



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA

TEMA: CONTROL DE INVENTARIOS Y PLAN DE VENTAS DE LA
IMPORTADORA Y COMISARIATO “PAÑORA” (IMCOPAÑORA)
C.L. CANTÓN LA TRONCAL, AÑO 2020

Autores:

Srta. Coello Matamoros Brittany Cecilia

Srta. Pérez Rivera Olga Mercedes

Tutor:

Phd. Fajardo Vaca Ligia Meibol, Msc.

Milagro, mayo 2021

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Coello Matamoros Brittany Cecilia, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de integración curricular, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor, como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Desarrollo local y empresarial, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de integración curricular en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, mayo 2021

Coello Matamoros Brittany Cecilia

Autor 1

CI: 0750782583

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Pérez Rivera Olga Mercedes, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de integración curricular, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor, como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Desarrollo local y empresarial, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de integración curricular en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, mayo 2021

Pérez Rivera Olga Mercedes

Autor 2

CI: 0350326997

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Fajardo Vaca Ligia Meibol en mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular, elaborado por las estudiantes Coello Matamoros Brittany Cecilia y Pérez Rivera Olga Mercedes, cuyo título es Control de inventarios y plan de ventas de la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. Cantón La Troncal, año 2020, que aporta a la Línea de Investigación Desarrollo local y empresarial previo a la obtención del Título de Grado Licenciada en Contaduría Pública y Auditoría - CPA; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso previa culminación de Trabajo de Integración Curricular de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, mayo 2021

Phd. Fajardo Vaca Ligia Meibol, Msc.

Tutor
C.I: 0904820883

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (tutor).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (Secretario/a).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (integrante).

Luego de realizar la revisión del Trabajo de Integración Curricular, previo a la obtención del título (o grado académico) de ELIJA UN ELEMENTO. presentado por Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (estudiante1).

Con el tema de trabajo de Integración Curricular: Haga clic aquí para escribir el tema del Trabajo de Integración Curricular.

Otorga al presente Trabajo de Integración Curricular, las siguientes calificaciones:

Trabajo Curricular	Integración	[]
Defensa oral		[]
Total		[]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) _____

Fecha: Haga clic aquí para escribir una fecha.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	Apellidos Presidente.	y	nombres	de _____
Secretario /a	Apellidos Secretario	y	nombres	de _____
Integrante	Apellidos Integrante.	y	nombres	de _____

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (tutor).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (Secretario/a).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (integrante).

Luego de realizar la revisión del Trabajo de Integración Curricular, previo a la obtención del título (o grado académico) de ELIJA UN ELEMENTO. presentado por Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (estudiante2).

Con el tema de trabajo de Integración Curricular: Haga clic aquí para escribir el tema del Trabajo de Integración Curricular.

Otorga al presente Proyecto Integrador, las siguientes calificaciones:

Trabajo de Integración Curricular	[]
Defensa oral	[]
Total	[]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) _____

Fecha: Haga clic aquí para escribir una fecha.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	Apellidos y nombres de Presidente.			_____
Secretario /a	Apellidos y nombres de Secretario			_____
Integrante	Apellidos y nombres de Integrante.			_____

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de integración curricular a Dios por ser mi guía, por darme sabiduría, conocimientos y mucha fuerza para no de caer ser perseverantes por cumplir mis sueños, nunca abandonarme. A mis padres por ser mi apoyo incondicional, por el esfuerzo que día a día realizan. A mi abuelita por nunca dejarme sola, por estar siempre, recalcarme que lo mejor que una persona puede tener en la vida es ser profesional.

Brittany Cecilia Coello Matamoros

Dedico este logro principalmente a Dios por darme la fortaleza y la capacidad necesaria para poder cumplir con esta meta anhelada.

A mis padres por la enseñanza moral e intelectual por la persistencia en todos estos años de estudio quienes han sido mi apoyo y mi motivación principal para la culminación de mi carrera. A mis hermanos que me han brindado su apoyo incondicional.

Olga Mercedes Pérez Rivera

AGRADECIMIENTO

De manera especial a Dios por tu amor sincero y las bendiciones que derramas día a día en mí, nunca dejarme sola en el transcurso de mi vida universitaria darme la destreza de desenvolverme en los momentos más difíciles. A mis amados padres por siempre confiar en mí, aunque no estén cerca, su esfuerzo es el fruto de mis victorias. A mi distinguida y prestigiosa Universidad Estatal de Milagro por darme la oportunidad de formarme como una profesional, a mis docentes durante mis estudios siempre estuvieron prestos a compartir sus conocimientos y guiarnos. A mi tutora Phd. Ligia Fajardo por siempre estar presta a despejar nuestras inquietudes, motivarnos día a día con disciplina e impartir su experiencia para la culminación del proyecto.

Brittany Cecilia Coello Matamoras

Agradezco a Dios por haberme dado la perseverancia, sabiduría y la responsabilidad necesaria para poder culminar mis estudios durante la carrera profesional por ser mi fortaleza en los momentos de dificultades que se presentó en mi camino. A mi mamá Lucía que ha sido mi motor de motivación sus sabios consejos me han dado las fuerzas para enfrentar los obstáculos que se presenten. A mi papá Jaime que de una u otra manera ha estado ahí me ha inculcado con valores y principios que ahora son el reflejo de su hija. A mi querida amiga y compañera de clase Yordana Narváez Arana con quién he compartido durante estos años de formación profesional. Finalmente, a mi tutora Phd. Ligia Fajardo por su paciencia y experiencia a pesar de la crisis sanitaria ha logrado guiarme con éxito a la finalidad del trabajo.

Olga Mercedes Pérez Rivera

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR	II
DERECHOS DE AUTOR	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR ..	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	VI
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XII
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
CAPÍTULO 1	3
1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. Planteamiento del problema	4
1.2. Objetivos	5
1.2.1. Objetivo General	5
1.2.2. Objetivos Específicos	5
1.3. Justificación	6
1.4. Marco Teórico	7
1.4.1. Antecedentes de la investigación	7
1.4.2. Fundamentación teórica	12
1.4.2.1. Inventarios	12
1.4.2.1.1. Modelos de inventarios	13
1.4.2.2. NIC 2 Inventarios	16
1.4.2.3. Clasificación de inventarios	17
1.4.2.4. Tipos de stocks	19
1.4.2.5. Existencias	20
1.4.2.6. Control	21
1.4.2.7. Control de inventarios	21
1.4.2.7.1. Beneficios del control de inventarios	22
1.4.2.8. Principios o problemas que afectan a los inventarios	23

1.4.2.8.1. Registro de inventarios	23
1.4.2.8.3. Antigüedad del inventario	24
1.4.2.8.4. Errores en el peso de los productos	24
1.4.2.8.5. Constatación física de los productos	24
1.4.2.8.6. Inexactitud en los registros sobre inventarios	25
1.4.2.8.7. Agotamiento de inventarios.....	25
1.4.2.9. Plan de ventas	26
1.4.2.9.1. Teoría de ventas.....	26
1.4.2.10.1. Estrategias de marketing.....	30
CAPÍTULO 2	31
2. METODOLOGÍA	31
2.1. Tipo de investigación	31
2.2. Métodos de la investigación.....	34
2.2.1. Método inductivo	34
2.2.2. Método analítico-sintético	34
2.3. Técnicas e instrumentos de investigación	35
2.3.1. Técnicas	35
2.3.2. Instrumentos.....	36
2.4. Población y muestra	36
2.4.1. Población	36
2.4.2. Muestra	37
CAPÍTULO 3	38
3. RESULTADOS	38
RECOMENDACIONES	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
ANEXOS	62
ANEXO 1: Solicitud de permiso para obtener información de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L.....	62
ANEXO 2: Aceptación de la empresa (IMCOPAÑORA) C.L para acceder a la información	63
ANEXO 3: Entrevista al propietario de la empresa Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de modelos de inventarios	14
Figura 2. Tipos de modelos de gestión.....	15
Figura 3. Elementos de los modelos deterministas.	15
Figura 4. Elementos de los modelos probabilísticos.	16
Figura 5. Tipos de inventarios.	17
Figura 6. Tipos de stocks criterio funcional.....	19
Figura 7. Tipos de stock criterio operativo.	20
Figura 8. Beneficios de control de inventarios.	23
Figura 9. Teorías de motivación.....	27
Figura 10. Teorías de proceso.....	27
Figura 11. Teorías de reforzamiento.....	28
Figura 12. Componentes plan de ventas.....	28
Figura 13. Importancia del control de inventarios.	38
Figura 14. Control de inventarios.....	39
Figura 15. Constataciones físicas.	40
Figura 16. Tiempo de realización de inventarios.....	41
Figura 17. Despacho de mercadería.....	42
Figura 18. Control de productos en caducidad.	43
Figura 19. Capacitación a los empleados.	44
Figura 20. Control de mercaderías.	45
Figura 21. Actualización de stock de mercadería en bodega.....	46
Figura 22. Estrategias de venta.	47
Figura 23. Señalética de orientación al cliente.	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Componentes plan de ventas.	29
Tabla 2. Importancia del control de inventarios.	38
Tabla 3. Control de inventarios.	39
Tabla 4. Constataciones físicas.	40
Tabla 5. Tiempo de realización de inventario.	41
Tabla 6. Despacho de mercadería.	42
Tabla 7. Control de productos en caducidad.	43
Tabla 8. Capacitación a los empleados	44
Tabla 9. Control de mercaderías.	45
Tabla 10. Actualización de stock de mercaderías en bodega.	46
Tabla 11. Estrategias de venta.	47
Tabla 12. Señalética de orientación al cliente.	48
Tabla 13. Resultados de la entrevista realizada al gerente.	49

CONTROL INVENTARIOS Y PLAN DE VENTAS DE LA IMPORTADORA Y COMISARIATOS PAÑORA (IMCOPAÑORA) C.L, CANTÓN LA TRONCAL, AÑO 2020.

RESUMEN

La Norma Internacional de Contabilidad, NIC 2, determina que los inventarios forman parte de las mercaderías que posee las empresas deben tener un control para el funcionamiento de la empresa, forman parte de sus activos de los que se aspira obtener beneficios económicos, el plan de ventas permite recoger valiosa información para alcanzar los objetivos y mantener su actividad en el entorno empresarial. El presente trabajo de integración curricular tiene como objetivo determinar de qué manera el control de inventarios contribuye al plan de ventas de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, Cantón La Troncal, año 2020. La metodología de investigación con enfoque cuantitativo, método inductivo y analítico-sintético, de tipo descriptivo, correlacional, explicativo, de campo y documental, se utilizó la técnica de entrevista dirigida al gerente y propietario del comisariato y encuestas a sus colaboradores. Se concluye que la empresa requiere llevar un eficiente sistema contable y verificable que permita mantener o conocer su finalidad en cuanto a las entradas, salidas y existencias de mercaderías y establecen nuevas estrategias de ventas que le permita ser competitiva en el mercado y logre alcanzar un crecimiento empresarial.

PALABRAS CLAVE: Inventarios, control de inventarios, plan de ventas.

**CONTROL INVENTARIOS Y PLAN DE VENTAS DE LA IMPORTADORA Y
COMISARIATOS PAÑORA (IMCOPAÑORA) C.L, CANTÓN LA TRONCAL,
AÑO 2020.**

ABSTRACT

The International Accounting Standard, IAS 2, determines that inventories are part of the merchandise that companies have, they must have control for the operation of the company, they are part of its assets from which it is intended to obtain economic benefits, the plan of Sales allows you to collect valuable information to achieve objectives and maintain your activity in the business environment. The objective of this curricular integration work is to determine in what way inventory control contributes to the sales plan of the Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, Cantón La Troncal, year 2020. The research methodology with a quantitative approach, Inductive and analytical-synthetic method, descriptive, correlational, explanatory, field and documentary, the interview technique directed to the manager and owner of the commissary and surveys of his collaborators was used. It is concluded that the company needs to have an efficient and verifiable accounting system that allows maintaining or knowing its purpose in terms of inputs, outputs and stocks of merchandise and establishing new sales strategies that allow it to be competitive in the market and achieve growth business.

KEY WORDS: Inventories, inventory control, sales plan.

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El control de inventarios es uno de los principales componentes posee una empresa, es la base de todo negocio, permite satisfacer las necesidades de los clientes y obtener beneficios económicos, siendo necesario efectuar un control oportuno que permita conocer sobre las salidas, egresos y la existencia de mercadería. El presente trabajo de integración curricular tiene como objetivo determinar de qué manera el control de inventarios contribuye al plan de ventas de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, Cantón La Troncal, año 2020. La empresa (IMCOPAÑORA) C.L, dentro de su entorno comercial está reconocida y posicionada por sus precios bajos y variedad de productos que ofrece a sus clientes, se dedica a la venta al mayor y menor de productos de primera necesidad.

En la actualidad, toda empresa debe contar con un buen plan de ventas que permita crecer y ofrecer productos o servicios a la sociedad, de la mano de un buen sistema de control de inventarios, llevar un registro veraz y verificable de la mercancía cada cierto período, esto permitirá evitar inconsistencias en los resultados obtenidos.

El trabajo de integración curricular consta en tres capítulos, el Capítulo 1 plantea la problemática del problema, el objetivo general y específico, la justificación del problema y el marco teórico donde se describen los antecedentes, fundamentos teóricos y legales que contribuyen.

El Capítulo 2 presenta la metodología propuesta, tipo de investigación, métodos, técnicas e instrumentos de investigación que de acuerdo a las circunstancias fue necesario aplicar, así como su población y muestra.

En el Capítulo 3 se describe los resultados obtenidos de la entrevista y la realizada encuesta a los trabajadores, el análisis de los resultados considerando herramientas tecnológicas estadísticas como el SPSS, sus conclusiones y recomendaciones.

