



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**  
**Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras**

**TESIS**

**LA GESTIÓN DE INVENTARIOS EN LOS MICROEMPRESARIOS DEL  
CENTRO COMERCIAL ALTIPLANO COPACABANA, CUSCO, 2017.**

**PRESENTADO POR EL GRADUANDO:**

**Bach. Huamán Mejía, Yosmeri**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**CONTADOR PÚBLICO**

**LIMA - PERÚ**

**2017**

## **DEDICATORIA**

En primer lugar quiero dedicar el presente trabajo de investigación a mis dos hijas Betsabeth y Melody, en segundo lugar a mi Mami y Papi, por confiar en mí y darme fuerza para lograr mi objetivo de ser profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por la vida y salud, enseguida a mi mamita Celia por su apoyo incondicional en todo momento, a mi Papito por sus consejos de luchar y perseverar hasta el fin, asimismo a mi hermana Ruth por su ayuda y por ultimo a mis hijas Betsabeth y Melody por su amor y comprensión que me brindaron cada instante y ser mi motor para luchar en la vida.

## **RECONOCIMIENTO**

Mi reconocimiento está dirigido a:

La Universidad Alas Peruanas por ser la casa de estudios quien me cobijo durante todo el proceso para llegar a ser profesional en Contabilidad.

A los asesores quienes nos ayudaron a lograr el objetivo de graduarnos y a los jurados por ser parte del logro profesional.

## INDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
RECONOCIMIENTO.....	iv
INDICE .....	v
ÍNDICE DE FIGURA .....	vii
ÍNDICE DE TABLA .....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRAC.....	x
INTRODUCCIÓN .....	xi
CAPÍTULO I.....	13
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO .....	13
1.1 Descripción de la realidad problemática .....	13
1.2 Delimitación de la Investigación .....	15
1.2.1 Delimitación Espacial.....	15
1.2.2 Delimitación Social .....	15
1.3.3 Delimitación Temporal .....	15
1.2.4 Delimitación Conceptual .....	15
1.3 Problemas de Investigación .....	16
1.3.1 Problema Principal .....	16
1.3.2 Problemas Secundarios.....	16
1.4 Objetivos de la Investigación .....	16
1.4.1 Objetivo General.....	16
1.4.2 Objetivos específicos.....	16
1.5 Variables de la Investigación .....	17
1.5.1 Gestión de Inventarios.....	17
1.6 Metodología de la Investigación.....	19
1.6.1 Tipo y Nivel de Investigación .....	19
1.6.2 Métodos y Diseño de la Investigación.....	20

1.6.3 Población y Muestra de la Investigación .....	20
1.6.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	22
1.6.5 Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación ....	22
CAPITULO II.....	24
MARCO TEÓRICO .....	24
2.1 Antecedentes.....	24
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	24
2.1.2 Antecedentes Nacionales .....	26
2.1.3 Antecedentes Locales .....	26
2.2 Bases Teóricas .....	26
2.2.1 Gestión .....	27
2.2.2 Inventarios.....	29
2.2.3 Control de Inventarios.....	33
2.2.4 Gestión de Inventarios.....	36
2.2.5 Fundamentos de la política de surtidos .....	41
2.2.6 Parámetros de la gestión de inventarios .....	44
2.2.7 Determinación del método de gestión para cada producto .....	50
2.2.8 Indicadores de la gestión de inventarios.....	54
2.3 Definición de Términos. ....	60
CAPITULO III.....	61
PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS. ...	61
3.1 Análisis de Tablas y Figuras .....	61
3.1.1 Análisis e interpretación de resultados .....	61
3.1.2 Estadísticos Descriptivos.....	67
CONCLUSIONES .....	71
RECOMENDACIONES.....	72
BIBLIOGRAFÍA.....	73
ANEXOS .....	13

## ÍNDICE DE FIGURA

<b>Figura 1:</b> Importancia de los inventarios.....	33
<b>Figura 2:</b> Economía de Escala. ....	37
<b>Figura 3:</b> Equilibrio de la oferta y la demanda .....	38
<b>Figura 4:</b> ciclo de pedido. ....	45
<b>Figura 5:</b> Costo con respecto a la cantidad de pedir Q.....	48
<b>Figura 6:</b> Niveles máximos. ....	49
<b>Figura 7:</b> Máximos y Mínimos. ....	51
<b>Figura 8:</b> Cantidad económica de pedido .....	54
<b>Figura 9:</b> Fundamentos de la política de surtidos. ....	62
<b>Figura 10:</b> Parámetros de la Gestión de inventarios.....	63
<b>Figura 11:</b> Método de gestión para cada tipo de producto.....	64
<b>Figura 12:</b> Indicadores de la Gestión de Inventarios .....	65
<b>Figura 13:</b> Gestión de Inventarios .....	66

## ÍNDICE DE TABLA

<b>Tabla 1:</b> Componentes típicos del costo de inventarios.....	40
<b>Tabla 2:</b> Tipos de políticas de surtidos. ....	44
<b>Tabla 3:</b> Ecuación Sobre rotación de inventarios.....	55
<b>Tabla 4:</b> Duración de inventarios. ....	56
<b>Tabla 5:</b> Cuadro sobre la vejez de la mercancía.....	57
<b>Tabla 6:</b> Exactitud del inventario.....	58
<b>Tabla 7:</b> Determinación del valor económico de la mercancía.....	59
<b>Tabla 8:</b> Fundamentos de la política de surtidos. ....	62
<b>Tabla 9:</b> Parámetros de la gestión de inventarios.....	63
<b>Tabla 10:</b> Método de gestión para cada tipo de producto .....	64
<b>Tabla 11:</b> Indicadores de la Gestión de Inventarios .....	65
<b>Tabla 12:</b> Variable Gestión de Inventarios .....	66
<b>Tabla 13:</b> Estadísticos .....	67



## RESUMEN

La presente investigación se ha desarrollado con el objetivo de describir la Gestión de Inventarios en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana de la ciudad del Cusco, distrito de Wanchaq periodo 2017.

Para este trabajo de investigación se ha podido observar una problemática según el reporte de la SUNAT, respecto el cierre de tiendas comerciales, disminución de ingresos y el incremento de gastos, además se pudo apreciar que desconocen políticas, métodos e indicadores de gestión de inventarios.

El tipo de investigación es no experimental, porque no se efectúa manipulación de variable alguna, el nivel de investigación es descriptivo porque se busca describir características y propiedades de lo que se investiga, el método de investigación es el deductivo debido a que se investiga tomando aspectos generales para luego aplicarlo a lo específico y por último el diseño de investigación es transversal porque se realizó en un solo momento o en un tiempo único.

La población fueron 177 microempresarios, de los cuales según el resultado de la muestra con un 95% de nivel de confianza y 5% de margen de error se obtuvo como resultado 99 microempresarios con los que se trabajó. La técnica de recojo de datos fue la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario que previamente se sometido a juicio de expertos y la prueba de confiabilidad estadística.

Como resultado de la investigación se ha determinado que el 41% de los microempresarios manejan la gestión de inventarios de forma regular lo que demuestra la causa por la los empresarios del centro comercial cierran sus tiendas debido a la falta de aplicación de una buena gestión de inventarios.

**Palabras claves:** gestión de inventarios, control de inventarios, rotación y duración de mercancías.

## **ABSTRAC**

The present investigation has developed with the aim to describe the management of inventories in the microempresarios of the Shopping centre Altiplano Copacabana of the city of the Cusco, district of Wanchaq period 2017.

For this work of investigation has been able to observe a problematic with regard to the handle of inventories whose consequence is the decrease of income and the increase of costs, besides could appreciate that they do not handle political, methods neither indicators of management of inventories.

The type of investigation for this work is descriptive and the level of investigation is descriptive simple because it worked with a variable and the design of investigation is no experimental due to the fact that it does not effect manipulation of variable any. Besides the study is contemplated inside the design of linear type because the recolección of the data does in an alone moment or in an only time.

The population were 177 microempresarios, of which according to the result of the sample with 95% of level of confidence and 5% of margin of error obtained like result 99 microempresarios with which worked.

The technician of collect of data was the survey and the instrument used was the questionnaire that previously subjected to trial of experts and the proof of confiabilidad Statistics.

Like result of the investigation has determined that 41% of the microempresarios handle the management of inventories of form regulate what shows that there is a lot that work with them in the subject, besides only 20% apply a method for the control of his inventories.

Key - words: management of inventories, control of inventories, rotation and length of commodities

## INTRODUCCIÓN

Una de los principales objetivos de las empresas es ofrecer un nivel de servicio al cliente lo suficientemente alto para lograr su preferencia y con ello incrementar su venta competitiva. Para ello la mayoría de las empresas cuenta con un sistema de inventario para poder ofrecer respuesta a la demanda tan exigentes en un periodo de tiempo determinado y brindar con ello la calidad de servicio que ellos se merecen. Sin embargo, la existencia de la mercadería almacenada ocasiona una serie de problemas que pueden generar conflictos serios para la empresa.

La gestión de inventarios busca un equilibrio entre la disponibilidad y el control de los inventarios aportando distintas técnicas para encontrar la solución más apropiada para tipo de problema.

Uno de los aspectos más tratados dentro de la gestión de inventarios es el control del inventario tema que la administración de la micro y pequeña empresa (MYPE) es poco atendido, sin tener registros fehacientes, un responsable, políticas o sistemas que le ayuden a esta fácil pero tediosa tarea. En todos los giros resulta de vital importancia el control de inventarios, dado que su descontrol se presta no sólo al robo hormiga, sino también a mermas y desperdicios, pudiendo causar un fuerte impacto sobre las utilidades Comercio (2013).

La gestión de inventarios se incluye dentro de la rama de la contabilidad de costes y se define como la administración adecuada del registro, compra y salida de inventario dentro de la empresa. Es por ello que es de suma importancia, ya que los países desarrollados manejan de manera eficaz y eficiente este tema es por ello que sobresalen en el mercado.

En el capítulo I se desarrolló la parte metodológica de la investigación en donde se describe el planteamiento de la problemática, el problema general y específicos, asimismo los objetivos a los que se quiere alcanzar. Por otro lado se muestra el diseño de la investigación, la población con la que se trabajó y la técnica e instrumento que se utilizó para la recolección de información.

En el capítulo II se desarrolló el marco teórico del trabajo de investigación el cual forma el cuerpo del trabajo para lo cual citamos antecedentes de la investigación, bases teóricas y definición de términos.

En el capítulo III se desarrolló la presentación, análisis e interpretación de resultados, para ello se elaboró tablas y figuras que ayudaran a visualizar de mejor manera los resultados obtenidos de la investigación. Además se procedió con la discusión de resultados haciendo una comparación con los resultados de los antecedentes antes tomados, finalmente se llegó a las conclusiones y recomendaciones por cada objetivo.

