine el seguimiento ordenado y efectivo del ciclo de vida del producto. Por ende la inversión establecida es relativa al modelo de negocio.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

Se puede considerar que el inventario, es la cantidad de bienes o activos fijos que posee una empresa, la misma que se encuentra en existencia durante un período determinado. Bajo este contexto, el control de inventario es de gran relevancia, ya que su objetivo principal se centra en la capacidad que posee la empresa para generar utilidades, producto de las ventas, a la vez que incide en el nivel de satisfacción de sus clientes.

Según Groover, (2012) en su libro *Fundamentos de Manufactura Moderna*, expresa que: “el control de inventario hace referencia a la obtención explícita del equilibrio entre dos objetos opuestos” (p. 988), es decir, tratar de minimizar los costos de mantener un inventario; y maximizar el servicio a los clientes. Cabe recalcar que los costos de inventarios hace referencia a los costos de inversión, almacenamiento y a las posibilidades de obsolescencias o daños posibles causados al productos.

En la actualidad, las empresas se ven obligadas a llevar un control eficiente de sus inventarios, donde no se haga exclusión por el tipo de negocio o por el tamaño de la misma; por consiguiente, el inventario es la forma de ver los activos que posee la organización de manera tangible, que en muchas ocasiones, debido a la capacidad de las empresas para financiar un sistema de control de inventarios se torna una tarea difícil, pero no imposible, sobre todo en las empresas o negocios de pequeña



magnitud, sin desmerecer la importancia que tiene como base esencial del Plan de Negocio y rentabilidad de las operaciones realizadas.

Tomando en consideración lo antes mencionado, en el cantón Milagro se encuentra ubicado el Mini-Market “Sandrita”, en las calles Atahualpa y Calderón, el mismo que ofrece su servicio en la venta de productos de primera necesidad; actividad realizada por varios años, donde las operaciones comerciales y su relación con los clientes lo ha ubicado como uno de los negocios de preferencia en el sector.

Ante el cambio constante de la sociedad, sumado a la globalización comercial y la arremetida progresiva de los avances tecnológicos, actualmente el negocio enfrenta una serie de problemas relacionados a su control de inventario, entre los que se encuentran: La falta de registros, que genera la escasa información para minimizar costos de producción, aumentar los niveles de liquidez y mantener un nivel de inventario óptimo que permita atender las necesidades y requerimiento de los clientes.

Por otro lado, es evidente la distorsión de la información generada en las existencias de los productos, lo que implica que el abastecimiento de mercadería excedente incurre en los costos de mantenimiento del inventario, aumentando las posibilidades de pérdidas por el deterioro de la misma. De la misma forma, la carencia de un sistema informático hace que los registros de entrada y salida de mercadería se lo realicen de manera manual, afrontando inconsistencias entre los totales físicos y escritos, por lo que las pérdidas económicas son evidentes.

Ante la incoherencia de los totales, es necesario realizar una exploración inmediata a dicha inconsistencia, por lo que se debe tener de manera inmediata la información requerida, así como un histórico de los movimientos de la mercadería desde la bodega hasta los puntos de ventas sin importar el modelo o tamaño del negocio. Otro factor importante a considerar dentro de la problemática, son los costos elevados para implementar un sistema de control de inventario que se ajuste al modelo de negocio, lo que implica el estudio necesario para determinar la factibilidad de

automatizar dicho proceso, enfocándose en fortalecer la productividad, competitividad y rentabilidad de la organización a mediano y largo plazo.

Si esta problemática continuara sin solución, el Mini-Market “Sandrita” afrontaría de manera progresiva las inconsistencias en el registro de la mercadería generando pérdidas económicas que no son contabilizadas o detectadas a tiempo, lo que implica un elemento incidente para su falta de liquidez, así como la insatisfacción de sus clientes. Por consiguiente, resulta indispensable diseñar un sistema de control de inventario que sea escalable al modelo de negocio que se registra actualmente.

### **1.1.1 Delimitación**

El presente caso de estudio se limita al diseño de un sistema de control de inventario para el Mini-Market “Sandrita” del cantón Milagro de la provincia del Guayas, período 2016.

**Línea de investigación:** Desarrollo y administración de la producción.

**Sublínea de investigación:** Planificación y Control de Operaciones.

**Objeto de estudio:** El Sistema de Control de Inventario.

**Unidad de observación:** Mini-Market “Sandrita”

**Tiempo:** Año 2016.

**Espacio:** Cantón Milagro, provincia del Guayas.

### **1.1.2 Formulación del problema**

¿Cómo el diseño de un sistema de control de inventario optimizará la gestión de las existencias del Mini-market “Sandrita” en el catón Milagro?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Diseñar un sistema de control de inventario para el Mini-Market “Sandrita” del cantón Milagro provincia del Guayas que permita optimizar la gestión de las existencias.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Identificar el nivel de satisfacción de los clientes acorde a las existencias de productos con los que cuenta el Mini-Market "Sandrita".
- ✓ Evaluar la posibilidad para implementar nuevas tecnologías en el control de inventario.
- ✓ Proponer alternativas tecnológicas para la automatización del control de inventario.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO**

#### **2.1 Marco Teórico y Referencial**

La historia de los inventarios inicia desde la antigüedad, cuando los pueblos a causa de las temporadas de escasas, decidieron almacenar grandes cantidades de alimentos para poder hacerles frente; ideándose a partir de esto un mecanismo de control para su reparto. De esta forma emerge el problema de los inventarios, como una manera de hacer frente a la carencia, que afirmara el sostenimiento del progreso normal de sus movimientos. Esta forma de acumulación de todos los alimentos y recursos importantes para la sobrevivencia dio origen a los inventarios.

A lo largo de la historia de los negocios, el inventario vencía a la información en gran parte, debido a que la información no podía ser lo suficientemente precisa. Las empresas escondían su ignorancia del mercado conservando inventario adicional. Los japoneses en realizar de forma eficaz este proceso en la industria manufacturera y era denominado “Kanban”, este sistema era simplemente un trozo de papel y unas tarjetas con un índice de los artículos, cuando la línea de producción tenía una baja de inventario, se adjuntaba un red de “hilo” requiriendo más partes. (Alejandro, 2008)

Acorde a la importancia de la información, se seguirán manifestando empresas cuyo recurso principal será la información, las empresas querrán menos el capital físico y se transformaran en solo información. La diferencia en la estructura financiera de una empresa que utiliza solo información puede ser muy distinta a la de una industria con bienes físicos o tangibles que en ocasiones son incomprensibles.

Los sistemas de inventarios, se refieren al mantenimiento de suficientes cantidades de recursos o bienes que son útiles para que la operación de la producción se encuentre garantizada, o bien, para que la gente o sociedad que lo demande no se perjudique a causa de la escasez de este bien o recurso.

Se dice que hay un inconveniente de inventarios cuando la cantidad disponible de recursos puede ser modificada por medio de un control que desempeña quien toma las decisiones, y por otro lado cuando un costo de inventario varía. Se debe tener en cuenta que el encargado de la administración del sistema de inventario puede disponer de los recursos o bienes para satisfacer las necesidades, sea por medio de compra o de reabastecimiento o también por la propia manufacturación. Este manejo de inventario prevaleció hasta la segunda guerra mundial, progresó de manera inicial en Japón y se fue extendiendo con gran éxito a nivel mundial, el llamado sistema “Justo a Tiempo” o JAT.

Fue originalmente implementado en Toyota en los años '70, en su sistema de producción, fue de uso exclusivo de la empresa y proveedores, luego se extendió de forma paulatina a otras industrias de Japón.

### **Referentes empíricos**

Título: “Implementación de un sistema de inventario en la distribuidora de pinturas "Comercial Montero"

Autores: Manuel Muñiz, Rodolfo Pacheco, Carlos Bayas.

El trabajo de investigación mencionado en el párrafo anterior nos manifiesta que debido a los problemas de inventario en la distribuidora de pinturas Comercial Montero la falta de un sistema ocasionaba que disminuya de manera significativa la rentabilidad de su negocio, por tal motivo se vieron en la necesidad de implementar un sistema de inventario. (Muñiz, Pacheco , & Bayas, 2012)

Título: “Diseño de un sistema de control de inventario basado en el método ABC, aplicado a una empresa de producción agrícola”

Autores: Andrés Alexander López Morán y Jorge Luis Galdós Miranda.

El método ABC permite la categorización de los artículos en base al costo y uso de estos, identificando factores críticos en el control de inventarios. Mediante la elaboración de un flujo de procesos y el desarrollo de indicadores de cumplimiento. Se llega a la conclusión entonces de que las empresas al no contar con un flujo de proceso de las actividades se desarrollan de forma empírica y las responsabilidades solo recaen en los encargados de las bodegas. La adopción del sistema ABC le permite a la industria identificar los artículos que requieren un mayor control salvaguardando la inversión en los inventarios. (López & Galdós, 2015)

## **Bases teóricas**

### **Inventario**

Se considera al inventario como un registro documental de los bienes y demás objetos que forman parte de la empresa. Según (Render, Stair, & Hanna, 2012) se considera al inventario como “el aglutinamiento de la mercadería, materia prima, insumos, así como los productos que se encuentran en el proceso debidamente terminados, los mismos que pertenecen a los bienes tangibles de una empresa. (p. 232). Es decir que el inventario es la forma detallada de los elementos que constituyen el patrimonio de la empresa, los mismos que están sujetos a un orden y valoración específica.

De manera general, el criterio de Muller Martín (2013) considera que el inventario responde de manera explícita a la filosofía Justo a Tiempo”, lo que implica tener el producto a disposición inmediata de los clientes, factor elemental que incide en su nivel de satisfacción.

## **Tipos de inventarios**

Groover, (2012) considera efectiva la siguiente clasificación:

- Inventarios de productos terminados.
- Inventarios de productos en procesos de fabricación.
- Inventarios de materia prima.
- Inventarios de suministros de fábricas

Bajo este contexto, es primordial que las Pymes mantengan una adecuada administración de sus inventarios, lo que demuestra un nivel de organización en la comercialización de bienes y productos que se ofrecen a los clientes por consiguiente es preciso tener presente los métodos de registros, los puntos de rotación y la debida clasificación de la mercadería, para de esta manera mantener un seguimiento idóneo de los ingresos y egresos de los productos en relación a las compras realizadas. (Jiménez, 2013)

Los procedimientos mencionados con antelación posibilitan la disponibilidad de los bienes que posee un negocio, sin importar su tamaño o direccionamiento comercial, por consiguiente la información se encuentra disponible al momento de realizar la venta, es decir que los métodos y recursos aplicados para el control de inventario deben ajustarse a las necesidades de la empresa y la administración eficiente de los inventarios. (Quimiz González, 2014)

La administración de inventarios se basa en cuatro aspectos relevantes, entre los que se encuentran:

- El número de unidades que debe existir dentro de un momento determinado.
- El momento preciso para realizar el inventario.
- Identificación de los artículos que ameritan de un inventario especial.
- Determinación de los procesos de protección de los costos de los productos ante los cambios en el mercado.

La administración de inventarios, según Muller, (2013) se la realiza con la finalidad de abaratar costos en su mantenimiento, ya que se debe tener presente que el

almacenamiento de productos incurre en rubros, los mismos que determinan su nivel de aplicación relacionándose directamente con los costos operacionales, que en gran medida deben ser inferiores.

### **Costos de inventarios**

Según (Bustos Flores & Chacón Parra, 2012) en su artículo publicado en la Revista *Scielo*, expresa que “es importante determinar los costos de inventarios dentro de los factores productivos del modelo de negocio”, por consiguiente, éstos se dividen en tres grupos, entre los que se encuentran:

- Costo de pedido.
- Costo para mantener el inventario.
- Costos de escases.

Ante aquello, resulta indispensable determinar el modelo factible para el control de inventario, donde el criterio de (Jiménez, 2013) menciona los siguientes modelos a considerar, teniendo presente los sistemas básicos para el control de inventarios sujeto la continuidad o volúmenes de pedido, o a su vez el de sistemas periódicos o períodos constantes, de tal manera que los métodos a aplicar están relacionada a la siguiente clasificación:

- Métodos del promedio ponderado.
- Métodos Peps. (Primero en entrar, primero en salir)
- Métodos Ueps. (Último en entrar, primero en salir)
- Método de identificación específica.