1.1. Planteamiento del problema

Unos de los principales rubros que mantiene la existencia misma de las empresas comerciales en cualquier campo en que se desarrolle está constituido por los inventarios, contablemente es una cuenta que pertenece al activo por ser un recurso controlado por las empresas y que permite obtener beneficios económicos, por su circulación y corto tiempo se ubica dentro del activo corriente. Los inventarios que posee la empresa deben controlar de forma detallada, ordenada, almacenados y clasificados según su categoría durante un periodo de tiempo determinado, requieren de ser controlados permitiendo conocer las cantidades existentes en productos disponibles para la venta. El presente estudio está orientado a la empresa Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, ubicado en el Cantón La Troncal, fue inscrita el 16 de junio de 2016, en el libro registro mercantil con número 181, mediante la escritura pública autorizada por el Notario Público Primero del Cantón Portoviejo, conformado por dos accionistas, con un capital suscrito de ochocientos dólares, tiene como objetivo principal comercializar productos naturales, agrícolas, alimenticios para el consumo humano, animal o vegetal, productos farmacéuticos, incluso veterinarios, venta al por mayor de arroz, intermediarios del comercio de productos nutritivos, bebidas y tabaco, artículos de porcelana, cristalería o variedad de plásticos, artículos ornamentales, material de papelería, etcétera, en la actualidad cuenta con cuatro sucursales dentro de la misma localidad y con cincuenta empleados incluido su propietario.

La empresa Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, cuenta con una saludable solvencia, muy reconocida en el medio por la variedad de productos que comercializa, pero no dispone de una adecuada supervisión por parte de los encargados, poca comunicación entre los departamentos de la empresa, personal sin experiencia o conocimiento en el manejo de los inventarios y en la distribución de las mercaderías, tampoco existe algún mecanismo apropiado que les permita determinar los productos que están próximos a caducar, errores o inconsistencias en la facturación; además, falta etiquetas de señaléticas, todo esto hace que ocasione deficiencia en las existencias y descensos de los productos disponibles para la venta, pérdida de su valor, faltantes o sobrantes de mercadería, errores de facturación que afectan a las ventas por falta de productos, así como una buena orientación de la ubicación de los productos, que conlleven a la mejora competitiva y satisfacción de sus clientes, esto hace que se plantea la siguiente interrogante ¿De qué manera el control de inventarios contribuye al plan de ventas de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, Cantón La Troncal, año 2020?.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

- Determinar de qué manera el control de inventarios contribuye al plan de ventas de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, Cantón La Troncal, año 2020.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Definir de qué manera los ingresos y salidas de mercaderías inciden en el plan de ventas de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, Cantón La Troncal, año 2020.

- Describir como las señaléticas incide en el plan de ventas de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, Cantón La Troncal, año 2020.
- Determinar como el personal sin capacitación incide en el plan de ventas de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, Cantón La Troncal, año 2020.

1.3. Justificación

En la actualidad todas las empresas que se dediquen a cualquier tipo de giro económico o tamaño de la misma, deben manejar un control de inventarios eficiente, con el fin de obtener una mercadería ordenada para reducir riesgos futuros.

La finalidad de este estudio es determinar de qué manera el control de inventarios contribuye al plan de ventas de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, Cantón La Troncal, año 2020. Permitiendo revelar las deficiencias que constan en el control de los inventarios, con el propósito de que logren alcanzar los objetivos propuestos, mejorar el control y registro de los inventarios.

El presente trabajo, es importante porque contribuye al propietario a fortalecer y mejorar su sistema de control de inventarios y la rotación de los productos, les permite mejorar sus ventas, lograr ser más competitivos, evitar el estancamiento y alcanzar un crecimiento empresarial, a sus empleados y familiares con el beneficio de oportunidades laborales, a sus clientes y a la comunidad prestando un servicio de productos de calidad y de forma oportuna, al estado por los aportes económicos que deben rendir mediante las liquidaciones y pagos de sus impuestos tributarios como fuente de ingresos que contribuyen a la convivencia misma del público en general.

1.4. Marco Teórico

Para Morán & Alvarado (2010) define al marco teórico, como: “las teorías que sustentan nuestra investigación” (pág. 28).

1.4.1. Antecedentes de la investigación

Los antecedentes investigativos son de importancia y sirven como sustento teórico y de suceso pasados. Los trabajos de investigación expuestos ofrecen información sobre el objeto de estudio que aportan significativamente al presente trabajo de integración curricular.

Navas C. y Navas J (2019), en su tesis titulada: “Control de inventarios y las ventas de la empresa Bartrading E.I.R.L, Tarapoto-2018” presentado en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, Tarapoto-Perú, para obtener el título profesional de Contador Público, señala que:

La empresa carece de un control de insumos y de otros gastos durante su gestión que genera déficit en el volumen de ventas, debido a que ésta no cuenta con un plan de trabajo en términos numéricos, por lo que refleja la necesidad que tiene para poder controlar adecuadamente sus costos y gastos, su información errática no permite tomar decisiones que mejoren el rumbo del negocio. Dentro de su metodología es de tipo descriptivo, con diseño no experimental de corte transversal, la recolección de datos estuvo dado por la técnica de la entrevista, revisión documental, que le permitió analizar el control de inventarios. Concluye que las mercaderías tienen un entorno predeterminado para su recepción y que la calidad del producto también se verifica al momento de la recepción, la empresa no utiliza procedimientos o las instrucciones dadas en el departamento de entrada de mercaderías tampoco verifica el estado del producto que ingresa.

De lo que se puede colegir que el control de inventarios contribuye esencialmente en las ventas para obtener mejores resultados en la verificación y calidad de los productos al momento de despachar o recibir la mercadería, además ayuda en el almacenamiento de la clasificación de los productos que posee la empresa y obtener un control y detalle de los mismos.

En la tesis: “Análisis del control de inventario de una empresa comercializadora de productos textiles, La Victoria 2018”, presentada por García (2019), en la Escuela Académico Profesional de Negocios y Competitividad de la Facultad de Ingeniería y Negocios para el título de grado de bachiller en Contaduría Pública y Auditoría, Lima-Perú, describe:

El problema está relacionado con el personal no capacitado en sus áreas de trabajo y no son fijos en una sola área, específicamente en el área de ventas y almacén, puestos que todos hacen las mismas funciones, lo que no le permite desarrollar bien su trabajo en cuanto al ordenamiento y cifrado de los artículos. Los equipos no están actualizados a las necesidades reales, el sistema de inventario y contable son base de datos local no están interrelacionados que permita cuadros saldos no reales tanto en el almacén como en la contabilidad. Los procesos en la empresa son deficientes, no periódicos, no existe controles físicos ni virtuales. Falta de liderazgo por parte de la gerencia, así como más inversión, sus conocimientos son empíricos y además que tiene mal carácter que afecta al correcto desarrollo de las operaciones en general, por lo cual se debe analizar cómo se gestiona el inventario en el sistema, así como en el registro y el control del mismo. La metodología de la investigación se desarrolló con un enfoque cualitativo, para la recolección de información se aplicó dos técnicas la entrevista y el análisis documental. Concluye que la ausencia de control de inventarios en una empresa comercializadora de productos textiles genera exceso de mercadería sin movimiento,

no mantiene orden específico en las mercaderías y no están convenientemente codificados, tampoco tiene un control adecuado del inventario, no se ubican los productos las existencias que necesitan, en cuanto al sistema de inventario local no conocen los saldos reales al final del ejercicio, por ello, los encargados del control de inventarios no trabajan de forma coordinada con los niveles de los productos, no se encuentran integrados en un sistema de control eficiente.

Se deduce que el control físico de inventarios es fundamental, comienza con conteo físico y de acuerdo a las condiciones que presentan las mercaderías y en el almacén que se ubican, se registra el respectivo sistema que permita identificar los productos faltantes o sobrantes.

De acuerdo Lozano (2019) dentro de la tesis “Control del inventario y su impacto en las ventas de la empresa comercializadora JUANY SAC, Chichayo 2017” presentado por la Escuela Académica Profesional de Contabilidad en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel-Perú, para optar el grado académico profesional en Contabilidad, menciona:

El problema de la empresa está relacionado con el sistema, el Kardex no proporciona datos reales ni refleja la situación en la que se encuentra el almacén, no existe cuidado en el manejo respectivo de la mercadería, su climatización no es muy apropiado hacen que los productos se encuentran en mal estado durante mucho tiempo, generando mermas lo que no puede determinar con exactitud la existencia de mercadería física que deseen ser declaradas en la Sunat, pretende determinar el impacto del control de inventarios en las ventas de la empresa comercializadora Juany S.A.C. La metodología utilizada es tipo descriptiva, correlacional y no experimental de corte transversal, su población estuvo dado para todos los

trabajadores del área de almacén y de ventas. Como resultado obtuvo que la empresa tiene una serie de dificultades en el respectivo control de inventarios al ser manejados por los encargados de inventarios en el almacén, los consumidores se ven perjudicados por el mal manejo de la empresa.

A lo expuesto anteriormente, el control de inventarios es un problema habitual en la mayoría de las empresas, un mal registro de la mercadería, una inapropiada supervisión de los encargados, todo esto generando faltantes o sobrantes afectando a los estados financieros.

En su tesis Torres (2019) señala: “Propuesta de mejoras al control de inventario de la mercadería de la librería “Hermanas Malla” presentado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, para obtener el título de Tecnólogo en Contabilidad y Auditoría, Guayaquil-Ecuador, indica:

Una serie de falencia en el control de inventario llegando a tener una crisis económica en la afectación de la rentabilidad, en este sentido, la falta de control de inventario se resume en dos aspectos básicos: falta de rentabilidad e incremento de capital. Se evidencia las consecuencias que ocasiona la falta de aplicación de métodos para el control de inventario de mercadería, es esencial para la librería porque permite establecer las garantías y seguridad en los resultados económicos, proponer mejoras al control de inventario para incrementar la rentabilidad, la metodología de investigación utilizada es de tipo descriptivo y explicativo, la técnica para la recolección de datos es la elaboración de la entrevista con 7 preguntas al personal que labora en la librería. Propuso mejoras en el proceso de control de inventarios porque encontraba ciertas falencias en el registro y ocasionaba una afectación a las ventas e insatisfacción de los clientes. Concluye en aplicar principios del control interno, la solución a una capacitación de motivación de aprendizaje, también sobre

control y manejo de inventario aplicando un manual actualizado donde se adaptará el kardex para el registro de ingreso y salida de mercadería para generar los beneficios económicos esperados dentro de la librería.

Sin lugar a duda el satisfacer las necesidades del cliente es primordial para toda empresa, para ello se debe tener implementados mecanismos que permitan mejorar las falencias existentes.

Con base en Romero (2016) en su tesis: “Diseño del sistema de Control de inventario para el Mini-Market Sandrita” presentado en la Universidad Estatal de Milagro, para obtener el título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría, donde presentó problemas relacionados a su control de inventario, 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. 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. Su metodología de tipo descriptivo, la recolección de datos estuvo dado por la técnica de observación y entrevista que fueron aplicados al personal de la empresa de talento humano. Como resultado determinó que la empresa no realiza un correcto control de inventarios y la persona encargada de realizar el

manejo del sistema no se encuentra capacitado para ejercer el cargo lo que provoca faltantes y sobrantes de productos y las cantidades no coinciden con el inventario físico con las registradas en el sistema.

La falta de experiencia del personal es un problema al momento de desempeñar la función que le asignan en un área que no tiene conocimiento, por ende, se verá reflejado en faltantes o sobrantes por el inadecuado manejo del sistema, no contabilizar correctamente la mercadería que ingresa a la empresa, mala cobranza a los usuarios.

1.4.2. Fundamentación teórica

Para (Morán & Alvarado, 2010) considera la fundamentación teórica como:

Toda investigación necesita precisar sus conceptos básicos. La definición precisa de conceptos relevantes se conoce como marco conceptual, lo cual no consiste en hacer una lista de términos relacionados con un tema, sino en definir los que por su significado particular necesitan precisarse en su definición. El marco conceptual se entiende como el glosario de términos clave utilizados en la investigación. (pág. 29)

1.4.2.1. Inventarios

Desde la época antigua cuando los pueblos se vieron en la obligación de almacenar sus alimentos para enfrentar la situación económica que se presentaban en tiempos de sequía, el almacenamiento de los productos ayudó a subsistir necesidades básicas o de actividades que no permitían desarrollarse. (Cevallos, 2019, pág. 7)

La historia de los inventarios ha desarrollado un papel importante en las civilizaciones, comenzó con la necesidad que requería el hombre para su subsistencia de almacenar o intercambiar productos.

Actualmente los inventarios constituyen un elemento fundamental en las empresas que integran en el capital porque les permiten tener un crecimiento económico en el momento oportuno, estos son productos detallados y agrupados para obtener un mejor conocimiento en el proceso del control de inventarios y obtener una información clara sobre las existencias físicas y en los registros del sistema de un negocio.

Según Velasco (2016) sobre los antecedentes de los inventarios menciona lo siguiente:

A nivel nacional los inventarios ocupan un lugar muy importante dentro de las empresas ya que representan un valor importante en la operación comercial de las mismas, es por ello que se debe establecer de manera clara las causas efectos significativos en cuanto al tratamiento de dichos activos. Por ello mantener una información correcta sobre los inventarios es muy importante para llevar un control adecuado de los mismos. (pág. 4)

Con el tiempo el control de inventarios ha avanzado acorde a las necesidades de la población local que laboran y actualmente se representa como uno de los elementos fundamentales en el desarrollo de actividades, es decir, el inventario consta de productos detallados con el objetivo de obtener una economía a tiempo para su comercialización y alcanzar un fin de lucro.

1.4.2.1.1. Modelos de inventarios

Existen diversos modelos que han dado lugar a diferentes investigaciones a lo largo del tiempo y que ayudan a resolver problemas en la sociedad general. Estas modelos sirven de ayuda en la búsqueda de información que permite argumentar el control de inventarios en el área empresarial con relación en el proceso de las ventas, debido a la importancia que

presenta se sugiere profundizar sobre modelos o fundamentos importantes correspondiente al control de inventarios de las empresas que se dediquen a la comercialización de productos masivos de primera necesidad, el análisis de los mismo serán llevados a impulsar el mejoramiento del control de inventarios y un plan de ventas.

