



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE MORONA SANTIAGO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE VENTAS Y CONTROL
DE INVENTARIOS EN LA EMPRESA BODEGÓN EN EL CANTÓN
SUCÚA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO EN EL PERIODO
2023”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTORAS:

IRENE NICOLL ARAUJO CERVANTES

ELENA ROSARIO BARRERA AUCAY

Macas - Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE MORONA SANTIAGO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE VENTAS Y CONTROL
DE INVENTARIOS EN LA EMPRESA BODEGÓN EN EL CANTÓN
SUCÚA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO EN EL PERIODO
2023”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTORAS: IRENE NICOLL ARAUJO CERVANTES

ELENA ROSARIO BARRERA AUCAY

DIRECTOR: ING. JUAN CARLOS YUNGÁN CAZAR

Macas - Ecuador

2023

© 2023, Irene Nicoll Araujo Cervantes & Elena Rosario Barrera Aucay

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Nosotras, Irene Nicoll Araujo Cervantes y Elena Rosario Barrera Aucay, declaramos que el presente Trabajo de Integración Curricular es de nuestra autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autoras asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Macas, 13 de diciembre de 2023



Irene Nicoll Araujo Cervantes

C.I. 175153538-4






Elena Rosario Barrera Aucay

C.I. 140121912-4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto Técnico **“IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE VENTAS Y CONTROL DE INVENTARIOS EN LA EMPRESA BODEGÓN EN EL CANTÓN SUCÚA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO EN EL PERIODO 2023”**, realizado por las señoritas: **IRENE NICOLL ARAUJO CERVANTES Y ELENA ROSARIO BARRERA AUCAY**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Ángel Patricio Flores Orozco PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-12-13
Ing. Juan Carlos Yungán Cazar DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2023-12-13
Ing. Guido Geovanny Logroño Alarcón ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2023-12-13

DEDICATORIA

Dedico esta tesis en primer lugar a mi Dios, pues me ha dado la fuerza necesaria para culminar esta meta y para seguir adelante en mi camino, a mi querida madre Johanna por todo su amor, apoyo y por ser la que más ha confiado en mí durante mi formación, por alentarme en las noches largas de estudio. También dedico este trabajo a mi padre y hermanos que me alentaron, me dieron fuerzas para continuar, desde luego este logro es también es suyo.

Irene

En primer lugar, a Dios por su amor y bondad porque sin la ayuda de él no sería posible alcanzar mis logros como resultado de su ayuda he aprendido de mis errores para crecer y mejorar como persona. Dedico la eficacia de este trabajo a mis padres y hermanos ellos son quienes me apoyaron cuando estaba mal gracias por enseñarme a enfrentar cada uno de los problemas sin perder la cabeza ni morir en el intento. Me enseñaron principios, valores todo esto con una enorme cantidad de amor y sin pedir nada a cambio.

Elena

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por haberme dado una maravillosa familia, quienes siempre han creído en mí y me han sabido apoyar en el logro de mis metas a lo largo de mi vida. Agradezco a la Politécnica por permitirme seguir la carrera de Contabilidad y Auditoría, a todos los docentes que han contribuido a mi formación académica. Gracias a mi director y miembro de tesis que han sido pacientes y han estado dispuestos a guiarme durante este tiempo. Un sincero agradecimiento a todos ellos.

Irene

A mis padres ya que son la motivación para dar alas a mis sueños y esperanzas han estado a mi lado en los días y noches difíciles de mis estudios son quienes me guían en la vida.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo sede Morona Santiago por abrirme las puertas y permitirme obtener mi título. A mi director y miembro de tesis por brindarme su generosidad y paciencia. Quiero agradecer también a cada docente de la tesis que me brindaron sus conocimientos y sus consejos sin ellos no hay base, no hay condiciones para culminar mis estudios.

Elena

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
INDICE DE ANEXOS	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPITULO I

1.	DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	2
1.1	Planteamiento del problema.....	2
1.2	Formulación del problema	2
1.2.1	<i>Causas</i>	2
1.2.2	<i>Efectos</i>	3
1.2.3	<i>Justificación</i>	3
1.2.4	<i>Objetivos</i>	3

CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO	4
2.1	Inventario.....	4
2.1.1	<i>Ventajas de un correcto inventario</i>	4
2.1.2	<i>Razones más importantes para constituir y mantener un inventario</i>	4
2.1.3	<i>Impacto financiero del inventario</i>	4
2.1.4	<i>Clasificación de inventarios</i>	4
2.1.5	<i>La administración de inventario</i>	5
2.1.6	<i>Beneficios de la administración de inventarios</i>	6
2.1.7	<i>Clasificación de los costos de inventario</i>	6
2.1.8	<i>Control de inventarios</i>	7
2.1.9	<i>Importancia del control de inventarios</i>	7
2.1.10	<i>Políticas para el control de inventarios</i>	7
2.1.11	<i>Métodos para controlar inventarios</i>	8
2.1.12	<i>Beneficios de tener un buen sistema de control de inventario</i>	10

2.2	Ventas	10
2.2.1	<i>Importancia de las ventas</i>	10
2.2.2	<i>Tipos de ventas</i>	10
2.2.3	<i>Sistema de control de ventas</i>	12
2.2.4	<i>Proceso de control de las ventas</i>	12
2.2.5	<i>Ventajas de un sistema de ventas</i>	13
2.2.6	<i>Tipos de sistemas de ventas</i>	14
2.3	Sistema informático	14
2.3.1	<i>Clasificación de los sistemas</i>	14
2.3.2	<i>Tipos de sistemas</i>	15
2.3.3	<i>Elementos del sistema informático</i>	15
2.3.4	<i>Funciones de un sistema de información para empresas</i>	16
2.4	Marco conceptual	16
2.4.1	<i>Precio</i>	16
2.4.2	<i>Compras</i>	16
2.4.3	<i>Negocios:</i>	17
2.4.4	<i>Clientes</i>	17
2.4.5	<i>Atención al cliente</i>	18
2.4.6	<i>Factura</i>	19
2.4.7	<i>Reportes contables</i>	21
2.4.8	<i>Informes contables</i>	21
2.4.9	<i>Libros contables más importantes</i>	22
2.4.10	<i>Proveedor</i>	22
2.4.11	<i>Presupuesto</i>	22
2.4.12	<i>Stock inicial</i>	23
2.4.13	<i>Tarjeta kardex</i>	23
2.4.14	<i>Propósito del control sobre entradas y salidas de producto</i>	24

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	25
3.1	Tipo y diseño de investigación	25
3.2	Técnicas e instrumentos	25
3.3	Instrumentos de Investigación	26

CAPITULO IV

4.	ÁNALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	27
4.1	Tabulación de la encuesta dirigida a al personal que labora en la empresa.....	27
4.2	Instructivo de sistematización en Excel.....	30
4.2.1	<i>Beneficios del sistema</i>	30
4.2.2	<i>Sistema de control de inventarios y ventas</i>	31
4.2.3	<i>Contenido del sistema de control de inventarios y ventas</i>	31
4.2.4	<i>Menú Principal.....</i>	31
4.2.6	<i>Proveedores</i>	31
4.2.7	<i>Compra productos</i>	32
4.2.8	<i>Reporte de compras</i>	32
4.2.9	<i>Ventas</i>	33
4.2.10	<i>Reporte ventas</i>	33
4.2.11	<i>Factura</i>	34
4.2.12	<i>Inventarios</i>	34

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES.....	35
--------------------------	-----------

RECOMENDACIONES.....	35
-----------------------------	-----------

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2.	Beneficios del PEPS.....	9
Tabla 1-4. Productos y servicios de la empresa		27
Tabla 2-4. Los productos cubren las necesidades de los clientes.....		27
Tabla 3-4 Tipo de productos		27
Tabla 4-4. Frecuencia de la compra de productos.....		28
Tabla 5-4. Posee un adecuado manejo de sus productos.....		28
Tabla 6-4. Es necesario la implementación de un modelo que permita el registro de las entradas y salidas del producto.....		29
Tabla 7-4. Mecanismo para el control del inventario.....		29
Tabla 8-4. Registro de proveedores.....		29
Tabla 9-4. Relación con el cliente		30

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-2: Procesos de ventas	12
Ilustración 2-2: Facturas habituales.....	20
Ilustración 3-2: Formato de Tarjeta Kardex	24
Ilustración 1-4: Posee un adecuado manejo de sus productos.....	28

INDICE DE ANEXOS

ANEXO A: MODELO DE LA ENTREVISTA APLICADA A LA DUEÑA DE LA EMPRESA

ANEXO B: MODELO DE ENCUESTA APLICADA A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA MICROSOFT FORMS AL PERSONAL DE LA EMPRESA.

RESUMEN

La implementación de un sistema de ventas y control de inventarios en la empresa Bodegón en el cantón Sucúa provincia de Morona Santiago en el periodo 2023, tuvo por objetivo diseñar el sistema de ventas y control inventarios de la empresa para mantener un control efectivo sobre las entradas y salidas de los productos, la información requerida para el estudio se obtuvo aplicando un diseño investigativo explicativo, el cual partió de la combinación de los métodos analíticos y sintéticos con los cuales se llegó a explicar las causas que originaron el problema, es decir, los sucesos y consecuencias generados al no poseer un control sobre los inventarios, por lo que fue pertinente utilizar la técnica de la entrevista con la cual se indagó acerca del manejo de los inventarios y el proceso de comercialización utilizado por la empresa, complementariamente se realizó una observación directa a cada proceso efectuado y la forma como se procedió al control de los productos. Los resultados muestran que la empresa el Bodegón en el Cantón Sucúa mantiene procesos lentos y confusos, situación que no ha permitido la optimización de los recursos, por lo que la implementación del sistema de ventas y control de inventarios es una alternativa que proporciona múltiples beneficios para el control de los productos y la automatización del sistemas con información confiable acerca del stock de la mercadería y la reposición de los productos en tiempos oportunos y una mejor gestión de calidad con los clientes.

Palabras clave: <SISTEMA DE INVENTARIOS>, <DISEÑO>, <PROCESOS ÁGILES>, <CALIDAD DE LOS SERVICIOS>, <EFICIENTE GESTIÓN>.



03-01-2024

0013-DBRA-UPT-2024

ABSTRACT

The implementation of a system of sales and inventory control in the company “Bodegon” in Sucúa province of Morona Santiago for the period 2023 aimed to design the system of sales and inventory control of the company to maintain effective control over the inputs and outputs of the products, the information required for the study was obtained by applying an explanatory research design, which started from the combination of analytical and synthetic methods with which it was possible to explain the causes that originated the problem, that is, the events and consequences generated by not having control over inventories. Therefore, it was pertinent to use the interview technique with which the management of inventories and the marketing process used by the company were investigated; in addition, a direct observation was made of each process carried out and how the products were controlled. The results show that the “Bodegón” company in Sucúa Canton maintains slow and confusing procedures, a situation that has not allowed the optimization of resources. Hence, implementing the sales and inventory control system is an alternative that provides multiple benefits for product control and system automation with reliable information about the stock of the merchandise, the replacement of the products at opportune times, and better quality management with the clients.

Keywords: <INVENTORY SYSTEM>, <DESIGN>, <AGILE PROCESSES>, <QUALITY OF SERVICES>, <EFFICIENT MANAGEMENT>.

Lic. Lina Morales R. Mgs.

Docente Sede Morona Santiago

Cédula: 1707548929

INTRODUCCIÓN

La implementación de un sistema de ventas y control de inventarios en la empresa Bodegón en el cantón Sucúa provincia de Morona Santiago en el periodo 2023, se ha desarrollado en cinco capítulos que contienen características específicas como se menciona a continuación:

En el capítulo I, se realiza un diagnóstico sobre el problema objeto de estudio, en el cual se evidencia la necesidad de implementar un sistema de venta y control de inventario para la empresa Bodegón, en busca de una mejor gestión comercial y del incremento de los niveles de rentabilidad, por lo que los objetivos en este punto son claros, llegando a manifestar diferentes parámetros para su alcance.

El capítulo II, se refiere al marco teórico, en este apartado se ha incorporado al documento temas relacionados con el tratamiento de ventas y control de inventarios, para tener una mejor proyección sobre lo que se desea implementar, siendo necesario el uso de una bibliografía segura. El aporte de la literatura ha servido de guía para determinar los aspectos claves en los distintos argumentos de este capítulo.

El capítulo III, es identificado como marco metodológico, el cual se caracteriza por establecer métodos, técnicas e instrumentos empleados en la obtención de la información y procesamiento de datos, para llegar a conclusiones acerca del sistema a implementar y la utilidad que generará sobre el control de los inventarios de la empresa el Bodegón.

En lo referente al capítulo IV, en el cual se presentan los resultados y su discusión, los puntos de opinión sobre las técnicas utilizadas se evidencia a través de los correspondientes análisis, tanto en las encuestas como en las entrevistas realizadas a la muestra utilizada en el estudio investigativo, además del diseño del sistema de inventarios.

Finalmente, el V capítulo abarca las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado una vez realizada la investigación.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Las empresas deben considerar algunos factores importantes para evitar el mal manejo de los inventarios, la falta de bienes, retrasos en la entrega de bienes, el control inadecuado de la contabilidad y la rotación de inventario. Una gestión adecuada conducirá a mayores beneficios económicos con el uso adecuado de sus existencias, evitando daños y desgaste en cada producto. También, se logra una satisfactoria plena de sus clientes potenciales y se atraiga a futuros clientes.

Según Baque, Cedeño, Chele & Gaoma (2020), mencionan:

Los problemas radican en la resistencia a satisfacer las preferencias de los clientes, nichos o segmentos de mercado mal direccionados, deficiente orientación y servicios a los clientes, falta de planes adecuados de marketing, fallas o inexistencia de sistemas que les permitan reconocer las oportunidades de mercado, poca inversión encaminada a la publicidad y promociones, poco conexión con clientes, no prestar atención a la competencia, desconocimiento de lo que se vende y a quien se vende, falta de capacitación de los procesos de ventas, no tener clara la ventaja competitiva que se posee. (pág. 15)

El control de inventario en la empresa es la determinación precisa y correcta de la presencia de mercancías disponibles en los almacenes con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores de productos, bienes y servicios de calidad en condiciones óptimas.