Después de haber mencionado el procedimiento que se siguió podemos decir que ahora nos toca a Perú trabajar e impulsar este tema para ser competitivos como los países desarrollados, no es nada difícil, pero no imposible que solo con práctica y buena decisión lograremos ser grandes. Consideramos este tema como la base del crecimiento empresarial y la formalidad.

# **CAPÍTULO I**

## **PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO**

### **1.1 Descripción de la realidad problemática**

Utilizando el pensamiento de cómo gestionar inventarios, analizaremos la situación problemática por la que atraviesa el “Centro Comercial Altiplano Copacabana”, el cual consiste en el elevado porcentaje de tiendas que tienden a cerrar o desaparecer del mercado, asimismo la disminución en los ingresos y por ende incremento de gastos pendientes como son: pago de personal, servicios de luz, pago de seguridad, alquiler y otros, los cuales en su conjunto se convierten en gastos irrecuperables del mes. Este es un tema que en las MYPES está muy poco atendido donde uno de los principales causas es la falta de registros debido a que no le prestan mucha importancia, además lo consideran que es muy costoso y tedioso sin embargo parece ser todo lo contrario si lo observamos desde el punto de vista empresarial donde el buen manejo de un control de inventarios es la base fundamental para obtención de utilidades y ayuda para la toma de decisiones.

Este problema sobre gestión de inventarios radica primordialmente en el punto de control de inventarios lo que ha generado que los comerciantes no tengan el deseo de crecer empresarialmente más por el contrario ante la falta de rentabilidad optan por cerrarlo o traspasarlo a terceros y no seguir trabajando más de manera independiente, sin embargo no se dan cuenta que la falla la comenten ellos; tenemos el caso de la empresa NIKE , que a principios del año 2000, una administración los llevo a perder aproximadamente 100 millones de dólares en ventas. Afortunadamente, lograron salir adelante implementado una mejor solución para la gestión de inventarios (comercio, 2013).

La gestión de inventarios reside en el objetivo primordial de toda empresa: obtener utilidades y reducción de costos donde la obtención de utilidades reside en gran parte de ventas, ya que éste es el motor de la empresa por los que los microempresarios deben tener conocimiento del punto clave para el crecimiento de una empresa. Sin embargo, si la función del inventario no opera con efectividad, ventas no tendrá material suficiente para poder trabajar, el cliente se inconforma y la oportunidad de tener utilidades se disuelve. Entonces, sin inventarios, simplemente no hay ventas.

Según datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la Ciudad del Cusco ocupa el 4to lugar en altas o creación de empresas para el año 2016, asimismo las empresas que mayor porcentaje se tienen en el mercado son el comercio al por menor con un (28.8%) y según la organización jurídica en el que se han constituido las empresas el (64,9%) fueron registradas como personas naturales (Directorio Central de Empresas y Establecimientos, 2016).

Ahora el Fundación Iberoamericana de Altos Estudios Profesionales (FIAEP); (2014) afirma que “si se mantienen niveles de inventarios demasiados altos, el costo podría llevar a una empresa a tener problemas de liquidez financiera, porque un inventario congelado inmoviliza recursos que podrían ser mejor utilizados” (Pag 5). La afirmación anterior es un tema que podría ser causa de bajas en las empresas naturales por lo que se investigará el porqué del cierre de empresas que en la actualidad el Perú.

## **1.2 Delimitación de la Investigación**

La delimitación se refiere al espacio, tiempo en el que se realiza la investigación para que los resultados que se obtengan sean verídicos y reales, puesto que los resultados que obtengamos servirán para mejorar algunas anomalías, deficiencias o procedimientos de la forma como llevar una buena gestión en los inventarios. La delimitación es llevar el problema de investigación de una situación o dificultad muy grande a una realidad concreta, fácil de manejar (Galindo, 2013) ;esto se refiere a que un problema que se quiere investigar se puede observar en muchos lugares, países o estados, sin embargo si nosotros especificamos el lugar donde se realizara la investigación será más fácil , puesto que la población será menor y fácil de aplicar una técnica que sea acorde a lo que se desea obtener.

Según (Sabino, 1968), “la delimitación habrá de efectuarse en cuanto al tiempo y el espacio, para situar nuestro problema en un contexto definido y homogéneo”. Tomando esta definición pasamos a delimitar el trabajo de investigación de la siguiente manera:

### **1.2.1 Delimitación Espacial**

El trabajo de investigación se desarrolló en la ciudad del Cusco, en su distrito Wanchaq donde se encuentra el Centro Comercial Altiplano Copacabana, costado de la Clínica Pardo.

### **1.2.2 Delimitación Social**

La población con la que se trabajó en la recolección de información fueron los microempresarios activos del Centro Comercial Altiplano Copacabana.

### **1.3.3 Delimitación Temporal**

El trabajo de investigación se realizó en el año 2017.

### **1.2.4 Delimitación Conceptual**

Para el contenido se ha tomado a los autores Julián Zapata Cortes, en su Libro Gestión de Inventarios, asimismo el modelo que tomamos es una propuesta que Gestión de inventarios de Lizet Agüero Zardón (Cuba, la Habana) para negocios comerciales. En

cuanto a la parte metodológica se trabajó con el libro de Metodología 6ta Edición de Roberto Hernández Sampieri.

### **1.3 Problemas de Investigación**

#### **1.3.1 Problema Principal**

¿Cómo es la Gestión de inventarios en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017?

#### **1.3.2 Problemas Secundarios**

- ¿Cómo es el fundamento de la política de surtidos en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017?
- ¿Cómo es el cálculo de los parámetros de la gestión de inventarios en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017?
- ¿Cómo es la determinación del método de gestión para cada tipo de producto en los microempresarios del centro comercial altiplano Copacabana, cusco, 2017?
- ¿Cómo son los indicadores de la gestión de inventarios en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017?

### **1.4 Objetivos de la Investigación**

#### **1.4.1 Objetivo General**

Describir la gestión de inventarios en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017.

#### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Describir el fundamento de la política de surtidos de los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017
- Describir el cálculo de los parámetros de la gestión de inventarios de los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017.



- Describir la determinación del método de gestión para cada tipo de producto de los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017.
- Describir los indicadores de la gestión de inventarios de los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017.

## **1.5 Variables de la Investigación**

La presente investigación es univariable (una sola variable), la cual escribimos a continuación:

### **1.5.1 Gestión de Inventarios**

Si bien la gestión de inventarios consiste en asegurar la cantidad de productos adecuados dentro de la empresa, esta también se encarga de cumplir con satisfacer las necesidades exigentes de los clientes y evitar el desabastecimiento dentro del almacén veamos lo que dice el siguiente autor.

**Cortes(2014)** afirma:

La gestión de inventarios es el proceso encargado de asegurar la cantidad de productos adecuados en la organización, de tal manera se puede asegurar la operación continua de los procesos de comercialización de productos a los clientes; es decir consiste en hacer seguimiento de los bienes almacenados de una compañía; monitorea el peso, las dimensiones, la cantidad y la ubicación. Esto ayuda a los dueños de los negocios a saber cuándo es el momento de reponer productos o comprar más material para fabricarlos **(p.11)**.

Con la afirmación expuesta por Cortes, la empresa ya no tendrá el peligro de caer en exceso de inventario, además ayudará a que los dueños puedan tomar con más rapidez decisiones que sin duda ayudará en el crecimiento de la empresa.

DIMENSIONES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL
<b>FUNDAMENTO DE LA POLÍTICA DE SURTIDOS</b>	Es el conjunto de artículos dispuestos a la venta susceptible de ser adquiridos por los clientes. Significa variedad más no cantidad. (Legorburu, 2008).	
<b>CALCULO DE LOS PARÁMETROS DE LA GESTIÓN DE INVENTARIOS</b>	En esta fase se le da respuesta a un grupo de interrogantes que surgen a la hora de gestionar los inventarios. ¿Qué tipo de inventario tener?, ¿Qué cantidad de producto se debe pedir?, ¿Qué cantidades almacenar?, ¿Cómo proteger la empresa ante incertidumbres? A estas cuestiones es posible darles respuesta mediante el cálculo de los parámetros de gestión de inventarios. (Pradere, 2004)	
<b>DETERMINACIÓN DEL MÉTODO DE GESTIÓN PARA CADA TIPO DE PRODUCTO.</b>	El principal objetivo de esta fase es determinar para cada tipo de producto el método de gestión de inventario a emplear, teniendo en cuenta criterios cuantitativos y cualitativos. Para la determinación de este método se debe tener en cuenta la forma en que actualmente la empresa gestione sus inventarios. (Agüero Zardón, 2015).	La investigación que se va a desarrollar contiene una sola variable con sus respectivas dimensiones cuya medición se efectuará a través de los indicadores correspondientes y cada uno de ellos será redactado en términos de preguntas, con sus alternativas politomicas que serán cuantificados como escala ordinal para ser procesados estadísticamente a través de tablas y figuras.
<b>INDICADORES DE LA GESTIÓN DE INVENTARIOS.</b>	Un indicador es una magnitud expresa el comportamiento o desempeño de un proceso, que al compararse con algún nivel de referencia permite detectar desviaciones positivas y negativas. También es una conexión de dos medidas relacionadas entre sí, que muestra la proporción de la una de la otra. (Zapata Cortes, 2014)	

## 1.6 Metodología de la Investigación

### 1.6.1 Tipo y Nivel de Investigación

#### **a) Tipo de investigación**

La presente investigación corresponde al tipo investigación no experimental según afirma (Sampieri.R, Collado, & Lucio, 2014) en su libro : “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.152), es decir que observamos y describimos como es la gestión de inventarios de los microempresarios sin manipular su estructura. Además según su planificación de toma de datos es prospectiva, porque se trabajó en tiempo presente el estudio y está contemplado dentro del tipo lineal porque la recolección de los datos se hace en un solo momento o en un tiempo único.

#### **b) Nivel de la investigación:**

La investigación es de nivel descriptivo de acuerdo a la afirmación de Sampieri et al. ( 2014) “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice y describe tendencias de un grupo o población” (p.92). de acuerdo a esta afirmacion se busca describir características importantes sobre la gestion de inventarios de los propietarios del Centro Comercial para posteriormente determinar el nivel en el que se encuentran. El siguiente grafico nos indica el punto de observacion de acuerdo a la muestra de estudio en forma lineal.

Grafico:

M.....O

Donde:

M: es la muestra de estudio

O: constituye la observación

Lo que indica este grafico es, la muestra que obtengamos para trabajar, solo a ellos realizaremos la observación y definiremos las características y propiedades que nos ayuden a conocer como se encuentra la gestión de inventarios que manejan.

### **1.6.2 Métodos y Diseño de la Investigación**

#### ***a) Método de investigación***

El método utilizado para la presente investigación es el deductivo de acuerdo a lo que afirma (Moran D & Alvarado C, 2010) “es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares” (p.12), esto indica que tomamos como referencia información del ámbito nacional e internacional como guía para luego aplicarlos en el sector a investigar.