Bajo esta perspectiva, el control de inventario permite atender de manera eficaz a los clientes, quienes son los encargados de generar los ingresos económicos que determinan la liquidez y competitividad del negocio, por ende, un inventario sólido y coherente determina el aumento de las ventas y las ganancias dentro del modelo de negocio, de tal manera que los dueños o administradores deben atender este elemento relativo a la actividad comercial.



## **Control Interno del inventario**

(Ugarte Bejarano, 2014) Considera que: “el control interno, hace referencia al aglutinamiento de acciones o procesos que se realiza en el interior de una empresa, negocio u organización para determinar la entrada o salida de las mercaderías o productos puestos a disposición de sus clientes”, por lo tanto, es de gran relevancia para establecer los bienes tangibles que tiene a disposición los entes mencionados, y que se relacionan con su capacidad competitiva frente a la competencia.

El control interno, desde una perspectiva general, es de absoluta responsabilidad de la gerencia o en caso especiales de la administración de la misma, donde se debe considerar una serie de acciones. (Ver apéndice 2)

(Carrillo Jaramilo, 2012) En su artículo sobre Control Interno menciona que: “este tipo de acciones son relevantes al momento de establecer la eficacia y el nivel de productividad dentro de un negocio, empresa u organización”, por consiguiente, se logra la efectividad de los recursos, sean estos humanos y/o financieros orientados específicamente a establecer la satisfacción de los clientes, que a la vez tienden a generar réditos económicos que inciden en la liquidez del modelo de negocio.

Ante aquello, el Control de Inventario se enfoca al resguardo de los bienes tangibles del negocio, donde la fijación de políticas y normativas de este proceso determinan el nivel de seguridad y coherencia de los movimientos contables, así como la toma de decisiones en lo que se refiere al movimiento o rotación de la mercadería puesta a disposición de los clientes. (Carrillo Jaramilo, 2012)

## **Servicio al cliente**

Según Bethancourt, (2013) expresa que: “el servicio al cliente se relaciona con el bien y/o servicio que una empresa provee a sus clientes”, por lo tanto se lo puede definir como el aglutinamiento de actividades estrechamente relacionadas entre sí con el único fin de que el cliente obtenga el producto en los tiempos y lugar establecidos con antelación.

## **La calidad del servicio al servicio**

Gutierrez, (2012) expresa que “en la actualidad es el cliente o consumidor final el que hace que exista diferencias de calidad y competitividad entre las empresa de acuerdo al producto o servicios que ofrecen cada una”. Ante aquello, la calidad del servicio al cliente radica en todas las acciones previamente establecidas para atender de manera eficaz a los clientes, es un conjunto de elementos que enfatiza su nivel de efectividad. (Ver apéndice 2)

## **Importancia de la comunicación con el cliente**

Es todo lo que ocurre entre el empleado de la empresa y el comprador, se llama comunicación todo lo que se habla y lo que no se habla dentro del dialogo, siendo todo importante para llegar a un acuerdo según el asunto que se esté tratando. Enriquez, (2011).

## **Estrategias del servicio al cliente**

Según Enriquez, (2011) comenta que “las estrategias para una buena atención al cliente es como cualquier otro tipo de estrategia que se usan en diferentes ámbitos de la vida, siendo estas analíticas en cuanto al entorno que lo rodea en este caso al cliente”, es decir la empresa y en específico los empleados dedicados al servicio al cliente deben conocer y analizar las necesidades del cliente para partir de ahí para brindarle una solución que satisfaga sus requerimientos

Los elementos a tomar en cuenta para disponer una buena estrategia de servicio al cliente son los siguientes:

- 1. El cliente.-** se debe conocer con precisión cual es el cliente que se está atendiendo y cuáles son sus requerimientos que desea llenar
- 2. La competencia.-** ofrecer un mejor servicio a la clientela, partiendo de hacer un análisis foda de la competencia para luego brindar un mejor servicio que aquellos
- 3. Los patrones, costumbres y posibilidades de los clientes.-**

La estrategia de servicio como cualquier otra estrategia necesita de ser evaluada, se debe detectar si los ingresos serían mayores a los egresos que significaría en

invertir, desarrollar e implementar esta estrategia. En el momento de la elaboración de estas estrategias se debe tener en cuenta que una estrategia hecha bajo una mínima inversión con un nivel de servicio muy bajo va a significar gastos a largo plazo, debido a que se podría bajar la participación y competitividad en el mercado hasta el punto de perderlo de una manera total. (Agencia Anekis Marketing Relational, 2014)

Otros factores para elaborar una estrategia de servicio al cliente son:

**1. Los segmentos del mercado.-** se debe segmentar el mercado ya que el mismo consta de varios comportamientos y necesidades las cuales deben ser analizadas y satisfechas por separado (Cottle, 2012). Para hacer una segmentación de mercado se debe tener en cuenta y seleccionar parámetros que definen la actitud de los clientes, estos parámetros son:

- ✓ Ubicación geográfica
- ✓ Rama de actividad
- ✓ Género
- ✓ Nivel de ingreso
- ✓ Nivel profesional
- ✓ Condiciones de vida
- ✓ Otros

No es viable u optimo elaborar una misma estrategia de servicios para todo el mercado, lo que depende exclusivamente de su nivel de diversidad de los clientes y sus tendencias conductuales.

**2. La posición del producto en su ciclo de vida.-** no se debe ofrecer un mismo servicio al cliente por un producto que se encuentra en su etapa de vida de madurez que un producto que va a ser recién lanzado al mercado. (Dessler, 2011)

**3. Componentes del servicio al cliente.-** el nivel de servicio proporcionado se puede medir por lo siguiente:

- El nivel de servicio ofrecido.
- El nivel de servicio proporcionado.

## 2.2 Marco Metodológico

El desarrollo del presente caso de estudio se basa en el paradigma cuali-cuantitativo, donde se obtuvo resultados sujetos a medición y otros que se basan en la percepción del investigador. Ante aquello, la investigación descriptiva facilitó identificar las causas y efectos de la problemática referente a la necesidad de establecer un control de inventario que mejore la satisfacción al cliente, considerándose que el nivel de ventas se ven reducidas por la carencia de productos o la deficiente competitividad de los precios en relación a la competencia inherente en la misma línea de negocio.

De la misma forma, la investigación correlacional facilitó la relación entre las causas y efectos, evidenciando de manera práctica cómo los registros manuales de ingreso y egreso de mercadería inciden en la inconsistencia del inventario, afectando significativamente en la utilidad que debe generar el negocio; la investigación de campo facilitó el levantamiento de la información en las instalaciones del negocio, donde se obtuvo las perspectivas de los clientes quienes proceden a realizar sus compras con las expectativas de que sus necesidades sean satisfechas.

## 2.3 Población y Muestra

La población se encuentra conformada por los clientes que asisten a realizar sus compras al Minimarket "Sandrita", los mismos que no son de manera frecuente y, ante la carencia de un registro de clientes fijos se desconoce el número exacto de los mismos, por lo que se estima el uso de la siguiente fórmula:

**Tabla 1. Fórmula Infinita**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
n	Tamaño de la muestra.
E	error, se considera el 5%; $e = 0,05$
p	posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$
q	posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$
Z	nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

Fuente: Reglamento de Proyectos de Grado UNEMI

$$n = \frac{z^2 * p * q}{E^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} = 384 \text{ habitantes (PEA)}$$

## 2.4 Métodos y Técnicas

Entre los métodos utilizados para el análisis del estudio de caso se encuentran:

**Método Inductivo-Deductivo**, el mismo que facilita el análisis de la problemática referente al control de inventario, desde una perspectiva general hasta llegar a la particularidad de los factores que inciden en el nivel de satisfacción de los clientes, así como en la competitividad y productividad del modelo de negocio basándose en la necesidad de implementar un sistema para el control de inventario.

**Método de Likert**, considerado como un instrumento que facilita medir la precepción de las personas en relación a su nivel de satisfacción sobre un bien o servicio.

Las técnicas utilizadas para el levantamiento de información son:

**Encuesta**, aplicada a los clientes que asisten de manera frecuente o esporádica al negocio, lo que determina su nivel de satisfacción y por ende coadyuva a determinar la factibilidad y necesidad de implementar un sistema de control de inventario.

## 2.5 Resultados

Los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada para determinar la incidencia de la carencia de un sistema de control de inventario en el Mini-Market “Sandrita” demuestran que, el modelo de negocio realiza sus registros de ingreso y

egreso de mercadería de manera manual, donde la carencia de una infraestructura tecnológica básica no permite la automatización de sus procesos, considerando que dentro de las perspectivas generales, las Pymes deben estar a la par de su competencia, para de ésta manera comercializar en igualdad de condiciones y determinar el nivel de competitividad que con el que cuenta el mini-market.

Bajo esta perspectiva, el personal colaborativo del negocio no mantiene un control de las existencias, así como la parte administrativa no puede realizar un seguimiento eficaz del movimiento de la mercadería y estimar los pedidos a sus proveedores, basándose exclusivamente en la tendencia de consumo que se realiza en diferente lapso.

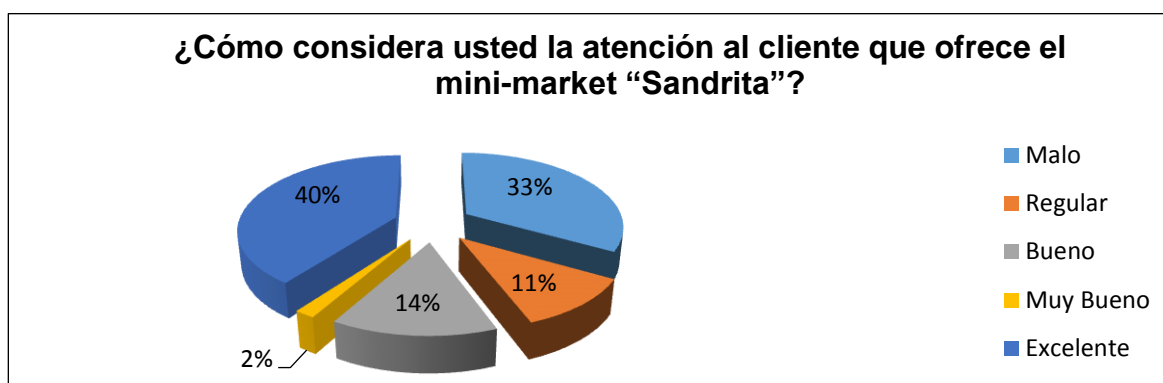
**Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita” del cantón  
Milagro**

**1.- ¿Cómo considera usted la atención al cliente que ofrece el mini-market “Sandrita”?**

**Tabla 2.** *Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” sobre la atención al cliente*

OPCIONES	RESULTADOS	PORCENTAJES
Malo	130	33%
Regular	43	11%
Bueno	55	14%
Muy Bueno	7	2%
Excelente	156	40%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”



**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”

**Gráfico 1.** Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” sobre la atención al cliente

**Análisis.-** Los resultados demuestran que para el 33% de los clientes la atención brindada es mala, el 11% lo cataloga como regular, mientras que para el 14% lo define como bueno, de la misma forma, el 2% de los encuestado los cataloga como muy bueno y el 40% como excelente. A pesar de las cifras positivas existe un indicador que debe ser considerado como relativo al nivel de satisfacción y su relación al aprovisionamiento de mercadería.

**2.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción que genera los servicios acordes a sus necesidades?**

**Tabla 3.** Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en base al nivel de satisfacción que brinda el modelo de negocio.

OPCIONES	RESULTADOS	PORCENTAJES
Malo	155	40%
Regular	33	9%
Bueno	40	10%
Muy Bueno	22	6%
Excelente	134	35%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”



Fuente: Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”

**Gráfico 2.** Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en base al nivel de satisfacción que brinda el modelo de negocio.

**Análisis.-** Los resultados de la encuesta aplicada a los clientes demuestra que el 40% mantienen un nivel malo de satisfacción en comparación al 9% que lo define como regular, apenas el 10% lo cataloga como bueno, el 6% logra estimarlo como muy bueno y el 35% considera que el servicio que presta el Mini-Market “Sandrita es excelente. Es decir que la tendencia de satisfacción de los clientes mantienen una perspectiva a lo negativo, factor esencial que incurre en la competitividad del negocio.