En la figura 1 se describe los modelos de inventarios son herramientas que ayudan a la administración a tomar decisiones con respecto al nivel óptimo de existencias para mantener los inventarios y reducir costos:

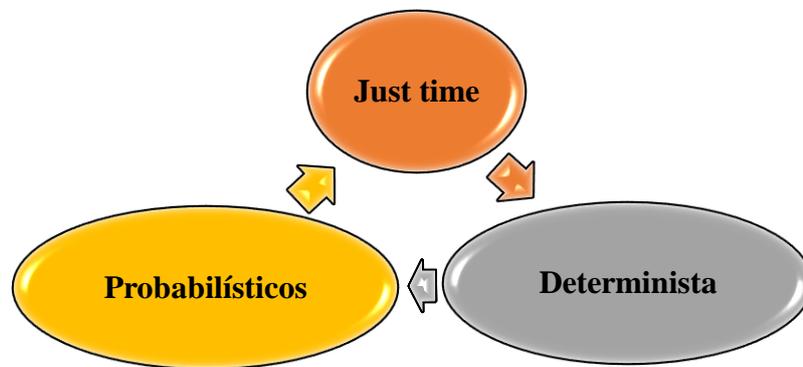


Figura 1. *Tipos de modelos de inventarios*
Fuente: (Fuenmayor & Carrera, 2016)
Elaborado por: Propias autoras.

Justo a tiempo según (Romero, 2016) considera que: “es el sistema de inventario que prevaleció hasta la segunda guerra mundial como su nombre lo indica, este modelo asegura que los productos estén a tiempo para que las empresas puedan utilizarlo y tengan un respectivo control de las existencias” (pág. 7).

En el ámbito empresarial el correcto manejo del control de inventarios es uno de los elementos principales de la empresa, logrando obtener un mejor servicio al cliente y tener una ventaja competitiva, la gestión de inventarios evita la insatisfacción de los clientes y facilita una eficiente planificación de actividades. (Siguenza, 2017)

La teoría de inventarios establece que las empresas deben administrar correctamente las actividades para obtener una mejor satisfacción del cliente y obtener una planificación en el manejo de las existencias facilitando un control de los productos que se encuentran en físico o en el registro del sistema.

Según Carrera (2016) la clasificación de los modelos de inventarios según la demanda, se muestra en la figura 2:

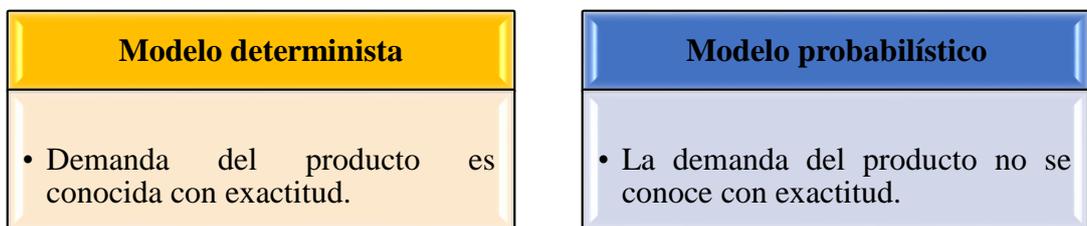


Figura 2. Tipos de modelos de gestión.
Fuente: (Fuenmayor & Carrera, 2016)
Elaborado por: Propias autoras.

Según Meana (2017) menciona que “Los modelos deterministas en este tipo de demanda es constante y conocida en el tiempo, ya que sabemos en todo momento que tipo de demanda nos exigen nuestros clientes” (pág. 8).

Elementos de los modelos deterministas se presentan en la figura 3, siendo éstos los siguientes:

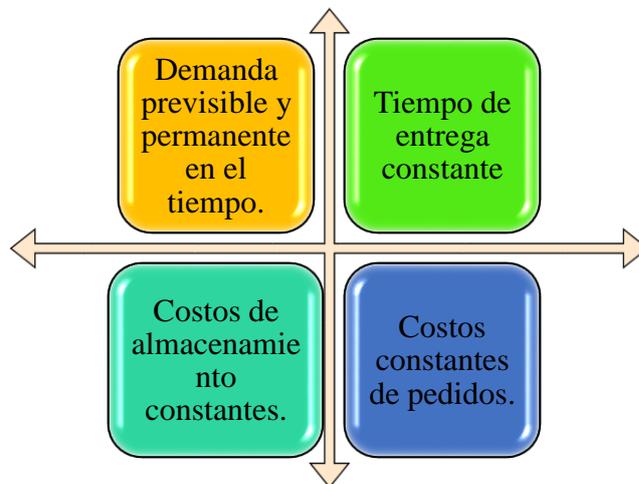


Figura 3. Elementos de los modelos deterministas.
Fuente: (Fuenmayor & Carrera, 2016)
Elaborado por: Propias autoras.

Según Meana (2017) señala que “Los modelos probabilísticos cuando la demanda no es conocida y por lo tanto necesitamos un stock de seguridad, se lanza la orden de pedido hasta que nuestras existencias sean consumidas” (pág. 8).

Elementos de los modelos probabilísticos, se presentan en la siguiente gráfica 4:

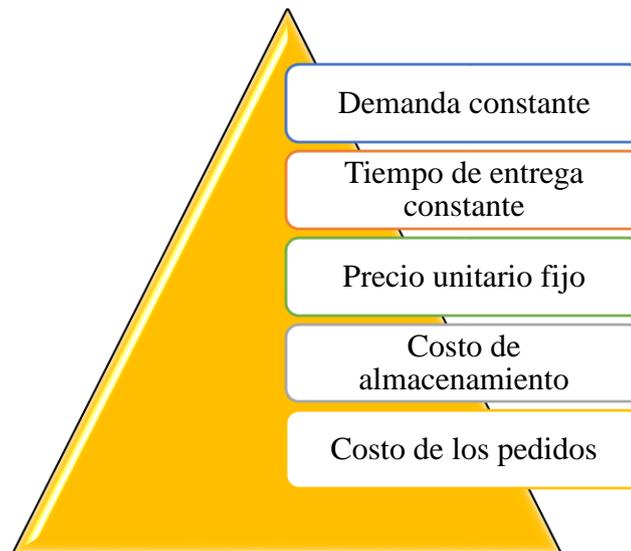


Figura 4. Elementos de los modelos probabilísticos.
Fuente: (Fuenmayor & Carrera, 2016)
Elaborado por: Propias autoras.

1.4.2.2. NIC 2 Inventarios

Según la Normativa de NIC 2 de contabilidad (2016) especifican definiciones sobre los inventarios:

- a) son activos de la empresa que se venden en el curso normal del negocio; b) en proceso de producción con el objetivo de vender; c) en forma de insumos que serán exhaustos en el proceso productivo o en la asistencia de servicios. (pág. 1)

1.4.2.3. Clasificación de inventarios

Existen diferentes tipos de inventarios que facilitan las necesidades de los procesos de actividades comerciales. En la figura 5, que se presenta a continuación se describen los tipos de inventarios:

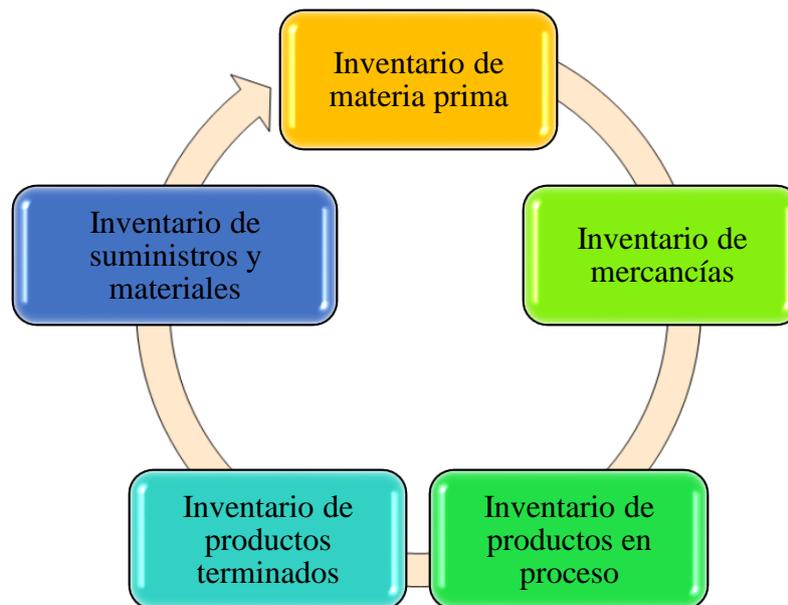


Figura 5. Tipos de inventarios.
Fuente: (Alvarado & Gallegos, 2019)
Elaborado por: Propias autoras.

- **Inventarios de materia prima:**

Son usados para el proceso de fabricación de nueva mercadería terminados y brindar a los consumidores el bien que desean para satisfacer sus necesidades.

- **Inventario de mercancías:**

Para Alvarado & Gallegos (2019) señala que:

Los inventarios de mercadería están dados por todos los productos comprados por la organización para venderlos a los consumidores, sin necesidad de haber realizado alguna modificación. Transformación; es decir que son todos los que se venderán en forma directa, reflejándose en una contabilidad diferente, por la existencia de

diferentes tipos de productos como puede ser: productos en camino, o en tránsito, esto se hace referencias a los bienes que están adquiridos, pero que aún no llegan a la empresa y las mercancías en consignación, que se refiere a los bienes que posee la organización. (pág. 21)

Los inventarios de mercancías son los bienes adquiridos por la empresa los que se venderán a los consumidores y no se incorporarán al proceso productivo, estos inventarios constituyen todos los productos que son destinados a la venta, mercaderías compradas y no se han recibido en recepción y mercaderías cedidas a terceros como garantía.

- **Inventario de producto en proceso:**

Son todas las materias primas que se convierten en productos parciales para luego convertirse en productos finales, es decir, son aquellos bienes que se utilizan en el proceso de producción continuo para posteriormente convertirse en productos terminados.

- **Inventario de productos terminados:**

Son aquellos inventarios que recogen todos los productos que la empresa ha transformado y procesados, estos productos se encuentran.

- **Inventario de suministros y materiales:**

Son materiales con los que se fabrican los productos realizados en la empresa, pero no se pueden medir de manera exacta.

1.4.2.4. Tipos de stocks

Los tipos de stocks se clasifican en dos: en base de criterio funcional y en base de criterio operativo. En la figura 6, se muestra el criterio funcional se dividen en:

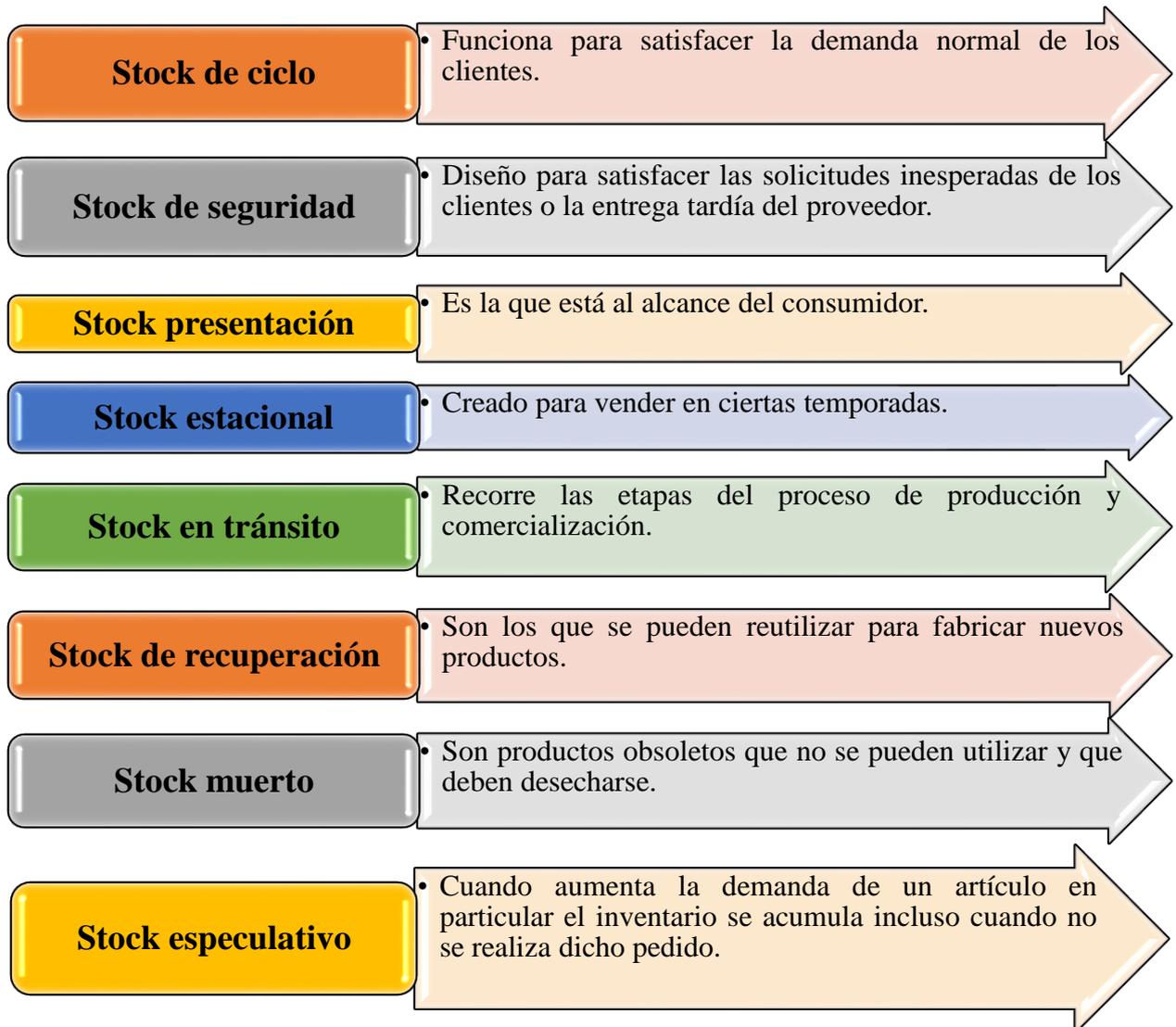


Figura 6. Tipos de stocks criterio funcional.

Fuente: (Pérez, 2017)

Elaborado por: Propias autoras.