A lo largo de los años, el sector empresarial del cantón Sucúa experimentó un aumento significativo en el número de micro, pequeñas y medianas empresas y, por ende, de emprendedores, muchos de los cuales carecen de sistemas de control y manejo de inventarios, con consecuencias como robos, deterioros por mal manejo, pérdidas económicas por inadecuado registro de inventarios. A los resultados anteriores podemos agregar confusión sobre el valor comercial del producto y lo que necesitan en el futuro, todo lo cual puede tener un impacto significativo en las ganancias. El problema se agrava aún más cuando se sabe que algunos minoristas tienen múltiples puntos de venta y mueven productos de una empresa a otra según lo exigen los pedidos de los clientes.

Este sistema de inventario es una herramienta útil, crítica y muy importante para la empresa y es necesario utilizarlo porque ahorra tiempo, materiales y mano de obra. El Bodegón de Ximena Andrade es una empresa ecuatoriana dedicada a la venta de productos de primera necesidad al por mayor y menor, ubicada en el cantón Sucúa provincia de Morona Santiago. La misma que maneja sus operaciones solo en base a la experiencia, la mayor desventaja es que no cuenta con un sistema de manejo de inventarios, lo que conlleva a la pérdida de recursos, lo que los hace sufrir de serios problemas, como no saber qué está en stock, así también se puede tener deterioro, mal manejo de la mercadería.

Al no implementar un sistema de control de los Inventarios en el Bodegón nos daría como resultado un proceso lento y confuso, que no permite la optimización de los recursos que son parte fundamental del proceso.

Formulación del problema

¿Qué efecto tendría el implementar un sistema de ventas y control de inventarios en la empresa Bodegón en el cantón Sucúa provincia de Morona Santiago en el periodo 2023?

Causas

- El propietario del negocio no realiza un seguimiento de las ventas.
- No tienen suficiente control sobre los inventarios y las ventas

- Inadecuada valoración de los inventarios
- Falta de una buena planificación y control de su mercadería
- Sistema de gestión de inventario mal administrado
- Escases de información como referente para emprender medidas correctivas

Efectos

Un deficiente control de inventarios genera desconocimiento sobre las existencias reales en la empresa, ocasionando desorganización sobre los procesos de comercialización. El inventario mal direccionado propicia pérdida de recursos, debido a la falta de información que se debe mantener para evitar la caducidad de los productos y la reposición de estos en tiempos oportunos.

Justificación

El objetivo de implementar un sistema de venta y control de inventario es mejorar el proceso de ventas e inventario para garantizar un mejor servicio al cliente y aumentar la eficiencia de los empleados y la empresa. Los gerentes tienen una mejor comprensión de la calidad de los datos y la información necesarios para que un negocio sea rentable, y el sistema reducirá significativamente los errores y conflictos en los procesos actuales.

La implementación del sistema de ventas y control de inventarios tiene como objetivo optimizar las condiciones de trabajo en el supermercado El Bodegón, perteneciente al Cantón Sucúa con el fin de lograr el desarrollo eficiente de dicha empresa, permitiendo que cada colaborador trabaje de manera eficaz para lograr lo propuesto. No solo contribuye a un mejor desarrollo, sino que también es la solución más adecuada para una situación que se presenta cuando el principal resultado es la optimización de los recursos utilizados por la empresa.

Objetivos

General:

Implementar un Sistema de ventas y control de inventarios en la optimización de los recursos que se utilizan en el proceso de compra y venta en la empresa Bodegón en el cantón Sucúa provincia de Morona Santiago en el periodo 2023

Específicos:

- Establecer las bases teóricas que sustentarán la implementación de un sistema de ventas y control de inventarios.
- Elaborar el esquema metodológico para la obtención de información relevante acerca de los procesos de compra venta de la empresa Bodegón.
- Diseñar el sistema de control de ventas e inventarios de la empresa Bodegón, para mantener una eficiente gestión sobre las entradas y salidas de los productos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Inventario

Es un grupo de artículos que las empresas mantienen en stock para satisfacer las necesidades de los demandantes. Desde una perspectiva contable, se los considera como activos corrientes de gran importancia que desfavorece claramente a la rentabilidad de la empresa.

Según Morales (2019), describe el inventario como la asociación de productos existentes en una empresa o negocio para efectuar el proceso de comercialización el cual se lleva de forma diaria y, por ende, conlleva a la generación de utilidades, ya que este, es la principal actividad de la organización.

Ventajas de un correcto inventario

Según (Palma, 2019) como ventajas se tendría:

- Cuando compras al por mayor, el precio de cada producto baja.
- Ejecutar promociones en productos que están próximos a ser vencidos.
- Saber qué productos se mueven más en un periodo determinado.
- Tener el inventario en su hoja de balance y estado de resultados.

Razones más importantes para constituir y mantener un inventario

Muller (2020) menciona algunas razones:

- **Capacidad de predicción:** Para planificar la capacidad y crear planes de producción, es necesario controlar la cantidad de materias primas procesadas en un momento dado, la cantidad de piezas y la cantidad de ensamblajes. El inventario debe equilibrarse entre lo necesario y lo procesado.
- **Fluctuaciones en la demanda:** Las sorpresas con las fluctuaciones en la demanda se minimizan cuando puede ver lo que hacen los clientes en la cadena de suministro
- **Inestabilidad del suministro:** El inventario protege contra proveedores poco confiables o cuando hay escasez de bienes y es difícil asegurar un suministro constante.
- **Menores costos de pedido:** Si compra un artículo en grandes cantidades, pero con poca frecuencia, sus costos de pedido serán más bajos que si compra pequeñas cantidades una y otra vez (sin embargo, el costo de almacenar el artículo durante un período de tiempo más largo será mayor). Para controlar los costos de los pedidos y garantizar precios competitivos, muchas organizaciones emiten pedidos de compra globales con fechas de entrega y recepción programadas para los stocks solicitados.

Impacto financiero del inventario

La composición del inventario, según (Cruelles, 2013, pág. 78) incluyen factores de dos categorías:

- **Positivo:** porque le da a la empresa la flexibilidad operativa para producir a un ritmo diferente al de compra y permite colocar pedidos en cantidades mayores;
- **Negativo:** porque hay varios costos financieros y administrativos que perjudican las finanzas de la organización. (pág. 78)

Clasificación de inventarios

(Macías & Zambrano, 2022) nos dice que se clasifica según:

Según el momento:

- **Inventario inicial:** Esto generalmente ocurre el 1 de enero al comienzo de cada período contable en el que se registran todos los activos existentes de la empresa a la fecha de elaboración.
- **Inventario final:** Por lo general, se lo realiza el 31 de diciembre, al final del período contable. Para determinar la ganancia o pérdida del período, es fundamental conocer las existencias de los materiales o productos y su valor.

Según su periodicidad:

- **Inventario anual:** Esta operación es muy engorrosa ya que solo se realiza una vez al año y asegura que obtengamos los mismos resultados con el inventario contable.
- **Inventario periódico:** Ocurre varias veces al año en la empresa con cierta frecuencia; puede ser mensual, trimestral, cuatrimestral o anual y también nos permite medir el inventario de principio a fin en un período contable.
- **Inventario cíclico:** También conocido como inventario rotativo, esta técnica es menos engorrosa ya que se basa en conteos periódicos repartidos a lo largo del año, conteos basados en valores, rotación, fechas de vencimiento, etc. Además, nos permite conocer los stocks de manera más integral y periódica.
- **Inventario permanente:** Es conocido como inventario perpetuo, este se actualiza constantemente ya que mide el inventario desde el principio hasta el final del período contable, reflejando el inventario disponible en tiempo real. (García, 2019)

Según la logística:

- **Inventario de anticipación o previsión:** Se mueve según las temporadas o actividades comerciales, es decir, responde a periodos de máxima demanda en los que cabe esperar un aumento de la demanda de los clientes, como Navidad, Día del Padre, etc. La previsión de inventario evita posibles retrasos con los proveedores.
- **Inventario en lote:** Representa una cantidad de artículos de inventario que se reciben recibida a un precio y una fecha específico, es decir, se piden en tamaño de lote, lo que puede reducir significativamente los costos y beneficiarse de las economías de escala.
- **Inventario en consignación:** Este es un contrato comercial en el que el remitente se responsabiliza a entregar su mercancía al receptor sin que el receptor pague por adelantado, es decir, el remitente sigue siendo el propietario de la mercancía y el receptor paga sólo cuando la mercancía se vende. Con el fin de reducir costos y aprovechar las economías de escala. (Argüelles, Quijano, Román, Fajardo, & Cruz, 2019)

Otros tipos de inventario

- **Inventario de existencias obsoletas, muertas o perdidas:** Este inventario siempre tiene pérdidas. Se registran todos los artículos que no se pueden vender debido a fechas de vencimiento, desgaste u otros defectos.
- **Inventario disponible:** Son los productos que están disponibles para satisfacer las necesidades de los demandantes.
- **Inventario en línea:** Consiste en artículos que están por ingresar a la línea de producción.
- **Inventario en cuarentena:** Representa las referencias que deben conservarse durante un período de tiempo específico antes de que se poder disponer de ellas. Este tipo de conteo dicta que referencias se deja de lado por un período de tiempo antes de que esté disponible.
- **Inventario físico:** Se realiza el conteo de forma manual de los productos o materiales que hay que registrar. (Chamorro, Díaz, Fuentes, & Lovo, 2018)

La administración de inventario

La administración de inventario según (Jiménez, 2019) es el proceso de seguimiento y almacenamiento, asegura la gestión del inventario para lograr la disponibilidad del producto en el momento del uso

del producto o de la demanda de venta en base a métodos y técnicas que permitan conocer las necesidades óptimas de reposición.

Beneficios de la administración de inventarios

Según (Pacheco, 2022), la gestión adecuada del inventario conduce a una mayor rentabilidad y ganancias en el sistema de gestión de inventario los detalles son los siguientes:

- **Mejora en la gestión de costo:** La gestión eficaz del inventario mejora la logística de reabastecimiento al mantener niveles adecuados de materias primas y productos terminados. El envío de un pedido incurre en costos de papeleo, envío, recepción del pedido, llamadas telefónicas, pagos, transferencias y eliminación de inventario. El sistema analiza las rotaciones de reabastecimiento, lo que permite diferentes recomendaciones para pedidos de gran volumen que optimizan la consistencia de los costos.
- **Adecuados puntos de orden:** Este sistema calcula el tiempo exacto para realizar un pedido para evitar faltantes, llamados puntos de reorden, así como el tamaño del pedido que se realizará.
- **Control y seguimiento de existencia:** Dicho sistema de gestión se centra en el seguimiento y registro. Además, le permite explorar productos que son muy importantes para las empresas, especialmente aquellos que se venden al por menor. Los sistemas de escaneo de artículos se utilizan para controlar los pedidos y entregas completados, así como los programas de envío.
- **Facilidad de acceso:** En las organizaciones de producción industrial, se debe brindar asistencia inmediata cuando los trabajadores necesitan múltiples piezas para las operaciones de ensamblaje y montaje. Los registros estandarizados de localización y trazabilidad de un sistema de gestión eficiente garantizan una buena economía y permiten a los trabajadores localizar y distribuir las piezas de forma correcta y rápida.
- **Integración:** La integración le permite sincronizar los sistemas de gestión al proporcionar integración con otro software, como los sistemas de contabilidad y planificación de recursos. También puede realizar un seguimiento del valor del stock existente y así facilitar la gestión y contabilidad de activos.

Clasificación de los costos de inventario

(Giani, 2019) menciona que:

La gestión de inventario comprende el equilibrar la disponibilidad del producto con el costo de mantener un nivel determinado de disponibilidad del producto. En este caso, se busca minimizar los costos asociados al inventario en cada nivel de servicio.

1. Costos de hacer un pedido:

También conocido como costo del pedido. Estos son los costos asociados con la adquisición de bienes para el reabastecimiento. Al realizar un pedido, se aplican tarifas asociadas con la programación, el cumplimiento, el envío, el procesamiento y la compra del pedido.

2. Costos de mantener el inventario:

Son costos de acciones asociados con un proyecto de preservación y proporcional a la cantidad promedio de bienes disponibles. Mientras tanto, los costos de mantenimiento de inventario se pueden dividir en:

- **Costo de espacio:** Estos son los cargos cobrados por el uso de volúmenes dentro de edificios o espacios de almacenamiento (almacenes). Al alquilar una bodega, la renta mensual se divide por el volumen (\$/m³/mes). Si el espacio es propio, el costo del espacio se determina dividiendo los costos operativos asociados con el espacio.

- **Costo de capital:** Se refiere al costo de oportunidad de mantener inventario. El costo exacto del capital utilizado para fines de inventario se ha debatido durante algún tiempo.
- **Costo de seguros e impuestos:** El seguro y los impuestos dependen de la cantidad de existencias disponibles. Intuitivamente, cuanto mayor sea el inventario, mayor será la prima del seguro.
- **Costo de riesgos de inventario:** Hace referencia a los costos como la obsolescencia, pérdida, desgaste o por robo. (Veloz & Parada, 2017)

3. Costos de falta de existencias:

Los costos por falta de existencias ocurren cuando se ha realizado un pedido, pero no se puede cumplir con las existencias normalmente asignadas. Los artículos agotados incluyen:

- **Costo por pérdida de ventas:** Ocurre cuando un cliente encuentra escasez y decide cancelar el pedido (a expensas de la ganancia potencial de la venta).
- **Costo de pedido pendiente:** Esto sucede mientras el cliente espera que se complete su pedido, por lo que la venta no se pierde, sino que se retrasa. Los pedidos no cumplidos incurrir en costos adicionales de personal, ventas, envío y manejo entre otros. (Cruz, 2018)

Control de inventarios

Según (López, 2020), es un sistema que permite a una empresa disponer del inventario que posee. El objetivo es analizar los productos entrantes y salientes, el saber si están dañadas, el rotarlas y dónde invertir más dinero en un almacenamiento adecuado.