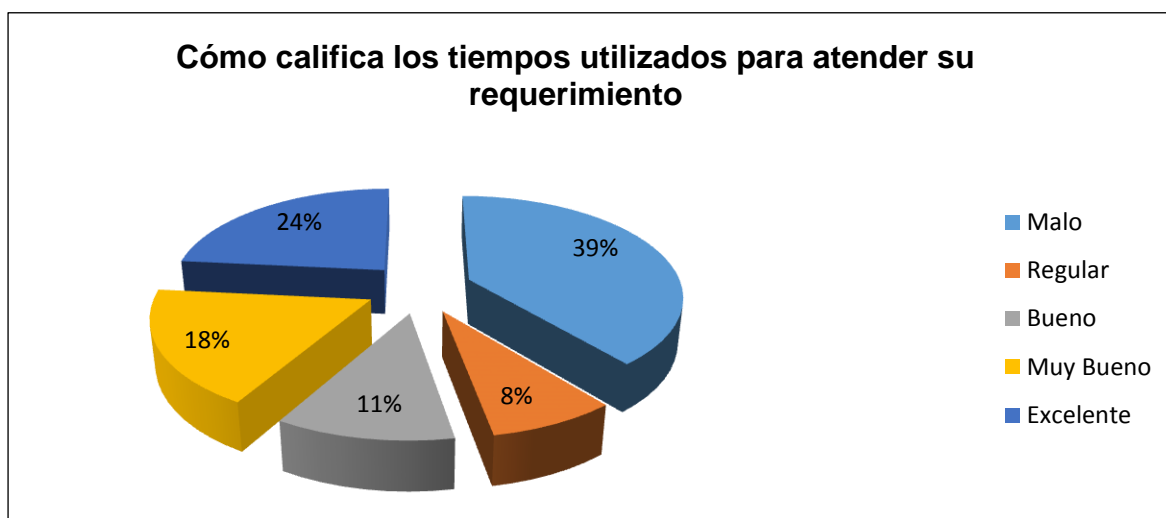


### 3.- Cómo califica los tiempos utilizados para atender su requerimiento

**Tabla 4.** Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación al tiempo de respuesta que conlleva la solicitud de su producto.

OPCIONES	RESULTADOS	PORCENTAJES
Malo	150	39%
Regular	31	8%
Bueno	43	11%
Muy Bueno	70	18%
Excelente	90	24%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”



Fuente: Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”

**Gráfico 3.** Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación al tiempo de respuesta que conlleva la solicitud de su producto.

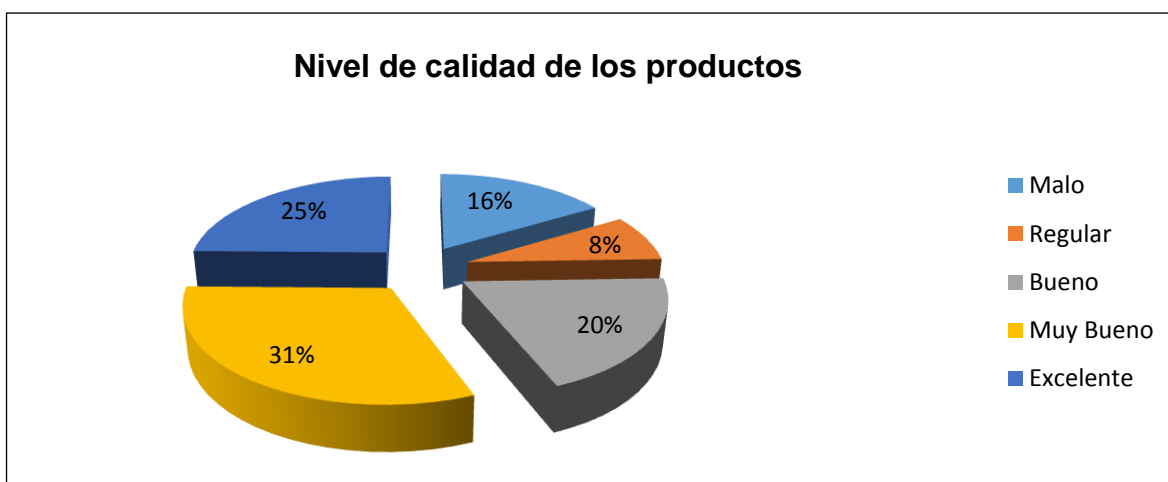
**Análisis.-** Los resultados obtenidos en esta pregunta demuestra que el 39% de los encuestados considera que el tiempo de respuesta en relación a la petición de sus productos es malo, es decir, que existe un desabastecimiento generalizado debido al mal manejo de inventario; por otro lado, el 8% lo califica como regular, apenas el 11% lo cataloga como bueno, el 18% como muy bueno y el 24% como excelente.

#### 4.- Nivel de calidad de los productos

**Tabla 5.** Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación la calidad de los productos que provee.

OPCIONES	RESULTADOS	PORCENTAJES
Malo	63	16%
Regular	31	8%
Bueno	75	20%
Muy bueno	120	31%
Excelente	95	25%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”



**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”

**Gráfico 4.** Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación la calidad de los productos que provee.

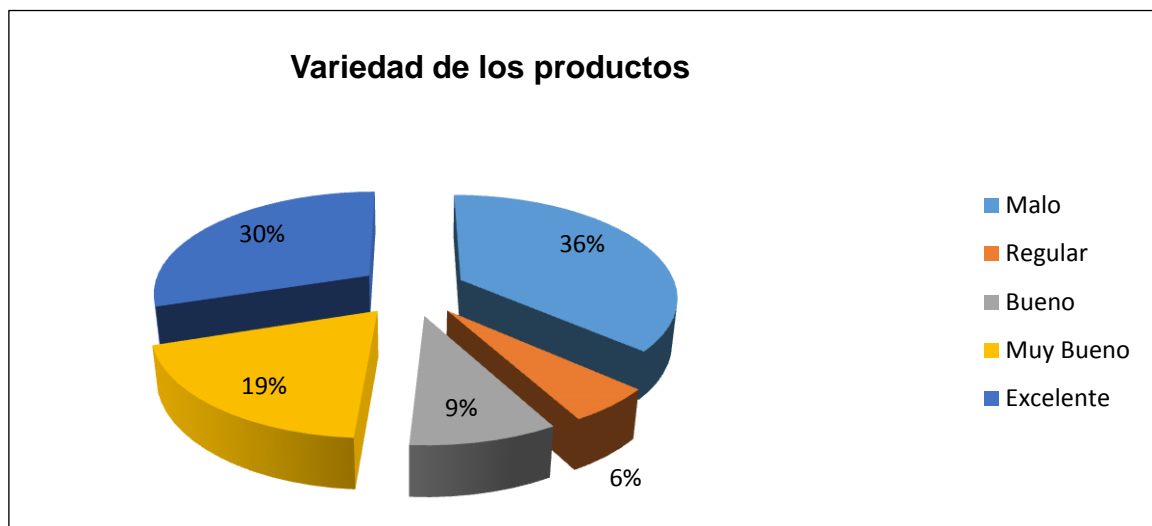
**Análisis.-** Los resultados evidenciaron que el 16% de los clientes considera que la calidad de los productos es mala, mientras que el 8% lo estima como regular, el 20% considera que es buena, el 215 que es muy buena y el 25% que es excelente, es decir que las perspectiva de los clientes también se enfoca en su satisfacción relativa a la calidad de productos y/o servicios que provee un negocio, empresa y organización.

## 5.- Variedad de los productos

**Tabla 6.** Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación a la variedad de los productos que provee.

OPCIONES	RESULTADOS	PORCENTAJES
Malo	140	36%
Regular	21	6%
Bueno	35	9%
Muy bueno	73	19%
Excelente	115	30%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”



**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”

**Gráfico 5.** Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación a la variedad de los productos que provee.

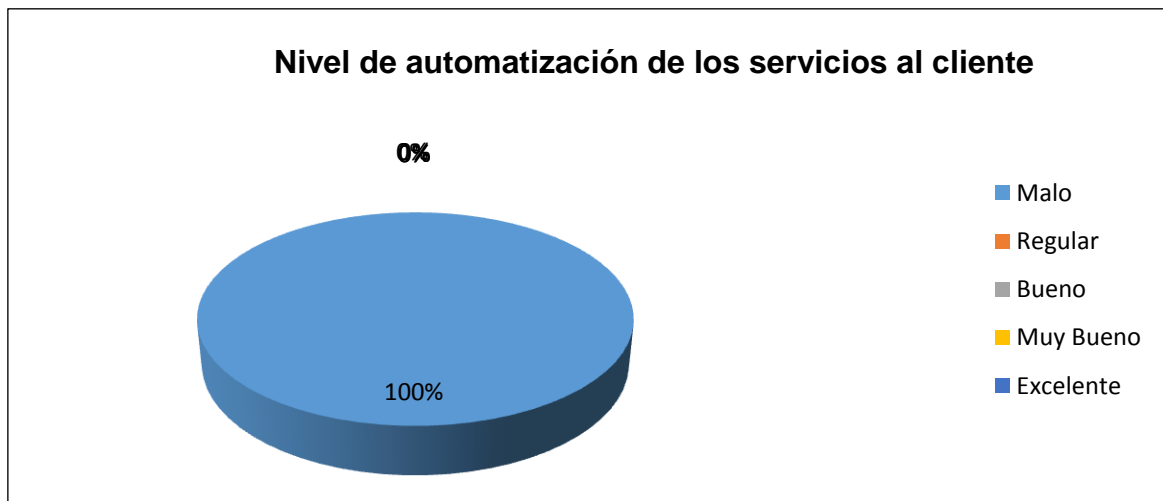
**Análisis.-** Los resultados obtenidos demuestran que para el 36% de los encuestados, el Mini-Market “Sandrita” posee una mala variedad en sus productos, mientras que el 6% lo define como regular, el 9% como bueno, el 19% como muy bueno y el 30% como excelente; es decir que la buena comunicación con los proveedores, como productos de un eficiente control de inventario radica en la diversidad de productos que se oferta a la clientela, logrando de esta forma mejorar su competitividad.

## 6.- Nivel de automatización de los servicios al cliente

**Tabla 7.** Distribución sumatoria de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación a automatización de los servicios que posee.

OPCIONES	RESULTADOS	PORCENTAJES
Malo	384	100%
Regular	0	0%
Bueno	0	0%
Muy bueno	0	0%
Excelente	0	0%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”



**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes del Mini-market “Sandrita”

**Gráfico 6.** Distribución porcentual de los clientes del Mini-Market “Sandrita” en relación a automatización de los servicios que posee.

**Análisis.-** Los resultados demuestran que para el 100% de los clientes encuestados la automatización de los servicios es mala, es decir que el mini-market no cuenta con la infraestructura tecnológica necesaria para registrar y controlar sus inventarios, lo que incide en el desabastecimiento de ciertos productos, de tal manera que el nivel de competitividad del negocio se ve afectado por la capacidad de organización de las mercaderías que proporcionan los software para el control de inventario.

## **CAPÍTULO III**

### **PROPUESTA**

#### **3.1 Descripción de la Propuesta**

La propuesta se encuentra cimentada en el diseño de un sistema para el control de inventario, donde la automatización básica del negocio, considerando su dimensión comercial, contribuye de manera efectiva a mejorar la satisfacción de los clientes, ya que sus requerimientos son atendidos de manera inmediata, así como los precios son relativos e inferiores al que mantiene la competencia producto del eficiente control y manejo a tiempo de su mercadería, de tal manera, que la proyección de alternativas informáticas para su oportuna aplicación mejorará el seguimiento, administración y supervisión de su inventario, elevando los niveles de productividad y ganancias en el negocio.

Bajo este contexto, la propuesta establece que dentro del control operativo es recomendable mantener las existencias dentro de un margen apropiado, sean éstos en términos cuantitativos o cualitativos, cuyos resultados determina el requerimiento de las compras, basándose en un criterio de frecuencia o tendencias de consumo, por lo que el control del inventario sería efectivo.