Esto quiere decir que utilizamos un modelo que fue aplicado en otro país o uno existente y eso mismo queremos aplicarlo en nuestro ámbito de estudio para determinar cómo funciona en el nuestro y si más adelante podría ser considerado como una herramienta más de trabajo para el sector empresarial, puesto que siempre es importante implantar nuevos métodos de trabajo traídos de otros países.

#### ***b) Diseño de la investigación***

. El diseño de investigación es una planificación comprendida de lo que se debe de hacer para logara los objetivos (Douglas, 2003), entonces la investigación es transaccional o *transversal* porque recolecta datos en un tiempo y momento único y no se hace corte alguno en el tiempo.

### **1.6.3 Población y Muestra de la Investigación**

#### ***a) Población***

La poblacion es el “conjunto de los habitantes de un pais, region o ciudad” (G-general definista, 2011) de acuerdo a la definición anterior la población para esta investigación fueron los microempresarios que trabajan en el Centro Comercial Altiplano

Copacabana los cuales son un total de 117 trabajadores que se encuentran laborando en dicha empresa.

**b) Muestra**

Hernandez Sampieri et.al.(2014) respecto a la muestra indica que es un “Subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos”. (p.175) y la selección se realizó de manera aleatoria, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%.

El cálculo se efectuó con la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n =es el tamaño de la muestra poblacional a obtener.

N = tamaño de la población (177)

Z = nivel de confianza (95%)

p = probabilidad de éxito o proporción esperada (1.96)

q = probabilidad de fracaso (0.5)

e = margen de error (5%)

$$n = \frac{(0.95)^2 \times (1.96) \times (0.5) \times (177)}{(177-1) \times (0.05)^2 + (0.95)^2 \times (1.96) \times (0.5)}$$

Una vez aplicado los valores en la formula se obtuvo como resultado “n”= 90 microempresarios, a los cuales se realizó las encuestas para obtener la información requerida.

#### **1.6.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

##### ***a) Técnica***

Existen muchas técnicas de obtener información como la entrevista, encuesta, hojas de información y otros; sin embargo para la presente investigación descriptiva la técnica que se utilizó para la recolección de información fue la encuesta, puesto que los comerciantes no disponen de mucho tiempo y además las preguntas fueron con alternativas y cerradas lo que facilitó la manera de responder sin dificultad alguna.

La cantidad de preguntas fueron 39 y cada una con cinco alternativas, asimismo esta técnica se aplicó en un solo tiempo y espacio.

##### ***b) Instrumento***

El instrumento utilizado fue el cuestionario porque consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. Según indica (Hernandez Sampieri et.al. (2014) “Recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (p. 199). Las preguntas están separadas por dimensiones, donde cada una tiene 10 preguntas elaboradas en base a los indicadores y 5 alternativas para las primeras dimensiones y 4 alternativas para las 2 siguientes. La escala que se utilizó es ordinal y el cronbach, donde no ocasiona ninguna alteración en los resultados.

#### **1.6.5 Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación**

##### ***a) Justificación***

El presente trabajo de investigación se justifica porque en la Ciudad del Cusco existen muchos empresarios que necesitan de estos conocimientos para crecer y expandirse en el mercado, además siendo ellos los que ocupan el mayor porcentaje en el mercado necesitan ser más atendidos por que generan trabajo para muchas

personas. Asimismo por otro lado el motivo para la realización de esta investigación fue el cierre de tiendas comerciales a menudo.

El aporte que tendrá esta investigación será eliminar el paradigma en el que creen muchos microempresarios de que la gestión de inventarios es muy costoso y difícil, que sin duda beneficiara al empresario porque tendrá más posibilidades de incrementar sus utilidades y reducir sus gastos; por otro lado ayudara en la labor del contador porque se tendrá información más real y ordenada que como consecuencia será la eficiencia del trabajo.

***b) Importancia***

El trabajo de investigación será importante porque abrirá caminos al éxito para el empresario y para estudios sustantivos que presenten situaciones similares a las que aquí se plantea sirviendo como marco referencial a estas. Asimismo

***c) Limitaciones***

- Acceso a libros electrónicos
- Dificultad en la adquisición del libro

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes**

Para determinar y dar consistencia a los distintos conceptos que se han manejado en el presente trabajo investigativo, se ha recurrido a diferentes fuentes de consulta que permita dar mayor claridad al tema que se está tratando, como es la gestión de inventarios; que permita determinar una línea base tendiente a orientar los pasos subsiguientes en el proceso de investigación.

##### **2.1.1 Antecedentes Internacionales**

Según (Cajahuishca Paredes, 2017) de la Universidad Técnica De Ambato previo a la obtención del Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA, en su tesis titulado “El control de inventario de mercaderías y su incidencia en la rentabilidad del Centro Ferretero el Dorado de la ciudad de Puyo”, donde su objetivo fue determinar si el control de inventarios repercute en la rentabilidad, la metodología que utilizo fue: nivel de la investigación fue correlacional y de tipo descriptivo de donde



llego a las siguientes conclusiones: Del análisis efectuado al control interno, en lo referente al manejo del inventario de mercaderías, se ha comprobado que no existen procedimientos de control internos eficientes, lo que ha impedido a la Gerencia la toma de decisiones acertadas y efectivas en función del mejoramiento de sus resultados económicos. Además no se ha aplicado un modelo de control interno de inventario de mercaderías acorde a las necesidades de la empresa, por lo que las inconsistencias en los saldos han limitado al Centro Ferretero el Dorado de la ciudad de Puyo determinar la razonabilidad de la información presentada en estados financieros y su contraparte en auxiliares de inventario de mercaderías. Finalmente, en la empresa no existe una política adecuada de segregación de funciones, lo que hace de este, el origen de múltiples irregularidades dadas al interior de la institución que, sumado al inadecuado control del manejo del inventario de mercaderías, podría conducir a corto o mediano plazo al Centro Ferretero el Dorado de la ciudad de Puyo a un colapso irremediable.

Según (Cabrera, 2014) Ingeniero De Producción en un seminario de investigación sobre “El Impacto de los Indicadores de Control de Inventarios en la Cadena de Suministro”. Tiene como objetivo determinar el impacto que los indicadores puede tener dentro del control de inventarios, el diseño de la investigación es correlacional , no experimental llego a las siguientes conclusiones: Los principales indicadores de control de inventarios son el indicador de rotación el cual permite tener un control efectivo de las salidas de las diferentes mercancías, el indicador exactitud tiene como fin estar controlando que tan confiable es el inventario y el indicador de duración del inventario permite saber cuánto tiempo permanece una determinada mercancía en la organización y por otro lado obtuvo resultado a partir de los indicadores de control de inventario, que el modelo ABC es el que maneja las variables más importantes: el costo la cantidad y la rotación.

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

Según (Hemeryth Charpenter, & Sanchez Gutierrez, 2013), en su tesis titulado "Implementación de un sistema de Control Interno Operativo en los almacenes para mejorar la gestión de inventarios de la Constructora A&A S.A.C". El nivel de investigación descriptiva y el tipo es no experimental. Llego a las siguientes conclusiones: El personal de almacenes tienen un nivel de educación bajo para el trabajo que realizan, por lo que están en proceso de aprendizaje gracias a capacitaciones otorgadas por la empresa, existiendo un alto grado de compromiso con la labor que desempeñan dentro de la misma; además se encontraron deficiencias en los procesos dentro de los almacenes, por lo que se definieron y documentaron, teniendo claro la secuencia de actividades a realizar por cada uno y permitiendo un mejor control de los inventarios.

Según (Ticona Grados, 2008) en su tesis titulado "El Desarrollo de un Control de Inventarios para mejorar la Rentabilidad de La Empresa Book Center SAC.de la Ciudad de Trujillo", su metodología fue: el tipo es no experimental y nivel de investigación es correlacional ; obtuvo las siguientes conclusiones: los trabajadores no llevan a cabo arqueos diarios de los artículos y el personal de Book Center S.A.C. no cuenta con capacitación de ningún tipo, de modo que los conocimientos que aplican en el desarrollo de las actividades son aquellos que van adquiriendo durante sus labores, por la experiencia en el tiempo de servicio que tienen en la empresa.

### **2.1.3 Antecedentes Locales**

No se encontraron antecedentes locales

## **2.2 Bases Teóricas**

A continuación desarrollaremos el surgimiento de la gestión de inventarios y sus dimensiones respectivamente para tener conocimiento más amplio de lo que se quiso investigar y sin duda es de estos temas de interés empresarial.

### **2.2.1 Gestión**

Una gestión se refiere a todos aquellos trámites que se realizan con la finalidad de resolver una situación o materializar un proyecto. En el entorno empresarial o comercial, la gestión es asociada con la administración de un negocio el cual se lleva a cada a partir de procedimientos, reglas, políticas las cuales ayudaran a determinar si la gestión está siendo llevada correctamente

Según (Merino, 2012) gestión es, “la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo.” Al respecto de lo anterior, diremos que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. También tenemos otra definición de (G-general definista, 2011), el cual indica que la gestión es utilizado para referirse al: “conjunto de acciones, o diligencias que permiten la realización de cualquier actividad o deseo”. Dicho de otra manera la gestión nos es más que cumplir ciertas normas y procedimiento para alcanzar un fin.

#### **2.2.1.1 Tipos de gestión:**

Según (G-general definista, 2011) afirma que existen 5 tipos de gestion que acontinuacion detallamos:

##### ***a) Gestión pública***

Esta gestión pública la ejercen todos y cada uno de los entes que conforman el poder ejecutivo de una nación., está orientado al Estado Peruano que también realiza una gestión dentro de su trabajo. “Es aquella que se encuentra orientada hacia la eficaz administración de los recursos del Estado, con el objeto de satisfacer las necesidades de la población y promover el desarrollo del país” (G-general definista, 2011)

##### ***b) Gestión empresarial***

La gestión empresarial es primordial dentro de la dinámica de una economía de mercado, ya que las empresas tienen la oportunidad de analizar los distintos escenarios dentro de la economía que

respalden una óptima rentabilidad, que se ve reflejada en la generación de bienes y servicios. Según (G-general definista, 2011) afirma: “Es aquella que busca mejorar el rendimiento y competitividad de una empresa o negocio”. Entonces una gestión empresarial llevara a la empresa a ser competitivo dentro del mercado y además traerá consigo ingresos que ayudara al crecimiento empresarial.

**c) *Gestión del conocimiento***

Es aquella realizada dentro de una organización y que consiste en facilitar la transmisión de habilidades o información a sus trabajadores de una forma ordenada y eficiente.