Importancia del control de inventarios

Se puede mantener un inventario equilibrado y es posible saber qué productos o artículos tienen más demanda, se puede reducir los costos al reflejar rápidamente cuáles no están en un ciclo saludable y lo que debe abastecer lo antes posible para evitar retrasos en los pedidos o deterioro del producto debido a materias primas incorrectas debido al almacenamiento o tiempo de almacenamiento demasiado largo. (Guerrero, 2019)

Por otro lado, el control de inventario deficiente de una empresa puede generar problemas de inventario y logística, pérdida de ventas o productos adicionales y pedidos incompletos. Además, prevenimos fraudes o malas interpretaciones independientemente del tipo de sistema de control que utilice la empresa.

Políticas para el control de inventarios

(Leal, 2019) menciona que:

Es una estrategia empresarial dirigida a administrar de manera efectiva los recursos materiales de una organización con el objetivo de reducir los costos de mantenimiento y garantizar un servicio de calidad, cada actividad es diferente y requiere una cierta cantidad:

- **Producción:** Se necesitan grandes stocks de materias primas para garantizar su disponibilidad durante el proceso productivo. Asimismo, se requiere un inventario moderado de productos finales para mantener niveles de producción estables. También conocido como inventario de seguridad.
- **Ventas:** Necesita un gran inventario de productos terminados para responder rápidamente a las demandas del mercado.
- **Compras:** Se requieren inventarios basados en compras al por mayor para reducir los costos unitarios y los costos totales de adquisición.

- **Financiamiento:** Reducción de inventario, para la disminución de las necesidades de inversión y de los costos de mantenimiento.

Desarrollar una estrategia de inventario requiere evaluar las necesidades de cada uno de los puntos anteriores y encontrar un equilibrio entre ellos, pero las variables que realmente determinan la estrategia a manejar son:

- **Costo:** Esta variable se divide en tres áreas. El primero se relaciona con el costo de almacenar productos en un almacén, tomando en cuenta el valor pagado por los servicios de almacenamiento y las personas que cuidan y manejan el inventario. En segundo lugar, los costos de suscripción, que se aplican a toda la estructura administrativa responsable de las compras, y en tercer lugar, los costos de obsolescencia, que se aplican a los alimentos perecederos o cíclicos que tienen una vida corta y no pueden comercializarse después de un cierto período de tiempo. (Andrade, 2020)
- **Nivel de servicio:** Esta variable debe mirar principalmente qué esperan los clientes de nuestro servicio, cuál es el tiempo de entrega que la empresa promete y entrega, qué porcentaje de pedidos completados se entregan a los consumidores y si existen prácticas de servicio que diferencien las necesidades de ciertos clientes o acción prioritaria. (García-Cantú, 2013)
- **Plazo de entrega o tiempo de reabastecimiento:** Se refiere al tiempo que transcurre entre el momento en que se descubre que es necesario pedir un producto y el momento en que está disponible para la organización. Cinco fases contribuyen a este proceso: revisión de inventario, gestión de compras, gestión de pedidos de proveedores, entrega e ingreso al sistema de la empresa.
- **Tipo de producto:** Aquí, se estiman las condiciones de las mercancías en afinidad a si es perecedero, reparable o consumible.
- **Restricciones del proveedor:** Se considera las condiciones que se deben cumplir para obtener el producto, como si el proveedor procesa pedidos de compra mínimos, si ofrece un descuento basado en el volumen del pedido o si es una empresa confiable y flexible si tiene una cantidad específica. del producto. El producto que la empresa necesita está disponible y entregado ya sea que el fabricante lo envíe desde su almacén o inicie el proceso de producción después de realizar el pedido.
- **Patrones de demanda:** Este aspecto está relacionado con el flujo de clientes que compran nuestros productos de forma regular, por lo que es posible evaluar si el producto tiene una determinada periodicidad de venta y realizar pedidos en promedio, siempre teniendo en cuenta si el patrón es determinista. y sujeto a cambio en cualquier momento, para tal efecto en stock debe haber seguridad.

Es importante considerar cuidadosamente cada variable y desarrollar una política de inventario efectiva en consecuencia para determinar el nivel de inventario y la cantidad de inversión que sea más beneficiosa para la empresa y que sea controlable. También debe recordar siempre el valor de las acciones, porque estamos hablando de una cantidad de dinero no utilizada que depende de ciertas actividades y obtener ganancias.

Métodos para controlar inventarios

Según (Ramón, 2022) nos dice:

1 Método ABC:

También es conocido como método 80/20, se basa en calificar productos en función de su cantidad y valor, que van desde:

- Artículos A: Productos que no se venden en grandes cantidades, es decir. productos de baja frecuencia, representan el 20% del inventario y el 80% de su valor.

- Artículos B: Son productos de mediana venta con frecuencia moderada, representan el 40 % del volumen total y alrededor del 15% del valor del inventario.
- Artículos C: Productos muy vendidos, tienen una alta frecuencia, forman parte del 40% restante y son los menos costosos del inventario con solo el 5% de su valor. Son el artículo más vendido.

2 Método PEPS (Primeras entradas, primeras salidas):

También conocido como FIFO, implica identificar los primeros artículos que ingresan al almacén para que sean los primeros en venderse o usarse en la producción. Esto reduce el riesgo de deterioro, cancelación o caducidad de las mercancías en el almacén y asegura la reposición. Este método se utiliza si la empresa utiliza un sistema de inventario perpetuo. El movimiento y retiro de mercancías, así como las existencias en almacén, se registran en Kardex, se refleja cada producto, precio de compra, fecha de compra, valor y fecha de salida.

3 Método EOQ (Cantidad económica de pedido):

La abreviatura en inglés es EOQ, que significa cantidad económica de pedido en español; este método de gestión de inventario es muy simple y eficaz. Se encarga de encontrar una cantidad de pedido que pueda reducir significativamente los costos de almacenamiento. basándose en que la demanda es constante y conocida, el uso frecuente de stock y pedidos recibidos después de que se agote el stock. La idea es mantener siempre el mismo nivel de inventario ordenando la cantidad económica de pedido justo a tiempo.

4 Método UEPS (Últimas entradas, primeras salidas)

Este método consiste en vender los artículos más nuevos o últimos para entrar primero en el negocio. Esto es perfecto para empresas que no tienen mucho inventario o artículos que no caducan. Una ventaja es que el precio del producto que vende reflejará los costos recientes.

5 Método del precio ponderado

En este caso, en lugar de considerar el precio más bajo, se sustenta en un promedio, en función de su fecha de entrada o salida, como fórmula tiene el multiplica cada precio por el número de unidades disponibles a ese precio. Este resultado luego se suma y se divide por el número total de unidades y se repite para cada lote.

Para el estudio se ha considerado el empleo del método PEPS, por cuanto este se encuentra enfocado en proporcionar los siguientes beneficios:

TABLA 1-2. BENEFICIOS DEL PEPS

Método	Beneficios
PEPS	Mejor control de las existencias
	Evita la obsolescencia de los productos
	Reduce el riesgo de caducidad en los productos
	El stock se renueva contantemente
	Muestra el verdadero valor comercial de los productos en tiempos reales

Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Posterior a conocer los métodos existentes para alcanzar una gestión oportuna de las existencias en una empresa, se ha considerado utilizar el método PEPS, por cuanto permite el flujo de las mercancías, evitando con ello que los productos lleguen a caducarse, por otra parte, este método permite una valuación oportuna que aporta a la gestión de las mercancías, lo que facilita el registro contable.

Beneficios de tener un buen sistema de control de inventario

(Argüelles, Quijano, Román, Fajardo, & Cruz, 2019) menciona que:

- **Reducción pérdidas:** Un buen inventario ayudará a saber qué productos tienen poca demanda, y por tanto tomar medidas para intentar venderlos: así no se dejará que se estropeen, caduquen o simplemente completen su ciclo de vida. Desafortunadamente, estas situaciones han cobrado un alto precio en las empresas. Además, el dinero se puede utilizar para otras inversiones.
- **Mejoramiento del flujo de efectivo:** Conocer el inventario de la empresa puede optimizar las operaciones de compra y todo el ciclo de la cadena de suministro: entre otras cosas, puede determinar cuándo se realizan los pagos en función de las necesidades de la empresa. Las empresas también saben cuánto tiempo pueden ofrecer condiciones de crédito a los clientes. Además, puede aprender qué productos requieren más ingresos para ganar fondos mutuos que en realidad no generan ingresos, de modo que puede usar estrategias que lo ayuden a mejorar su flujo de efectivo.
- **Compras más eficientes:** La gestión adecuada del inventario permite saber lo que realmente se tiene disponible, cuántas unidades de cada producto están disponibles y si se puede vender o producir una cierta cantidad de productos. De esta manera, se evitará sobrevender su producto y causar muchas molestias, especialmente a los clientes. Todos los artículos deben verificarse para asegurarse de que estén correctos en stock y coincidan con el artículo comprado.
- **Mejor valoración de los activos:** El inventario es un elemento dominante de la contabilidad: su adecuado control contribuirá a mejores resultados financieros y determinará el verdadero patrimonio de la empresa.
- **Ahorro en costos y gastos:** Cuando los inventarios están bien controlados, tanto los costos de producción como los de inventario se minimizan porque la acumulación de productos aumenta el costo asociado a almacenarlos, además de utilizar el espacio disponible para otros productos de mayor rotación. Es necesario saber cuánto comprar para no crear demasiado producto y aumentar los gastos en el negocio.

Ventas

Según (Westreicher & Coll Morales, Ventas, 2020):

Se refiere a todas las actividades que resultan en el intercambio de dinero por un bien o servicio, las ventas presuponen una ganancia financiera desde la perspectiva del vendedor. Los vendedores se conectan con personas que pueden estar interesadas en comprar los productos o servicios que vende su empresa. Estos compradores potenciales muestran interés de diferentes maneras.

Importancia de las ventas

(Aquino, 2019) nos dice que: Radica en su capacidad no solo para rentabilizar el negocio, sino también para adaptarlo al mercado y sobrevivir a la intensa dinámica. En otras palabras, va más allá de las ventas, significa fidelizar, ayudar a construir buenas relaciones con los consumidores y socios comerciales.

Tipos de ventas

(Soussa, 2022) mención que los tipos de ventas cumplen una variedad de parámetros y son:

Ventas directas:

Es una venta en la que una empresa vende bienes y servicios de su oferta comercial directamente a los clientes, consumidores o compradores sin la ayuda de intermediarios. Este tipo de clasificación tiene en cuenta el tipo de transacción.

Ventas indirectas:

También conocida como ventas a través de intermediarios, corresponden a las ventas realizadas por un fabricante o prestador de servicios a través de terceros distribuidores a través de los cuales dichos terceros se comunican con clientes finales, consumidores. Así es como los bienes o servicios son comercializados por un tercero, como un socio o afiliado, en lugar del equipo de su empresa.

Ventas adicionales:

Es cuando una empresa trata de vender un producto o servicio que es similar, pero de mayor calidad o precio, a un producto o servicio que la gente ya ha comprado o está buscando comprar. Para generar ingresos adicionales para el negocio y satisfacer a los clientes con recursos adicionales o una experiencia de cliente más sofisticada.

Ventas automáticas:

Esto es similar a vender a través de una máquina expendedora, a través de la cual los clientes depositan dinero en la máquina para realizar compras, y la máquina entrega los artículos seleccionados al cliente a cambio. Es decir, es un servicio de atención al cliente que utiliza inteligencia artificial.

Venta cruzada:

La venta cruzada es un tipo de venta en la que se venden productos o servicios adicionales en función de los intereses del cliente.

Venta a domicilio:

Para (Vidal, 2018) estas ventas corresponden a:

- **Ventas en cadena:** Cuando un vendedor se compromete a buscar prospectos entre sus conocidos, parientes y partes relacionadas, estos prospectos aprovechan las relaciones personales existentes.
- **Ventas por teléfono:** Cuando un comercial coge el teléfono y llama a un número aleatorio de la guía telefónica, tras una introducción y explicación del motivo de la llamada, debe encontrar un cliente potencial interesado en un producto.
- **Ventas en reuniones:** Cuando un vendedor realiza una reunión en su domicilio o en el de otro propietario para promocionar su producto o servicio.
- **Ventas por cambaceo:** Cuando un vendedor realiza ventas puerta a puerta para encontrar clientes potenciales interesados en el producto.
- **Ventas por correo:** Corresponde al envío masivo de folletos, catálogos, listas de precios para promover la venta de determinados productos.

Otras formas de vender

- **Venta ambulante:** Son las ventas que se encuentran en la calle en cualquier lugar público, donde los clientes tropiezan y los vendedores venden sin quedarse en un lugar determinado
- **Call center o televenta:** Son ventas donde los compradores hacen pedidos sin contacto físico utilizando un número de teléfono anunciado.
- **La venta en Internet:** Corresponde a las ventas anunciadas en diferentes páginas web, ya sea de la misma empresa o de otras páginas web muy visitadas. Es decir, este tipo de venta abarca todo lo que corresponde al comercio electrónico, y este tipo de actividad económica está en constante crecimiento.

Sistema de control de ventas

(García, 2019) nos dice que:

Son herramientas digitales, es decir, el propósito de los esfuerzos comerciales de la organización está diseñado para ganar rentabilidad, mejorar la productividad de los representantes y, por lo tanto, aumentar las ganancias. Un ejemplo es el sistema de CRM. (Gestión de la Relación con los Clientes)

Un sistema de control de ventas efectivo ayuda a crear una experiencia que los clientes se asocien con la marca. Algunas inconsistencias en el sistema de ventas pueden hacer que los clientes potenciales no se decidan a comprar el producto, lo que significa que se estará perdiendo ventas. Hoy en día, el liderazgo en ventas significa vender usando tácticas menos intrusivas como el correo electrónico y el chat en lugar de llamadas telefónicas. Además, la tecnología ha permitido automatizar y personalizar las tareas de comunicación.