Entre las funciones básicas que se debe considerar para determinar el software que coadyuvará al control operativo del inventario, se encuentran la determinación de existencias mínimas y máximas, los índices efectivos de rotación de la mercadería,

el criterio administrativo en base a las especulaciones del mercado y como elemento esencial el control de carácter presupuestario.

Cada una de estas acciones permite emitir un nivel de confiabilidad en el control de inventario, teniendo presente que, el inventario final de un año se convierte en el inventario inicial del próximo año; es decir que la inconsistencia en el stock de productos genera daños consecutivos a nivel económico y productivos, donde la proyección de inversión se vería afectada por el valor errado de productividad.

De la misma forma, el control contable se basa en los indicadores antes mencionados para determinar la factibilidad de aplicación de un recurso informático que ayude al proceso de automatización del Mini-Market, donde el monto de inversión debe ser relativo al modelo de negocio, así como a la capacidad adquisitiva que proyecta la rentabilidad financiera de las ventas.

En primera instancia, se establece la cotización de diversos productos informáticos en el mercado local relacionados al control de inventario, así como sus costos y requerimientos técnicos, los mismos que se relacionan con el modelo de negocio, los alcances y limitaciones de las actividades comerciales sujetas a las tendencias de consumo.

Posterior a la identificación del software informático se determina el acondicionamiento de la infraestructura tecnológica sujeta a la realidad comercial del mini-market, es decir la adquisición de un solo terminal informático donde estará instalada la aplicación y cuyo acceso se sujeta a los niveles de autenticidad que provee el recurso tecnológico.

Como resultado del sistema propuesto, se obtiene reportes a tiempo, con saldos o stock de mercadería que facilita las órdenes de compras a los proveedores, así como el registro de los ingresos y salidas de la mercadería desde la bodega hacia la percha de venta; de tal manera que la parte administrativa tendrá la información necesaria para la toma de decisiones.

### **3.1.1 Desarrollo de la propuesta**

La propuesta se encuentra determinada en función al control de inventario, la misma que puede ser de manera operativa o basada en el Control Contable con la ayuda

de un software informático que determine la consistencia, seguridad y rapidez del mismo.

## **APLICACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIO PARA EL MINI-MARKET “SANDRITA UBICADO EN EL CANTÓN MILAGRO**

### **Proveedores de Sistemas de control de Inventarios**

La globalización a nivel internacional ha permitido que las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), vayan evolucionando de manera progresiva, donde se puede encontrar una diversidad de sistemas para el control de inventario, lo que facilita el seguimiento de la mercadería, así como su respectivo abastecimiento.

Para poder estimar la factibilidad de la propuesta, es necesario realizar una valoración previa de la situación actual del Mini-Market “Sandrita” en relación al control de inventario, la misma que demuestra:

**Tabla 8.-** Análisis FODA del Mini-Market “Sandrita” del cantón Milagro.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Único Mini-Market en el sector.</li> <li>• Sus precios son asequibles a la clientela.</li> <li>• Diversidad en los productos.</li> <li>• Capacidad financiera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesibilidad a créditos financieros.</li> <li>• Incentivos tributarios.</li> <li>• Apoyo de las políticas gubernamentales.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No posee tecnología informática.</li> <li>• No posee personal capacitado para el manejo informático.</li> <li>• Deficiente análisis de la competencia.</li> <li>• Empresa de tipo familiar poco flexible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrada de nuevos competidores.</li> <li>• Pérdidas de clientes por el desabastecimiento de productos.</li> <li>• Incremento de precios por la implementación de impuestos.</li> <li>• Competidores a gran escala con precios más bajos.</li> </ul>

**Fuente:** “Minimarket Sandrita”

Los resultados estimados dentro del análisis FODA evidencian una serie de factores que incurre en la posibilidad de aplicar un sistema automatizado para el control de inventario, donde destaca la entrada de nuevos proveedores en el mercado

competitivo, lo que deriva en el abaratamiento de los precios con la finalidad de captar nuevos clientes.

Ante aquello, es preciso que se considere como elementos principales de la propuesta, el sistema de inventario y los métodos de valuación de los mismos, donde se destaca la aplicación del siguiente sistema de inventario

**Tabla 9.-** Comparativo de los Sistemas de Inventario.

<b>Sistema periódico</b>
Lo utilizan empresas que venden grandes volúmenes de mercaderías a precios bajos.
Utiliza menos información, basándose solo en el precio de venta.
Incorre en menos costo para el negocio.
Utiliza cuentas nominales para la compra.
Dificulta el control permanente del inventario.
Informes sobre el costo de la mercadería sujeto al término del período.

El sistema periódico, aplicado en el modelo de negocio que lleva el Mini-Market “Sandrita” permite tener un control eficiente de la mercadería, la misma que gestiona las existencias con mayor eficacia dentro de un tiempo mínimo establecido. Los ítems comparativos aplicados para determinar los sistemas de inventarios, demuestra una visión más detallada de los condicionamientos que se ajustan a las necesidades y posibilidades de la empresa, donde la inversión proyectada cumpla con las expectativas iniciales para el control de inventario. La propuesta establece como método de valuación, al promedio ponderado, el mismo que se aplicará en el control de inventarios, y que es provisto por el software previamente seleccionado.

Este tipo de valuación, condiciona las técnicas que pueden ser aplicadas para el control del inventario en el Mini-Market “Sandrita” del cantón Milagro, considerado como un proceso vital para determinar los precios unitarios en relación a la compra.

De la misma forma, tomando en relación las fortalezas del análisis foda, específicamente, la capacidad financiera que posee el negocio, se estima la implementación de un sistema informático para el control de inventario, el mismo que permita optimizar los procesos antes mencionados, ya sean periódicos o permanentes, donde la inversión sea ajustada a la necesidad que posee la

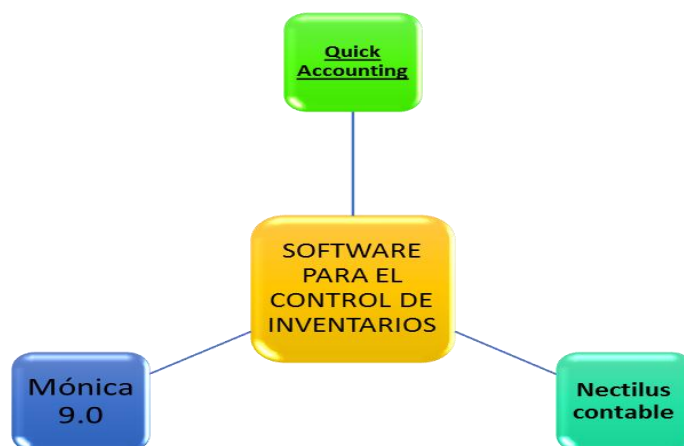


competitividad del mini-market. A continuación se detalla la alternativa encontrada en el mercado nacional para la automatización del Mini-Market “Sandrita” ubicado en el cantón Milagro, calles Atahualpa y Calderón, norte de la urbe.

### **Software para el Control de Inventarios**

Sin lugar a dudas, la gestión del control de inventario en las empresas no pueden estar desvinculadas de la parte tecnológica, por consiguiente, se debe tener presente el conjunto de herramientas informáticas que permite el seguimiento y supervisión de las mercaderías o bienes tangibles de la empresa u organización utilizada para interactuar con los clientes y generar réditos financieros que las permita posicionarse en el mercado.

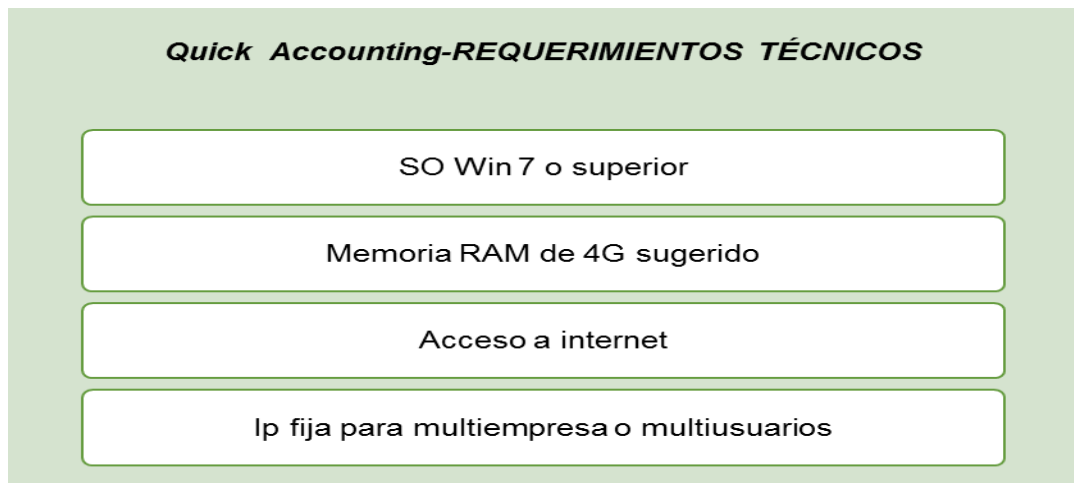
La gestión de inventario, en su gran parte están ligadas a una computadora, de tal manera que las empresas o modelos de negocios deben suplir esta necesidad, para así, estar en un nivel competitivo que aumente su productividad, así como un seguimiento de las mercaderías, la emisión de informes periódicos, facilitando la toma de decisiones a la parte administrativa o gerencial, sin importar el modelo de negocio al que se encuentre sometido. El software previamente seleccionado, están a criterio de la accesibilidad de información referente al mercado local enfocada de la siguiente forma:



**Figura 1.** Software Control Interno

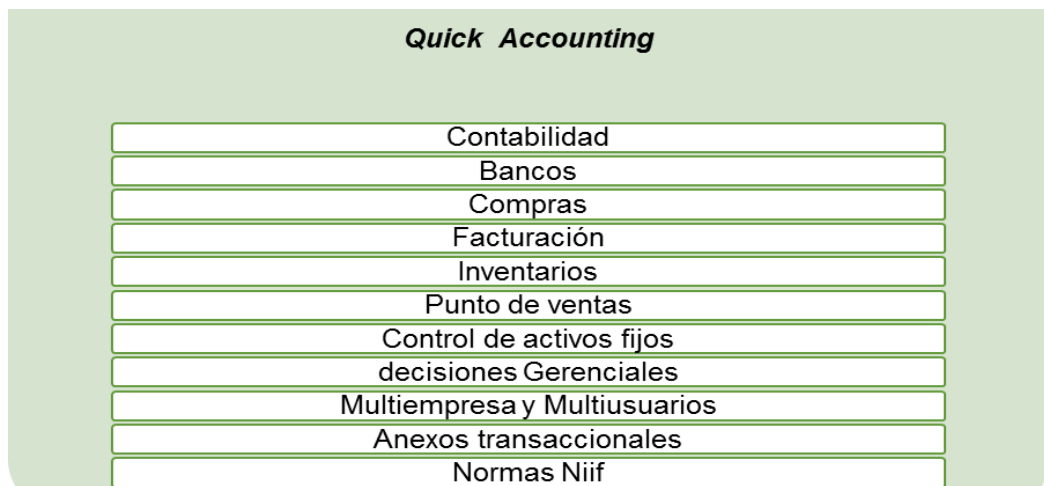
### **Propuesta de implementación del Software Quick Accounting**

Este proveedor enfoca su servicio a la satisfacción de clientes con necesidades contables, mejoramiento de los réditos financieros, tributarios y eficacia en la toma de decisiones relativas a su control de inventario. Una de las características principales es su escalabilidad; es decir se adapta a cualquier modelo de negocio permitiendo un control efectivo de sus procesos de manera integrada.



Fuente: Quick Accounting Ecuador.