**d) *Gestión social***

Son aquellas que utiliza una serie de mecanismos que fomenten la inclusión social y el nexo afectivo de la comunidad en los proyectos sociales. Se trata de proyectos que se realizan en una comunidad específica y que se fundamenta en el aprendizaje colectivo y continuo para la estructuración y ejecución de proyectos que tomen en cuenta las necesidades y problemas sociales.

**e) *Gestión ambiental***

Es aquella donde se emplean una serie de medios que se encuentran enfocados en solucionar, disminuir o prevenir todos los problemas de tipo ambiental, con la finalidad de lograr un desarrollo sostenible. Es decir que esta gestión implica cualquier actividad o política, que busque manejar de una manera global el medio ambiente.

**f) *Gestión educativa***

Se encuentra orientada hacia la consolidación de los proyectos educativos de las instituciones, que busca conservar la autonomía institucional, enmarcada dentro de las políticas públicas y que engrandece los procesos pedagógicos, con la finalidad de dar respuesta a las necesidades educativas ya sean nacionales, regionales o locales.

De los tipos de gestión, el ideal para nuestro trabajo es la gestión empresarial, puesto que se encarga de la forma de cómo llegar al mercado y ser competitivo, para ello depende mucho de la gestión que empleemos para lograr el objetivo. Además la gestión empresarial permite manejar las entradas y salidas de mercancías para determinar las necesidades que se priorizan y lograr la reducción de gastos.

## **2.2.2 Inventarios**

### ***2.2.2.1 Antecedentes del control de inventarios***

Hace aproximadamente 300 años; los Inventarios eran la medida de la riqueza y el poder, este comenzó en la antigüedad, cuando los pueblos debido a las épocas de escasez, deciden almacenar grandes cantidades de alimentos para hacer frente a ellas; así nace la idea de un mecanismo de control de reparto. A principios de los años 20: Se pone atención especial en la liquidez de los capitales particularmente de los inventarios, debido a la depresión del inventario. Decía (Pappilo 1697) "la existencia o riqueza de un reino no consiste solamente en nuestro dinero, sino también en nuestras mercancías y embarques para comerciar, y almacenes surtidos de materiales necesarios". Ya en los años 70: Se requería mantener un inventario suficiente con el fin de no faltar para ningún proceso ni agotar un producto terminado. Se tenían altos márgenes de rentabilidad y se justifica tener altos niveles de inventario, con elementos a favor como: altos índices de inflación y restricción a las importaciones. Ahora en los años 80: ya se calculaba el índice de rotación de inventarios (ventas (consumo)/valor inventario promedio) y posteriormente la velocidad del inventario. Incluso, se llegó a estudiar la forma de tener cero inventarios (Just time). También pensaban ya tener un inventario suficiente e imprimirle cierta dinámica, posteriormente en los años 90: ya se compra con más facilidad y los índices de inflación son más bajos. Algunas empresas se aceleran e incrementaron sus niveles de inventarios. Se acrecentó el problema que hoy en día tienen muchas empresas: exceso de

inventarios. Reporto (Whitin, 1957), “frecuentemente, los inventarios se conocen como el cementerio de los negocios americanos”, porque el exceso de existencias han sido una causa importante en el fracaso de dichos negocios. Hoy en día se emplean diferentes procesos y maquinas que faciliten la realización de los inventarios. Se cree que los inventarios son un método o procedimiento que ayuda a tener un control de las mercaderías y a llevar un orden en la empresa. En conclusión podemos decir: los inventarios aparecen con la necesidad que tuvo el hombre de almacenar y llevar orden o control de sus bienes para poder sobrevivir en las épocas de escasez.

#### **2.2.2.2. Definición de los inventarios**

Los inventarios tienen distintas definiciones de acuerdo a diversos autores de los cuales obtendremos una idea clara sobre lo que es, para ello se consideró a algunos autores que continuación menciono. Según (Ucha, 2011) , el inventario es “aquel registro de los bienes y demás objetos pertenecientes a una persona física, una empresa, una dependencia publica y se encuentra realizado a partir de mucha precisión y detallada en la plasmación de los datos”; lo cual indica que los inventarios sirven para tomar detalle de los bienes que se tienen de una empresa u organización, es por ello que algunas empresas comerciales consideran como activo a los bienes con los que se cuenta. “el inventario es un activo y se define como el volumen del material disponible en un almacén: insumos, producto elaborado o producto semielaborado” (Zapata Cortes, 2014) para las empresas industriales el inventario está basado en material disponible para la elaboración de un producto, sin embargo para una empresa comercial se refiere al volumen de mercancías que se encuentra disponible para la venta.

El inventario es el conjunto de mercancías o artículos que tiene la empresa para comerciar con aquellos, permitiendo la compra y venta o la fabricación primero antes de venderlos, en un periodo económico determinados” (Zea, 2015), por consiguiente diremos que

el inventario es uno de los activos disponibles más grandes existentes en una empresa para la venta las cuales deben aparecer en el grupo de activos circulantes. El inventario aparece tanto en el balance general como en el Estado de Resultados. En el balance General, el inventario a menudo es el activo corriente más grande. En el estado de resultado, el inventario final se resta del costo de mercancías disponibles para la venta y así poder determinar el costo de las mercancías vendidas durante un periodo determinado.

### **2.2.2.3 Funciones del inventario**

Es importante mencionar que los inventarios son vitales para la salud de la empresa, por lo tanto ayuda a determinar los siguientes aspectos que a continuación mencionan.

Según (Zea, 2015), Considera algunas funciones:

- Ayuda a la independencia de la relación operación, continuidad de las variaciones de demanda
- Determina condiciones económicas de aprovisionamiento
- Determina las óptimas secuencias de operaciones
- Hace uso óptimo de la capacidad productiva.

### **2.2.2.4 Tipos de inventarios**

Según (Diaz, 1995), los tipos de inventarios considerados según las actividades a las que se dedican las empresas son los siguientes:

- ***Inventarios de materia prima o insumos:*** Son aquellos en los cuales se contabilizan todos los materiales que no han sido modificados por el proceso productivo de la empresa.
- ***Inventarios de materia semielaborada o productos en proceso:*** Como su propio nombre lo indica, son aquellos materiales que han sido modificados por el proceso productivo de la empresa, pero que todavía no son aptos para la venta.

- ***Inventarios de productos terminados:*** Son aquellos donde se contabilizan todos los productos que van a ser ofrecidos a los clientes, es decir que se encuentran aptos para la venta.
- ***Inventarios de materiales para soporte de las operaciones, o piezas y repuestos:*** son aquellos donde se contabilizan los productos que aunque no forman parte directa del proceso productivo de la empresa, es decir no serán colocados a la venta, hacen posible las operaciones productivas de la misma, estos productos pueden ser: maquinarias, repuestos, artículos de oficinas, etc.

#### **2.2.2.5 Importancia de los inventarios**

Debemos tener precaución a la hora de poseer inventarios altamente exagerados, puesto que generaría un inventario elevado donde podemos descuidar la existencia de algún artículo y este se convierta en un gasto para la empresa y demora en obtener liquidez de ello, además si se tratara de una empresa industrial provocaría el paro de la producción de la empresa, o por el otro lado, al no tener en inventario lo que se necesita, podemos ocasionar el paro de la producción de la empresa a la cual le proveemos dicho artículo. Entonces la importancia de los inventarios nace del cuidado que nosotros le debemos a esta, veamos la siguiente afirmación.

Según (Zea, 2015), la importancia de los inventarios radica en lo siguiente:

Es muy importante que las empresas tengan su inventario atentamente controlado, vigilado y ordenado, dado a que de éste depende el proveer y distribuir adecuadamente lo que se tiene, colocándolo a disposición en el momento indicado. Sin duda alguna, para cualquier tipo de empresa se hacen necesarios los inventarios dado a que la base de todas las organizaciones consiste en la compra y venta de bienes y servicios, haciéndose necesaria la existencia de los inventarios, los cuales le van a permitir tener control de la



mercancía y a su vez generar reportes de la situación económica de la empresa.

De lo anterior podemos decir que la importancia no solo consiste en mantener un orden sino también en cumplir con los requerimientos de nuestros clientes para ello se debe controlar de una forma minuciosa a fin de evitar despilfarros y mermas de las mercancías que en el caso de ropas de vestir, evitar que la prenda ingrese a la etapa de obsolescencia o llamada de otra manera “mercadería hueso” o pasada de moda.

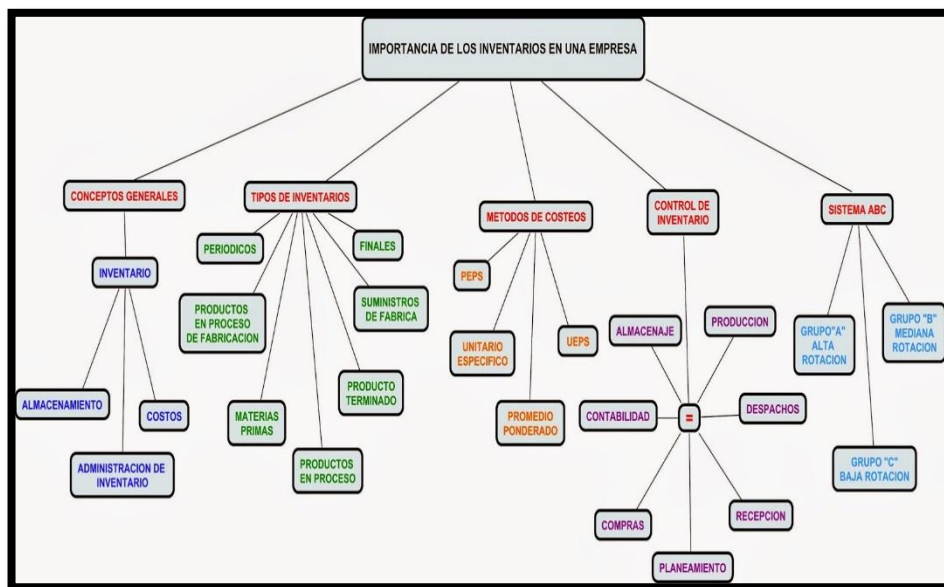


Figura 1: Importancia de los inventarios.

Fuente: Diaz (1995).

### 2.2.3 Control de Inventarios

A medida que el producto pasa por los distintos procedimientos antes de llegar al final (venta), cada departamento encargado de cada proceso tiene responsabilidades lo cual constituye el sistema de control interno de los inventarios; las funciones generales para cada departamento planteado.

Según (Zea, 2015), son los siguientes:

### **2.2.3.1 Planeamiento**

El departamento encargado del presupuesto o pronóstico de ventas es el departamento de ventas, los cuales se basan en estimaciones futuras los mismos que tendrá una variación en ellos resultados finales; sin embargo ofrecen una base para medir la efectividad de las operaciones actuales.

### **2.2.3.2 Compra u obtención**

Se encarga del control de producción, que consiste en determinar los tipos y cantidades de materiales que se requieren; asimismo compras, se encarga de colocar la orden compra y mantener la vigilancia necesaria sobre la entrega oportuna del material.