Desde la apreciación de (Rodrigues, 2020)

Un sistema de ventas es un proceso con un diseño apropiado para el control de las ventas, que tiene por finalidad dinamizar las actividades relativas al control de los productos en una organización y de esta manera incrementar la rentabilidad, a través de procesos ordenados y acciones conjuntas, es por ello que un sistema de ventas debe ser funcional.

Para (Da Silva, 2022) el sistema de ventas es considerado como una herramienta fundamental que ayuda a organizar el flujo de trabajo, la estandarización de procesos y el incremento de la productividad, para ello es necesario la implementación de equipos tecnológicos que vayan acorde a las condiciones que el mercado exige.

Proceso de control de las ventas

Según (Valencia, 2020) detalla un conjunto de elementos del proceso y los mecanismos de control de las ventas para llevar a cabo en una empresa:

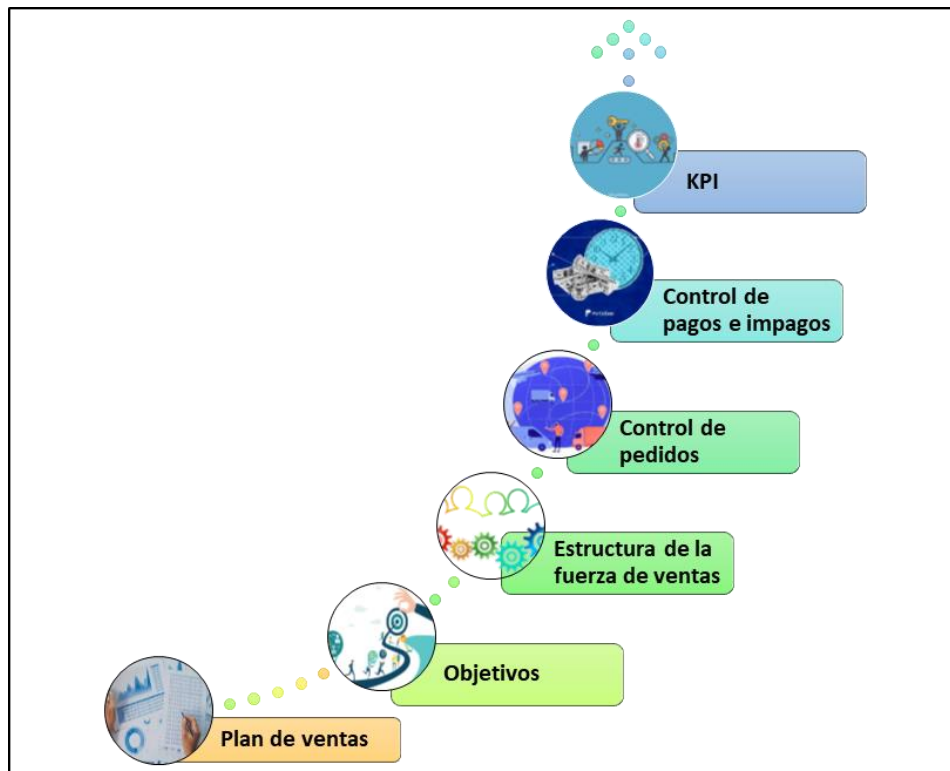


ILUSTRACIÓN 1-2: PROCESOS DE VENTAS

Fuente: Valencia B (2020)

Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

- **Plan de ventas:**

Es el documento de ejecución del plan anual de ventas, en el que se describen las actividades comerciales a realizar para alcanzar las metas predeterminadas. Los departamentos de marketing y de ventas simultáneamente el plan de ventas.

- **Objetivos:**

Podemos medir nuestras ventas contra objetivos y podemos establecer objetivos mensuales, semestrales o anuales para que dentro de nuestros objetivos mensuales sepamos si estamos tomando las medidas adecuadas para lograr lo que queremos.

- **Estructura de la fuerza de ventas:**

Si medimos las ventas medias de un anunciante o vendedor, también podemos saber cuántas ventas tiene nuestra empresa en un periodo de tiempo determinado. Por supuesto, también depende de la productividad de cada empleado individual, pero no solo, sino también de la efectividad de los procesos y estándares de trabajo que hemos implementado. Si aumentan el número de trabajadores, también aumentara la cantidad de ventas.

- **Control de pedidos:**

No se da como terminada una venta cuando el cliente paga por la mercancía. También pueden ocurrir devoluciones de productos, lo que puede reducir nuestras ventas. La mala gestión del control de pedidos hizo que nuestra facturación cayera.

- **Control de pagos e impagos:**

Este es otro elemento esencial que se debe mantener para obtener un buen control sobre las ventas. Si el pago no se realiza antes de la venta del producto o servicio, esto significa que el cliente tiene un plazo de pago, o el pago se carga directamente de acuerdo con el contrato. La falta de pago es un indicador de que, aunque tenemos derecho a recibir el pago, el pago no se ha realizado a tiempo, lo que afecta nuestras finanzas y liquidez. Un alto número de impagos indica que algo en nuestro proceso de venta no está funcionando bien.

- **KPI (Indicadores de rendimiento):**

Los indicadores de rendimiento (KPI), son medidas que permiten una mejor gestión de los procesos de la empresa y reflejan actividades y resultados clave en cada etapa del embudo de ventas. Estos indicadores deben ser específicos y presentar datos mensurables que sean en realidad útiles, se representan las ventas, etc.

Ventajas de un sistema de ventas

Según (Valdivia, 2021):

- Atrae mejores clientes potenciales y aumenta las ganancias.
- Automatización de la gestión de clientes;
- Mejora el seguimiento a los productos
- Facilita la segmentación de mercado;
- Permite realizar inventarios con mayor precisión;
- Crea informes de ventas en tiempo real
- Transforma e innova los sistemas de ventas
- Mayor productividad
- Mejora la experiencia del cliente
- Mejora la toma de decisiones
- Simplifica la contabilidad

Tipos de sistemas de ventas

Según (Rodrigues, 2020) nos menciona:

- **Fácil de usar**

El software ayuda a gestionar la relación de la empresa con los clientes mediante el seguimiento de los usuarios existentes; mejorar la retención de clientes y automatizar la comunicación entre ventas, marketing y servicio para garantizar una experiencia satisfactoria para el consumidor.

- **Inteligencia de ventas y prospección**

Estos sistemas tienen características atractivas que permiten a los especialistas en marketing saber qué usuario o cliente potencial tiene más probabilidades de convertirse, lo que les permite desarrollar estrategias de seguimiento personalizadas. Esto se logra mediante el uso de información valiosa como el historial de compras, búsquedas relacionadas.

- **Analítica de ventas**

Estos sistemas tienen características atractivas que permiten a los especialistas en marketing saber qué usuario o cliente potencial tiene más probabilidades de convertirse, lo que les permite desarrollar estrategias de seguimiento personalizadas. Esto se logra mediante el uso de información valiosa como el historial de compras, búsquedas relacionadas.

- **Éxito del cliente**

Estos sistemas funcionan analizando el comportamiento del consumidor y midiendo su satisfacción para garantizar que las estrategias futuras se muevan en la misma dirección.

- **Configurar, definir precios y hacer cotizaciones. (CPQ)**

Estos sistemas están diseñados para agilizar el proceso de venta y brindar información más personalizada y precisa en función de las características del prospecto, mejorando así la precisión de la oferta. CPQ puede estar basado en un CRM o integrado en uno.

Sistema informático

Menciona (Segovia, 2022) que: Un sistema informático (SI) es un sistema que permite almacenar y procesar información, cuyo uso es uno de los elementos más importantes de la gestión empresarial.

Funciones básicas

- Obtener información de fuentes externas
- Guardar datos
- Procesar información

Clasificación de los sistemas

- **Sistemas de transacciones:**

Son sistemas de información que automatizan los procesos operativos en una organización ya que su función principal es procesar transacciones tales como pagos, cobros, entre otros.

- **Sistemas direccionados a la adopción de medidas oportunas ya sea a nivel personal como empresarial**

Estos sistemas contribuyen a tomar decisiones oportunas sobre el rumbo de la empresa.

- **Sistemas estratégicos:**

Son sistemas de información desarrollados en las organizaciones con el objetivo de obtener ventajas competitivas utilizando las tecnologías de la información.

Tipos de sistemas

- **Manuales:**

Cuando una persona realiza la función principal de recopilar, registrar, almacenar, calcular y generar información utilizando un dispositivo.

- **Mecanizadas:**

Cuando pocas máquinas realizan una función primaria de procesamiento. Para los sistemas mecanizados que usan computadoras, los sistemas de información se pueden dividir en dos tipos (por lotes y en línea). Por lotes: El usuario proporciona los datos necesarios para realizar el proceso y espera a que la computadora complete la tarea para recibir los resultados;

En línea: Se produce un diálogo directo entre el usuario y el ordenador durante la ejecución del proceso.

- **Procesamiento centralizado:**

Los recursos están ubicados en un área física por lo que se puede acceder a ellos en la misma instalación o en una ubicación remota a través de líneas de datos.

- **Proceso distribuido:**

Los recursos se distribuyen en un territorio de manera que el procesamiento se realiza en el origen de los datos, con la posibilidad de compartir información entre máquinas, información a través de una “red de comunicaciones”.

Elementos del sistema informático

Según (Euroinnova, 2019) nos dice:

- **Base de datos:**

Aquí se almacenan datos que se convierten en un aporte para el análisis y la toma de decisiones, debido a que la información presenta características únicas.

- **Transacciones:**

Corresponden a todos los elementos de la interfaz que permiten a los usuarios solicitar, agregar, cambiar o eliminar registros de información específica.

- **Resumen:**

Corresponde a todos los elementos de la interfaz a través de los cuales el usuario puede obtener uno o más registros y/o información estadística (contar, sumar) según determinados criterios de búsqueda y selección.

- **Proceso:**

Corresponde a todos los elementos que recuperan información de la base de datos y generan nuevos registros de información según una lógica predeterminada. Los procesos son controlados únicamente por el usuario.

- **Usuario:**

Identifica a todas las personas que interactúan con el sistema, desde el nivel administrativo más alto que recibe los informes estadísticos procesados hasta los usuarios operativos responsables de recolectar e ingresar información al sistema.

- **Procedimientos administrativos:**

Corresponden a un conjunto de reglas y políticas que rigen el comportamiento de los usuarios ante el sistema en una organización. En particular, deben asegurarse de que los usuarios no puedan, bajo ninguna circunstancia, obtener acceso directo a la base de datos.

Funciones de un sistema de información para empresas

Según (Pursell, 2020) las funciones más importantes son:

- Gestiona los datos y la información que componen tu negocio.
- Automatiza los procesos internos, elimina la necesidad de intermediarios para realizar ciertas acciones. Recopila la información de su empresa utilizando un almacén estandarizado para que los datos generados sean fáciles de usar y entender.
- Proporcionar información actualizada en tiempo real a todos los empleados o responsables de la toma de decisiones. Permite una rápida aceleración y mejora de procesos y operaciones.
- Apoya un mejor uso del tiempo de sus empleados para actividades específicas. Al permitir operaciones más simples y automatizadas, los miembros de su empresa no tendrán que dedicar mucho tiempo a realizar tareas que pueden automatizarse a través de los sistemas de información. Aumenta su productividad.

Marco conceptual

Precio

(Sevilla, 2020) menciona que: Es la cantidad que se cobra por un producto o servicio. El precio es la suma de los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar un producto o servicio.

Compras

Según (Wexter, 2019):

Son compras de bienes que la empresa necesita vender o parte de su proceso productivo. En otras palabras, las compras no son todas las actividades mediante las cuales una empresa adquiere “cosas”, sino únicamente aquellas compras que son elementos del ciclo económico de la empresa, independientemente de que se conviertan o no previamente.

Tipos de compra

Todos somos consumidores. Nuestro comportamiento de compra está relacionado con varios factores: económicos, psicológicos, sociales, intelectuales entre otros.

- **Compra ocasional:** Las compras irregulares son compras esporádicas que muchas veces se realizan para satisfacer una necesidad previamente insatisfecha y que el consumidor pospone en el tiempo.
- **Compra de proximidad:** Las compras convenientes satisfacen la necesidad: satisfacer la demanda de alimentos y artículos para el hogar de manera conveniente, rápida y cercana. Cubren necesidades básicas y suelen cubrir un período relativamente corto de consumo familiar, diario o no más de una vez por semana.
- **Compra de comodidad:** Cabe resaltar el gran desarrollo y popularidad de negocios de comida a domicilio, es decir, a través de las redes o por llamada. La comodidad de comprar

también tiene su propio reflejo, cada vez con más frecuencia, porque cada día hay más superficies para no perder fuerzas en este ámbito y tomar conciencia de nuevas realidades.

Negocios:

Según (Roldán, 2020): Un negocio es una actividad económica que obtiene ganancias principalmente por la venta o el intercambio de bienes o servicios que satisfacen las necesidades del cliente. Puede incluir una o más etapas de la cadena productiva, por ejemplo: extracción, producción, distribución, almacenamiento, venta o reventa de recursos naturales.

Tipos de negocios:

Los negocios pueden ser de distintos tipos:

- **Nacional o internacional:** Las empresas pueden operar dentro de las fronteras de un país (nacional) o extender sus operaciones a varios países (internacional).
- **En línea:** Las empresas incluyen no solo aquellas con estructuras de ventas físicas o locales, sino también transacciones e intercambios que tienen lugar en línea. Incluso hay servicios como la educación a distancia que se pueden ofrecer al cliente de forma virtual sin necesidad de infraestructura propia.
- **En función de la actividad económica:** Las empresas pueden agruparse en función de la actividad económica que realizan. En general, se consideran tres tipos principales de industrias o actividades:
 - Primaria: se refiere a la extracción de materias primas.
 - Secundario: Incluye todas las actividades que transforman la inversión en bienes y servicios.
 - Tercero: actividades grupales relacionadas con el servicio.
- **Según su forma legal:** Describimos lo más común como la:
 - Compañía personal: emprendedores autoeducados.
 - Limitado: consta de uno o más socios que promueven el capital y el trabajo.
 - Sociedad de responsabilidad limitada: formada por varios socios que poseen acciones de la sociedad.
 - Sociedad laboral: cuando los trabajadores poseen gran parte de la empresa.