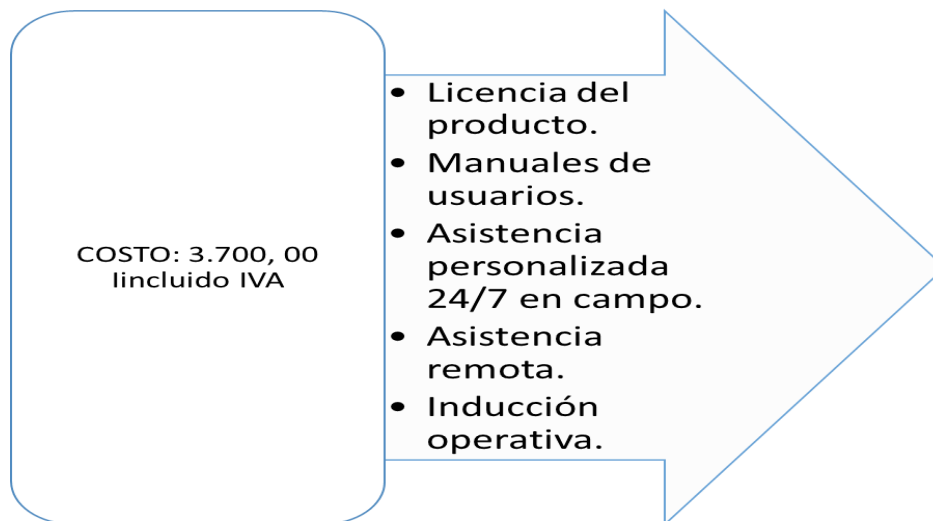
**Figura 2.** Quick Accounting Ecuador.



Fuente: Quick Accounting Ecuador.

**Figura 3.** Requerimientos técnicos Quick Accounting

## Costos y Servicios del Software Quick Accounting



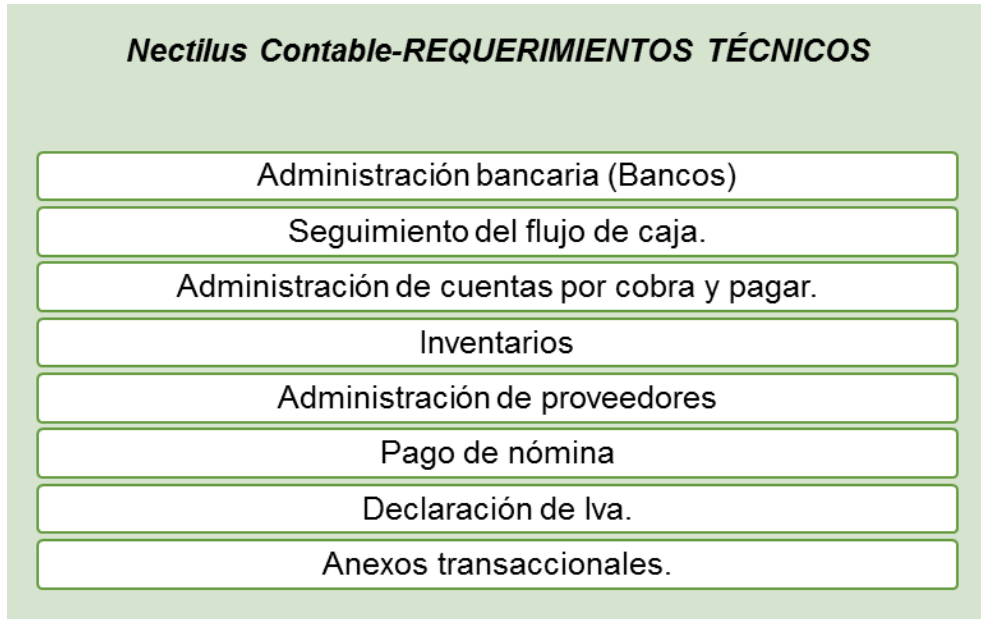
**Fuente:** Quick Accounting Ecuador.

**Figura 4.** Costos y Servicios del Software Quick Accounting

Los costos generados por la implementación de software son relativos al desempeño del sistema, ya que el mismo pertenece al grupo de los ERP ( Sistemas de Planificación Empresariales), considerados como un integrador de información departamental, con gran adaptación al modelo de negocio.

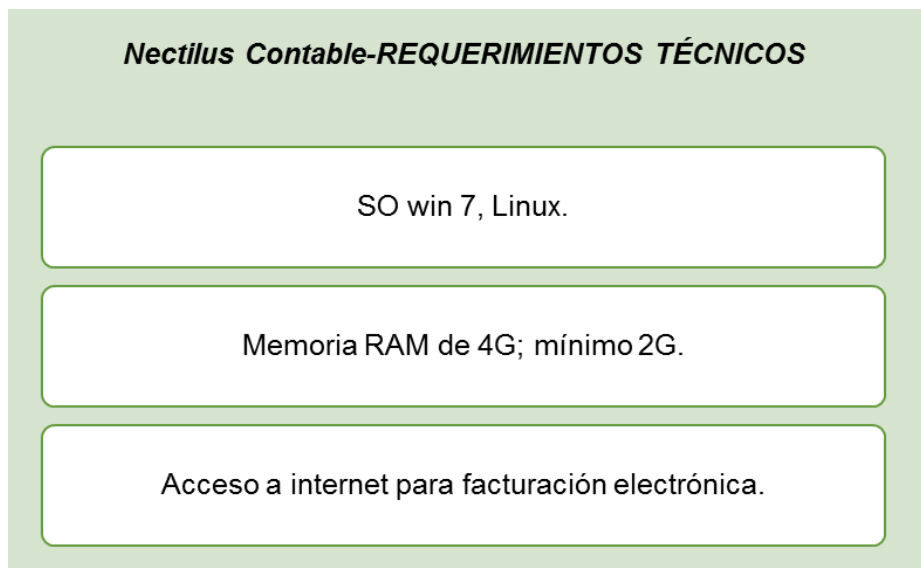
### Propuesta de implementación del Software Nectilus Contable

El software Nectilus Contable permite una serie de acciones dentro del ámbito administrativo contable; forma parte de los Sistema de Información Gerencial utilizados en grandes empresas, cuya finalidad se orienta a la integración interdepartamental, teniendo un eficiente control del inventario, por consiguiente, su capacidad para emitir reportes personalizados lo hace acreedor a un posicionamiento significativo en el mercado nacional.



**Fuente:** Nectilus Contable Ecuador.

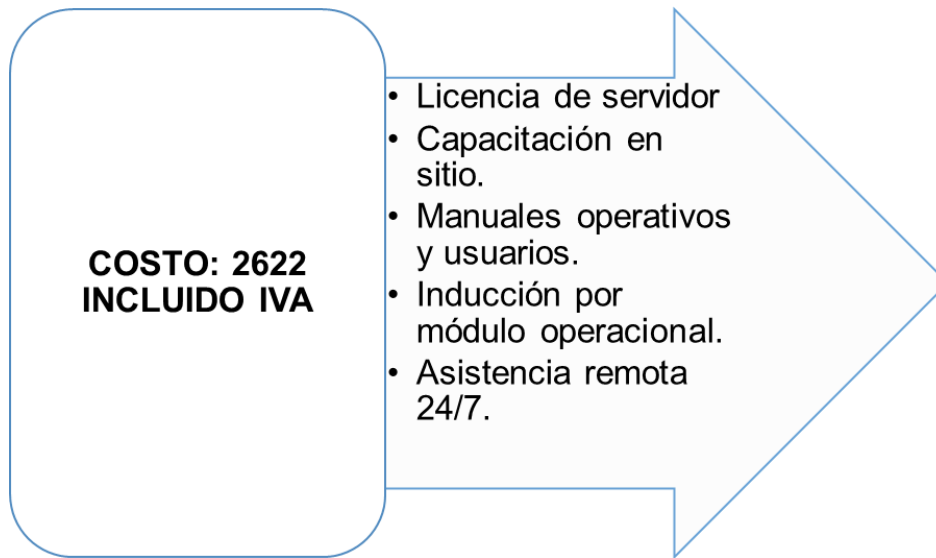
**Figura 5.** Nectilus Contable Ecuador.



**Fuente:** Nectilus Contable Ecuador.

**Figura 6.** Requerimientos técnicos Nectilus Contable Ecuador.

## Costos y Servicios del Software Nectilus Contable Ecuador



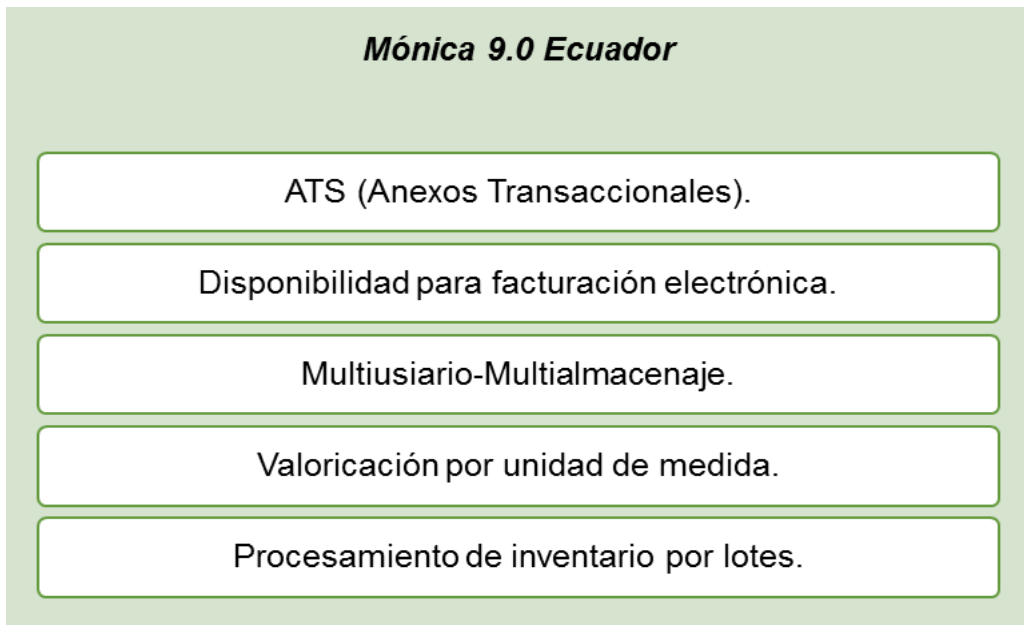
**Fuente:** Nectilus Contable Ecuador.

### **Figura 7.** Costos y Servicios del Software Nectilus Contable Ecuador

Los costos que incurren en la aplicación del software en mención demanda de una gran inversión financiera, la misma que sobrepasa la capacidad de liquidez que posee el negocio, ya que forma parte de las Pymes de ámbito familiar, donde el análisis Foda determina su capacidad de compra del software pero pone en riesgo su flujo de caja, ya que los ingresos son progresivos y dependen de la variantes del mercado.

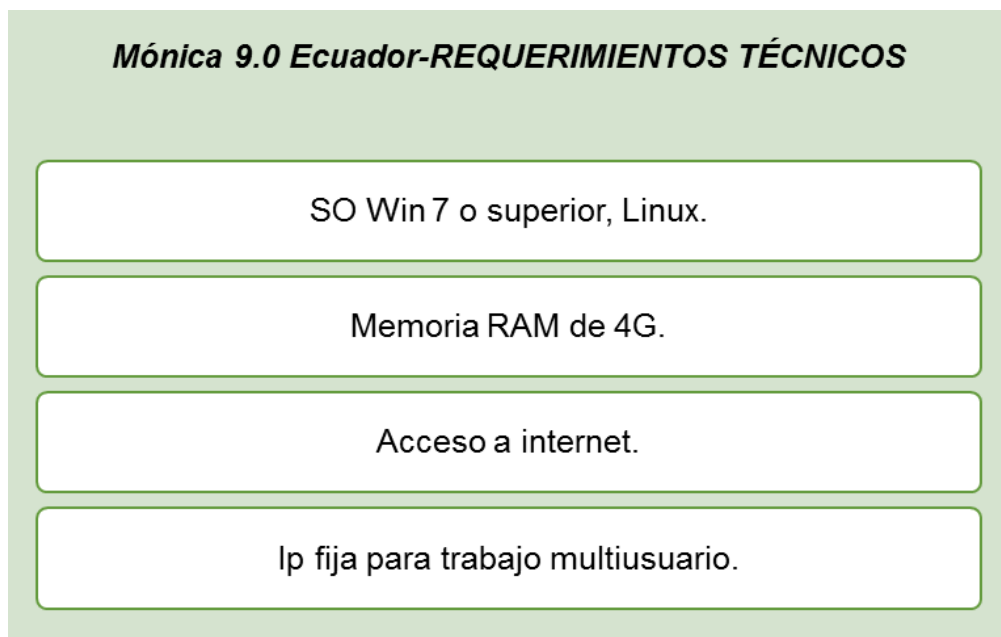
### **Propuesta de implementación del Software Mónica 9.0 Ecuador**

El software Mónica 9.0 es provisto en Ecuador; orientado especialmente para las Pymes, donde la diversidad de módulos permite una efectividad en los procesos de índole organizacional, enfocándose especialmente en el control de inventario, así como el mejoramiento de la comunicación interna con los proveedores para el abastecimiento de mercadería e insumos, ya sea a sucursales o desde la bodega general hasta la percha como elemento de venta.