### **2.2.3.3 Recepción**

Es el departamento que se encarga de la aceptación de los materiales recibidos, después que estos hayan sido debidamente contados, inspeccionados en cuanto a calidad y comparados con una copia aprobada de la orden de compra.

### **2.2.3.4 Almacenaje**

Las materias primas, los productos terminados y más, pueden encontrarse bajo la custodia del departamento de almacenes cuya responsabilidad incluye lo siguiente:

- Comprobación de las cantidades que se reciben para determinar que son correctas.
- Facilitar almacenaje adecuado, como medida de protección contra los elementos y a las extracciones no autorizadas.
- Extracción de materiales contar la prestación de autorizaciones de salida para producción o embarque.

### **2.2.3.5 Producción**

Este departamento se encarga de lo siguiente:

- La información adecuada sobre el movimiento de la producción y los inventarios.
- Notificación rápida sobre desperdicios producidos, materiales dañados, etc., de modo que las cantidades y costos correspondientes de los inventarios. Puedan ser debidamente ajustados en los registros.
- La información rápida y precisa de parte de la fábrica, constituye una necesidad para el debido funcionamiento del sistema de costo y los procedimientos de control de producción.

#### **2.2.3.6 Despachos**

Todos los despachos, incluyéndose aquellas partidas que no forman parte de los inventarios deben efectuarse, preferiblemente a base de órdenes de embarque, debidamente aprobadas y preparadas independientemente.

#### **2.2.3.7 Contabilidad**

Con respecto a los inventarios, es mantener control contable sobre los costos de los inventarios, a medida que los materiales se mueven a través de los procesos de adquisición, producción y venta. Es decir la administración del inventario se refiere a la determinación de la cantidad de inventario que se debería mantener, la fecha en que se deberán colocar las órdenes y la cantidad de unidades que se deberá ordenar, por lo que la contabilidad juega un papel muy importante en determinación de los costos incurridos en la producción o adquisición del producto para luego llevarlos al balance general y obtener como resultado el costo de las mercancías vendidas durante un periodo determinado.

De todo lo anterior podemos enfatizar que cada departamento cumple un rol muy importante en el control de inventarios.

#### **2.2.4 Gestión de Inventarios**

En el entorno empresarial la gestión de inventarios se define como el proceso encargado de asegurar la cantidad de productos adecuados en la organización, de tal manera que se pueda asegurar la operación continua de los procesos de comercialización de productos a los clientes; es decir, asegurar que las mercancías siempre estén disponibles, cumpliendo con las promesas de cumplir con las necesidades a los clientes que cada vez son más exigentes. Asimismo la necesidad de gestionar los inventarios consiste en el hecho de asegurar los niveles de producto requeridos para el funcionamiento de la empresa y la distribución al cliente final, pues sin duda es proceso complejo, en cuanto que existe variaciones en los interés de los clientes, lo que genera procesos de incertidumbre que en la eventualidad de no manejarse adecuadamente puede producir desabastecimiento para la empresa y para los clientes.

Según **Diaz (1995)** indica:

Es el conjunto de mecanismos que puede utilizar la dirección que permiten aumentar la probabilidad de que el comportamiento de las personas que forman parte de la organización sea coherente con los objetivos de esta. Se entiende por Gestión de Inventarios, todo lo relativo al control y manejo de las existencias de determinados bienes, en la cual se aplican métodos y estrategias que pueden hacer rentable y productivo la tenencia de estos bienes y a la vez sirve para evaluar los procedimientos de entradas y salidas de dichos productos.

Es por ello que cada empresario debe tener conocimiento de cómo llevar a cabo una buena gestión de inventarios así fuere complejo el manejarla bien. Asimismo “Los inventarios deben entonces hacer la función de colchón ante un cambio de demanda o una falencia en el proceso de abastecimiento de la empresa” (Zapata Cortes, 2014); lo que significa que el abastecimiento de mercancías debe primar siempre en

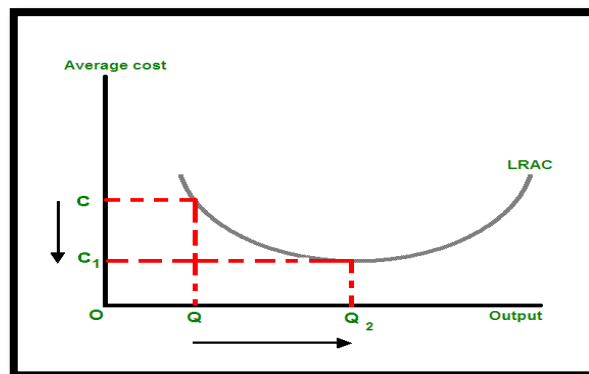
nuestro almacén para seguir satisfaciendo las necesidades de los clientes.

#### **2.2.4.1 Objetivos de la Gestión de Inventarios**

Los objetivos a considerar para la gestión de inventarios serán los que a continuación mencionamos:

##### **a. Generar economías de escala**

Se define como la disminución de los costos de producir un producto a medida que la cantidad de producción aumenta. Quiere decir a mayor producción menor costo.

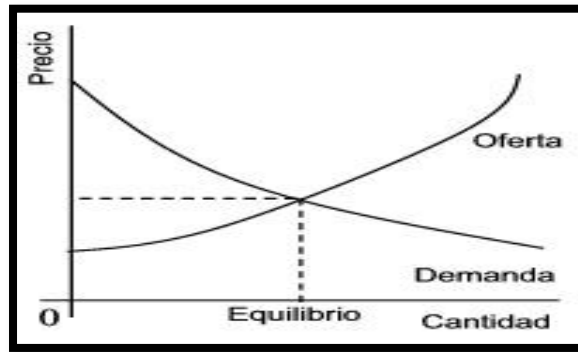


**Figura 2:** *Economía de Escala.*

**Fuente:** *Wikipedia (la enciclopedia libre).*

##### **b. Equilibrar la oferta y la demanda**

Para equilibrar la oferta y la demanda se debe conocer el mercado y al momento de ofrecer nuestros productos a los clientes se podrá vender todo, porque lo ofertado si abasteció a nuestro cliente. Quiere decir se debe ofertar tanto como se demanda para cumplir con el equilibrio de ambos (Zapata, 2014).



**Figura 3:** *Equilibrio de la oferta y la demanda*

**Fuente:** *Economía WS*

**c. Protección contra fluctuaciones en el abastecimiento de materia prima**

En este caso se aplica especialmente a empresas exportadoras y agroindustrias; está relacionado con “la adquisición de materias primas a plazo futuro permitiendo realizar estimaciones económicas para la adquisición de las mismas” (Escobar, 1980), lo que significa que en lo posterior podría generar problemas en la cadena de abastecimiento.

**d. Protección contra los desajustes entre las áreas que intervienen en el proceso**

Los inconvenientes que se presentan están relacionados con desajustes como: problema en el plazo de entrega de la mercadería a los proveedores por la insuficiencias al momento de elaborar la compra y creación del producto y al entrega.

**e. Mejorar el servicio al cliente**

El nivel de servicio en la gestión de inventarios puede ser definido de dos maneras.

Según **Cortes (2014)** indica:

La primera hace referencia a las relaciones con el cliente y la segunda a la disponibilidad de materiales o servicio. Las relaciones con el cliente se refieren al hecho de que

el cliente se mantenga satisfecho con el servicio prestado, lo cual no solo hace referencia al cumplimiento de las exigencias de compras, sino también a la forma como se relaciona con la empresa y lo que el cliente piensa sobre su proveedor. El segundo nivel de servicio relacionado con la disponibilidad de materiales se refiere al hecho de satisfacer el cliente mediante el cumplimiento de su demanda; es decir, asegurando que siempre que éste solicite material, se le abastezca sin ningún inconveniente (pág. 69).

Esto conlleva a que las empresas deben proveerse de una cierta cantidad de materiales en el inventario, de tal manera que la probabilidad de que no se tenga el número de ítems requeridos por el cliente se reduzca

“El objetivo de la gestión de inventarios prima en obtener equilibrio entre la de optimizar el servicio que se les ofrece a los clientes en relación con la inversión monetaria necesaria para este fin” (Zapata Cortes, 2014), lo que significa que para poder ofrecer un buen servicio al cliente se tiene que presupuestar el gasto que este generaría con la finalidad de incluir en el precio el costo de este.

Otros problemas que se presentan son:

- Falta de mano de obra, espacio físico y tecnología.
- Falta de uso o deterioro
- Impuesto
- Gastos de seguro
- Robos o pérdidas.

Se puede concluir que si se gestiona adecuadamente el inventario permitirá tener beneficios de un gran margen de utilidad.

#### 2.2.4.2 Costo de mantener inventarios

También conocido como costo por existencia, y hace referencia a todos los gastos asociados a mantener los stocks en la bodega de la organización (Zea, 2015). Los principales costos de mantener inventarios son:

- **El capital.**- hace referencia a la pérdida de valor de los materiales con respecto al tiempo.
- **Impuestos.**- son los gastos en impuestos que deben incurrirse por adquirir y por tener el inventario.
- **Seguro.**- son todos aquellos valores que debe pagar la empresa con respecto a los materiales por efecto de deterioro, accidentes, pérdidas, entre otros.
- **Obsolescencia.**- este valor corresponde a la pérdida de la mercancía cuando el tiempo de vida del producto ha caducado.
- **Almacenamiento.**- los costos de almacenamiento incluyen los costos operativos que se incurren por guardar los materiales en el almacén.

Los principales costos de almacenamiento son:

- Costo del espacio
- Costo de mano de obra
- Costo de energía e infraestructura.

**Tabla 1:** Componentes típicos del costo de inventarios.

Concepto	%Promedio	Rango
Costo de capital	10%	4 – 40%
Impuesto	1%	0,5 – 2%
Seguro	0.5%	0 - 2%
Obsolescencia	1,2%	0,5 - 2%
Almacenamiento	2%	0 – 4%
<b>Totales</b>	<b>14,25%</b>	<b>4 - 50%</b>

**Fuente:** Elaboración propia.



### **2.2.4.3 Costo de ordenar**

Los costos asociados al proceso de sostener un inventario se diferencian según la naturaleza de la organización y consiste en:

- **Para la actividad comercial:** consiste en el proceso de emitir una orden de pedido (llamadas telefónicas, preparación de formatos, gastos administrativos de papeleo, además de los gastos intrínsecos aun proceso de pedir determinada cantidad de unidades como lo son los asociados a los procesos de recepción).
- **Para la actividad productiva (fabricación o ensamblaje):** Consiste en “los costos asociados a los procesos de alistamiento de corridas de producción, además del proceso logístico de transmisión de órdenes” (Cortes, 2014).