Clientes

Según (Silva, Clientes, 2022):

Se denomina cliente a la persona que adquiere algún tipo de bien o servicio. De esta manera, se está tratando de satisfacer una necesidad, resolver un problema o satisfacer un deseo.

Los clientes crean oportunidades para ganar dinero mediante la comercialización de productos y servicios. Sin embargo, desde una perspectiva más amplia, los clientes pueden ser vistos como una oportunidad para crear una comunidad en torno a una marca que, además de vender cosas, represente los valores compartidos por un grupo de personas.

Importancia

(Rodríguez, 2021) menciona que la importancia del cliente para la empresa es obvia. Tenerlos reduce los costos de adquisición y aumenta las ganancias, además de aumentar la confianza del mercado.

1. Ahorro de costos

Cuesta 5 veces menos mantener a uno de tus clientes que adquirir uno nuevo es por eso que cada vez más empresas invierten en mejorar sus servicios, enfatizando la lealtad y el trato personal.

2. Aumentar las ganancias

Las estadísticas muestran que invertir el 5% de su presupuesto en la retención de clientes generará un rendimiento del 25%. Esto significa que cuanto más garantice una gran experiencia, más probabilidades tendrá de ser favorecido.

3. Para aumentar la confianza

El 90 % de las personas compran productos basándose en reseñas positivas, la importancia de los clientes existentes es la clave para que los clientes potenciales elijan tu marca.

Ciclo de vida de un cliente

(Silva, Ciclo de vida, 2021) menciona que, para muchas personas, el ciclo de vida del cliente se limita a alguien que compra un producto o servicio en particular de una empresa. Sin embargo, si desea que su negocio sea verdaderamente exitoso, debe comprender que es mucho más difícil. De hecho, su ciclo de vida consta de varias etapas por las que pasa una persona desde que se convierte en cliente.

Incluye varias etapas:

- Actividad transaccional
- Leal toda la vida.
- Recuperar clientes perdidos.

Atención al cliente

Menciona (Silva, 2020) que:

Es una herramienta de marketing encargada de establecer un punto de contacto con los clientes y construir relaciones con ellos a través de diversos canales, antes, durante y después de la venta.

Sus principales objetivos son: lograr que el producto o servicio llegue a su público objetivo, se utilice correctamente y genere satisfacción en el cliente. Para lograr estos objetivos, es importante brindar apoyo, asesoramiento, orientación, dirección y cualquier cosa que pueda ayudar en el proceso.

Elementos de atención al cliente

- **El cliente:** El servicio de atención al cliente es imprescindible. Este no es un elemento que la empresa pueda controlar directamente desde adentro, pero dado que es la razón de ser de este proceso, es importante que todo lo que se haga se base en un conocimiento profundo de sus necesidades y deseos. El cliente cumple con el papel de coproductor y es en parte responsable del resultado, en caso de ser una empresa de servicios. La investigación de Deloitte sobre las tendencias de marketing global revela roles más atractivos para los clientes. Esto libera el poder de los clientes como defensores de la marca, lo que les permite convertirse en los "medios" de la marca. Valenzuela, Buentello, & Villarreal (2019)
- **El producto o servicio:** El elemento de servicio al cliente de un producto o servicio se refiere a las características de los bienes o servicios que la empresa proporciona a sus clientes. Por ejemplo, calidad, precio, especificación técnica, cantidad, etc. Se le llama elemento esencial porque sin él la relación con el cliente no tiene sentido y es el motivo principal de la interacción. Sin embargo, esto no significa que sea el criterio más importante para los clientes. El cumplimiento de este elemento es fundamental, pero sería mínimo si la empresa sólo cumpliera con este.
- **Los procedimientos:** Este elemento se refiere a cualquier cosa que permita a los clientes acceder a los productos o servicios de una empresa. Estos programas están enlazados con las interacciones con la empresa, con los canales de atención al cliente, con la disponibilidad y tiempo de respuesta y los medios de pago habilitados.
- **Las instalaciones:** Consiste en todo lo que afecta al espacio (físico o virtual) en el que se presta el servicio.
- **La tecnología:** Son todas herramientas tecnológicas que las empresas brindan a los clientes (cuando son para su uso) o en beneficio de los clientes (cuando son para uso interno de los empleados, pero benefician a los clientes). Los objetivos de estas herramientas pueden ser: facilitar el acceso de los clientes, reducir el esfuerzo y simplificar la gestión de programas.

- **La información y la comunicación:** Se refiere a la calidad de la información que una empresa proporciona a sus clientes. Esto incluye aspectos como la claridad, el alcance, la autenticidad, las capacidades y los canales de comunicación para respaldar el negocio.
- **El prestador del servicio:** Esto se aplica a los empleados, pero no solo a los vendedores, sino también a todos los representantes de la empresa (empleados o subcontratistas que actúan en su nombre) que interactúan con los clientes a través de cualquier punto de contacto.
- Además de la amabilidad y el respeto, también es importante considerar aspectos de responsabilidad, cumplimiento y eficiencia. En términos de contacto físico, la presentación personal, el arreglo personal y la apariencia general agradable de los empleados también son importantes.
- Otro componente de este elemento es la imagen, que se puede medir por la reputación, el valor de la marca, el propósito y otros aspectos relacionados con la marca.
- **Mejorar el ROI:** El retorno de la inversión es una de las métricas de marketing más importantes porque muestra cuánto dinero invertimos en marketing y publicidad.
- **Introducir a la empresa en mercados internacionales o locales:** El poder controlar una zona geográfica del mercado, es todo un desafío para los marqueteros el ampliar horizontes nuevos, a nivel internacional o nacional
- **Incrementar los beneficios del negocio:** Un plan de marketing podría ser aumentar las finanzas de la empresa durante un período de tiempo, p. para los próximos 2 años.
- **Optimizar el embudo de conversión:** No tiene sentido obtener muchos efectos si no se convierten más tarde. Por lo tanto, el objetivo del marketing es optimizar cada paso del embudo, evitar el abandono y lograr que eventualmente compren o conviertan.
- **Captar nuevos leads:** No todas las industrias tienen la misma oportunidad de vender productos o servicios directamente, la tecnología atrae a nuevos usuarios, tenemos datos, podemos trabajar en ellos a lo largo del tiempo para eventualmente convertirlos en clientes. La finalidad puede ser aumentar la captación de leads de cuantitativamente como cualitativa.
- **Fidelizar a los clientes:** Los mejores clientes son siempre los clientes anteriores. Las personas que ya nos conocen tienen más probabilidades de volver a nosotros. Por lo tanto, mejorar el marketing de lealtad puede ser un objetivo muy interesante.
- **Aumentar las ventas:** Este es quizás el objetivo de marketing más obvio y la mayor prioridad de muchos departamentos. Vende más, pero el consejo es no hacerlo a toda costa. Porque probablemente no funcione.

Factura

Según (Dobaño, 2023):

La Factura es un documento que refleja toda la información sobre la venta, que sirve como prueba de la transacción.

Tipos de facturas más habituales

(Monforte, 2020) menciona que existen diferentes tipos de facturas más habituales entre ellas está la ordinaria, simplificada, rectificativa, recapitulativa y la electrónica.

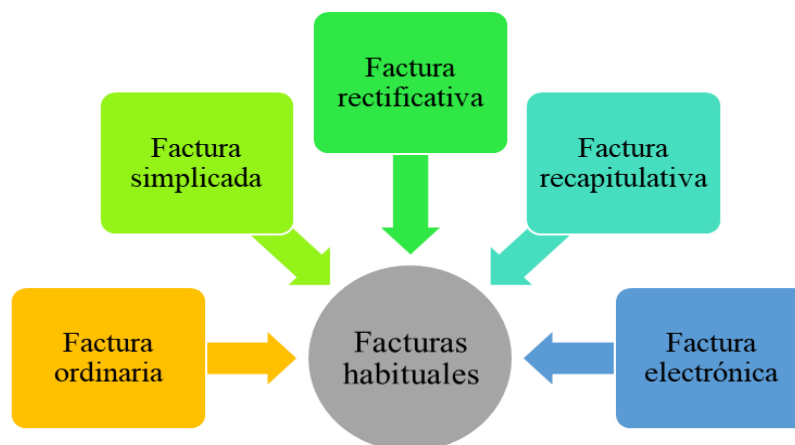


ILUSTRACIÓN 2-2. FACTURAS HABITUALES

Fuente: Monforte (2020)

Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Factura ordinaria

De todos los tipos de facturas, las facturas ordinarias se utilizan en transacciones comerciales o de prestación de servicios. Su estructura es estándar, contiene todos los datos relacionados con la operación que refleja perfectamente.

Factura simplificada

Este tipo de factura es un comprobante de compra que siempre entregan las empresas o tiendas.

Factura rectificativa

Es una factura emitida para corregir o complementar una factura regular o una factura completa siempre que no sea más de 4 años a partir de la fecha de emisión de la factura incorrecta. Sin embargo, se tiene en cuenta que la factura original debe permanecer intacta en todo momento.

Factura recapitulativa

Son útiles para simplificar el proceso de pago. Se utiliza para agrupar en un mismo documento distintas compras y ventas con un mismo cliente, que se realizaron en el mismo mes natural y corresponden al mismo periodo de tiempo.

Factura electrónica

Tienen el mismo valor legal y financiero que las facturas en papel. La única diferencia entre estas facturas es cómo se emiten. Porque la forma de emisión de facturas electrónicas es las telecomunicaciones o medios electrónicos.

Obligados a emitir facturas

Menciona (Dobaño, 2023) que la facturación es un requisito legal para todos los profesionales (empresas y autónomos) que venden productos o servicios. Como regla general, todo profesional que venda bienes o servicios debe emitir una factura por su trabajo para que tenga valor legal y comercial.

Reportes contables

Según (Calderón, 2020)

Se trata de una serie de documentos que permiten conocer la situación económica y financiera de la empresa en un momento dado. Con estos informes, puede obtener información valiosa para su organización y sus usuarios, basada en datos sin procesar derivados de su negocio.

Características

- **Buen entendimiento:** La información debe ser comprensible para los accionistas, empleados, agencias gubernamentales, inversionistas potenciales o cualquier persona que necesite revisarla.
- **Relevancia:** En este caso, la información debe tener un significado específico y debe estar actualizada. De esta manera, se puede realizar un análisis más realista.
- **Integridad:** La objetividad de los contadores debe ser absoluta para que la información no sea distorsionada por intereses personales.
- **Comparabilidad:** Para que podamos sacar conclusiones de períodos anteriores, se debe presentar la misma información para comparar.
- **Propiedad:** Los informes deben cumplir con las expectativas de los usuarios internos y externos. Calderón (2020)

Informes contables

(Riveros, 2020) menciona:

Un informe contable, también conocido como estado financiero, es un documento estructurado que proporciona información sobre la situación financiera, resultados, movimientos y desempeño tanto de una empresa como de una persona.

Informes Contables Imprescindibles en una empresa

Desde la apreciación de (Sosa, 2022)

Estado de situación financiera

Este estado contable también se conoce como balance.

Presenta información estructurada sobre los bienes, derechos y obligaciones de una empresa o persona en un momento dado.

Estado de resultados

Combinan ingresos, costos y gastos en los que ha incurrido una empresa o persona durante un período determinado.

Este es uno de los estados contables más importantes, ya que le permite ver los resultados financieros de un año determinado, decidir si es rentable o perder y evaluar el desempeño de su negocio.

Estado de flujos de efectivo

Este documento revela los flujos de efectivo para el año financiero o el período del informe. Por lo general, se presenta la proporción de ingresos y gastos o los ingresos y gastos reales de dinero.

Estado de cambios en el patrimonio

Este estado de cuenta presenta de manera ordenada los cambios que han ocurrido en los componentes de la cuenta de capital, generalmente comparándolos con el período anterior.

Nota a los estados financieros

El valor estratégico de varios tipos de informes contables se ve reforzado por las notas a los estados financieros.

Libros contables más importantes

Según Riveros (2020):

Libro diario

El Diccionario Básico Tributario del SII lo define como un libro en el que se registran diaria y cronológicamente las transacciones comerciales.

Libro mayor

También conocido como segundo libro mayor, es un resumen de los movimientos de las distintas cuentas que componen el libro mayor diario.

Inventario y balance

Enumere los pasivos (pasivos), activos (mercancías y pasivos) y patrimonio de la empresa. En este sentido, es la materia prima para la publicación de informes que dan a conocer la situación financiera de la empresa en base a los cambios contables realizados durante el ejercicio.

Proveedor

(Dustes, 2019) menciona que un proveedor es una persona u organización que suministra inventario (productos) a otras empresas para venderlos directamente o convertirlos para su venta posterior.

Este inventario comprado se transfiere directamente al negocio principal o al negocio de la empresa que lo compra.

Formas de pago

Los pagos a proveedores se pueden realizar contra reembolso, aunque es muy común que el pago se retrase 30 o 60 días. En los 90 días se considera vencido.

Con este retraso, la empresa que compra las acciones intenta ganar tiempo para conseguir más liquidez continuando con su negocio antes de pagar a sus proveedores.

Presupuesto

Según (Ruiz, 2019):

Un presupuesto es un supuesto cálculo de ingresos y gastos relacionados con un negocio cuyos objetivos se deben lograr dentro de un cierto período de tiempo, generalmente un año, pero no necesariamente. La elaboración de presupuestos es un elemento de planificación, ya sea a nivel individual, familiar, empresarial.

La función principal del presupuesto es evaluar y priorizar el logro de sus objetivos, tal vez esto incluya déficit, es decir, gastos que superan a los ingresos o superávits, ganancias que superan a los gastos.

El presupuesto también tiene otro significado en la transacción, no es un cálculo, como un informe o documento que muestra el precio estimado del servicio, si es que efectivamente está contratado.

La función de un presupuesto es controlar los procesos operativos, hacer un seguimiento de lo que se está haciendo, comparar las métricas del presupuesto con lo que se está haciendo, corregir errores o simplemente probar el éxito.

En consecuencia, los presupuestos pueden ser reparadores o preventivos, permiten prevenir riesgos para que las actividades realizadas estén dentro de unos límites, modificar políticas de empresa, modificar componentes.