Fuente: Mónica Ecuador.

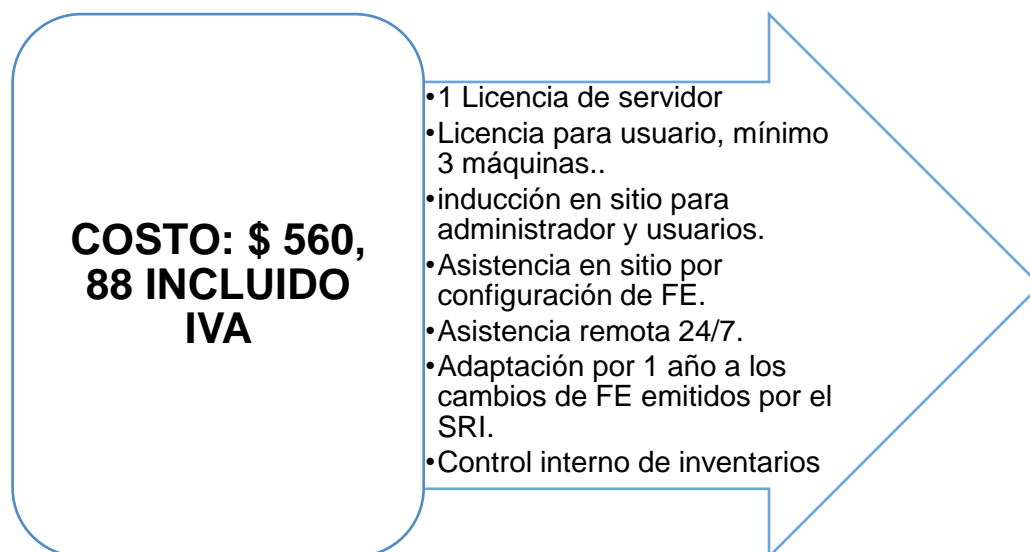
**Figura 8.** Mónica 9.0 Ecuador



Fuente: Mónica Ecuador.

**Figura 9.** Requerimientos Técnicos Mónica 9.0 Ecuador

## Costos y Servicios del Software Mónica 9.0 Ecuador



Fuente: Nectilus Contable Ecuador.

**Figura 10.** Costos y Servicios del Software Mónica 9.0 Ecuador

### Contraste de las propuestas tecnológicas

Para determinar el software que se adapta al modelo de negocio que posee el Mini-Market “Sandrita” ubicado en el cantón Milagro, se debe tomar en consideración la parte técnica, la infraestructura tecnológica solicitada por el proveedor, los servicios que ofrecen en relación al precio, la garantía de funcionamiento y adaptación

**Tabla 10.** Análisis de propuestas

Empresa	Costos de compra
Quick Accounting	\$ 3.700,00
Nectilus Contable	\$ 2.622,00
Mónica 9.0 Ecuador	\$ 560,88

Una vez realizado la fase comparativa entre costos y servicios que ofrecen cada uno de los sistemas disponible en el Ecuador orientados al control de inventario, se llega a la decisión de plantear como recurso tecnológico el software Mónica 9.0 debido a su bajo costo y adaptabilidad al modelo de negocio.

### **Característica del computador a utilizar**

- ✓ Procesador Intel Core I7 2.66 GHZ
- ✓ Gabinete Elegante - Negro con plata
- ✓ Video 256MB, Audio 5.1, Red y 8 USB2.0
- ✓ Memoria Ram 2GB
- ✓ Pantalla Plana de LCD 17" WS
- ✓ Disco Duro 160GB
- ✓ Bocinas 200w
- ✓ Teclado y Mouse Óptico
- ✓ Multi lector de Memorias Digitales
- ✓ Grabador de DVD LightScribe



**Figura 11.** Computador de escritorio Intel Core I7

El costo del computador en el mercado local se estima entre \$1.200,00 dólares americanos, considerándose este tipo de generación en procesador debido a la optimización en su tiempo de vida.



## Costo total de la inversión

**Tabla 11.** *Costo total de la inversión*

Descripción	Costo en USD
Software para control de inventario Mónica 9.0	\$ 560,88
Computador de escritorio Intel Core I7	\$ 1.200,00
<b>Total</b>	<b>\$ 1.760,88</b>

Los costos generados para la aplicación de un sistema de control de inventarios son factibles tomando en relación el modelo de negocio.

## **DISEÑO DE POLÍTICAS DE COMPRA Y VENTA PARA EL MINI-MARKET “SANDRITA”**

### **Objetivos de las Política de Compras**

- Establecer y dar a conocer el nivel de compromiso que posee el Mini-Market “Sandrita” con sus proveedores durante el proceso de compra de manera integral.
- Promover en los proveedores el cumplimiento de sus estándares de atención al cliente y la gestión de calidad de los productos que ofertan.
- Mantener la continuidad del abastecimiento.
- Evitar duplicidad, desperdicios y obsolescencia de los productos y mercaderías.
- Garantizar la calidad de los productos.
- Recibir cotizaciones de nuevas mercaderías.
- Actualizar lista de precios en relación a las variantes del mercado comercial.
- Verificar el cumplimiento de las órdenes de compras.
- Revisar y negociar el nivel de servicio con los proveedores.
- Cumplimiento efectivo de los tiempos de respuestas.

Se debe mencionar que las políticas de compras se aplicarán a todas las compras y adquisiciones de productos, así como mercaderías que solicite el Mini-Market “Sandrita” a sus proveedores directos o indirectos.

## ✓ **POLÍTICAS DE COMPRAS**

### **Responsable: Auxiliar de Bodega General**

- Revisar periódicamente el mínimo y máximo de existencia de los productos en la bodega general y percha.
- Emitir informes sobre las existencias de productos de manera semanal a la administración por medio del sistema.
- Realizar proformas de órdenes de compras para que sean aprobadas por la administración en base al circulante de productos o temporadas.
- Contrastar las órdenes de compras con las facturas llegadas de los proveedores.
- Solicitar aprobación para la recepción de productos a la administración.
- Realizar el ingreso al sistema de la mercadería aprovisionada por el proveedor.
- Verificar calidad, variedad y precios de productos en diversos proveedores bajo proformas previamente solicitadas.

### **Responsable: Administrador**

- Revisar periódicamente el mínimo y máximo de existencia de los productos en la bodega general y percha.
- Contrastar los informes de bodega general con la información que proporciona el sistema.
- Solicitar a proveedores cotizaciones y ofertas de productos.
- Solicitar líneas crediticias de productos con mayor demanda en temporadas festivas.
- Verificar el circulante de productos.
- Solicitar a bodega general los cortes semanales del inventario de mercadería para contrastar las existencias.

## ✓ **POLÍTICAS DE VENTAS**

### **Responsable: Auxiliar de Bodega General**

- Aprisionar de productos a percha en base al inventario de existencias para la venta al público.
- Registrar en el sistema las requisiciones de productos a percha por parte de la administración.
- Atender de manera inmediata la requisición de salida de los productos de bodega general.

### **Responsable: Administrador**

- Atender los requerimientos de los clientes.
- Verificar en el sistema las existencias de los productos.
- Comunicar los valores y/o descuentos existentes en los productos.
- Emitir el documento de venta a nombre del cliente (Factura).
- Verificar el estado de los productos en el momento de entrega.
- Registrar el ingreso de los valores por la venta realizada.

## 3.2 CONCLUSIONES

- ❖ Los resultados obtenidos a través del análisis del caso de estudio determinan que, el Mini-market “Sandrita” lleva sus registros de compras y ventas de manera manual, lo que dificulta el control de las existencias.
- ❖ Es evidente la carencia de una infraestructura tecnológica que permita la aplicación de un software especializado en el control de inventario.
- ❖ Resulta indispensable la automatización de los servicios, ya que no se tiene disponible los reportes inherentes al ingreso y salida de la mercadería, factor incidente en el desabastecimiento, lo que deriva en la insatisfacción de los clientes.

### 3.3 RECOMENDACIONES

- ❖ Como parte de las recomendaciones se sugiere la implementación inmediata de un sistema informático, el mismo que permitiría el control de inventario y el registro de las operaciones y actividades comerciales realizadas de manera diaria, evitando el incremento de precios de venta unitario por parte del área de venta sin el conocimiento o autorización de los administradores, situación que genera malestar en sus clientes y la ausencia de los mismos.
- ❖ Se recomienda establecer políticas de compra y ventas, así como la generación de reportes relacionados a la actividad comercial, donde se contraste de manera frecuente las existencias en bodega con los productos que están en la percha para la venta al público.
- ❖ Es importante considerar el acondicionamiento del negocio para dar paso a la automatización, teniendo presente que la inversión realizada es mínima y se relaciona con la capacidad adquisitiva del modelo de negocio.
- ❖ Resulta indispensable el proceso de inducción o capacitación del personal para el uso del software, donde se contemple el adiestramiento de las funciones básicas que provee el software; proceso inherente a la contratación de la empresa que implementará el sistema de control de inventario.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Anekis Marketing Relational. (2014). *La importancia de la Atención al Cliente*. Obtenido de Efectia: <http://www.anekis.es/anekis-noticia-fidelizacion-la-importancia-de-la-atencion-al-cliente-119>
- Alejandro, M. R. (2008). *La investigacion en la era de la informacion*. México: Trillas S.A.
- Anzil, F. (2013). *Competitividad*. Obtenido de Zona Económica: <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- Arias López, A. (16 de Agosto de 2014). *Un buen servicio al cliente, base del éxito comercial*. Obtenido de Portafolio: <http://www.portafolio.co/tendencias/buen-servicio-cliente-base-exito-comercial-54830>
- Bethancourt, M. (2013). *Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia*. Obtenido de Crece negocios: <http://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Bustos Flores, C. E., & Chacón Parra, G. B. (2012). Modelos determinísticos de inventarios para demanda independiente. Un estudio en Venezuela. *Revista Scielo*.
- Carrillo Jaramilo, M. (11 de Julio de 2012). *Control Interno*. Obtenido de La Contraloría General: [http://www.contraloria.gob.pe/wps/portal/portalcgrnew/siteweb/contraloria/controlinterno/controlinterno2!/ut/p/b1/04\\_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfGjzOKNDIyNjZ1DzDxNzJxcDBw9TQyCHT28Pd38DYEKIoEK3F39vU2cDYwM\\_P0DTQw8zY1CjQwdgwxvcv0p0m\\_mbEycfgMcvNGAKH4v\\_aj0nPwkoFfD9](http://www.contraloria.gob.pe/wps/portal/portalcgrnew/siteweb/contraloria/controlinterno/controlinterno2!/ut/p/b1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfGjzOKNDIyNjZ1DzDxNzJxcDBw9TQyCHT28Pd38DYEKIoEK3F39vU2cDYwM_P0DTQw8zY1CjQwdgwxvcv0p0m_mbEycfgMcvNGAKH4v_aj0nPwkoFfD9)
- Colmenarez, A. (2007). *Biblioteca de Administración y Contaduría "Prof. José Miguel Girón"*. Obtenido de Análisis del manejo del inventario de la empresa 2B Industria y Taller: [http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs\\_baducla/tesis/T236.pdf](http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/T236.pdf)
- Cottle, D. (2005). La importancia del servicio en los clientes. En D. Cottle, *El Servicio Centrado en el Cliente* (pág. 5). Madrid: Ediciones Diaz de santos S.A.