En la figura 7, se reflejan los criterios operativos:

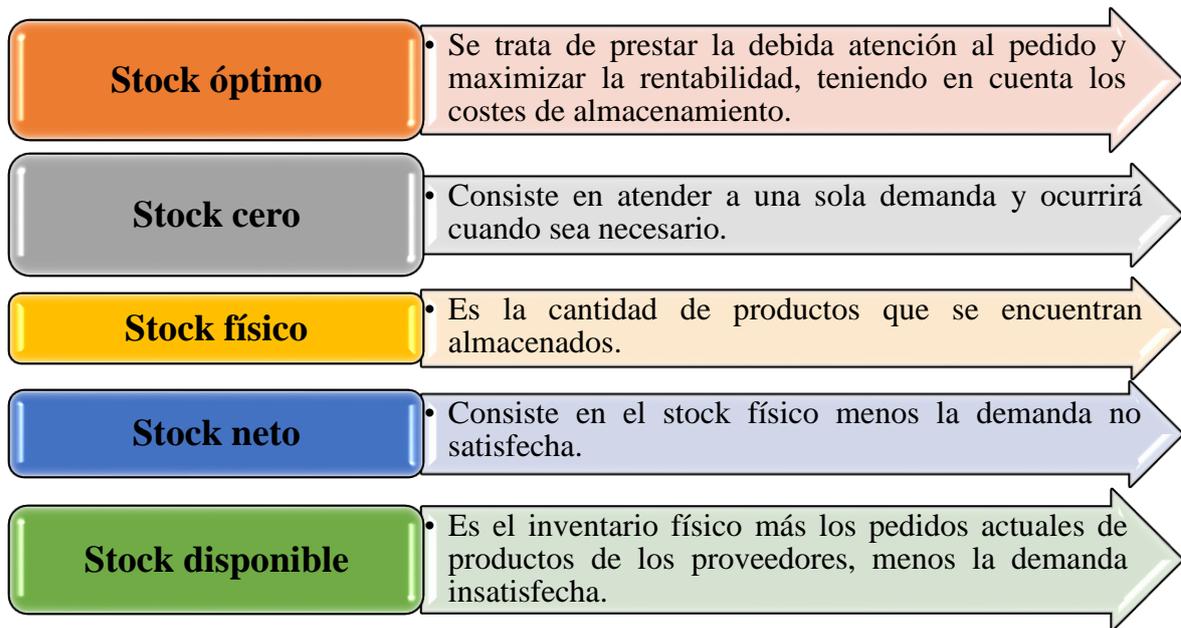


Figura 7. Tipos de stock criterio operativo.

Fuente: (Pérez, 2017)

Elaborado por: Propias autoras.

1.4.2.5. Existencias

“Comprenden en un registro y control de los productos que están disponibles para la venta o que son consumidas en el proceso de producción” (Meana, 2017, pág. 4).

Las existencias en una empresa son un conjunto de todos los artículos almacenados que están destinados para la venta o son para el consumo de producción, es decir, son un conjunto de todos los bienes que son generados para obtener un fin de lucro económico en un periodo determinado.

Las existencias requieren de un estricto control porque son mercaderías indispensables para el funcionamiento de la empresa que se encuentran almacenados debidamente clasificados y ordenados para su posterior venta, un registro de las entradas y salidas de mercadería para evitar pérdidas en el periodo.

1.4.2.6. Control

Estrada & Dstteffano (2017), definen al control como actividades administrativas que realizan las empresas para examinar el desempeño de las distintas áreas y funciones para comprobar si están realizando un seguimiento de las actividades con el fin de revisar los objetivos de manera eficiente y efectiva para las decisiones. (pág. 15)

El control es un conjunto de actividades que se realizan con el fin de inspeccionar el desempeño de la empresa y verificar si las funciones que desempeñan se están realizando correctamente, planificando y controlando las actividades para comprobar si se están cumpliendo con los objetivos propuestos corrigiendo las situaciones que pueden desplegar durante la gestión.

1.4.2.7. Control de inventarios

Como podemos constatar en las investigaciones de Valverde (2017), define al control de inventarios “como el corazón de la empresa que se dediquen a cualquier actividad económica que desempeñe, son los bienes adquiridos para la venta” (pág. 26).

Al referirse al control de inventarios se está haciendo mención de la cantidad de existencias, es el proceso de planificación de los productos que se encuentran almacenados para su posterior venta, con el objetivo de recopilar la información a través de entradas y salidas de los productos mediante el registro del sistema que posee la empresa.

Tener un control de inventario es impensable en las empresas porque permite tener contar con las existencias exactas en los registros del sistema con las constataciones físicas y poder evitar insatisfacciones de los clientes al no encontrar con el producto que están buscando, el

mal control de inventarios es provocado por el desconocimiento de los productos que se tienen almacenados en no tener un orden.

Contar con un inventario evita que la empresa caiga en dificultades económicas, además debe mantener un control para evitar complicaciones como son: retrasos en la entrega del producto, equivocaciones en tener un mal registro de una mercadería nueva ingresada al sistema, desabastecimiento de los productos, esto ocasiona insatisfacción de los clientes y evita que la empresa crezca económicamente.

El control de inventarios desempeña un papel importante porque permite una administración eficaz de los registros de entrada y salida de productos o suministros que se encuentren en curso o finalizadas dentro de la empresa, es decir, es la gestión estratégica de todo el negocio en los registros físicos de los productos se debe realizar un monitoreo de control de los productos almacenados en la empresa para controlar las cantidades de las existencias y ayudar a los propietarios a dar una mejor satisfacción a los clientes en encontrar el producto a sus necesidades.

1.4.2.7.1. Beneficios del control de inventarios

“Los beneficios del control de inventarios permiten una mejor rentabilidad y un alto volumen de ventas dentro de la empresa, de esta forma la calidad del producto prevalecerá, para su posterior venta” (Velasco, 2016, pág. 23).

El correcto manejo de inventarios nos conlleva a tener un rendimiento eficiente y eficaz en la empresa porque permite obtener un orden, un óptimo control de las actividades y comparar si están correctamente registrados en el sistema y si constan en manera física las existencias.

El control de inventarios permite mejorar o crear políticas, procedimientos o procesos mediante la planificación de actividades que permiten alcanzar las metas propuestas.

Los beneficios del control de inventarios se reflejan en la figura 8:

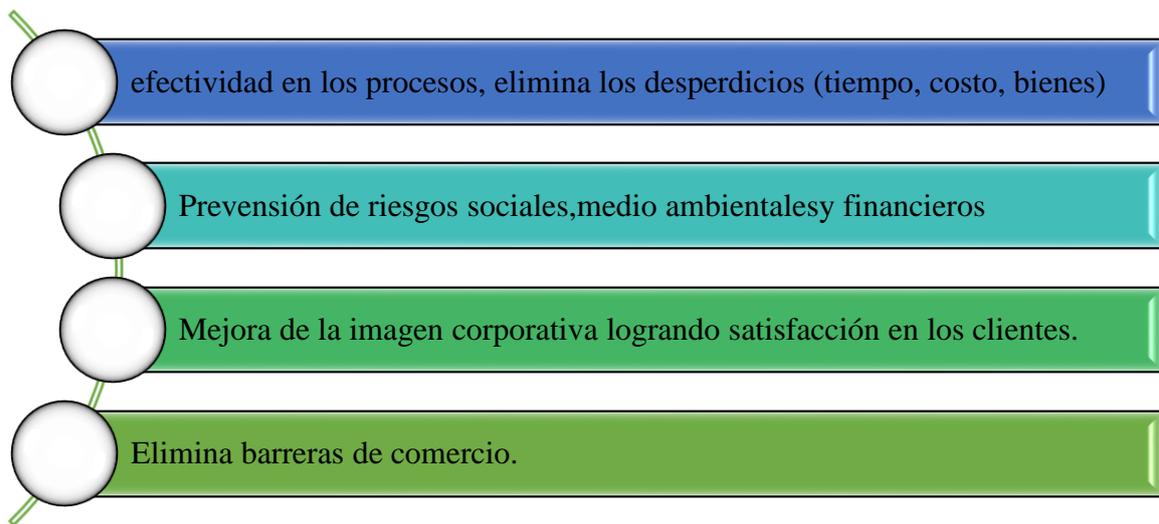


Figura 8. *Beneficios de control de inventarios.*

Fuente: (Velasco, 2016)

Elaborado por: Propias autoras.

1.4.2.8. Principios o problemas que afectan a los inventarios

1.4.2.8.1. Registro de inventarios

De acuerdo Troya & Cabrales (2016), indica que:

El registro de inventarios es la gestión que se lo realiza periódicamente sobre la mercadería que se dispone en la empresa para mantener el seguimiento de los productos existentes que se encuentran almacenados o a disposición de los clientes, una vez realizado el proceso de ingreso de la mercadería nueva a la empresa se procede a contabilizar las existencias anteriores con las actuales. (pág. 18)

1.4.2.8.2. Rotación de inventario

La rotación de inventario se refiere a la relación entre las ventas y el inventario acumulado, que muestra con qué frecuencia recobra el capital invertido a través de las ventas ejecutadas, es decir, es el número de veces con las que se venden o consumen los productos.

1.4.2.8.3. Antigüedad del inventario

Se refiere en controlar la cantidad de mercadería que están próxima a caducar, deteriorarse o por que se encuentran en mal estado, es decir, es el tiempo de vida útil del producto.

1.4.2.8.4. Errores en el peso de los productos

Los errores en el peso usualmente se lo realizan de manera manual ingresando en el sistema el código del producto seguido por la cantidad en libras o kl, sin embargo, por error se coloca el peso de manera incorrecta afectando a los inventarios y provocando un sobrante o faltante de mercadería al final del periodo.

1.4.2.8.5. Constatación física de los productos

La constatación física es la gestión en el que se monitorea el inventario, después de la verificación de stock, es decir, es la toma real de la cantidad de existencias que consiste en un código registrado en el sistema de inventarios.

Para registrar el inventario se debe de realizar un conteo físico de las existencias de la empresa que se encuentran en estantería y los que se mantienen almacenados en bodega.

Este proceso sirve para verificar de cuantos productos dispone para la venta la empresa.

1.4.2.8.6. Inexactitud en los registros sobre inventarios

La inexactitud de los registros de existencias es un gran problema que se presentan en las empresas, especialmente en los negocios mayoristas y minoristas consiste en la equivocación de los registros cuando es ingresado un inventario nuevo a la empresa e impiden la gestión de la empresa que aumente sus ganancias. Los registros de inventarios inexactos comprenden a diversos factores como son: por pérdida o hurto de los productos por parte de los clientes en no tener una supervisión en los pasillos del local, por un mal ingreso de mercadería en no recontar los productos, envíos incorrectos a las sucursales o a los clientes y errores de salida por facturación del producto.

La identificación de cada producto que es ingresada en la empresa se lo realiza mediante el código de barra o por dígitos y letras, esto sirve para diferenciar de sus características con los demás productos que se encuentren al momento de una venta, sin embargo, en muchas ocasiones se llega a cometer errores cuando es la salida del producto porque confunden los códigos de los productos por lo cual altera la exactitud de los inventarios al momento de realizar los registros del control del mismo.

1.4.2.8.7. Agotamiento de inventarios

El agotamiento de los inventarios se refiere a productos que la empresa no posee y no puede satisfacer la demanda de los clientes, lo que resulta en pérdidas de ventas e insatisfacción del consumidor. También se puede entender como agotamiento de inventarios a los productos que se encuentran en bodega, pero no en percha lo que provoca que los consumidores no puedan adquirir el producto que están buscando.

1.4.2.9. Plan de ventas

El plan de ventas es el plan de la empresa para todos los segmentos comerciales y acciones comerciales, planifica los objetivos de ventas de la empresa en los próximos meses. Suelen realizarse una vez al año y se basan en los resultados de ventas del año anterior.

Los emprendedores que quieran crear una nueva empresa deben hacer un plan de ventas lo más realista posible, porque muchas decisiones que toma la empresa al inicio de su establecimiento dependen del volumen de ventas estimado. Para ello, deben realizar previsiones de ventas para planificar el volumen de ventas para el primer año de su vida. (Barrientos, Coronel, Cuesta, & Rico, 2020)

Desde el punto de vista de Ayala (2020) las ventas se pueden definir de la siguiente manera:

Podemos definir un plan estratégico de ventas como un documento, que enumera una serie de estrategias y tácticas que el personal de ventas de la empresa debe implementar para lograr sus objetivos comerciales. En este sentido, uno de los elementos clave es estimar adecuadamente la previsión general de ventas en función del potencial de mercado alcanzable y los recursos económicos, técnicos y humanos de la organización.

A través de la planificación de ventas, es posible aumentar los ingresos, ingresar a nuevos segmentos de mercado o aumentar la posibilidad de ventas adicionales y cruzadas. Los ejemplos de este documento pueden ser cualquier plantilla que se encuentre en Internet, que se puede utilizar para respaldar el desarrollo de sus propias políticas. Sin embargo, no es suficiente desarrollar un plan de ventas efectivo. Debe tener claro la estructura básica, los atributos clave del cliente a considerar y los indicadores más relevantes para cuantificar el éxito.

1.4.2.9.1. Teoría de ventas

Las teorías que brindan soporte a las ventas pueden ser clasificadas en: teorías de motivación, teorías de procesos y teorías de reforzamiento:

A continuación, en la figura 9 se aborda las teorías de motivación:

Teoría de la jerarquía de necesidades:	<ul style="list-style-type: none">• Según la teoría de Maslow, estable una jerarquía de necesidades que motiva sus acciones.
Teoría ERG:	<ul style="list-style-type: none">• Se basa en la motivación de las personas en tres aspectos: existencia, afinidad y crecimiento.
Teoría de la demanda:	<ul style="list-style-type: none">• La teoría fue propuesta por David McClelland, su motivación se basa en tres necesidades: dar importancia a su trabajo y ganar reconocimiento por su gestión, promover la cooperación y capacitar a los trabajadores para tener un buen clima laboral; Fortaleza, logro, relación de afiliación.
En teoría, hay dos factores:	<ul style="list-style-type: none">• Esta teoría trata la motivación como parte de dos factores y se denomina teoría de la higiene motivacional. La motivación está relacionada con la posición y la higiene de la empresa.

Figura 9. Teorías de motivación.

Fuente: (Acosta, Salas, Jiménez, & Guerra, 2018)

Elaborado por: Propias autoras.