El uso del presupuesto es principalmente administrativo, con su ayuda esperamos calcular efectivamente nuestra capacidad, estimar el límite de gastos en base a las metas en la organización. También se utiliza para comparar metas en plazos y así coordinar las actividades de las diferentes partes de la empresa, evitando costos innecesarios y mala gestión. Otro uso es comparar hechos y cifras reales con el presupuesto proyectado o las cifras de objetivos para que podamos ver los cambios y tomar medidas.

Cualquier presupuesto personal, empresarial o nacional es un plan de gastos para el próximo período (generalmente un año) basado en el ingreso disponible. El año civil del gobierno se denomina "año fiscal".

Stock inicial

(Días, 2020) menciona:

Es la cantidad de productos en depósito y su valor económico al inicio del periodo sobre el que se informa, expresado en meses o años. Debido a que cada período contable está relacionado con el siguiente, el inventario inicial de un período será el mismo que el inventario final del período anterior.

Un inventario inicial es una excelente manera de obtener una mejor comprensión de las operaciones y tendencias de ventas de una empresa o negocio. También ayuda a mejorar los modelos de negocio basados en los datos disponibles.

Tarjeta kardex

Según (Gasbarrino, 2022), nos dice que una kardex es un archivo que administra artículos en el almacén de una empresa. Registra los cambios en los bienes, materias primas o productos de la empresa. Se enfoca principalmente en el movimiento de productos comerciales hacia y desde el almacén.

¿Para quién sirve?

LA PRINCIPAL FINALIDAD ES INFORMAR SOBRE LAS EXISTENCIAS REALES QUE SE REGISTRAN INTERNAMENTE EN LA ORGANIZACIÓN. PROPORCIONA INFORMACIÓN DETALLADA SOBRE TODOS LOS DATOS DE ENTRADA Y SALIDA QUE SE PRODUCEN A DIARIO, LO QUE PERMITE UNA GESTIÓN ADECUADA DEL INVENTARIO Y, POR TANTO, DEL RENDIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN.

LOS DUEÑOS DE LA EMPRESA PUEDEN COMPRENDER DE MANERA OBJETIVA Y CLARA LA SITUACIÓN DEL INVENTARIO. LA COMPRESIÓN DE LA GESTIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES TAMBIÉN BENEFICIA A LA ADMINISTRACIÓN Y LA CONTABILIDAD. ADEMÁS, PARA QUE LOS EMPLEADOS PUEDAN ORGANIZAR MEJOR CUALQUIER MOVIMIENTO DE MERCANCÍAS. (GOICOCHEA, 2023)

Estructura de la tarjeta kardex

Para Goicochea (2023) el desarrollo de Kardex requiere una variedad de datos para poder realizar un seguimiento adecuado de la entrada y salida del producto. Por lo tanto, la documentación debe incluir la siguiente información:

- **Folio:** Se refiere a un número de documento que identifica un producto específico utilizado para facilitar una solicitud. Esta serie puede constar de números y letras.
- **Producto:** Las características del producto permiten su identificación de entre los demás productos existente en el stock.
- **Referencia del producto:** También conocido como SKU, es un número de referencia de producto único para el seguimiento oportuno en el sistema de almacén.
- **Fecha:** Ingrese el día, mes y año exactos en que se realizó el ingreso o retiro de acciones.

- **Detalle:** Indica el tipo de movimiento que ocurre en el inventario, ya sea que se compre un artículo (entrada) o se venda un artículo (salida).
- **Entrada:** En esta sección se suelen registrar las compras de bienes y, en menor medida, las devoluciones de bienes. Consta de tres columnas: cantidad, valor unitario y valor total.
- **Salida:** En la mayoría de los casos, aquí es donde se registran los productos vendidos y los productos perdidos o dañados. También tiene tres columnas para cantidad, valor unitario y valor total.
- **Saldos:** Presenta la diferencia entre las entradas y salidas de los productos.
- **Método:** Se especifica la metodología a emplear para el registro en el Kardex.
- **Costo unitario:** Se encarga de registrar el costo unitario de la mercadería existente.
- **Ubicación:** Registra la ubicación de los productos dentro de la bodega.
- **Proveedor:** Menciona los datos de la empresa, como su nombre o acrónimo, dirección el contacto telefónico de los proveedores.

EMPRESA _____										
TARJETA KARDEX										
FOLIO: _____					PRODUCTO: _____					
PROVEEDOR: _____					EXISTENCIAS MÁXIMAS: _____					
MÉTODO: _____					EXISTENCIAS MÍNIMAS: _____					
UBICACIÓN: _____										
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		C	V.U	V.T	C	V.U	V.T	C	V.U	V.T

ILUSTRACIÓN 3-2. FORMATO DE TARJETA KARDEX

Fuente: Gasbarrino S (2022)

Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Propósito del control sobre entradas y salidas de producto

(Mecalux, 2023), nos dice que el propósito de los cheques entrantes y salientes es reflejar las fluctuaciones de inventario con la mayor precisión posible. Como resultado, es posible obtener información sobre el flujo de mercancías y evaluar si el diseño y la operación de la planta están respondiendo de manera efectiva.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Tipo y diseño de investigación

- **Investigación explicativa:** Este tipo de investigación requiere una combinación de métodos analíticos y sintéticos que combinen la deducción y la inducción para responder o explicar las causas del objeto de investigación, adecuado para este proyecto para poder comprender el propósito de la investigación hay que partir del origen del problema, es decir, por qué sucedió y sus consecuencias, cuáles son los métodos adecuados para ayudar a detectar el impacto del incumplimiento del sistema de ventas y control de inventarios.
- **Investigación descriptiva:** Los estudios descriptivos determinan las características del objeto del estudio, indican la forma de comportamiento y actitudes, crean comportamientos, conceptos, revelan y prueban la relación entre las variables de investigación. Utilizamos este método porque se describe la situación actual de la empresa, especialmente en los inventarios y las ventas.
- **Investigación de campo:** Mediante esta investigación se obtiene información proveniente de del lugar de los hechos. Se utilizará este diseño porque la información se obtendrá directamente en el punto donde se presente el problema o error, especialmente en la empresa Bodegón, implementando así un sistema de ventas y control de inventario que será de utilidad para los encargados.
- **Investigación exploratoria:** Este tipo de investigación recibe su nombre porque tiene como objetivo resaltar los aspectos fundamentales de un problema en particular y encontrar procedimientos adecuados para una mayor investigación. Llevar a cabo este tipo de investigación es útil porque sus hallazgos facilitan la investigación y luego la confirmación.

Técnicas e instrumentos

- **Entrevista:**

(Garay, 2020), menciona: Es una técnica utilizada para obtener información a través de conversaciones sobre un tema en particular. (pág. 5)

La entrevista estará dirigida a la Gerente Propietaria de la empresa Bodegón, la cual mantendrá temas relacionado con el manejo de los inventarios y el proceso de comercialización, mediante el empleo de 9 preguntas abiertas que servirán de fuente de información para el desarrollo de la investigación.

- **Encuesta:**

Garay (2020), establece: La encuesta es un procedimiento que permite obtener información de un número considerable de personas, para lo cual se emplea cuestionarios previamente diseñados sobre la temática a tratar.

La encuesta estará dirigida al personal de la empresa Bodegón a través de la aplicación de un cuestionario, el cual estará diseñado con 9 preguntas específicas relativas a los procesos de venta y la forma como se lleva el control de los inventarios de los respectivos productos.

- **Observación Directa:**

Garay (2020) menciona que el investigador tiene acceso a los hechos que intenta investigar. Esta técnica es muy importante para el esclarecimiento de esta investigación, ya que un conocimiento general de los procedimientos internos es esencial para completar con éxito la investigación.

Se observará cada uno de los procesos efectuados al interior de la empresa Bodegón al realizar la venta de los productos y la forma como el inventario es controlado por el personal a cargo.

Instrumentos de Investigación

- **Cuestionario:**

Según Garay C. (2020), expresa: El cuestionario es un instrumento con el cual se recopilan datos para su posterior interpretación y análisis de temas específicos, con el diseño de preguntas de diferentes tipos según el requerimiento de información.

El cuestionario estructurado se aplicará al personal operativo y al jefe de ventas, dicho instrumento está estructurada por 9 preguntas abiertas, información que ayudará a identificar el manejo de las existencias y su posterior problemática en cuanto al inadecuado control de las mismas.

- **Guía de entrevista:**

La guía de entrevista se aplicará al administrador, se encuentra estructurado por 9 preguntas abiertas, que permite la recopilación de datos sobre el control de los inventarios.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Tabulación de la encuesta dirigida a al personal que labora en la empresa

Se procedió a realizar las respectivas tabulaciones de las encuestas, así mismo el análisis de cada una de las preguntas las cuales nos permitirá llegar a las conclusiones de la investigación.

1. ¿Cuáles son los productos y servicios ofertados por la empresa?

TABLA 1-4. PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA

Respuestas
"Son productos de primera necesidad"
"Productos de consumo de primera necesidad "
"Productos para la venta al por mayor y menor "

Fuente: Empresa El Bodegón

Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Análisis e interpretación:

El personal manifiesta que la empresa ofrece productos de primera necesidad, al por mayor y menor.

2. ¿Considera usted que el producto que ofrece la empresa cubre las necesidades de los clientes?

TABLA 2-4. LOS PRODUCTOS CUBREN LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES

Respuestas
"Si porque tomamos en cuenta las necesidades de nuestros clientes"
"Muchas veces si porque los clientes salen satisfechos"
"En ocasiones no se cumple debido al deficiente control del inventario"

Fuente: Empresa El Bodegón

Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Análisis e interpretación:

El personal manifiesta que sus productos si satisfacen las necesidades de los clientes porque son productos de primera necesidad, mientras que uno de ellos dijo que no ya que no llevan un adecuado inventario.

3. ¿Qué tipo de producto poseen?

TABLA 3-2. TIPO DE PRODUCTOS

Respuestas

“Tenemos productos perecibles y no perecibles”
 “Tenemos lácteos, carnes, arroz, útiles de aseo”
 “Tenemos otros productos de tipo avícola y provenientes de grasas y aceites”

Fuente: Empresa El Bodegón
 Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Análisis e interpretación:

El personal manifestó que sus productos son perecibles y no perecibles, al tener productos perecibles se debe tener una buena conservación como tenerlos refrigerados a temperaturas muy bajas como las carnes y otros procesados lácteos, etc., también se cuenta con productos que por su consistencia requieren de congelación permanente como es el caso de los helados. En caso de los productos no perecibles deben almacenarse en un lugar fresco, seco, con luz, ventilación y sin luz solar.

4. ¿Con que periodicidad se adquieren los productos?

TABLA 4-4. FRECUENCIA DE LA COMPRA DE PRODUCTOS

Respuestas
“Se las realiza cada semana”
“Semanalmente”
“Cada semana adquirimos nuestros productos”

Fuente: Empresa El Bodegón
 Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Análisis e interpretación:

Las compras se realizan semanalmente nos manifiesta el personal, por lo que es necesario que se tenga un control al ingresar el producto, para lo que se propone un sistema de control de inventarios.

5. ¿Considera usted que la entidad cuenta con un adecuado manejo de sus productos?

TABLA 5-4. POSEE UN ADECUADO MANEJO DE SUS PRODUCTOS

Respuestas	Valor	Porcentaje
SI	2	67 %
NO	1	33 %
TOTAL	3	100 %

Fuente: Empresa El Bodegón
 Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

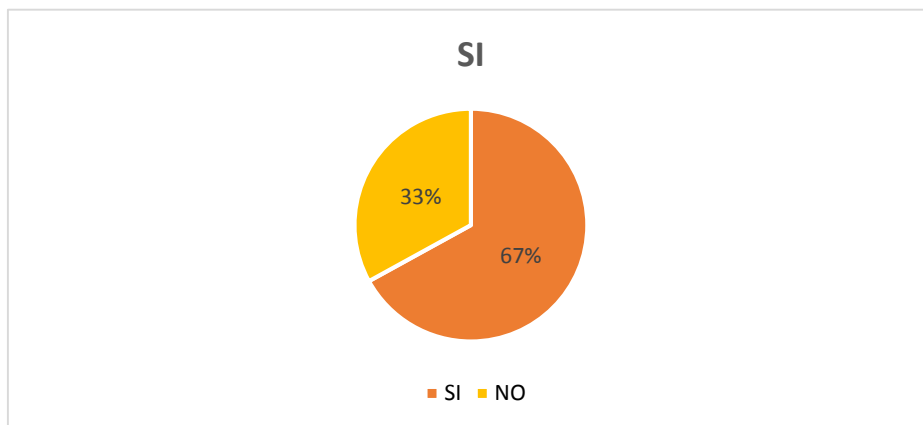


ILUSTRACIÓN 1-4. POSEE UN ADECUADO MANEJO DE SUS PRODUCTOS

Análisis e interpretación:

El 67% del personal manifiesta que, si tiene un control del producto, mientras que el 33% considera que la empresa tiene un inadecuado manejo del producto; por lo tanto, se requiere de un sistema que aporte al control de los productos.

6. ¿Considera usted que es necesario la implementación de un modelo que permita el registro de las entradas y salidas del producto?

TABLA 7-4. ES NECESARIO LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO QUE PERMITA EL REGISTRO DE LAS ENTRADAS Y SALIDAS DEL PRODUCTO

Respuestas
“Si nos ayudaría mucho”
“Si será un aporte eficiente de los productos”
“Si porque se mantendría información oportuna”

Fuente: Empresa El Bodegón
Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Análisis e interpretación:

El personal considera que si es necesario el implementar un modelo que permita registrar las entradas y salidas de los productos.

7. ¿Considera necesario establecer un mecanismo para el control del inventario?

TABLA 8-4. MECANISMO PARA EL CONTROL DEL INVENTARIO

Respuestas
“Si ayudaría a controlar los costos”
“Si porque tendríamos un mejor manejo de los productos evitando que se caduquen”
“Si”

Fuente: Empresa El Bodegón
Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Análisis e interpretación:

El personal considera que es necesario el establecer un mecanismo para el control de inventarios que contribuyan a la disminución de costos, un mejor manejo de los productos evitando con ello la caducidad y la gestión deficiente de las mercancías.