## **2.2.5 Fundamentos de la política de surtidos**

### **2.2.5.1 Definición de surtidos**

Es la variedad de artículos o referencias puestos a la venta, hace que de él dependan las ventas de la empresa detallista surtidos (Legorburu, 2008). De lo anterior podemos indicar que la ubicación en los puestos claves genera la posibilidad de la adquisición del producto con rapidez y alcance. Todo surtido debe satisfacer un amplio abanico de necesidades de los clientes de un establecimiento, además de proporcionar la mayor rentabilidad al mismo.

Entonces todas las empresas deben manejar una política de surtidos para puedan atender las necesidades del cliente exigente, puesto que todos tienen distintas necesidades y gustos por lo que una gran variedad del producto a ofrecer hace mejor la adquisición de los mismos, y se pueda cumplir con satisfacer las necesidades de cada cliente.

### **2.2.5.2 Características de la política de surtidos**

Existe una clasificación para los distintos tipos de surtidos las cuales son determinados de la siguiente manera por (Pradere, 2004).

- *Amplitud del surtido.*- Llamado también ancho del surtido, el cual indica el número de secciones existentes en un punto de venta, así como el número de necesidades distintas satisfechas.
- *Profundidad del surtido.*- Determina el número de referencias que tiene una sección, es decir la variedad de productos ofrecidos para satisfacer una misma necesidad.
- *Coherencia.*- Es la combinación de las características antes mencionadas.

### **2.2.5.3 Tipos de surtidos**

#### **2.2.5.3.1 Surtido ancho y profundo**

Con este tipo de surtido se cubren todas las necesidades, ya que en cada punto de venta habrá tantas secciones y familias de productos como sean capaces de satisfacer los diversos deseos de la clientela. Ejemplo: en una tienda de modas que ofrece una amplia gama de productos, se observa que tiene una amplitud de secciones para satisfacer las necesidades de modas de niños, niña, juvenil, hombre, mujer con la posibilidad de satisfacer cada sección. Además teniendo marcas, colores, diseños diferentes los cuales constituyen la amplitud del surtido.

#### **2.2.5.3.2 Surtido ancho y poco profundo**

Este tipo de surtidos satisface las necesidades inmediatas pero de forma limitada; por ejemplo, en una tienda de proximidad que tiene una amplitud de seis secciones, perfumería, electrodomésticos, ferretería, papelería, confecciones masculinas y femeninas, pero con limitación de no satisfacer todas las necesidades en cuanto a marca, diseños,

tamaño del frasco, colores, variedad de equipos, que constituyen la poca profundidad del surtido.

#### **2.2.5.3.3 Surtido estrecho y profundo**

Este tipo de surtido satisface pocas necesidades pero con una posibilidad de elección muy amplia. Ejemplo: en una tienda ropas exclusivamente de mujeres mayores de 18 años, el surtido es capaz de satisfacer las necesidades de ese rubro e inclusive brindarle una variedad de lo que desean puesto que el mercado es exclusivamente para esa sección. Constituyendo así la profundidad del surtido.

#### **2.2.5.3.4 Surtido estrecho y poco profundo**

Surtido especializado, pero con poca posibilidad de elección. Lo constituyen casos un tanto particulares. Ejemplo el vendedor ambulante que solo vende algunas especialidades de producto en el mercado.

El tipo de surtido puede ser utilizado en definir las magnitudes de las secciones y de las familias.

- *Secciones*: Engloban una serie de familias de artículos, que son controlados y gestionados por la persona encargada de la sección por ejemplos: droguería, caballeros, frutería, congelados.
- *Familias*: Están formadas por un grupo de productos que satisfacen una misma necesidad y, a su vez, están constituidas por un conjunto de subfamilias.

Tabla 2: *Tipos de políticas de surtidos.*

<b>Formas comerciales según la magnitud del surtido</b>			
<b>Surtido ancho y profundo</b>	<b>Surtido estrecho y profundo</b>	<b>Surtido ancho y poco profundo</b>	<b>Surtido estrecho y poco profundo</b>
Supermercados	Tiendas especializadas	Tiendas de localidad	Tiendas de descuentos
Grandes almacenes	-	Autoservicios	Puesto de un mercado
Hipermercados	-	Almacenes populares	Comercio ambulante

Fuente: (Pradere, 2004).

### **2.2.6 Parámetros de la gestión de inventarios**

En esta fase se le da respuesta a un grupo de interrogantes que surgen a la hora de gestionar los inventarios. ¿Qué tipo de inventario tener?, ¿Qué cantidad de producto se debe pedir?, ¿Qué cantidades almacenar?, ¿Cómo proteger la empresa ante incertidumbres? A estas cuestiones es posible darles respuesta mediante el cálculo de los parámetros de gestión de inventarios (Zapata Cortes, 2014). Estos parámetros tienen indicadores que ayuden entender mejor en lo que consiste mantener dichos parámetros los cuales mencionamos a continuación:

#### **2.2.6.1 Ciclo de gestión de pedido**

Cuando nos referimos al ciclo de pedido, hacemos mención a las etapas por la que pasa un producto antes de ser llevado al comprador o consumidor final, (Andres, 2011), define que la gestión del ciclo de pedido es “el procedimiento por el que pasa el producto antes de llegar a nuestra empresa para luego ser vendido al comprador final” por lo que existen pasos los cuales mencionaremos a continuación tomando como referencia la definición de Andrés quien indica cada etapa por la que el producto pasa antes de llegar al consumidor final es la siguiente:

- **Primera Etapa: Recepción del Pedido.**- Se recibe la información acerca de un producto que se necesita. Entre esta información se encuentra la cantidad, tiempo y aplicación.
- **Segunda Etapa: Comprobación del Pedido.**- Se verifica toda la información entre el cliente y el productor. También se analiza la forma de pago.
- **Tercera Etapa: Comprobación de las Existencias.**- Se verifica el inventario para comprobar si se puede responder con el pedido.
- **Cuarta Etapa: Priorización de Pedidos.**- Hace énfasis en servicio al cliente y fidelización.
- **Quinta Etapa: Preparación del Pedido.**-Aclara las características del transporte del pedido.
- **Sexta Etapa: Envío y Entrega.**- El producto o la mercancía son despachados y entregada al comprador.
- **Séptima Etapa: Facturación.**- Se hace entrega de toda la documentación que soporta el precio del producto y sus declaraciones y cláusulas.
- **Octava Etapa: Cobro.**- Se recibe la cantidad de dinero acordado para el pago del producto.

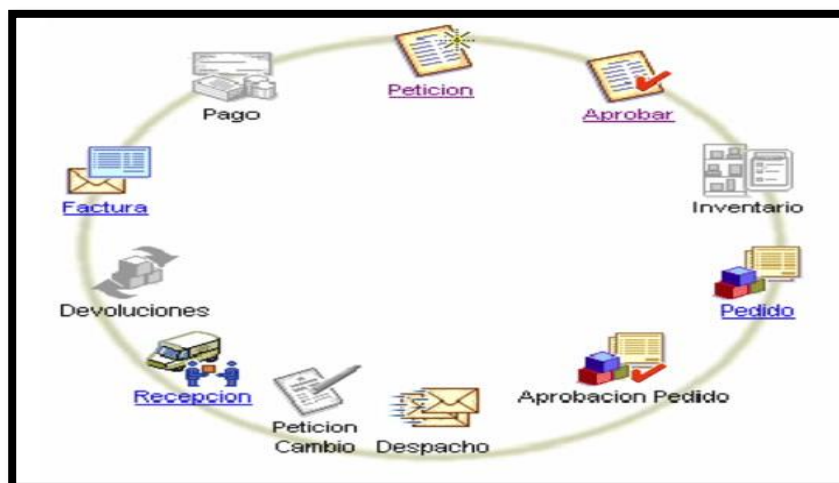


Figura 4: ciclo de pedido.

Fuente: blog de camilo Andrés.

### **2.2.6.2 Reconocimiento de la demanda**

El reconocimiento de la demanda responde a las interrogantes ¿Quiénes son?, ¿Cómo son?, ¿Dónde están?, etc. (Santoyo, 2006) de lo anterior podemos deducir que el reconocimiento de la demanda es hacer un seguimiento de la demanda que compra o adquiere nuestros productos, además el tiempo en el vuelve a adquirir el producto y como son en sus exigencias y otros aspectos más, los cuales nos ayudaran a llevar control de ellos y convertirlos en clientes fijos y cubrir sus necesidades.

Una vez dado respuesta a las interrogantes empezaremos por analizar la estructura de la demanda.

#### **2.2.6.2.1 Estructura de la demanda**

La demanda está conformada por todos aquellos que forman parte del mercado potencial para un producto, los cuales tienen características demográficas, socioeconómicas, geográficas, psicológicas pertinentes para el consumo de determinados productos, para lo cual es necesario hacer hincapié en aspectos que ayudaran a que el reconocimiento de la demanda sea eficiente, para ello estudiaremos algunas herramientas que nos ayudaran y son las siguientes:

- **Estratificación**

Es la partición de la población del mercado en sectores que comparten características similares de interés para la empresa o para la estrategia de mercadotecnia o de comercialización.

- **La formación del perfil del cliente.-** Consiste en reconocer las características de cada cliente en cuanto a la adquisición de un producto, puesto que cada cliente presenta distinto gusto y preferencia del mismo; por lo que las necesidades cada vez son más exigentes. Por ello es importante identificar

al cliente y hacer seguimiento de ellos para incrementar las ventas y ganar mercado.

- **Niveles socioeconómicos.-** Identificar los niveles socioeconómicos de nuestros clientes es muy importante puesto que de ello depende que tipo de producto ofrecer y a qué precio. Además los productos van de la mano con la calidad del producto y su duración, por lo que saber que producto ofrecemos a nuestros clientes dependerá de la satisfacción que ellos sientan con la obtención del producto específico.

### **2.2.6.3 Tamaño de pedido**

Para definir el tamaño de pedido, mencionaremos ha:

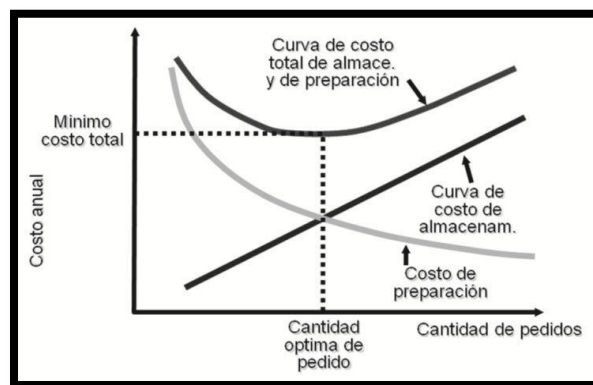
**Zapata Cortes (2014)** indica:

También conocida como tamaño de lote, consiste en una determinada cantidad de mercancía, en un periodo establecido, a solicitar al proveedor y se hace por medio de una orden de compra física o electrónica; de esta forma, si se hace un pedido cada diez semanas, el tamaño promedio del lote, "Q", será igual a la demanda correspondiente a diez semanas. De ahí que el tamaño de lote, "Q", varía en forma directamente proporcional al tiempo transcurrido entre pedidos; y mientras más tiempo exista entre ellos, mayor tendrá que ser el porcentaje del inventario que variará en forma proporcional al tamaño del lote.