De igual manera se procede a abordar las teorías de proceso, en la figura 10:

Teoría de la equidad:	<ul style="list-style-type: none">• Los trabajadores comparan su salario con el de otros colegas.
Teoría de la expectativa:	<ul style="list-style-type: none">• Basado en expectativas, herramientas y valencia, los empleados comprenderán las consecuencias de sus acciones y ganarán motivación.
Teoría de atribución:	<ul style="list-style-type: none">• Implica un motivo para un resultado determinado.
Teoría del establecimiento de metas:	<ul style="list-style-type: none">• Motivar a las personas en función de los resultados de la consecución de objetivos.

Figura 10. Teorías de proceso.

Fuente: (Acosta, Salas, Jiménez, & Guerra, 2018)

Elaborado por: Propias autoras.

Finalmente, en la figura 11 se hace hincapié a las teorías de reforzamiento:

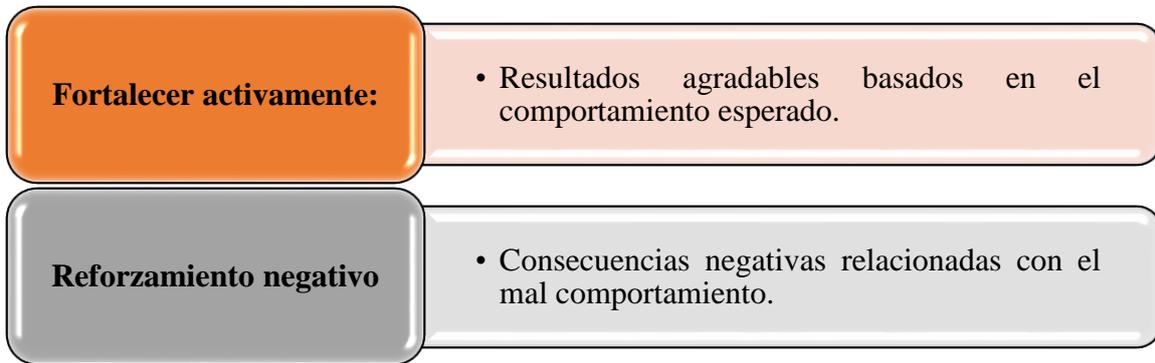


Figura 11. Teorías de reforzamiento.

Fuente: (Acosta, Salas, Jiménez, & Guerra, 2018)

Elaborado por: Propias autoras.

1.4.2.9.2. Componentes plan de ventas

En la siguiente figura 12 se clasifica los componentes del plan de ventas:

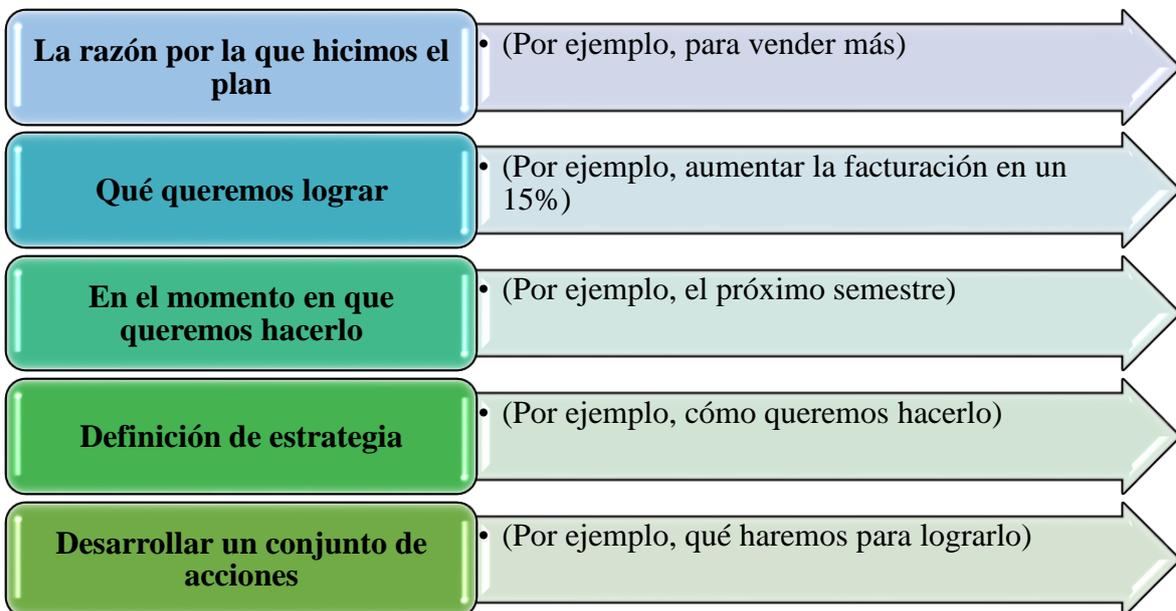


Figura 12. Componentes plan de ventas.

Fuente: (Fárfan & Pacheco, 2017)

Elaborado por: Propias autoras.

A partir de estos elementos se puede diseñar el plan de ventas, para ello, se requiere dar respuesta a las preguntas que aparecen en cada apartado, reflejando en la tabla 1 los componentes plan de ventas:

Tabla 1. *Componentes plan de ventas.*

<p>¿Por qué hacemos un plan de ventas?</p>	<p>Las razones pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vende más. • Cotizaciones directas a otros mercados. • Porque queremos lanzar nuevos productos al mercado. • Controle las ventas y gestione adecuadamente los recursos de la empresa.
<p>¿Qué vamos a lograr?</p>	<p>El objetivo puede ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar las ventas en un 33%. • Aparece en 5 nuevas provincias. Extensión geográfica. • Vendió 100.000 nuevos productos. • Incrementar la tasa de respuesta comercial en un 20%.
<p>¿Cuándo vamos a implementar el plan de ventas?</p>	<p>El período puede ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El próximo año. • Dentro de seis meses. • En los primeros tres meses de lanzamiento. • En los próximos deportes de invierno
<p>¿Cuál es nuestra estrategia?</p>	<p>Por ejemplo, tenemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conviértete en una empresa líder en el mercado. • Posicionarse como marca de referencia en un campo específico. • Dar respuesta en 24 horas al servicio prestado.
<p>¿Qué acción tomaremos?</p>	<p>Lo que podemos hacer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el equipo de fuerza de ventas. • Consolidar nuevos productos. • Incorporar nuevos distribuidores. • Realizar actividades de promoción. • Por ejemplo, creando una tienda online para ampliar los canales de venta.

Fuente: (Fárfan & Pacheco, 2017)

Elaborado: Propias Autoras

1.4.2.9.3. Objetivos estratégicos del plan de ventas

Hacer un plan estratégico de ventas es como hacer una tarea, aunque resulte complicado, muchos beneficios al equipo de negocio y a la empresa a mediano y largo plazo, permite identificar áreas que se deben fortalecer o cambiar en la organización para alcanzar la meta, su éxito del plan comercial de la empresa radica en el correcto desarrollo y seguimiento, en la promoción de la actividad comercial.

1.4.2.10. Marketing

Viteri, Herrera, & Bazurto (2017) , consideran que:

A su vez el marketing es una disciplina que ha progresado en las últimas décadas, desarrollando nuevos enfoques que dan respuesta a las necesidades de los clientes actuales, que son cada día son más demandante. A este proceso de evolución que ha sufrido el mercadeo, es lo que se conoce como nuevas tendencias. Siendo este el punto principal del presente artículo, debido a que se aspira dejar claro cuáles son las tendencias más importantes a aplicar en el entorno altamente competitivo donde se desenvuelven las organizaciones, al mismo tiempo que se pretende clarificar las definiciones de los nuevos enfoques que han surgido. (pág. 975)

1.4.2.10.1. Estrategias de marketing

Hartline (2012), manifiesta que

Se trata de las personas (dentro de una organización) que intentan encontrar formas de entregar un valor excepcional al satisfacer las necesidades y deseos de otras personas (clientes, accionistas, socios de negocios, la sociedad en general), así como las necesidades de la organización misma. (pág. 24)

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

Alvarado & Gallegos (2019) mencionan que “toda investigación para ser analizada requiere del uso de metodologías necesarias que permitan alcanzar los objetivos trazados y conocer los resultados obtenidos” (pág. 40).

La metodología permite recoger toda la información necesaria y de alcanzar los objetivos propuestos del proyecto.

El presente proyectó de integración curricular, con enfoque cuantitativo Según, Sampieri, Collado, & Baptista (2014) señalan que el “enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (pág. 4).

Este enfoque cuantitativo se basa en la recolección de datos a través de técnicas que se emplean en la investigación para interpretar por medio del análisis estadístico las teorías que se sustentan y el enfoque cualitativo responde a las interrogantes de la investigación de datos obtenidos en el medio sin alterar el objeto del estudio.

2.1. Tipo de investigación

“En la ciencia existen diferentes tipos de investigación y es necesario conocer sus características para saber cuál de ellos se ajusta mejor a la investigación que va a realizarse” (Bernal, 2010, pág. 3). El desarrollo de la investigación se realiza dependiendo del grado del objetivo en el entorno del problema que se va a investigar.

La presente investigación es de tipo descriptivo, explicativo, documental y de campo:

Sánchez, Reyes, & Mejía (2018) manifiestan que “La investigación es un proceso de recolección de datos para dar respuestas a las preguntas o interrogantes planteadas, referidas al conocimiento de una realidad o a su transformación. La investigación puede ser básica, sustantiva o tecnológica” (pág. 79).

La investigación recolecta información o datos de sucesos pasados relacionados al entorno del tema que se indaga respondiendo las interrogantes planteadas.

Para (Martínez, 2013) la investigación descriptiva “son investigaciones que reconstruyen aspectos fundamentales de un fenómeno. Se nutren de una información sistemática, que puede ser cronológica, y que muchas veces es la tarea previa (organización de un relevamiento) a un trabajo propiamente teórico” (pág. 41).

La investigación descriptiva es uno de los procedimientos más utilizados en el entorno investigativo porque facilita a identificar las situaciones de los hechos por medio de técnicas según el grado de dificultad del problema.

Es explicativa porque suministra información de los procesos actuales sobre el control de inventarios en relación al plan de ventas la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. para comprender las falencias sobre el manejo de las mercaderías.

Así como se afirma que la investigación descriptiva es el nivel básico de la investigación científica, la investigación explicativa o casual es para muchos expertos el ideal y nivel culmen de la investigación no experimental, el modelo de investigación “no experimental” por antonomasia. La investigación explicativa tiene como fundamento la prueba de hipótesis y busca que las conclusiones lleven a la formulación o al contraste de leyes o principios científicos. (Bernal, 2010, pág. 8)

De campo porque se mantuvo contacto directo con el sujeto de la investigación, lo que permitió recolectar información confiable y verídica de primera mano sobre las variables del estudio.

Para Baena (2014) señala que “Las técnicas específicas de la investigación de campo, tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio. La observación y la interrogación son las principales técnicas que usaremos en la investigación”. (pág. 12)

La investigación de campo se basa en la interacción directa con la empresa por medio del empleo de técnicas de la investigación con el objetivo de recoger toda la información posible.

Es documental porque se basa en la recolección de información escrita de un tema seleccionado previamente con los hechos pasados al tema de estudio que se va a investigar.

Según Bernal (2010) indica que “La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones,

diferencias etapas, posturas, o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio”. (pág. 4)

2.2. Métodos de la investigación

2.2.1. Método inductivo

De acuerdo con Morán & Alvarado (2010) “Se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general” (pág. 12).

El método inductivo parte de hechos específicos a conclusiones generales que permiten a la investigación determinar las causas del trabajo integración curricular.

2.2.2. Método analítico-sintético

De acuerdo con Morán & Alvarado (2010) el método analítico-sintético “Estudia los hechos a partir de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego integra dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral” (pág. 12).

El método analítico sintético nos ayudará a identificar las causas y efectos del trabajo para luego analizarlo y realizar una síntesis general.

2.3. Técnicas e instrumentos de investigación

2.3.1. Técnicas

(Arias, 2006) afirma que las técnicas “son las distintas formas o maneras de obtener la información mediante la observación directa, la encuesta oral o escrita, el cuestionario, la entrevista, el análisis documental y el análisis de contenido entre otros” (pág. 86).

Las técnicas que se utilizan en el desarrollo del trabajo estuvo dado por la entrevista y las encuestas.

2.3.1.1. Entrevista

La entrevista es una forma especial de conversación en la que se genera conocimiento. A través de la interacción entre un entrevistador y un entrevistado. El propósito de una entrevista es recibir información de forma oral y personalizada.

Torres, Paz & Salazar (2016):

La entrevista es el instrumento más importante de la investigación, a diferencia del cuestionario que se contesta por escrito por el encuestado, tiene la particularidad de ser más concreta, pues las preguntas presentadas de forma contundente por el encuestador no dejan ambigüedades, es personal y no anónima, es directa porque no deja al encuestado consultar las respuestas. (pág. 6)

2.3.1.2. Encuesta

De acuerdo Torres, Paz, & Salazar (2016) la encuesta:

Constituye el término medio entre la observación y la experimentación. En ella se pueden registrar situaciones que pueden ser observadas y en ausencia de poder recrear un experimento se cuestiona a la persona participante sobre ello. Por ello, se

dice que la encuesta es un método descriptivo con el que se pueden detectar ideas, necesidades, preferencias, hábitos de uso, etc. (pág. 4)

La encuesta se practicó a los empleados de la Importadora Y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, con preguntas de tipo cerrada.

2.3.2. Instrumentos

Los instrumentos de investigación estuvieron dados por los cuestionarios de entrevista y encuesta. El cuestionario de entrevista que se formuló a la Importadora y Comisariato Pañora (IMCOPAÑORA) C.L. con preguntas de tipo abiertas porque permite conocer con mayor amplitud sobre la empresa.

El cuestionario de encuesta formulado a la Importadora y Comisariato Pañora (IMCOPAÑORA) C.L. con preguntas de tipo cerradas con alternativas e indicadores establecido por la escala de Likert.

“Una de las ventajas de las preguntas abiertas es la posibilidad que tiene el entrevistado de contestar libremente, de modo espontáneo, y según sus propias palabras” (Alaminos & Castejón, 2006, pág. 89).