8. ¿Cuenta con un registro de proveedores?

TABLA 3-4. REGISTRO DE PROVEEDORES

Respuestas
“No contamos con un registro”
“No tenemos”
“No, pero si sería importante tener uno”

Fuente: Empresa El Bodegón
Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Análisis e interpretación:

El personal manifiesta que no cuentan con registro de proveedores, pero que si sería importante contar con uno.

9. ¿La relación entre la empresa y los clientes es buena?

TABLA 4-4. RELACIÓN CON EL CLIENTE

Respuestas
“Si los clientes son lo principal”
“Por supuesto que sí”
“Si los clientes alcanzan satisfacción”

Fuente: Empresa El Bodegón

Realizado por: Araujo & Barrera, (2023)

Análisis e interpretación:

El personal manifiesta que, si se tiene una buena relación con el cliente, esto es de gran ayuda ya que se dará una buena respuesta a las peticiones con el fin de satisfacer a los clientes a través de los productos.

Instructivo de sistematización en Excel

El sistema de control de inventarios es una herramienta con la cual se controlará los productos que la empresa Bodegón posee, además de registrar los movimientos realizados en el proceso de compras (entradas) y de ventas (salidas) para posterior a los procesos mencionados conocer cuál es stock real que la empresa mantienen. Además, este sistema es un mecanismo de gran aporte para la circulación, control y almacenamiento de los productos, que proporcionan información relativa a ellos.

Objetivos del sistema de control de inventarios y ventas

Mantener un balance sobre las existencias en la empresa, generando un equilibrio entre los inventarios y la demanda en el mercado.

Minimizar los costos por almacenamiento, mejorando la gestión sobre el control de inventarios.

Beneficios del sistema

Son varios los beneficios que el sistema de control de inventarios proporciona a la empresa, entre los que se puede citar:

- **Evita el desabastecimiento;** la implementación del sistema de control de inventarios y ventas asegura que los clientes adquieran los productos sin ningún problema, ya que el inventario indica la existencia de la mercancía y sus cantidades, por otra parte, el sistema indica a través de una señalética por colores cuales son los artículos que requieren de una reposición urgente.
- **Evitar un excesivo inventario;** el sistema al proporcionar información sobre los productos sus entradas y salidas permitirá el exceso de mercancías, por lo que su rotación se dará en tiempos oportunos.
- **Maximizar los beneficios en relación a la rentabilidad;** la buena gestión del sistema de inventarios ofrece a la empresa un mayor margen de rentabilidad, por cuanto reduce gastos operativos al mantener productos sin registros, lo que genera riesgos de caducidad debido al desconocimiento sobre el stock de los productos.

Sistema de control de inventarios y ventas

Los inventarios se convierten en los activos de mayor importancia para la empresa, siendo necesario para ello conocer los niveles de mercancías y de esa manera garantizar un control eficiente y una buena gestión financiera.

El sistema de control de inventarios y ventas permite conocer el volumen de productos, el registro de los movimientos, dando seguimiento a las entradas y salidas para determinar en qué momento se requiere la reposición de la mercadería y en que cantidades se lo debe realizar para evitar un desabastecimiento. El sistema de control ofrece mayor velocidad al procesar la información respecto de los productos que la empresa posee para su comercialización generando informes reales acerca de las compras efectuadas y las ventas realizadas a diario, arrojando las cantidades existentes en stock.

Contenido del sistema de control de inventarios y ventas

El sistema de control de inventarios y ventas ha sido diseñado en Excel que es un software que utiliza hojas de cálculo, para ofrecer soporte digital a diferentes actividades mediante formatos y fórmulas matemáticas. Dentro de este contexto se ha diseñado el presente sistema, mismo que consta de:

1.1.1 Menú Principal

El sistema de control de inventarios y venta en la empresa el Bodegón, se procesará a través de un archivo diseñado en Microsoft Excel, en el cual se presenta información relativa a las entradas, salidas y stock de los diferentes productos que la empresa comercializará.

La hoja Excel presenta algunas macros de ingreso, las cuales tienen por función trasladar hacia la información que mantiene la empresa.

- El botón registrar pedido, traslada a la hoja de cálculo ventas en la que se encuentra la información pertinente a la venta o pedido de los clientes sobre los productos que la empresa comercializa.
- El botón registrar compra, traslada a la hoja compras productos que detalla la existencia de las mercancías.
- El botón de acceso a proveedores se ubica hacia la hoja de su mismo nombre en la cual se encuentra la información acerca de los proveedores de los diferentes productos que comercializa la empresa.
- El botón productos al activarla se traslada hacia el registro de productos en la cual se encuentra la información de todos los productos registrados en el sistema, pudiendo añadirse otros productos posteriormente.
- El botón clientes, permite conocer la información de los clientes que han adquirido los productos en la empresa, el RUC o C.I, nombres y direcciones domiciliarias.
- El botón inventarios, muestra directamente las existencias de los productos actualizados.
- El botón denominado cierre de inventario da a conocer la fecha en la cual se actualizó el inventario, como la fecha próxima.
- Por último, el botón cierre de venta tiene una función similar al mencionado anteriormente.

4.2.6 Proveedores

La hoja de PROVEEDORES almacena datos relacionados con la identificación de la empresa proveedoras de productos, como se puede observar el programa presenta un primer cuerpo en el cual se detalla:

- RUC de la empresa proveedora

- La razón social o acrónimo de la empresa
- La dirección que identifica el lugar de localización de la empresa
- La descripción en la cual se da a conocer el tipo de actividades que realiza la empresa proveedora de productos

La habilitación de los botones registro proveedor facilita el ingreso en la parte posterior del registro de la información, entre tanto que el botón menú, permite el retorno al menú principal.

La segunda parte de esta hoja muestra en conjunto el registro de los proveedores ingresados al sistema y con los cuales la empresa Bodegón tiene acuerdos comerciales.

1.1.7 Compra productos

La hoja de COMPRAS PRODUCTOS como se la denominado consta de tres cuerpos con información importante:

- En la parte del membreta se identifica una celda en la cual se deberá ingresar la fecha de compra de cada producto requerido, además de la fecha de ingreso de la mercadería.
- El proveedor es escogido desplegando en la celda la lista de proveedores existentes, registrados en la hoja de proveedores.
- El código del producto que sirve para identificar la mercadería.
- Producto que se refiere a la especificación de cada producto ingresado al sistema.
- Un identificador de registro, que sirve para localizar el producto.
- La celda de entradas, que guarda las cantidades de productos adquiridos por la empresa.
- Finalmente, los botones: nueva entrada que sirve para registra a la base de datos los nuevos productos adquiridos; el botón de añadir productos se encarga de en listar el o los productos en el formato continuo. Por último, el botón de eliminar último registro borra el último ingreso realizado al activarlo, esto con la finalidad de corregir la información en caso de que se haya realizados de forma errónea.

La parte inferior se muestra información sobre el nuevo producto que se ingresó al sistema, adicional se solicita el precio, valor al que va a ser comercializado el producto, adicional en la parte inferior se encuentra el cálculo del porcentaje de IVA que dependerá del tipo de tarifa que se aplica a cada producto, y para concluir no arrojará información sobre el valor total por producto.

Para que el sistema registre la compra de nuevos productos se debe pulsar el botón de ingreso al almacén.

En la parte izquierda de la hoja se observa la lista de productos existentes en la empresa, en la cual se describe el código que identifica el producto, seguido del nombre del producto en el cual se menciona el volumen o contenido ya sea en litros o kilos, la siguiente celda muestra el precio de compra del producto, el precio de venta mismo que ha sido calculado incrementando un porcentaje % sobre el valor de compra y por último en la columna proveedor consta el nombre de la industria o empresa fabricante.

1.1.8 Reporte de compras

En la hoja de cálculo referenciada REPORTE COMPRAS se encuentra la siguiente información:

- Código proveedor, detalla el código asignado a cada proveedor.
- Proveedor, muestra el nombre del proveedor que se encuentra registrado en el sistema.
- Factura, la columna asignada a la identificación de la factura de compra muestra los últimos dígitos de la factura.
- Fecha de compra, registra la fecha en la cual se realizó la compra de los productos.
- Fecha de ingreso, se refiere a la fecha en la cual se ingresaron los productos al sistema de control de inventarios.
- Código, en este identificador se menciona el código asignado a cada producto.

- Producto, en esta columna se describe el código del producto al cual pertenece el código.
- Cantidad, esta celda registra la cantidad de productos adquiridos en la compra para posteriormente trasladarlos a la hoja de los inventarios.
- Precio, se trasladan los precios de compra registrados en la hoja compra de productos.

1.1.9 Ventas

En la hoja VENTAS, se registran los productos vendidos describiendo algunos datos de interés para los registros contables y de control de inventarios.

La primera parte del formato contiene:

- La información de la empresa, domicilio y número telefónico de contacto
- Fecha de venta del producto
- Una celda en la cual se detalla el número de la factura de venta
- Los casilleros siguientes solicitan el RUC o cédula de identidad del comprador
- El nombre del cliente
- El domicilio del comprador

En la parte inferior se aprecia otros casilleros en los cuales se solicita

- El código del producto vendido
- El nombre del producto
- La cantidad o número de artículos adquiridos
- Precio, este dato se traslada desde la hoja de compra de productos en el cual se calcula el valor del producto con un incremento
- Se finaliza con un aviso en el cual se conoce el stock disponible en la hoja de inventarios
- La hoja presenta un botón de acceso al menú principal del sistema, el cual se activa con un clic.

La hoja presenta un segundo formato en la parte derecha en la que se detalla la lista de productos vendidos, se aprecia además tres botones de acceso con diferentes funciones, el primero indica el acceso a una nueva venta, un segundo botón con el cual se puede agregar otros productos a la lista y un tercer botón que elimina el ingreso de los productos últimos de la lista.

Al activar el primer botón se trasladan los datos del primer formato a la lista de artículos en donde se desglosa el sub total, el impuesto al valor agregado IVA dependiendo de las condiciones de comercialización que presente el producto, para finalizar con el valor real de venta.

Para terminar el proceso se debe activar el botón de aceptar y la transacción queda registrada en el sistema.

1.1.10 Reporte ventas

La hoja de REPORTE VENTAS, registra información referida a los clientes en la que se solicita:

- Fecha de compra del o los productos
- El RUC o C.I, para conocer la identidad del cliente
- Nombre del cliente, dato importante para la emisión de las facturas
- El código del producto
- El producto describe el o los productos con sus características
- La cantidad de productos adquiridos; y
- El precio de cada uno

La hoja posee un botón de regreso al menú principal que puede ser activada con un clic.

1.1.11 Factura

La hoja de factura emite un formato establecido en el cual se identifica los datos de la empresa, la fecha de emisión de la compra y el número de factura correspondiente a la transacción, en el cuerpo del documento constan los siguientes datos:

- El RUC – C-I, se ingresa la identificación del cliente, si este es una persona natural o si posee representación jurídica.
- El nombre, permite identificar al cliente por sus nombres y apellidos
- Dirección, en esta celda se coloca la dirección domiciliaria del cliente
- En la primera columna se registra el código del producto
- Una segunda columna precisa de la descripción del producto vendido,
- A continuación, se especifica la cantidad o número de productos pertenecientes a ese mismo código
- El precio, que es trasladado desde la hoja de compras para efectuar los correspondientes cálculos y determinar el valor real de la venta.

El botón de acceso al menú principal se encuentra ubicado en la parte superior izquierda de la hoja de cálculo.

1.1.12 Inventarios

Para el registro de los inventarios se ha utilizado un formato con la siguiente información.

Se traslada la referencia de los códigos asignados a los diferentes productos disponibles en la empresa. el nombre de los productos, la columna del stock inicial registra las existencias de las mercancías.

En la columna de entradas/compras se registran las cantidades de productos que han requerido reposición, entre tanto, que en la columna de salidas/ventas se registran la cantidad de productos vendidos, lo que da origen a una columna identificada como existencia que se encarga de adicionar y restar los productos y presenta información actualizada sobre las cantidades disponibles para la venta.

Se puede apreciar una columna de comentarios en la cual se pueden trasladar datos de interés para tener en consideración sobre los productos, de igual manera existe el botón de traslado al menú principal.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

El desarrollo de la investigación ha llevado a las siguientes conclusiones:

- Se analizaron los cinco métodos sugeridos para un adecuado control de inventarios como fue el ABC, el cual sugiere la supervisión sobre la cantidad y valor de los productos; entre tanto, que el método EOQ, propone el control sobre el stock de los productos y reducción de costos por mantenimiento de mercadería, por otra parte, el método UEPS, plantea un control sobre los productos de reciente adquisición, indicando que la comercialización a través de este proceso ofrece mayores beneficios a la empresa, mientras tanto, el método de promedio ponderado sustenta el cálculo promedio de los productos tanto de reciente adquisición como de los existentes para fijar un nuevo precio de venta y finalmente el método PEPS se caracteriza por identificar la fecha de ingreso de los productos y conforme a esta información poner la mercadería a disposición para su venta, por lo que, de acuerdo a las condiciones que presenta la empresa Bodegón se ha estimado adoptar el método PEPS o FIFO, considerando que la empresa en mención, trabaja con productos que poseen un alto riesgo de caducidad.
- El diagnóstico realizado a la empresa Bodegón fue un factor clave para identificar las debilidades que mantenían en el control de inventarios, debido a la inexistencia de un sistema de control automatizado se desconocía que cantidades existen en stock, las fechas de caducidad, lo que ha implicado pérdidas para la empresa, al no poseer un registro que evidencia la rotación de la mercadería y los procesos de venta.
- La implementación del sistema de control de inventarios y ventas está diseñada para la empresa Bodegón como un aporte que ofrece beneficios en el control oportuno de los productos, con reporte sobre los procesos que implica la comercialización, el sistema presenta funciones automáticas que facilita el control del stock para ejecutar la reposición en tiempos oportunos.