Todo pedido al proveedor implica realizar un proceso de solicitud de abastecimiento y almacenamiento de mercancía, por lo tanto se generan dos costos asociados a la orden: el costo de pedir y el costo de mantener el inventario, cuya suma es en esencia, el costo total del manejo del inventario. En la figura 5 se grafican estos costos con respecto a la cantidad a pedir, permitiendo observar varias cosas: A medida que se aumenta la cantidad de material a ordenar se hace

más barato el costo de ordenar (costo de preparación del pedido), lo que se debe a que a mayor cantidad de material se realizan menores pedidos, y por ende se incurren en menores costos. A medida que se aumenta la cantidad a ordenar, los costos de almacenamiento se hacen mayores, ya que a medida que se incrementa la cantidad de mercancía se requieren mayores movimientos, más seguro, más capital, etc.

La curva de costos totales presentan un comportamiento similar al de una parábola, el cual presenta un valor mínimo que corresponde a la cantidad a ordenar donde la suma de los costos totales es menor.



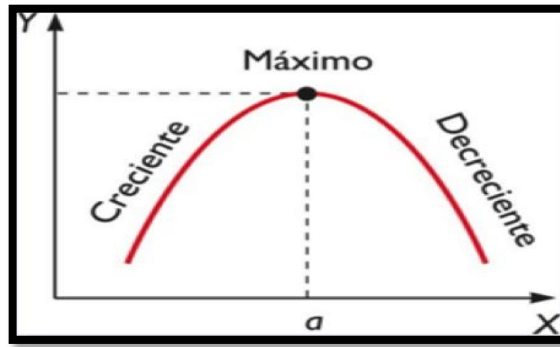
**Figura 5:** Costo con respecto a la cantidad de pedir  $Q$ .

**Fuente:** (Zapata, 2014).

#### 2.2.6.4 Nivel de inventario máximo

Tener niveles máximos de inventario en la empresa indica que este debe establecerse lo suficientemente alto como para garantizar que siempre haya un suministro adecuado en todo momento durante el ciclo de pedido y lo suficientemente bajo como para que este no este excedido y provoque un derroche de existencia u obsolescencia (Cortes, 2014).





**Figura 6:** Niveles máximos.

**Fuente:** William Salazar (emaze).

#### **2.2.6.4.1 Como se calcula eficientemente el máximo de inventarios**

Se calcula de la siguiente manera:

Existencia máxima = consumo máximo diario x tiempo de reposición De Inventario + existencia mínima.

Ejemplo:

$$EM = 5 \times 15\text{días} + 45\text{ñb}$$

$$EM = 120 \text{ cantidades.}$$

#### **2.2.6.4.2 Inventarios de seguridad**

Normalmente este tipo de inventario se maneja en empresas de alimentos perecibles, donde el desabastecimiento provocaría pérdida monetaria y de clientes puesto que la desconfianza de en una próxima tenga lo requerido por ellos, además la temporada juega mucho en este tipo negocios puesto que se puede producir una escasez, por lo que se debe tener un inventario de seguridad para los clientes potenciales.

El inventario de seguridad es “una cantidad de mercancía que busca evitar problemas en el servicio al cliente y ahorrarse los costos ocultos por concepto de agotados, estableciendo una determinada cantidad de mercancía en el almacén como inventario de seguridad” (Cortes, 2014). Ese inventario es una protección contra la incertidumbre de la demanda, del tiempo de entrega y de los escasos. Además este inventario es realmente útil cuando los

proveedores no entregan la cantidad deseada, en la fecha convenida y con una calidad aceptable, o bien, cuando en el proceso de producción se generan desperdicios o reprocesos. El inventario de seguridad garantiza que la operación fluya normalmente.

#### **2.2.6.5 Inventario corriente para satisfacer la demanda**

El llevar inventario en una empresa es muy valiosa, puesto que ayuda a satisfacer de manera oportuna a la demanda tan exigente. Además de un inventario que normalmente se debería hacer para tener controlado, está la de llevarlo de forma corriente; esto quiere decir que cuando más minucioso sea nuestro registro más clara será información que tengamos, por ende será de utilidad para la toma de decisiones de la alta gerencia.

#### **2.2.7 Determinación del método de gestión para cada producto**

Existen diversos métodos que nos ayudaran en la gestión de inventarios, los se desarrollan a continuación:

##### **2.2.7.1 Sistema ABC**

El sistema ABC, es un método de categorización de inventario que consiste en la división de un producto en tres categorías, A, B y C; donde la categoría A, pertenece a la categoría de producto más valioso y la categoría C, es considerada la menos valioso. **(Joffrey Collignon, 2012)** el método ABC debe clasificarse basándose en las siguientes reglas:

- **Los artículos A**, son bienes cuyo valor de consumo anual es “el más elevado”. El principal 70 - 80 % del valor de consumo anual de la empresa generalmente representa solo entre el 10 y el 20 % de los artículos de inventario totales.
- **Los artículos C**, son artículos con el menor valor de consumo. El 5 % más bajo del valor de consumo anual generalmente representa el 50 % de los artículos de inventario totales.

- **Los artículos B**, son artículos de una clase intermedia, con un valor de consumo medio. Es el 15 - 25 % de valor de consumo anual generalmente representa el 30 % de los artículos de inventario totales.

### 2.2.7.2 Método de máximos y mínimos

De acuerdo a (Fernandez, 2011), nos indica que el método de máximos y mínimos, “es un sistema desarrollado especialmente para alcanzar el control de los almacenes al día y lograr el inventario óptimo”. Asimismo indica que con este método se establece los niveles deseados de máximos y mínimos de existencia para cada producto y establece un periodo fijo de revisión de sus niveles. Según muestra la figura 7, dentro de un manejo de inventario se debe mantener máximos y mínimos para cumplir con lo que detallamos a continuación:

#### 2.2.7.2.1 Los niveles máximos de existencia,

Se establecen lo bastante altos como para garantizar un suministro adecuado en todo momento durante el ciclo de pedidos, pero lo bastante bajo como para prevenir el exceso y derroche de existencias.

#### 2.2.7.2.2 Los niveles mínimos de existencia

Se establecen al nivel más bajo posible, pero incluyen un margen de seguridad para prevenir que se agoten.

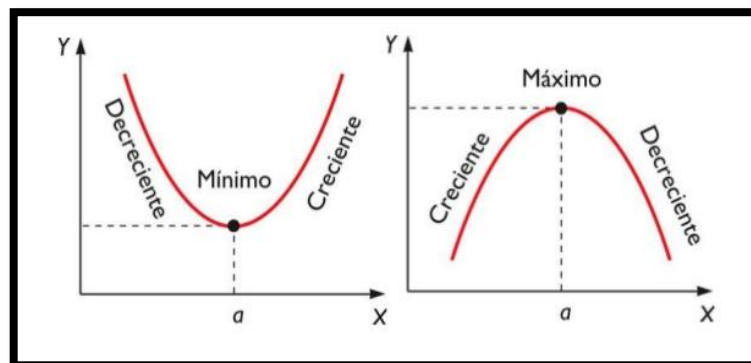


Figura 7: Máximos y Mínimos.

Fuente: (Teresa, 2013).

### **2.2.7.3 Método de frecuencia fija**

El método de Frecuencia fija se selecciona para gestionar los tipos de productos de prioridad media, ya que este método permite adquirir las cantidades necesarias en cada pedido.

**Aguero Zardon (2015)** afirma:

La principal diferencia con respecto al método MAX-MIN, es que en este caso la frecuencia de pedido está predeterminada. Esto quiere decir que la frecuencia fija nos ayuda a determinar qué cantidad debemos hacer pedido de acuerdo a la aceptación del producto, temporada, moda, festividades y otros; para ello se debe hacer seguimiento continuo a cada producto tomando en cuenta el tiempo de rotación.

Esto se ajusta a las características de dichos tipos de productos, cuya demanda, al mantener un nivel medio de frecuencia de movimiento, se puede cubrir con las cantidades almacenadas entre un pedido y otro.

### **2.2.7.4 Método cantidad económica de pedido**

Este modelo fue desarrollado en 1913 por Ford Whitman Harris, un ingeniero que trabajaba en *Westinghouse Corporation* pero al principio este fue analizado por el Consultor Wilson quien publicó un artículo en 1934 que popularizó el modelo. Por esta razón, este también suele ser conocido como el Modelo de Wilson (Diaz, 1995).

Es conocido por las siglas (EOQ), modelo fundamental para el control de inventarios. Es un método que tomando en cuenta los aspectos: demanda conocida o constante, costo de mantener el inventario y el costo de ordenar un pedido, produce como salida la cantidad óptima de unidades a pedir para minimizar costos por mantenimiento del producto. El modelo EOQ parte de los siguientes supuestos básicos:

- La demanda es conocida, constante e independiente. En general se trabaja con unidades de tiempo anuales pero el modelo puede aplicarse a otras unidades de tiempo.
- El lead time (tiempo de carga o tiempo de reabastecimiento) del proveedor, o de alistamiento es constante y conocido.
- El inventario se reabastece instantáneamente cuando llega a cero, con la llegada del lote pedido.
- No existen descuentos por volumen de pedido.
- Los costes totales son la suma de los costes de adquisición, los costes de mantener el inventario (proporcionales al volumen/importe del inventario) y los costes de ordenar (fijos por orden), y su formulación es constante y conocida a lo largo del período considerado.

Todo pedido al proveedor implica realizar un proceso de solicitud de abastecimiento y almacenamiento de mercancía, por lo tanto se generan dos costos asociados a la orden: el costo de pedir y el costo de mantener el inventario, cuya suma es en esencia, el costo total del manejo del inventario. En la figura 8 se grafican estos costos con respecto a la cantidad a pedir, permitiendo observar varias cosas:

- A medida que se aumenta la cantidad de material a ordenar se hace más barato el costo de ordenar (costo de preparación del pedido), lo que se debe a que a mayor cantidad de material se realizan menores pedidos, y por ende se incurren en menores costos.
- A medida que se aumenta la cantidad a ordenar, los costos de almacenamiento se hacen mayores, ya que a medida que se incrementa la cantidad de mercancía se requieren mayores movimientos, más seguro, más capital, etc.

La curva de costos totales presentan un comportamiento similar al de una parábola, el cual presenta un valor mínimo que corresponde a la cantidad a ordenar donde la suma de los costos totales es menor (Cortes, 2014).