2.4. Población y muestra

2.4.1. Población

Barrero (como se citó en Torres M. , 2019) menciona que “la población es el grupo de seres con una característica específica objeto de investigación y que forman parte de los criterios de inclusión” (pág. 44).

La población está dada por 50 empleados, sin embargo, para nuestro estudio se consideró 30 porque están directamente encargados a inventarios: percheros, cajeros, supervisor general, supervisor de caja, asistente de bodega, encargados de bodega, ingresan la mercadería que laboran en la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L.

2.4.2. Muestra

La muestra es parte de una población que se puede utilizar para extraer datos para un estudio en particular con el fin de representar, comprender e identificar aspectos de esa población.

Según Villalba (2014) define a la muestra:

Como el desagregado de la población. Una muestra tiene características que le corresponden a la población. El muestreo es la actividad para selección de la muestra; es un método antiguo para juzgar la calidad de un conjunto. (pág. 106)

De la totalidad de la población por ser pequeña y finita, no fue necesario aplicar ninguna técnica estadística, por tanto, la muestra es de 30 personas a quienes se realizaron las encuestas.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS

A continuación, se describen los resultados de las encuestas con su respectivo análisis:

1. **¿Considera usted, que el control de inventario es importante para la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L.?**

Tabla 2. *Importancia del control de inventarios.*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Totalmente de acuerdo	21	70
De acuerdo	3	10
Indeciso	2	7
En desacuerdo	1	3
Totalmente en desacuerdo	3	10
Total	30	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

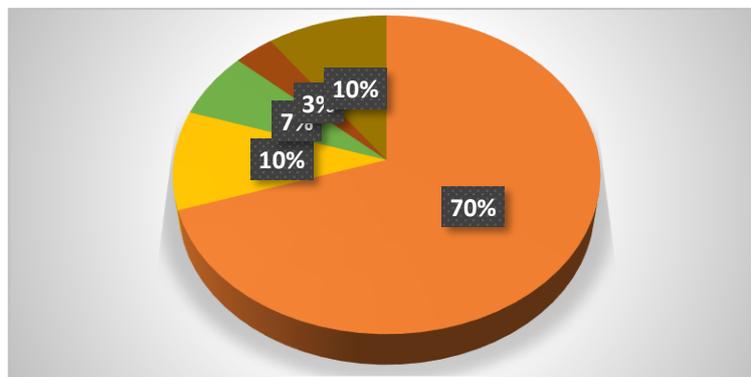


Figura 13. *Importancia del control de inventarios.*

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

Análisis: El 70% de los empleados encuestados considera que están “totalmente de acuerdo”, el 30% están “de acuerdo”, “indeciso”, “en desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo”. Se puede deducir que para la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. es muy importante el control de inventarios.

2. ¿Cree usted que los procedimientos que aplica la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. en el control de inventarios ha permitido detectar faltantes y sobrantes?

Tabla 3. Control de inventarios.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Totalmente de acuerdo	6	20
De acuerdo	5	17
Indeciso	6	20
En desacuerdo	4	13
Totalmente en desacuerdo	9	30
Total	30	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

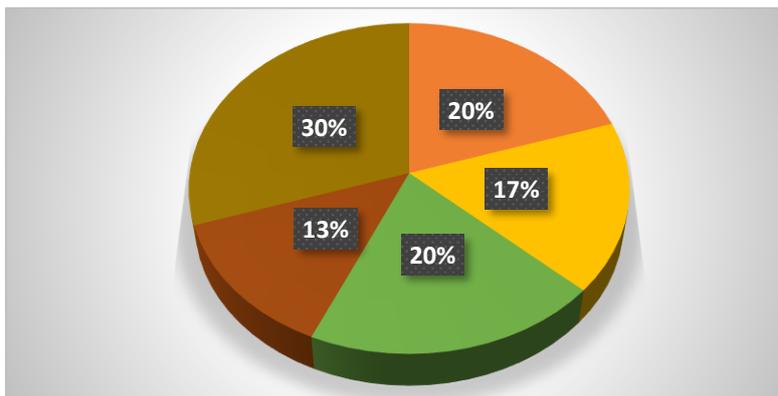


Figura 14. Control de inventarios.

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

Análisis: De los encuestados que representan el 20% están “totalmente de acuerdo”, 17% “de acuerdo”, 20% “indeciso”, 13% “en desacuerdo” y el 30% “totalmente en desacuerdo”. De los resultados obtenidos se considera que los procedimientos establecidos para detectar faltantes o sobrante no son eficientes en su totalidad, por ello, la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. debe mejorar en su control de las entradas y salidas de mercadería para que no afecte al control de inventarios.

3. **¿Considera usted que los resultados de los inventarios obtenidos en las constataciones físicas son importantes para el control de inventarios permite determinar oportunamente los faltantes y sobrantes de mercadería?**

Tabla 4. *Constataciones físicas.*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Totalmente de acuerdo	15	50
De acuerdo	9	30
Indeciso	1	3
En desacuerdo	3	10
Totalmente en desacuerdo	2	7
Total	30	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

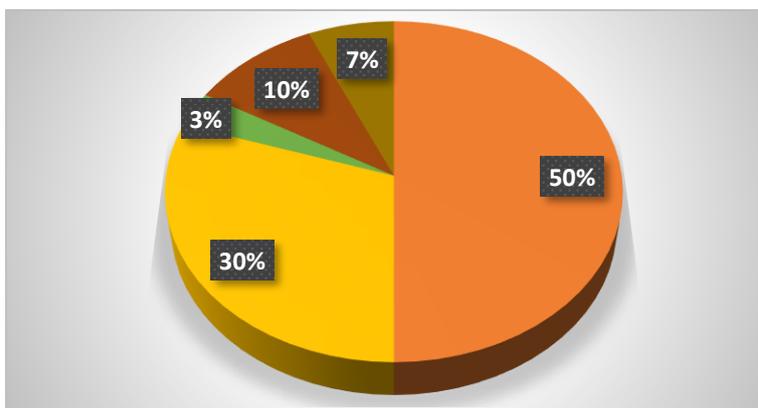


Figura 15. *Constataciones físicas.*

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

Análisis: El 50% están “totalmente de acuerdo”, 30% “de acuerdo”, 3% “indeciso”, 10% “en desacuerdo” y el 7% “totalmente en desacuerdo”. De acuerdo a los resultados obtenidos más de 80% considera oportuno llevar un registro de la mercadería para que al final de cada periodo no existan faltantes o sobrantes de productos.

4. ¿Conoce usted con cuál de las siguientes frecuencias de tiempo la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. realiza constataciones físicas?

Tabla 5. *Tiempo de realización de inventario.*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Semanal	0	0
Mensual	30	100
Trimestral	0	0
Anual	0	0
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

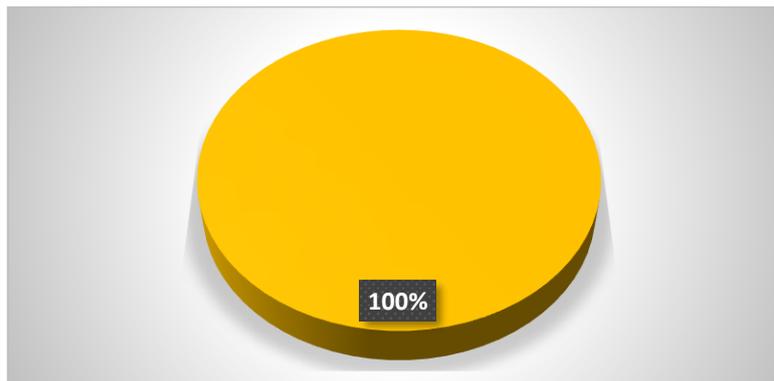


Figura 16. *Tiempo de realización de inventarios.*

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

Análisis: El 100% de los encuestados señalaron que mensualmente se efectúan constataciones físicas de inventario dentro de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L.

5. ¿Considera usted que al despachar o solicitar los pedidos de los productos se detectan faltantes de mercadería?

Tabla 6. Despacho de mercadería.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Totalmente de acuerdo	6	20
De acuerdo	12	40
Indeciso	6	20
En desacuerdo	4	13
Totalmente en desacuerdo	2	7
Total	30	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

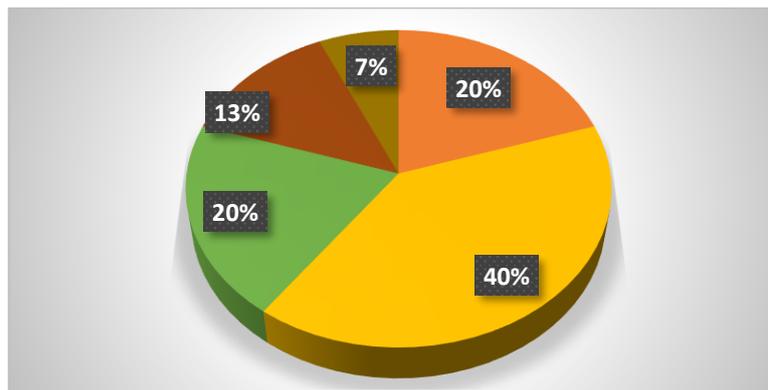


Figura 17. Despacho de mercadería.

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

Análisis: El 20% están “totalmente de acuerdo”, 40% “de acuerdo”, 20% “indeciso”, 13% “en desacuerdo” y el 7% “totalmente en desacuerdo”. Los trabajadores de la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. están de acuerdo al momento que los productos van saliendo de la empresa se puede detectar faltantes de mercadería para luego ser adquiridos para la venta.

6. ¿Considera usted que para la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. lleva un control de las mercaderías en cuanto a su fecha de caducidad?

Tabla 7. Control de productos en caducidad.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Totalmente de acuerdo	14	47
De acuerdo	8	27
Indeciso	5	17
En desacuerdo	2	7
Totalmente en desacuerdo	1	3
Total	30	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

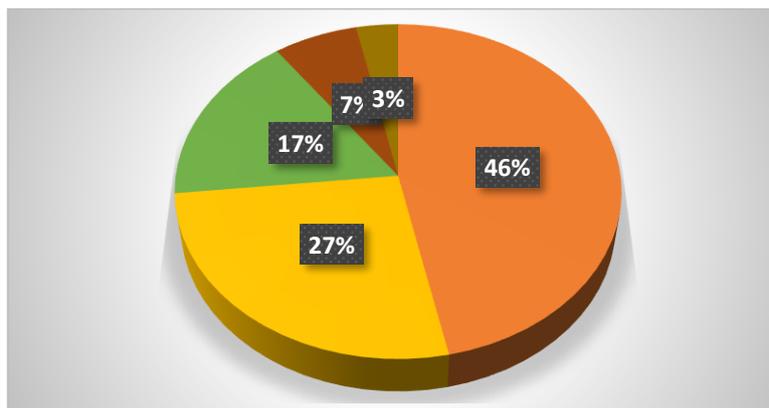


Figura 18. Control de productos en caducidad.

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

Análisis: EL 46% están “totalmente de acuerdo”, 27% “de acuerdo”, 17% “indeciso”, 7% “en desacuerdo” y el 3% “totalmente en desacuerdo”. La Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. se puede afirmar que existe un control de los productos en cuanto a su fecha de caducidad demostrando que el control de los productos es un factor primordial para el comisariato.

7. ¿Considera usted qué para el desempeño de sus actividades, la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. le ha concedido cursos de capacitación?

Tabla 8. *Capacitación a los empleados*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Totalmente de acuerdo	7	23
De acuerdo	6	20
Indeciso	4	13
En desacuerdo	9	30
Totalmente en desacuerdo	4	13
Total	30	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

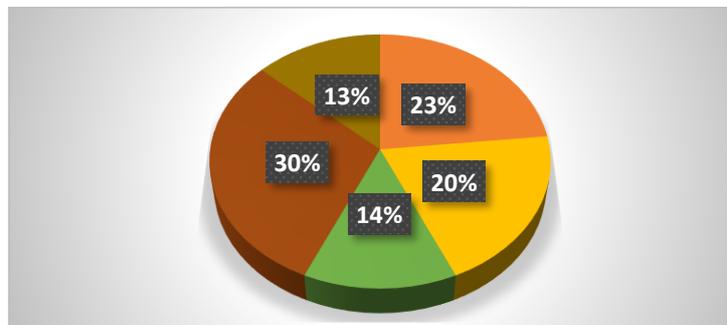


Figura 19. *Capacitación a los empleados.*

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Propias autoras.

Análisis: De acuerdo con los encuestados un 40% indican que están “totalmente de acuerdo”, 40% “de acuerdo”, 3% “indeciso”, 14% “en desacuerdo” y el 3% “totalmente en desacuerdo”. Se puede concluir que los trabajadores de la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. no están en constante capacitación, lo cual no es beneficioso porque no le permite crecer o mejorar falencias en el trabajo, como lo señala Navarrete (2018):

La capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas dentro de la empresa las habilidades que necesitan para realizar su trabajo, esta abarca desde pequeños cursos sobre terminología hasta cursos que le permitan al usuario entender el funcionamiento del sistema nuevo, ya sea teórico o a base de prácticas o mejor aún, combinando los dos. (pág. 30)

8. ¿Cree usted que las salidas de las mercaderías son controladas en su totalidad por la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L.?

Tabla 9. Control de mercaderías.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Totalmente de acuerdo	12	40
De acuerdo	12	40
Indeciso	3	10
En desacuerdo	1	3
Totalmente en desacuerdo	2	7
Total	30	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

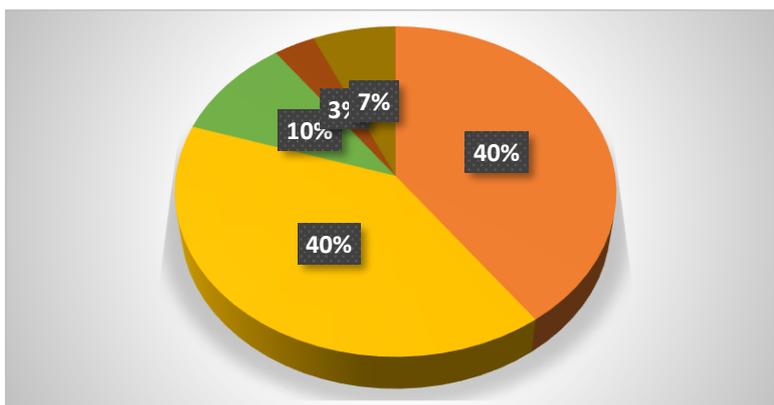


Figura 20. Control de mercaderías.