- Cottle, D. (2012). La calidad no cuesta: Paga. En D. COTTLE, *El servicio Centrado en el Cliente* (pág. 7). Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos.
- Dessler, G. (2011). La capacitación para el servicio al cliente. En G. DESSLER, *Administración de Personal* (pág. 270). México: Pearson.
- Ferrer Abelló, A., & Del Rey Tapia, J. (2011). Importancia del Servicio al Cliente. En A. Ferrer Abelló, & J. Del Rey Tapia, *Gestionando empresas en la sociedad de la información; pymes e internet* (pág. 117). Madrid: AUNA Fundación.
- Groover, M. (2012). Control de Inventarios. En M. Groover, *Fundamentos de Manufactura Moderna* (pág. 988). México: Ediciones Pearson.
- Gutiérrez, V., & Vidal, C. (2012). Modelos de Gestión de Inventarios en Cadenas de Abastecimiento. *Revista Scielo*, 3.
- International Organization for Standardization. (2012). *La Satisfacción del Cliente*. Obtenido de Calidad & Gestión: [http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65\\_satisfaccion\\_del\\_cliente.html](http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html)
- Jiménez, I. (19 de Enero de 2013). *Administración de Inventarios*. Obtenido de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/administracion-inventarios/>
- Míguez Pérez, M., & Bastos Boubeta, A. (2006). El Inventario Físico y el Inventario Contable. En M. Míguez Pérez, & A. Bastos Boubeta, *Introducción a la Gestión de Stocks* (pág. 20). Madrid: Editorial Ideas Propias.
- Muller, M. (22 de Mayo de 2013). *¿Qué son los Inventarios?* Obtenido de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/que-es-inventario-tipos-utilidad-contabilizacion-y-valuacion/>
- O'kean Alonso, J. M. (9 de Mayo de 2013). *¿Qué es la competitividad?* Obtenido de Economi Weblog: <http://economy.blogs.ie.edu/archives/2013/05/que-es-la-competitividad.php>
- Quimiz González, O. (2014). *Metodología para el Control de Inventarios de Materias Primas e Insumos en la camaronera Bajen del Grupo IPSP-Profemar*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Laica Vicente Rocafuerte.

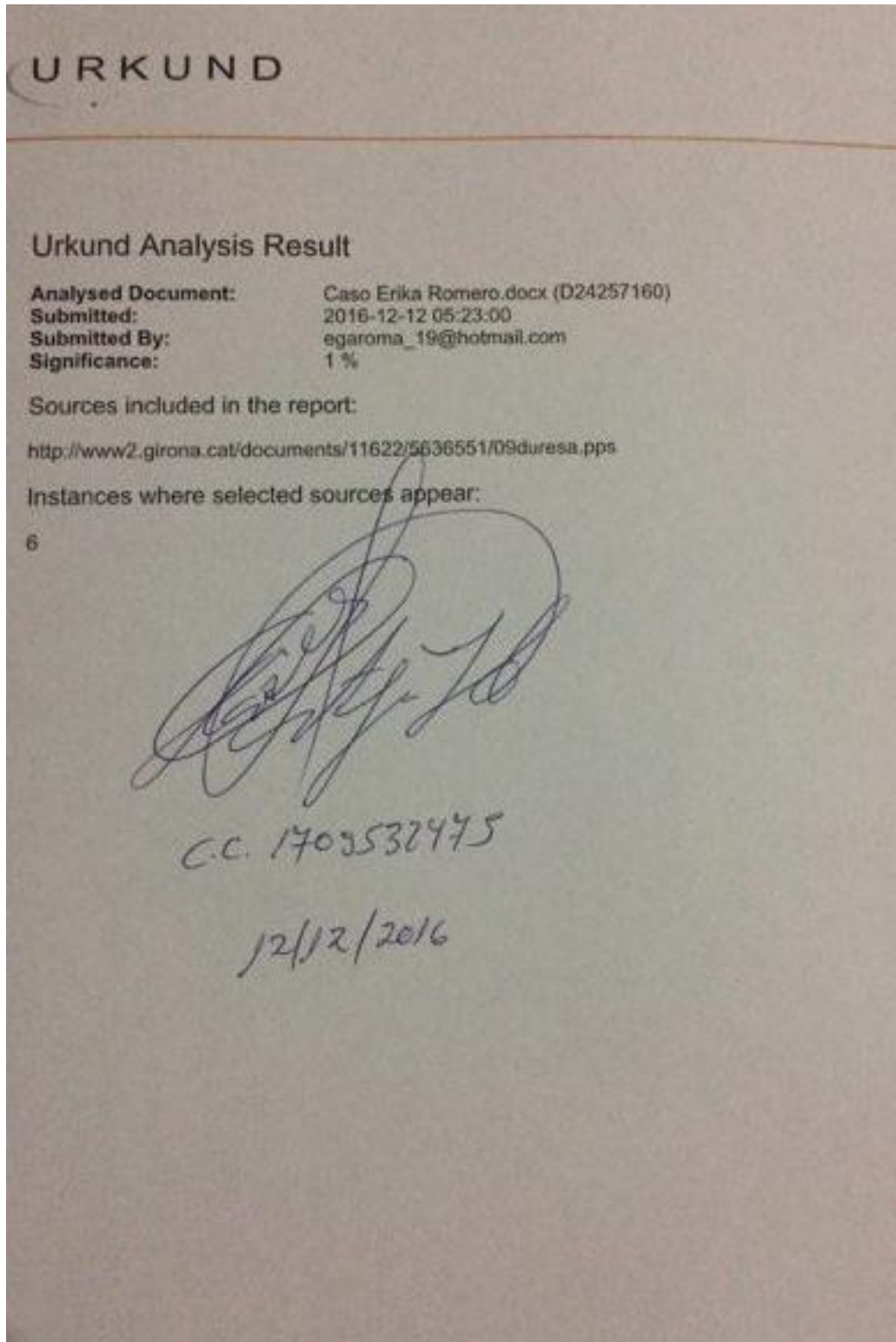
- Render, B., Stair, R., & Hanna, M. (2012). ¿Que es el Inventario? En B. Render, R. Stair, & M. Hanna, *Métodos cuantitativos para los negocios* (pág. 232). Madrid: Ediciones Pearson.
- Rojas, P., Chavarría, H., & Sepúlveda, S. (2012). *La competitividad en la Agricultura*. Ediciones IICA.
- Scarilli, Juan Manuel. (21 de Enero de 2015). *La importancia de un excelente servicio al cliente y las encuestas de satisfacción*. Obtenido de Marketing Directo: <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-manuel-scarilli>
- Sistema de Normalización ISO. (2012). *ISO 10002 Satisfacción del cliente. Gestión de Reclamaciones* . Obtenido de Bsi Group: <http://www.bsigroup.com/es-ES/ISO-10002-Gestion-de-Reclamaciones-y-satisfaccion-del-cliente/>
- Thompson, I. (2013). *Cliente*. Obtenido de Pro negocios: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Ugarte Bejarano, P. (2014). *La importancia en el control de inventario*. Obtenido de Boletines empresariales: <http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=4939>



# APÉNDICES

## APÉNDICE 1

### RESULTADO ANTIPLAGIO



## APÉNDICE 2

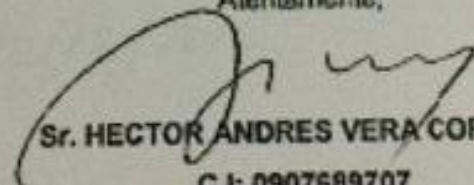
### CARTA DE AUTORIZACIÓN

Milagro, lunes 7 de noviembre del 2016.

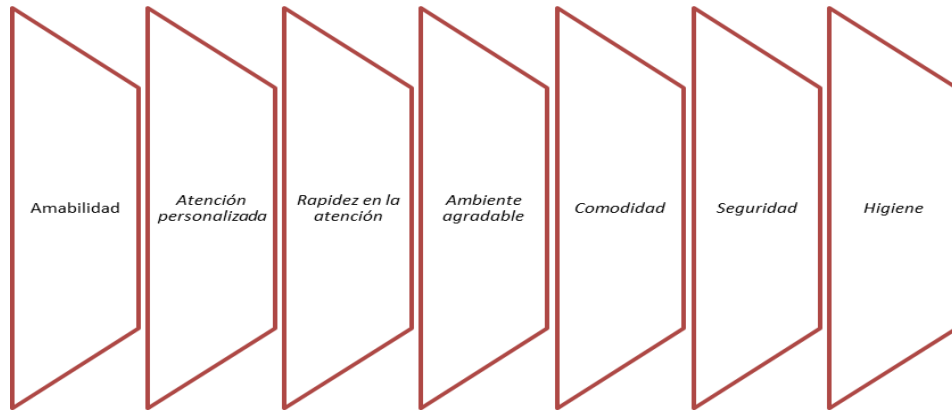
#### CARTA DE AUTORIZACION

Por medio de la presente yo, **HECTOR ANDRES VERA CORNEJO** con número de cedula **0907689707**, propietario del "Minimarket Sendrita". Autorizo a la Señorita **ERIKA GABRIELA ROMERO MACERA** con número de cedula **0302119177**, para que realice el **PROYECTO DE TRABAJO PRACTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO EN LA CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA** de la **Universidad Estatal de Milagro**.

Atentamente,

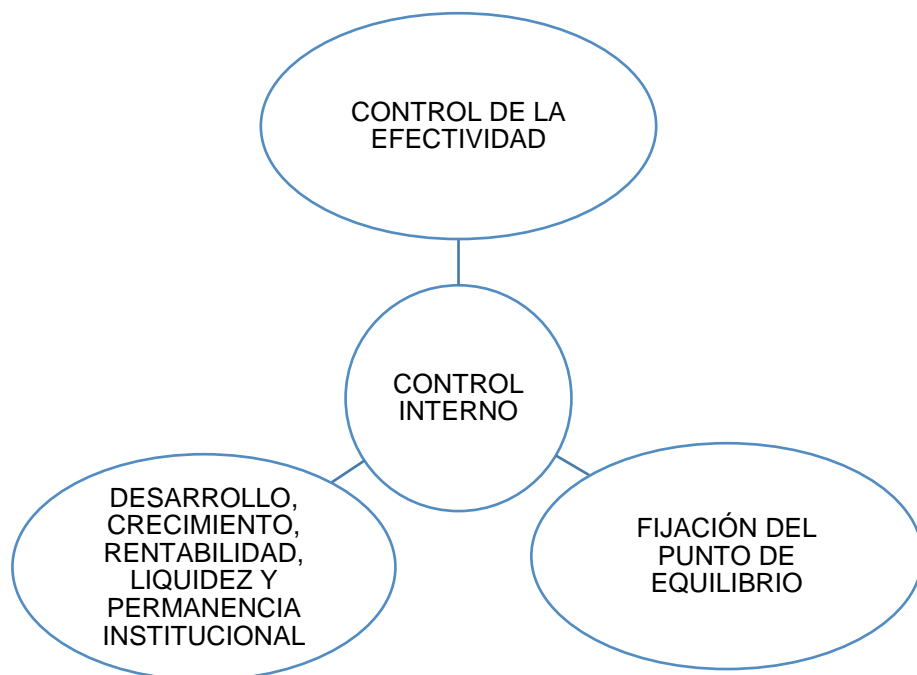
  
**Sr. HECTOR ANDRES VERA CORNEJO**  
**C.I: 0907689707**  
**PROPIETARIO**

### APÉNDICE 3



Fuente: (Thompson, 2013)