RECOMENDACIONES

Sobre lo concluido se recomienda:

- Es recomendable realizar un análisis acerca de las características del negocio que aporte a la selección del método correcto para el control de inventario.
- Es aconsejable mantener una clasificación de los productos con la finalidad de conocer la existencia real del stock.
- Se sugiere adecuar módulos que aporten el acceso a otras formas de pago, para facilitar e innovar los sistemas de control y ventas.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, V. (2020). *Sistematización de procesos de control de inventarios. 4a ed.* México: McGraw-Hill.
- Aquino, B. (2019). *La importancia de las ventas en las empresas*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-las-ventas-en-las-empresas/>
- Argüelles, L., Quijano, L., Román, A., Fajardo, P., & Cruz, C. (19 de Noviembre de 2019). Los inventarios y la rentabilidad comercial. *Global Conference on Business and Finance Proceedings, XII(1)*, 278-284. Obtenido de: <https://www.nubox.com/empresas/beneficios-de-inventario#:~:text=Llevar%20un%20inventario%20de%20forma,en%20especial%20a%20los%20clientes.>
- Calderón, J. B. (2020). *Reportes contables*. Obtenido de: <https://www.josebazalar.com/post/principales-reportes-contables>
- Chamorro, J., Díaz, E., Fuentes, O., & Lovo, H. (2018). Política de inventarios máximos y mínimos en cadenas de suministro multinivel. *Nexo Revista Científica, 31(2)*, 144-156, doi.org/10.5377/nexo.v31i2.6837.
- Cruelles, J. (2013). *Impacto financiero del inventario*. Marcombo. Obtenido de Cruelles, José Agustín. Stocks, procesos y dirección de operaciones: Conoce y Gestiona tu fábrica. Marcombo-Zadecón, 2012.
- Cruz, A. (2018). *Gestión de inventarios CML0210*. Barcelona: IC.
- Días, A. (2020). *Stock*. Obtenido de <https://www.ubicalo.com.mx/inventario-inicial/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20inventario%20inicial,el%20inventario%20final%20del%20anterior.>
- Dobaño, R. (2023). *Facturas*. Obtenido de: <https://www.getquipu.com/que-es-una-factura/>
- Dustes, C. (2019). *Proveedor*. Obtenido de: <https://www.debitoor.es/glosario/definicion-proveedor#:~:text=Un%20proveedor%20es%20una%20persona,la%20empresa%20que%20las%20compra.>
- Euroinnova. (2019). *Elementos Sistemas informaticos*. Obtenido de: <https://www.euroinnova.us/que-es-un-sistema-informatico-de-contabilidad#tres-funciones-baaceuticas-de-los-sistemas-de-informacioacuten-contable>
- Garay, C. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación*. Obtenido de: <https://www.crubocas.up.ac.pa/sites/crubocas/files/2020-07/3%20M%C3%B3dulo%2C%20%2C%20EVIN%20300.pdf>
- García, R. R. (13 de Diciembre de 2019). Diseño y aplicación de sistema de gestión de inventarios en empresas ecuatorianas. *Ciencias Holguín. 4(3)*, 89-96, obtenido de: <http://www.redalyc.org/articulo>. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/sistema-de-ventas-que-es/>
- García-Cantú, A. (2013). *Enfoque práctico para planeación y control de inventarios*. Trillas.
- Gasbarrino, S. (2022). *Kardex*. Obtenido de: <https://www.sales-que-es-unkardex#:~:text=El%20>

kardex%20es%20un%20documento,de%20productos%20comerciales%20del%20 inventario.

- Giani, O. (2019). *Clasificación de los Costos de Inventario*. Obtenido de: <https://www.gestiondeoperaciones.net/inventarios/clasificacion-de-los-costos-de-inventario/>
- Goicochea, O. (2023). *¿Qué es un kardex y cómo se usa?* Obtenido de: <https://www.dianhoy.com/kardex/>
- Guerrero, H. (2019). *Inventarios manejo y control*. 3a ed. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Jiménez, Y. (2019). *Administración de inventarios*. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/administracion-inventarios/>
- Leal, A. (21 de Febrero de 2019). *Políticas de Inventario*. Obtenido de: <https://www.siigo.com/empresario/politicas-de-inventarios-de-una-empresa/>
- López, G. (2020). *Control de inventario de una empresa*. Obtenido de: <https://www.beetrack.com/es/blog/control-de-inventario>
- Macías, G., & Zambrano, M. (2022). Control de inventario y su efecto en la rentabilidad de la Sociedad Civil de Hecjo Denominado Grupo Uscocovick, 2020. *Digital Publisher*, 7(3), 256-266, obtyenido de: <https://orcid.org/0000-0002-4471-5791>.
- Mecalux. (2023). *Las ventajas del control automático de entradas y salidas del almacén*. Obtenido de: <https://www.mecalux.com.mx/control-entradas-y-salidas-almacen#:~:text=El%20objetivo%20del%20control%20de,instalaci%C3%B3n%20est%C3%A1%20respondiendo%20con%20eficacia>.
- Miguel Baque, S. C. (10 de Octubre de 2020). Pymes. *PCAIP*, pág. 15.
- Monforte, E. (2020). *Tipos de factura*. Obtenido de: <https://www.cuentica.com/la-factura/>
- Morales, A. (Junio de 2019). *TIPS DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE INVENTARIO EN UN NEGOCIO*. Obtenido de: <https://www.eumed.net/actas/19/desarrollo-empresarial/27-tips-de-tecnicas-y-procedimientos-de-inventario-en-un-negocio-de-abarrotos.pdf>
- Muller, M. (19 de Mayo de 2020). *Mantener Inventarios*. Obtenido de: https://www.gestiopolis.com/que-es-inventario-tipos-utilidad-contabilizacion-y-valuacion/#impacto_financiero_del_inventario
- Pacheco, J. (2022). *Administración de Inventarios*. Obtenido de: <https://www.webyempresas.com/administracion-de-inventarios/>
- Palma, A. (20 de Marzo de 2019). *Ventajas de realizar un correcto inventario*. Obtenido de Izertis: <https://www.izertis.com/es/-/blog/beneficios-de-realizar-un-inventario-en-tu-negocio#:~:text=Conocer%20el%20valor%20de%20tu,dinero%20para%20volver%20a%20invertir>
- Ramón, J. (2022). *Técnicas y métodos para el control de inventarios*. Obtenido de: <https://bind.com.mx/control-de-inventarios/tecnicas-y-metodos-para-el-control-de-inventarios>
- Riveros, A. (2020). *Informes financieros*. Obtenido de: <https://www.ealde.es/informes-financieros-contabilidad/#:~:text=Los%20informes%20financieros%20de%20contabilidad,anual%2C%20tambi%C3%A9n%20importantes%20en%20contabilidad>.

- Rodrigues, N. (2020). *Sistemas de ventas*. Obtenido de: <https://www.hubspot.es/sales/sistema-de-ventas>
- Rodriguez, J. (2021). *Importancia*. Obtenido de: <https://www.sales/que-es-un-cliente#:~:text=La%20importancia%20del%20cliente&text=Hace%20rentable%20un%20negocio%3A%20con,negocio%20se%20mantenga%20y%20desarrolle.>
- Roldán, P. (2020). *Negocio*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/negocio.html>
- Ruiz, B. (2019). *Presupuesto*. Obtenido de: <https://www.contamoney.com/presupuesto-contabilidad/>
- Segovia, C. (2022). *Sistema Informático*. Obtenido de: <https://www.euroinnova.us/que-es-un-sistema-informatico-de-contabilidad#tres-funciones-baacutesicas-de-los-sistemas-de-informacioacuten-contable>
- Sevilla, A. (2020). *Precio*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Silva, D. (2020). *¿Qué es atención al cliente?* Obtenido de: <https://www.zendesk.com.mx/que-es-atencion-al-cliente/>
- Silva, D. (2021). *Ciclo de vida*. Obtenido de: <https://www.zendesk.com.mx/ciclo-vida-cliente/>
- Silva, D. (2022). *Clientes*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/importancia-de-los-clientes/#:~:text=%C2%BFEmpezamos%3F-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20cliente%3F,problema%20o%20complacer%20un%20deseo.>
- Sosa, R. (2022). *Cómo hacer un análisis financiero. Guía paso a paso*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/tutorial-de-analisis-financiero/>
- Soussa, D. (2022). *Tipos de ventas*. Obtenido de: <https://www.zendesk.com.mx/tipos-de-ventas/>
- Valdivia, P. (2021). *Beneficios de usar un sistema de ventas*. Obtenido de: <https://facele.cl/7-beneficios-de-usar-un-sistema-de-ventas-para-pymes/>
- Valencia. (2020). *CLAVES PARA CONTROLAR TUS VENTAS*. Obtenido de: <https://www.mastermarketing-valencia.com/ventas-y-gestion-comercial/blog/claves-controlar-ventas/>
- Valenzuela, N., Buentello, C., & Villarreal, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme deservicios. *Gestión, Organización y Negocios*. 6(2) 18-24, obtenido de: DOI: <https://doi.org/10.22579/23463910.159>.
- Veloz, C., & Parada, O. (2017). Métódods para mejorar la eficiencia en la toma de decisiones en la gestión de inventarios. *Ciencia UNEMI*, 10(22), 29-39, obtenido de: DOI: <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol10iss22.2017pp29-38p>.
- Vidal, C. (2018). *Fundamentos de control y gestión de inventarios*. 3a ed. New York: Universidad del Valle.
- Westreicher, G., & Coll Morales, F. (2020). *Ventas*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/ventas.html>
- Wexter, C. (2019). *Tipos de compra*. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/tipos-de-compra/>

Total 49 referencias bibliográficas



ANEXOS

ANEXO A: MODELO DE LA ENTREVISTA APLICADA A LA DUEÑA DE LA EMPRESA

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DUEÑA DE LA EMPRESA

La presente entrevista tiene como objetivo recolectar información para el desarrollo de la investigación titulada: “IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE VENTAS Y CONTROL DE INVENTARIOS EN LA EMPRESA BODEGÓN EN EL CANTÓN SUCÚA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO EN EL PERIODO 2023” que permita una gestión eficiente en el manejo del producto”

- 1. ¿Qué tipo de productos comercializa y cada cuánto se verifica el inventario existente?**
Los productos que comercializamos son de primera necesidad y nosotros mismos verificamos el inventario de forma semanal.
- 2. ¿Se realiza un conteo al ingresar y salir los productos a bodega y quien lo realiza?**
El jefe de bodega es el encargado de realizar el conteo al momento de ingresar y salir de los productos.
- 3. ¿Considera usted que la empresa cuenta con procedimientos adecuados en la organización y control de los productos?**
No, por motivos de falta de control.
- 4. ¿Mantiene la empresa un adecuado registro de la entrada y salida de los productos?**
No, porque a veces se suele registrar en una hoja, y a veces el resultado es inesperado ya que no tenemos un material que nos ayude a tener registros y sumamente importante para la empresa.
- 5. Para usted, ¿Qué tan rentable es tener un sistema de control de inventarios?**
Es muy importante porque abarcaría a resguardar mi producto e incluso a tener más control del mismo, y me ayudaría a tener los resultados que necesitamos en la empresa.
- 6. ¿Cree usted que este sistema de control de inventarios sería de gran utilidad para su empresa?**
Efectivamente sí.
- 7. ¿Cree usted que ayudara a mejorar la gestión del inventario?**
Sí, por que últimamente no se ha podido gestionar de la mejor manera el producto por lo tanto no se ha podido tener buenos resultados.
- 8. ¿Qué sistema y método de control utiliza para el manejo de los productos?**
No tenemos ningún método de control.
- 9. ¿El sistema que maneja actualmente para controlar el producto cree que sería el más adecuado?**
No, ya que las ventas avanzan y necesito uno que me ayude a controlar con mayor frecuencia el resultado de mi producto.

ANEXO B: MODELO DE ENCUESTA APLICADA A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA MICROSOFT FORMS AL PERSONAL DE LA EMPRESA.

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DE LA "EMPRESA EL BODEGÓN"

El objetivo de esta encuesta es recopilar información que permita conocer los procedimientos que se llevan a cabo en la empresa .

Hola, ELENA ROSARIO. Cuando envíe este formulario, el propietario verá su nombre y dirección de correo electrónico.

1. **¿Cuáles son los productos y servicios ofertados por la empresa?**

Escriba su respuesta

2. **¿Considera usted que el producto que ofrece la empresa cubre las necesidades de los clientes?**

Escriba su respuesta

3. **¿Qué tipo de producto poseen?**

Escriba su respuesta

4. **¿Con que periodicidad se adquieren los productos?**

Escriba su respuesta

5. **¿Considera usted que la entidad cuenta con un adecuado manejo de sus productos?**

Escriba su respuesta

6. **¿Considera usted que es necesario la implementación de un modelo que permita el registro de las entradas y salidas del producto?**

Escriba su respuesta

7. **¿Considera necesario establecer un mecanismo para el control del inventario?**

Escriba su respuesta

8. **¿Cuenta con un registro de proveedores?**

Escriba su respuesta

9. **¿Existe una buena relación entre la entidad con el cliente?**

Escriba su respuesta


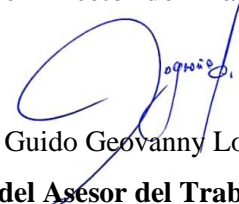
Enviar

Este contenido lo creó el propietario del formulario. Los datos que envíes se enviarán al propietario del formulario. Microsoft no es responsable de las prácticas de privacidad o seguridad de sus clientes, incluidas las que adopte el propietario de este formulario. Nunca des



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE LA GUÍA PARA
NORMALIZACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO

Fecha de entrega: 9/01/2024

INFORMACIÓN DEL AUTOR
Nombres – Apellidos: IRENE NICOLL ARAUJO CERVANTES ELENA ROSARIO BARRERA AUCAY
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN de EMPRESAS
Carrera: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
Título a optar: LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
 Ing. Juan Carlos Yungán Cazar Firma del Director del Trabajo de Titulación  Ing. Guido Geovanny Logroño Alarcón Firma del Asesor del Trabajo de Titulación