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Propias autoras.

Análisis: Los encuestados en un 40% indican que están “totalmente de acuerdo”, 40% “de acuerdo”, 10% “indeciso”, 3% “en desacuerdo” y el 7% “totalmente en desacuerdo”. Se observó que la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. lleva un estricto control de las mercaderías que ingresan y que salen del comisariato.

9. ¿Cree usted que la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. mantiene actualizado el reporte del stock de las mercaderías existentes en la bodega?

Tabla 10. Actualización de stock de mercaderías en bodega.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Totalmente de acuerdo	12	40
De acuerdo	16	53
Indeciso	2	7
En desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

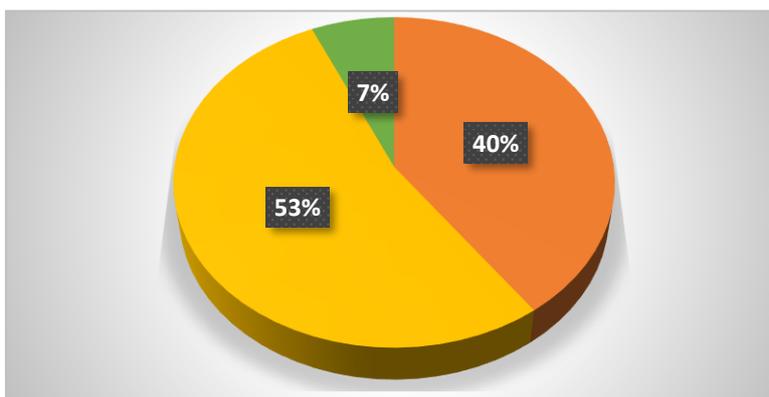


Figura 21. Actualización de stock de mercadería en bodega.

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Propias autoras.

Análisis: El 40% indican que están “totalmente de acuerdo”, 53% “de acuerdo” y 7% “indeciso”. Se puede apreciar que la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. mantiene actualizado su reporte de stock de las mercaderías en bodega “es la parte del activo que posee toda empresa o microempresa para la transformación y venta posterior o directamente para la venta” (Campos, 2014, pág. 8).

10. ¿Cree usted que es necesario implementar nuevas estrategias para que salgan primero los productos que están cerca de su caducidad?

Tabla 11. Estrategias de venta.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Totalmente de acuerdo	18	60
De acuerdo	12	40
Indeciso	0	0
En desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	30	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

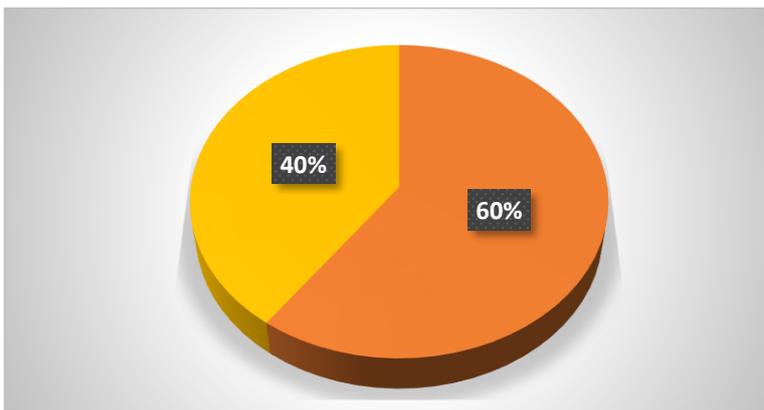


Figura 22. Estrategias de venta.

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Propias autoras.

Análisis: De acuerdo con los encuestados un 60% está “totalmente de acuerdo” con que la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. debería implementar estrategias para que los productos próximos a caducar salgan primero de empresa y un 40% está “de acuerdo”. Con los resultados obtenidos a pesar de que existe un control de los productos próximos a caducar los encuestados mencionan que es necesario implementar nuevas estrategias de venta para que roten los productos de manera rápida.

11. ¿Cree usted que la existencia de las señaléticas de orientación al cliente debe existir y mantenerse en la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L.?

Tabla 12. Señalética de orientación al cliente.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA%
Totalmente de acuerdo	18	60
De acuerdo	6	20
Indeciso	1	3
En desacuerdo	3	10
Totalmente en desacuerdo	2	7
Total	30	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración por: Propias autoras.

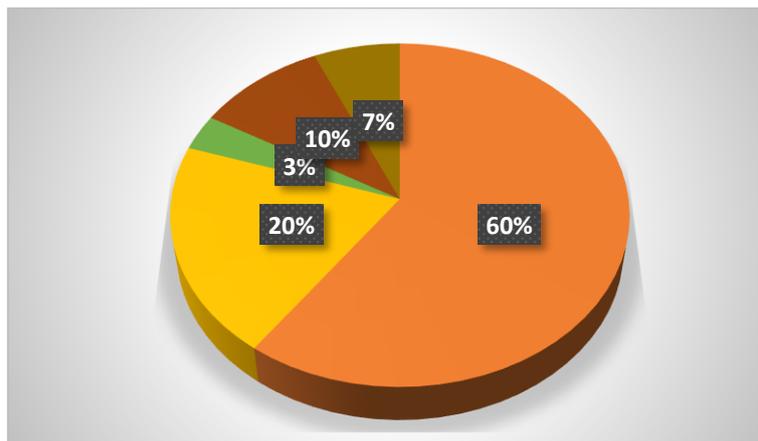


Figura 23. Señalética de orientación al cliente.

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Propias autoras.

Análisis: El 60% indican que están “totalmente de acuerdo”, 20% “de acuerdo”, 3% “indeciso”, 10% “en desacuerdo” y el 7% “totalmente en desacuerdo”. En la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. menciona los encuestados que es necesario implementar señaléticas que permitan al cliente encontrar el producto con mayor facilidad pues que son necesarios en el comisariato.

La entrevista se realizó al Gerente de la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, sus resultados y análisis se describen a continuación:

Tabla 13. *Resultados de la entrevista realizada al gerente.*

1. ¿Podría usted comentarnos sobre el proceso o los sistemas de control que mantienen la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. para el control de los inventarios de mercaderías?

Respuesta:

Las constataciones físicas de los inventarios se realizan cada fin de mes, se dividen por grupos y subgrupos de productos. El encargado del control de inventarios asigna a los empleados una hoja en donde debe constatar el conteo físico y se verifique con el registro en el sistema.

Análisis:

De acuerdo con lo entrevistado, se puede indicar que el encargado del control del inventario mantiene una planificación y asignación de actividades que permite mantener un correcto registro y control de las constataciones físicas confrontándolo con el sistema.

2. ¿Dentro del control de inventarios exclusivamente en las constataciones físicas que realiza la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. en determinados momentos refleja faltantes o sobrantes?

Respuesta:

Cada cierto tiempo al realizar las constataciones físicas de las mercaderías se encuentran con faltantes o sobrantes de productos se lleva un control diario del mismo.

Análisis:

La Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, en el tiempo que le indique en realizar los conteos físicos de las mercaderías se suelen encontrar con faltantes o sobrantes de productos.

3. ¿En cuánto al personal que trabajan en el control de inventarios, son muy eficientes, realizan actividades con predisposición y satisfacción de servicio?

Podría explicarnos

Respuesta:

Considero que todas las personas tienen la capacidad y responsabilidad necesaria para desempeñar su función, el personal encargado en el control de inventarios demuestra eficiencia y eficacia en el control y registro del mismo.

Análisis:

La Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L no tiene ningún problema en las funciones que sus empleados desempeñan, estos realizan actividades con responsabilidad y eficiencia, especialmente en el control y registro de los inventarios.

4. ¿Cree usted que los productos de la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. tienen un alto grado de aceptación por sus clientes?

¿Porque?

Respuesta:

Desde mi punto de vista los productos que se ofrece son indispensables en el mercado porque está dirigido a todas las personas, además hay que recalcar que se cuenta con productos de calidad y de primera necesidad.

Análisis:

Considera que es esencial los productos que se ofrece en el mercado, son indispensables permite satisfacer las necesidades de los clientes.

5. ¿Cree usted que las estrategias aplicadas por la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. han logrado posicionar muy bien frente a sus competidores? ¿A qué se debe?

Respuesta:

Es evidente que existe mucha competencia en giro a la actividad económica, es por esto que se brinda la atención necesaria y no se puede ofrecer productos con precios elevados, adicionalmente se consideran promociones y ofertas para que los clientes

puedan adquirir, aprovechando de esta manera puede rotar más rápidamente el producto.

Análisis:

La Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L ofrece la atención y la satisfacción de los clientes en ofrecer productos accesibles al alcance del público, además consideran estrategias como promociones u ofertas que se puedan adquirir.

6. ¿Ha considerado implementar nuevas estrategias de venta? ¿Por qué?

Respuesta:

Desde mi punto de vista siempre es importante innovar, aplicar nuevas estrategias de venta es importante para atraer nuevos clientes, y que siempre sientan satisfacción esto sin duda podrá aumentar nuestro nivel de ventas.

Análisis:

Para la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L es importante tener o contar con nuevas estrategias de venta, les permitirá contar con posibles nuevos clientes potenciales, de la satisfacción de ellos depende su crecimiento empresarial.

7. ¿Cuán importante considera usted la existencia de las señaléticas de orientación al cliente. Debe existir y mantenerse en la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. ¿Por qué?

Respuesta:

Es de mucha importancia implementar mejoras para agradar al cliente porque día a día existen nuevos casos, el no encontrar sus productos por falta de orientación por lo que se debería implementar señaléticas para contribuir al cliente.

Análisis:

Implementar señaléticas considera que es importante porque permite orientar al cliente en búsqueda de sus productos, esto les permitirá alcanzar su satisfacción.

8. ¿De acuerdo a su criterio personal, cree usted, que la Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. ha logrado alcanzar sus objetivos planteados? ¿Por qué?

Respuesta:

Sí, considero que sí, porque es objetivo principal de la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L. es brindar a sus clientes los precios más bajos y ser competitivos en el mercado.

Análisis:

La Importadora y Comisariatos “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L, tiene como objetivo principal brindar a sus clientes productos de calidad, precios más bajos y competitividad, finalidad que han logrado alcanzarlas.

Fuente: Entrevista.

Elaboración por: Propias autoras.

CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos se concluye:

- La empresa (IMCOPAÑORA) C.L. no cuenta con un sistema de control de inventarios actualizado para verificar las inconsistencias de los conteos físicos que podría en cualquier momento afectar a su plan de ventas y provocar pérdidas y afectando a la salud financiera.
- No cuenta con un correcto control y registro de los ingresos y salidas de mercaderías, que en determinados momentos se presentan como faltantes o sobrantes en sus inventarios.
- Se observó la ausencia de señalética sus clientes en determinados momentos se encuentran desorientados en cuanto a la ubicación de los productos ocasionando pérdidas de tiempo e insatisfacción.
- El personal que atiende o que están encargados de la comercialización de los productos no han logrado aún ser capacitados por la empresa.

RECOMENDACIONES

- Con miras a favorecer al mejoramiento del plan de ventas que establecen, buscar la manera de gestionar un nuevo sistema contable que le permita corregir las inconsistencias a la Importadora y Comisariato “Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L.
- Realizar de forma constante supervisiones que conlleven a la verificación del cumplimiento del despacho y recepción de la mercadería, manteniendo cotejado los productos de forma más veraz así evitaría los faltantes o sobrantes detectados cada cierto tiempo.
- Implementar señaléticas que permite mejorar la orientación de sus clientes y elevar los niveles de rotación de la mercadería.
- Desarrollar programas de capacitación que promueva al desarrollo integral del personal que labora en la empresa y al fortalecimiento del conocimiento necesario adquieran habilidades o aptitudes, para que éstos logren mejorar su desempeño en las actividades laborales encomendadas, se sientan más motivados, aumente la productividad y calidad de trabajo, esto contribuye a la empresa a ser más competitiva e incrementar su rentabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M., Salas, L., Jiménez, M., & Guerra, A. M. (Febrero de 2018). *La administración de ventas*. Obtenido de <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1498/La-administracion-de-ventas.pdf?sequence=1#page=10&zoom=100,0,398><http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1498/La-administracion-de-ventas.pdf?sequence=1#page=10&zoom=>
- Alaminos, A., & Castejón, J. (2006). Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escala de opinión. En A. Alaminos, & J. Castejón, *Serie: Docencia Universitaria - EEES* (pág. 120). España: Editorial Marfil, S.A. Obtenido de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20331/1/Elaboraci% c3% b3n, % 20an% c3% a1lisis% 20e% 20interpretaci% c3% b3n.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20331/1/Elaboraci%c3%b3n,%20an%c3%a1lisis%20e%20interpretaci%c3%b3n.pdf)
- Alvarado, H., & Gallegos, E. (2019). Control de inventarios y rentabilidad de la empresa Hormigones “San Francisco” Cantón Naranjito, Ecuador, 2018-2019. (*Tesis de pregrado*). Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador. Obtenido de [http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5091/1/2.% 20CONTROL% 20DE% 20INVENTARIOS% 20Y% 20RENTABILIDAD% 20DE% 20LA% 20EMPRESA% 20HORMIGONES% 20% e2% 80% 9cSAN% 20FRANCISCO% e2% 80% 9d% 20OCANT% c3% 93N% 20NARANJIT.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5091/1/2.%20CONTROL%20DE%20INVENTARIOS%20Y%20RENTABILIDAD%20DE%20LA%20EMPRESA%20HORMIGONES%20%e2%80%9cSAN%20FRANCISCO%e2%80%9d%20OCANT%c3%93N%20NARANJIT.pdf)
- Alvarado, H., & Gallegos, E. (2019). Control de inventarios y rentabilidad de la empresa Hormigones “San Francisco” Cantón Naranjito, Ecuador, 2018-2019. *Tesis de posgrado*. Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador. Obtenido de [http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5091/1/2.% 20CONTROL% 20DE% 20INVENTARIOS% 20Y% 20RENTABILIDAD% 20DE% 20LA% 20EMPRESA% 20HORMIGONES% 20% e2% 80% 9cSAN% 20FRANCISCO% e2% 80% 9d% 20OCANT% c3% 93N% 20NARANJIT.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5091/1/2.%20CONTROL%20DE%20INVENTARIOS%20Y%20RENTABILIDAD%20DE%20LA%20EMPRESA%20HORMIGONES%20%e2%80%9cSAN%20FRANCISCO%e2%80%9d%20OCANT%c3%93N%20NARANJIT.pdf)

SA%20HORMIGONES%20%e2%80%9cSAN%20FRANCISCO%e2%80%9d%20CANT%c3%93N%20NARANJIT.pdf

Arias, F. (2006). *Introducción a la Técnica de Investigación en ciencias de la Administración y del Comportamiento*. México: 3ª. ed.