**Figura 12.** Elementos del servicio al cliente

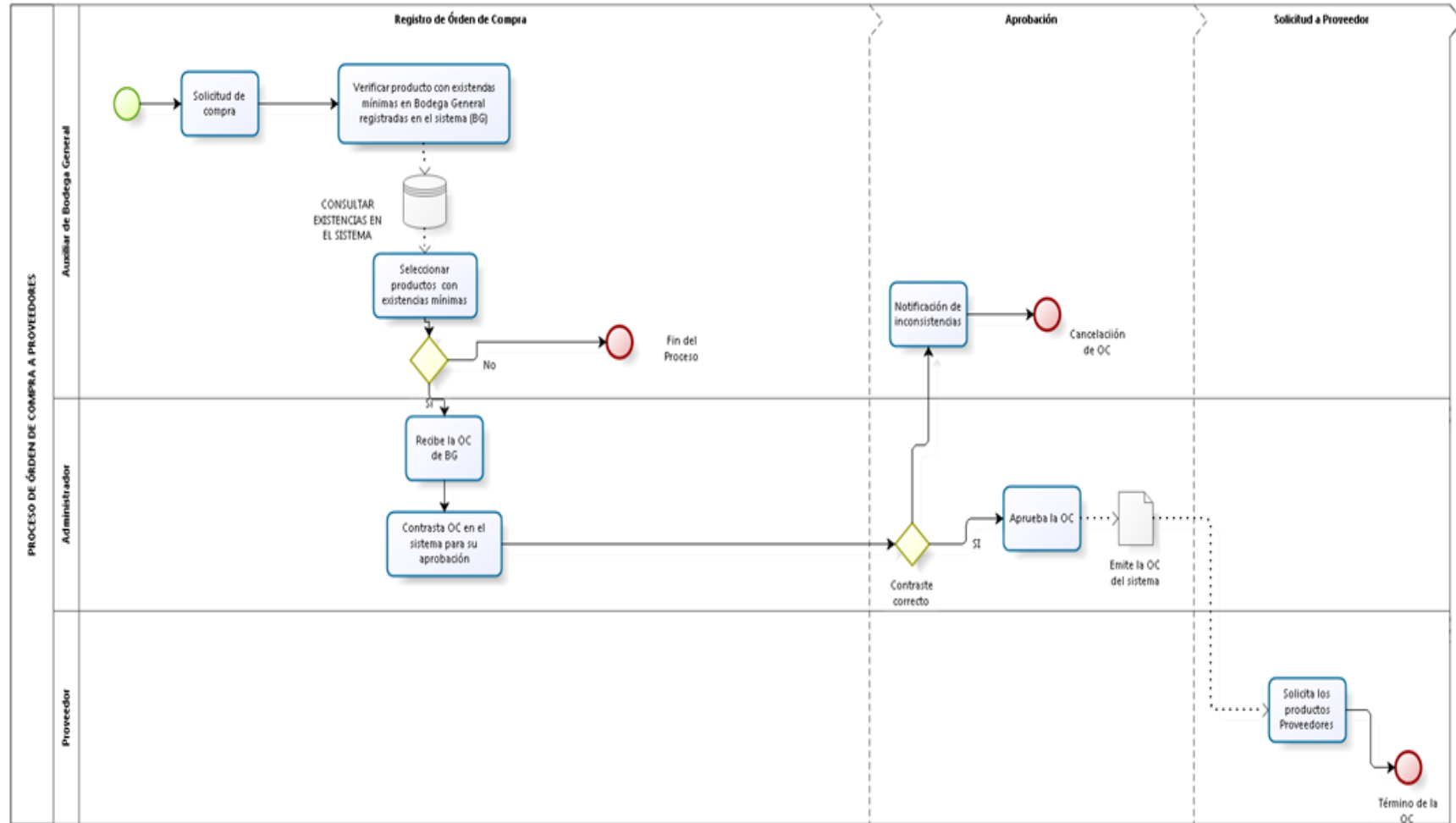


Fuente: (Carrillo Jaramilo, 2012)

**Figura 13.** Acciones administrativas y gerenciales del Control Interno

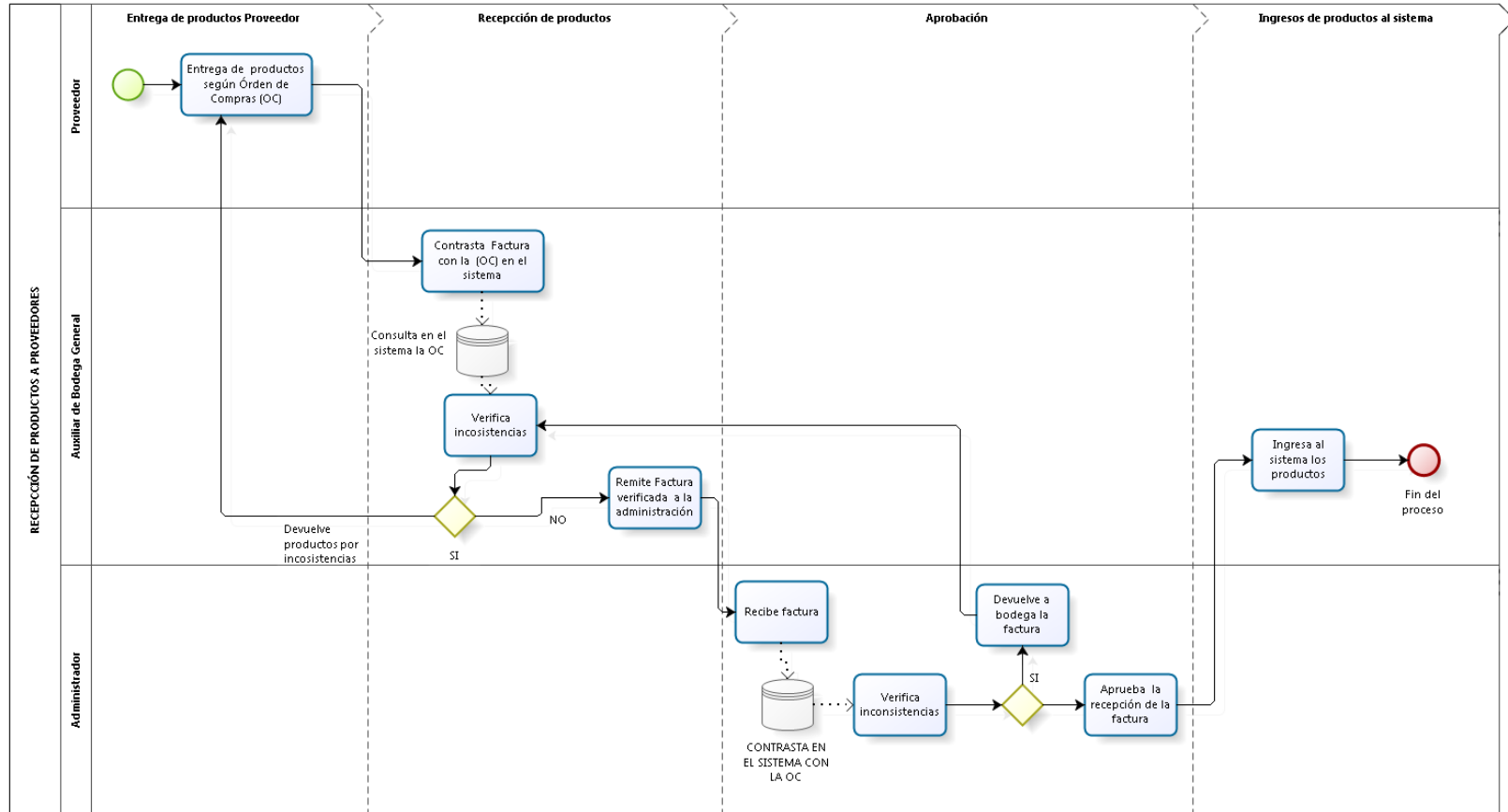
## APÉNDICE 4

### DIAGRAMA DE FLUJO PARA COMPRA DE PRODUCTOS



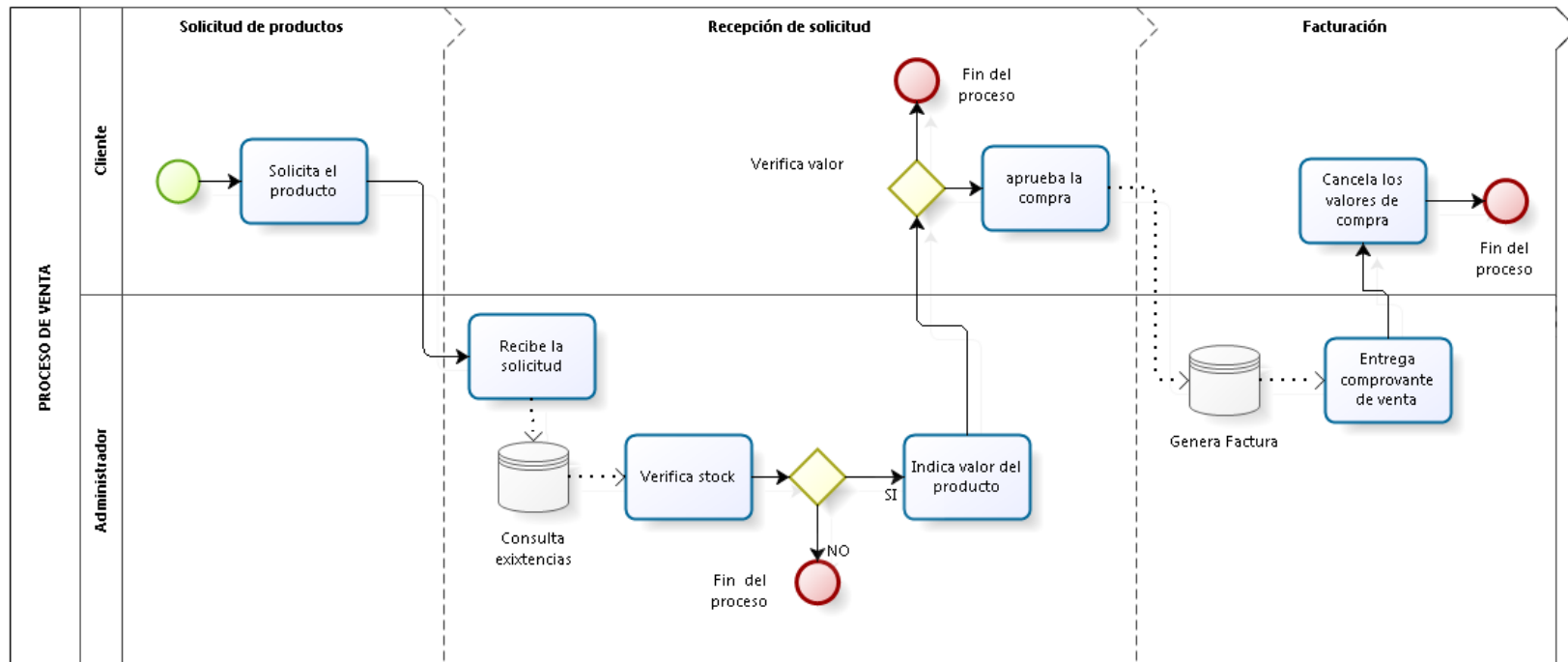
## APÉNDICE 5

### DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA RECEPCIÓN DE PRODUCTOS



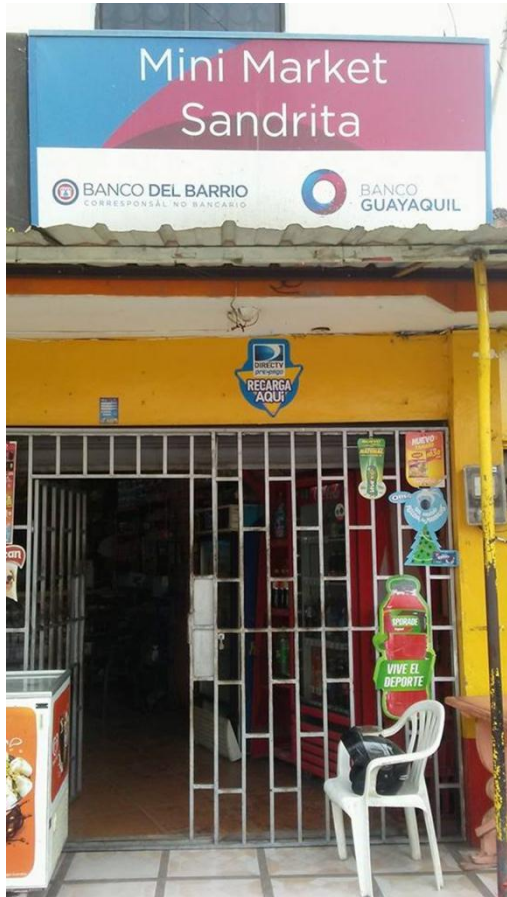
## APÉNDICE 6

### DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA VENTA DE PRODUCTOS



## APÉNDICE 7

### EVIDENCIA FOTOGRÁFICA



Fachada del Mini-Market "Sandrita"



Dueño del Minimarket



Aplicación de encuesta a los clientes del Mini-market "Sandrita" del cantón Milagro