Ayala, M. (2020). *Propuesta de Plan Estratégico de Mercadeo formulado para la Empresa*. Obtenido de Repositorio Institucional UNAD:
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/37273>.

Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación serie integral por competencias* (1a ed.). México D.F., México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de
<https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384093.pdf>

Barrientos, E., Coronel, A., Cuesta, F., & Rico, D. (Marzo de 2020). *Sistema de administración de ventas tienda a tienda: Aplicando técnicas de inteligencia artificial*. Obtenido de
https://www.researchgate.net/publication/339227416_Sistema_de_administracion_de_ventas_tienda_a_tienda_Aplicando_tecnicas_de_inteligencia_artificial

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (3a ed.). Bogotá D.C., Colombia: Pearson Educación. Obtenido de
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjzJvf9q7vAhWtpFkKHQIBCr0QFjABegQIBBAD&url=https%3A%2F%2Fceduna.jimdo.com%2Fapp%2Fdownload%2F13872381378%2FBernal%2BCap%25C3%25ADtulo%2B7.pdf%3Ft%3D1519911761&usg=AOv>

Campos, D. W. (Mayo de 2014). *Repositorio de UTA*. Obtenido de “EL STOCK DE MERCADERÍAS Y SU:
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8049/1/173%20MKT.pdf>

- Cevallos, M. (2019). Mejora en la gestión del inventario de mercadería en Almacenes "La Diferencia" en el Cantón La Troncal Provincia del Cañar. (*Tesis de tecnólogo en administración de empresas*). Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/1815/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20CEVALLOS%20SAQUISILI.pdf>
- Estrada, T., & Dstteffano, J. (2017). Estándar de procedimientos como mejora de control interno del inventario de una empresa Importadora de repuestos automotrices. (*Tesis de pregrado*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17314/1/UG%20TESIS%20EST%2081NDAR%20DE%20PROCEDIMIENTOS%20COMO%20MEJORA%20DE%20CONTROL%20INTERNO%20DEL%20INVENTARIO.pdf>
- Fárfan, P. F., & Pacheco, V. (2017). *Repositorio Institucional de la UNSA*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/5633>
- Fuenmayor, R. A., & Carrera, G. E. (2016). Modelo de gestión de inventarios para la empresa Sellfer Cía. Ltda., ubicada en la ciudad de Quito. *Trabajo de investigación para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría. Contadora Pública Autorizada. Carrera de Contabilidad y Auditoría*. Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/10907>
- García, J. (2019). Análisis del control de inventario de una empresa comercializadora de productos textiles, La Victoria, 2018. (*Tesis de grado bachiller*). Escuela Académico Profesional de Negocios y Competitividad, Lima, Perú. Obtenido de http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3081/TESIS_Garcia%20Jhon.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hartline, O. C. (2012). *Estrategia de marketing, Quinta edición*. México: Cengage

Learning. Obtenido de

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56370028/Estrategia_de_Marketing_-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56370028/Estrategia_de_Marketing_-_Ferrel_5ed-with-cover-page.pdf?Expires=1620333871&Signature=L-9Brc3aqABHaFrEUVb8yCY9JAnzWUOXdiZxjwYmWErj-8r0cG8kEpMykv~FpWTMWRW0our5L1TSPymRv9BagWqNiR5ZRCBf6A~KGQU8M~Gn08CZuabcyMHaMX)

[_Ferrel_5ed-with-cover-page.pdf?Expires=1620333871&Signature=L-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56370028/Estrategia_de_Marketing_-_Ferrel_5ed-with-cover-page.pdf?Expires=1620333871&Signature=L-9Brc3aqABHaFrEUVb8yCY9JAnzWUOXdiZxjwYmWErj-8r0cG8kEpMykv~FpWTMWRW0our5L1TSPymRv9BagWqNiR5ZRCBf6A~KGQU8M~Gn08CZuabcyMHaMX)

[9Brc3aqABHaFrEUVb8yCY9JAnzWUOXdiZxjwYmWErj-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56370028/Estrategia_de_Marketing_-_Ferrel_5ed-with-cover-page.pdf?Expires=1620333871&Signature=L-9Brc3aqABHaFrEUVb8yCY9JAnzWUOXdiZxjwYmWErj-8r0cG8kEpMykv~FpWTMWRW0our5L1TSPymRv9BagWqNiR5ZRCBf6A~KGQU8M~Gn08CZuabcyMHaMX)

[8r0cG8kEpMykv~FpWTMWRW0our5L1TSPymRv9BagWqNiR5ZRCBf6A~KG](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56370028/Estrategia_de_Marketing_-_Ferrel_5ed-with-cover-page.pdf?Expires=1620333871&Signature=L-9Brc3aqABHaFrEUVb8yCY9JAnzWUOXdiZxjwYmWErj-8r0cG8kEpMykv~FpWTMWRW0our5L1TSPymRv9BagWqNiR5ZRCBf6A~KGQU8M~Gn08CZuabcyMHaMX)

[QU8M~Gn08CZuabcyMHaMX](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56370028/Estrategia_de_Marketing_-_Ferrel_5ed-with-cover-page.pdf?Expires=1620333871&Signature=L-9Brc3aqABHaFrEUVb8yCY9JAnzWUOXdiZxjwYmWErj-8r0cG8kEpMykv~FpWTMWRW0our5L1TSPymRv9BagWqNiR5ZRCBf6A~KGQU8M~Gn08CZuabcyMHaMX)

Lozano, T. (2019). CONTROL DEL INVENTARIO Y SU IMPACTO EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA JUANY SAC, CHICLAYO 2017.

(Tesis de grado bachiller). Escuela Académica Profesional de Contabilidad,

Pimentel, Perú . Obtenido de

[http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5702/Lozano%20Ram](http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5702/Lozano%20Ram%c3%adrez.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[%c3%adrez.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5702/Lozano%20Ram%c3%adrez.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Martínez, A. (2013). Diseño de investigación. Principios teórico-metodológicos y prácticos para su concreción. 37-63. Obtenido de

<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/anuario/article/view/12664/13040>

Meana, P. (2017). *Gestión de inventarios*. España: Nobel S.A. Obtenido de

[https://books.google.com.pe/books?id=Ml5IDgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=](https://books.google.com.pe/books?id=Ml5IDgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false)

[onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Ml5IDgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false)

Morán, G., & Alvarado, D. G. (2010). Métodos de investigación. En G. M. Delgado, & D.

G. Cervantes, *Métodos de investigación* (pág. 80). México: PEARSON

EDUCACIÓN. Obtenido de [http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-](http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/fu-RQyoPA7f8-NcHRiWEX9_METODOS_DE_INVESTIGACION.pdf)

[virtual/libro/documento/fu-RQyoPA7f8-](http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/fu-RQyoPA7f8-NcHRiWEX9_METODOS_DE_INVESTIGACION.pdf)

[NcHRiWEX9_METODOS_DE_INVESTIGACION.pdf](http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/fu-RQyoPA7f8-NcHRiWEX9_METODOS_DE_INVESTIGACION.pdf)

Navarrete, M. J. (2018). *Repositorio UTA*. Obtenido de “La Capacitación del Personal y el Desempeño Laboral.”:

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28329/1/49%20GTH.pdf>

Navas C. y Navas J. (noviembre de 2019). Control de inventarios y las ventas de la empresa Bartrading E.I.R.L, Tarapoto -2018. (*Tesis de pregrado*). Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Perú. Obtenido de

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/2583/Christina_Tesis_Licenciatura_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Normas Internacionales de Contabilidad- NIC2. (2016). *Norma Internacional de Contabilidad*. Obtenido de

https://www.mef.gob.pe/es/?id=5255&option=com_content&language=es-ES&Itemid=101379&lang=es-ES&view=article

Normas Internacionales de Contabilidad- NIC2. (2016). *Norma Internacional de Contabilidad*. Obtenido de <https://contabilidadymas.wordpress.com/>

Pérez, A. M. (2017). Modelo de control de inventarios ABC para autorepuestos "VFK" de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. (*Tesis de pregrado*). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. Obtenido de

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6708/1/82T00769.pdf>

Romero, E. (2016). Diseño del sistema de control de inventario para el Mini-Market Sandrita. (*Tesis de pregrado*). Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador. Obtenido de

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3171/1/DISE%c3%91O%20DEL%20SISTEMA%20DE%20CONTROL%20DE%20INVENTARIO%20PARA%20EL%20MINI-MARKET%20SANDRITA.pdf>

- Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). México D.F., México: McGraw-Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejia, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística* (1a ed.). Lima, Perú: Bussiness Support Aneth S.R.I. Obtenido de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Siguenza, K. (2017). Modelo para la Gestión de la Cadena de Suministro mediante el uso del Modelo SCOR.10" Caso aplicado: Centro Comercial Suiza. (*Tesis de pregrado*). Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/7206/1/13153.pdf>
- Torres, M. (2019). Propuesta de mejoras al control de inventario de la mercadería de la librería "Hermanas Malla". (*Tesis de tecnóloga en Contabilidad y Auditoría*). Instituto Superior Universitario Tecnológico Bolivariano de Tecnología., Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/2558/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20TORRES%20JARAMILLO.pdf>
- Troya, J., & Cabrales, A. (2016). Optimización de procesos de control de inventarios en bodegas de Industrial Juvenalis S.A. (*Tesis de pregrado*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19994/1/TESIS%20OPTIMIZACION%20DE%20PROCESOS%202017-01-22%20Revisores.pdf>
- Valverde, D. (2017). Plataforma ERPCON Software libre orientado a la web para el control administrativo de los procesos de ventas, inventarios y facturación para la ferretería "G&G" de Santo Domingo. (*Tesis de pregrado*). Universidad Regional

Autónoma de los Andes UNIANDES, Santo Domingo, Ecuador. Obtenido de
<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6803/1/TUSDSIS025-2017.pdf>

Velasco, E. (2016). Diseño de un modelo de gestión de inventarios en la empresa comercializadora de productos de consumo masivo. (*Tesis de pregrado*). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ambato, Ecuador. Obtenido de
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1790/1/76295.pdf>

Velasco, E. (2016). Diseño de un modelo de gestión de inventarios en la empresa comercializadora de productos de consumo masivo. (*Tesis de pregrado*). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ambato, Ecuador. Obtenido de
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1790/1/76295.pdf>

Villalba, C. (2014). *Metodología Investigación Científica*. Quito: CRVA.

Viteri, F. E., Herrera, L. A., & Bazurto, A. F. (Diciembre de 2017). Las Tendencias del Marketing: Cuales son y definiciones. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 1(5), 974-988.

doi:<https://doi.org/10.26820/recimundo/1.5.2017.974-988>

ANEXOS

ANEXO 1: Solicitud de permiso para obtener información de la Importadora y Comisariatos "Pañora" (IMCOPAÑORA) C.L.



CARTA DE SOLICITUD

La Troncal, 14 de febrero de 2021

Sr. Víctor Pañora
Gerente/Propietario
Importadora y Comisariatos Pañora (Impcopañora) Cia. Ltda.

Saludos cordiales:

Por medio de la presente, quien se dirige **PÉREZ RIVERA OLGA MERCEDES** con cédula de identidad N°0350326997 y **COELLO MATAMOROS BRITTANY CECILIA** con cédula de identidad N°0750782583 estudiantes egresadas de la Universidad Estatal de Milagro, de la manera más respetuosa solicitamos permiso para el ingreso a las instalaciones de la empresa Importadora y Comisariatos "Pañora" (Impcopañora) C.L del Cantón La Troncal y realizar un estudio del Control de inventarios y el plan de ventas, año 2020 para la elaboración del proyecto de integración curricular previo a la obtención del título de tercer nivel de Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría-CPA.

De antemano agradecidas por la posibilidad de realizar nuestro trabajo de titulación en las instalaciones de su empresa.

Atentamente:



Brittany Coello Matamoros
C.I: 0750782583
Correo: bcoellom@unemi.edu.ec



Olga Pérez Rivera
C.I: 0350326997
Correo: operezr@unemi.edu.ec



ANEXO 2: Aceptación de la empresa (IMCOPAÑORA) C.L para acceder a la información

La Troncal, 23 de marzo de 2021

Estudiantes egresadas
Universidad Estatal de Milagro

De mis consideraciones

Dando respuesta a la solicitud de las estudiantes egresadas **PÉREZ RIVERA OLGA MERCEDES** con cédula de identidad N°0350326997 y **COELLO MATAMOROS BRITTANY CECILIA** con cédula de identidad N°0750782583, confirmo mi autorización para que puedan realizar el levantamiento de información sobre el **CONTROL DE INVENTARIOS Y EL PLAN DE VENTAS DE IMPORTADORA Y COMISARIATOS "PAÑORA" (IMCOPAÑORA) C.L., CANTÓN LA TRONCAL, AÑO 2020** y así puedan completar la elaboración del proyecto de integración curricular previo a la obtención del título de tercer nivel de Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría-CPA.

Por la atención que le den a la presente estimo mis agradecimientos.

Atentamente:



Sr. Víctor Pañora
C.I: 0917883407
Importadora y Comisariatos
"Pañora" (Impcopañora) Cía.Ltda

**ANEXO 3: Entrevista al propietario de la empresa Importadora y Comisariatos
“Pañora” (IMCOPAÑORA) C.L**