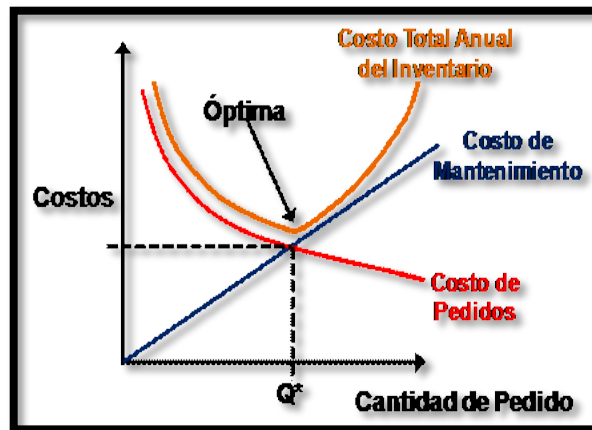


Figura 8: Cantidad económica de pedido

Fuente: (Zapata Cortes, 2014)

### 2.2.8 Indicadores de la gestión de inventarios

Los indicadores son aquellos aspectos importantes que nos ayudan a determinar con exactitud cómo está siendo manejada la gestión de inventarios dentro de una empresa, puesto que muchas veces no sabemos identificar las causas que conllevan a una mala gestión.

A continuación desarrollaremos cada una de los indicadores de la gestión de inventarios.

#### 2.2.8.1 Rotación de mercaderías

Este indicador busca medir las veces en que la mercancía entra y sale de la organización (rotación del inventario) y es expresado como: “las veces en que el capital invertido en el inventario se recupera a través de las ventas” (Cortes, 2014).

La ecuación para el cálculo de la rotación del inventario es:

<b>Rotación de inventario =</b>	Ventas acumuladas/ inventario promedio	= número de veces
---------------------------------	---	-------------------

### Ejemplo:

**Tabla 3:** Ecuación Sobre rotación de inventarios.

Información a ingresar			
Mes	Ventas acumuladas	Inventario promedio	Valor indicador
Enero	45,000	8,000	5.6
Febrero	69000	10750	6.4
Marzo	48500	8200	5.9
Abril	67000	9300	7.2
Mayo	68900	10000	6.9
Junio	71300	12600	5.7
Julio	53100	8150	6.5
Agosto	51750	8500	6.1
Setiembre	66150	9700	6.8
Octubre	56500	9200	6.1
Noviembre	72000	13000	5.5
Diciembre	58000	8900	6.5

Fuente: *Elaboración propia*

### Resultado:

El valor que se obtiene por cada mes nos indica el número de veces que la mercadería rota o interpretado de otra manera indica el número de veces que el capital invertido se recupera.

### 2.2.8.2 Duración de la mercancía

Este indicador busca determinar el tiempo que la mercancía está en inventario, de manera que pueda conocerse el nivel de inventario en riesgo de perderse o quedar obsoleto (Cortes, 2014).

La fórmula para el cálculo de este indicador es:

<b>Duración del inventario =</b>	Inventario final/ ventas promedio	<b>X 30 días</b>
----------------------------------	--------------------------------------	------------------

#### Ejemplo:

Tabla 4: Duración de inventarios.

<b>Información a ingresar</b>			
<b>Mes</b>	<b>Ventas promedio</b>	<b>Inventario final</b>	<b>Valor indicador (días)</b>
<b>Enero</b>	45,000	8,000	5.6
<b>Febrero</b>	69000	10750	6.4
<b>Marzo</b>	48500	8200	5.9
<b>Abril</b>	67000	9300	7.2
<b>Mayo</b>	68900	10000	6.9
<b>Junio</b>	71300	12600	5.7
<b>Julio</b>	53100	8150	6.5
<b>Agosto</b>	51750	8500	6.1
<b>Setiembre</b>	66150	9700	6.8
<b>Octubre</b>	56500	9200	6.1
<b>Noviembre</b>	72000	13000	5.5
<b>Diciembre</b>	58000	8900	6.5

Fuente: elaboración propia

#### Resultado:

El resultado obtenido nos indica el tiempo en días, en el que un producto permanece en inventario (almacén) o dicho de otra manera el tiempo que demora en venderse el producto. Teniendo esta información la gerencia puede tomar decisiones claves para evitar que el producto se pierda o quede obsoleto.



### 2.2.8.3 Vejez de la mercadería

Este indicador busca controlar la cantidad de mercancía que este mucho tiempo dentro del inventario con el fin de evitar obsoleto. Asimismo nos permite identificar el nivel de mercancías no disponibles para despacho por obsolescencia, deterioro, averías, devueltas en mal estado, vencimientos (Cortes, 2014).

La fórmula para el cálculo de este indicador es:

<b>Vejez de la mercancía =</b>	Unidades dañadas + obsoletas + vencidas.	/unidades disponibles en el inventario
--------------------------------	---	---

#### Ejemplo:

**Tabla 5:** Cuadro sobre la vejez de la mercancía

Mes	INFORMACIÓN A INGRESAR				
	UNIDADES DAÑADAS	UNIDADES OBSOLETAS	UNIDADES VENCIDAS	UNID. DISPONIBLES EN INVENTARIO	VALOR INDICADOR
ENE	450	350	50	15.000	6%
FEB	420	355	75	16.000	5%
MAR	415	380	48	17.500	5%
ABR	418	360	60	17.000	5%
MAY	422	345	55	18.250	5%
JUN	428	365	57	19.000	4%
JUL	435	355	51	19.750	4%
AGO	439	347	45	25.000	3%
SEP	443	330	42	21.250	4%
OCT	451	315	38	22.000	4%
NOV	436	322	43	28.000	3%
DIC	419	305	48	30.000	3%
Año: xxxx					

Fuente: (Zapata, 2014)

#### Resultado:

En la figura nos muestra como resultado, el porcentaje de producto obsoleto que tenemos por cada mes, este resultado nos ayuda a determinar qué tipos de mercancías no debemos pedir en los próximos pedidos, además a medir la cantidad adecuada que debemos pedir. Asimismo conocer la cantidad de mercancía que está entrando a la etapa de obsolescencia o vejez.

#### 2.2.8.4 Exactitud en inventarios

Este indicador nos muestra y ayuda a controlar la confiabilidad de la mercancía que se encuentra almacenada, además de controlar y medir la exactitud en los inventarios en pos de mejorar a confiabilidad. Este indicador se calcula cada mes.

La fórmula para el cálculo de este indicador es:

<b>Exactitud en inventarios =</b>	Valor diferencia en soles /valor total de inventario
-----------------------------------	--

**Ejemplo:**

**Tabla 6:** *Exactitud del inventario*

MES	INFORMACIÓN A INGRESAR		
	VALOR DIFERENCIA (\$)	VALOR TOTAL INVENTARIO	VALOR INDICADOR
ENE	7.000.000	120.000.000	6%
FEB	5.000.000	135.000.000	4%
MAR	6.000.000	110.000.000	5%
ABR	6.500.000	111.666.667	6%
MAY	4.800.000	106.666.667	4%
JUN	3.500.000	101.666.667	3%
JUL	5.000.000	125.000.000	4%
AGO	5.300.000	140.000.000	4%
SEP	5.600.000	130.000.000	4%
OCT	5.900.000	130.000.000	5%
NOV	4.900.000	100.000.000	5%
DIC	4.500.000	110.000.000	4%
Año: xxxx			

**Fuente:** (Cortes, 2014)

**Resultado:**

El valor que obtuvimos como resultado nos indica el nivel de confiabilidad de la información de inventarios con la finalidad de identificar posibles desfases en los productos almacenados. Además este indicador nos ayuda a determinar la cantidad exacta de productos y/o mercancías que tenemos en almacén para que nos ayude con la determinación del valor económico (en dinero) que tenemos o contamos en la actualidad.

### 2.2.8.5 Valor económico del inventario

Este indicador nos ayuda a controlar y medir el valor de la mercancía que se encuentra almacenada con respecto a las mercancías que están saliendo por ventas.

La fórmula para el cálculo de este indicador es:

Valor económico del inventario	=	Costo de venta del mes/ valor inventario físico.
--------------------------------	---	--

#### Ejemplo:

Tabla 7: Determinación del valor económico de la mercancía.

MES	INFORMACIÓN A INGRESAR		
	VALOR INV. FISICO	VALOR COSTO VENTA/MES	VALOR INDICADOR
ENE	12.000.000	\$ 69.000.000	17%
FEB	10.000.000	\$ 75.000.000	13%
MAR	11.000.000	\$ 81.000.000	14%
ABR	15.000.000	\$ 87.000.000	17%
MAY	17.000.000	\$ 85.000.000	20%
JUN	19.000.000	\$ 99.000.000	19%
JUL	21.000.000	\$ 105.000.000	20%
AGO	23.000.000	\$ 111.000.000	21%
SEP	20.000.000	\$ 100.000.000	20%
OCT	27.000.000	\$ 123.000.000	22%
NOV	29.000.000	\$ 129.000.000	22%
DIC	31.000.000	\$ 135.000.000	23%

Fuente: (Cortes, 2014)

#### Resultado:

El resultado nos indica el porcentaje del costo del inventario respecto al valor económico de la mercancía con el fin de evaluar el cumplimiento de las políticas de inventario de la empresa.

Este indicador tiene mucha importancia para las empresas y es un tema en el que la contabilidad no está ajeno, puesto que trabajo de esta área determinar el costo del inventario y así la gerencia valerse de esa información para tomar decisiones.

### 2.3 Definición de Términos.

Algunos términos del trabajo de investigación para aclarar el concepto de cada definición, los considerados son los siguientes:

- **Obsolescencia.-** Son aquellos productos que se encuentran en mal estado o no apto para su distribución.
- **Inventario.-** Es el registro que se realiza a aquellas operaciones dentro de almacén.
- **Monitoreo.-** Es el seguimiento que se hace a un determinado producto.
- **Surtido.-** Es la variación del producto
- **Amplitud.-** Es la cantidad de productos que tienes para ofrecer.
- **Coherencia.-** Es la combinación entre la variedad y la cantidad.
- **SPSS.-** Es un programa de estadística que sirve para obtener resultados de una investigación.
- **Rotación.-** Es la cantidad de veces en la un producto rota en el almacén.
- **Eficiencia.-** Capacidad de realizar o cumplir adecuadamente una función.
- **Eficacia.-** Capacidad de producir el efecto deseado o de ir bien para determinada cosa.
- **Indicador.-** Que indica o sirve para indicar algo.

## **CAPÍTULO III**

### **PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.**

#### **3.1 Análisis de Tablas y Figuras**

##### **3.1.1 Análisis e interpretación de resultados**

En este capítulo desarrollamos un análisis a los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, los cuales están representados por tablas y figuras por cada dimensión planteada, asimismo cada figura ira acompañada de una interpretación a cada resultado obtenido.

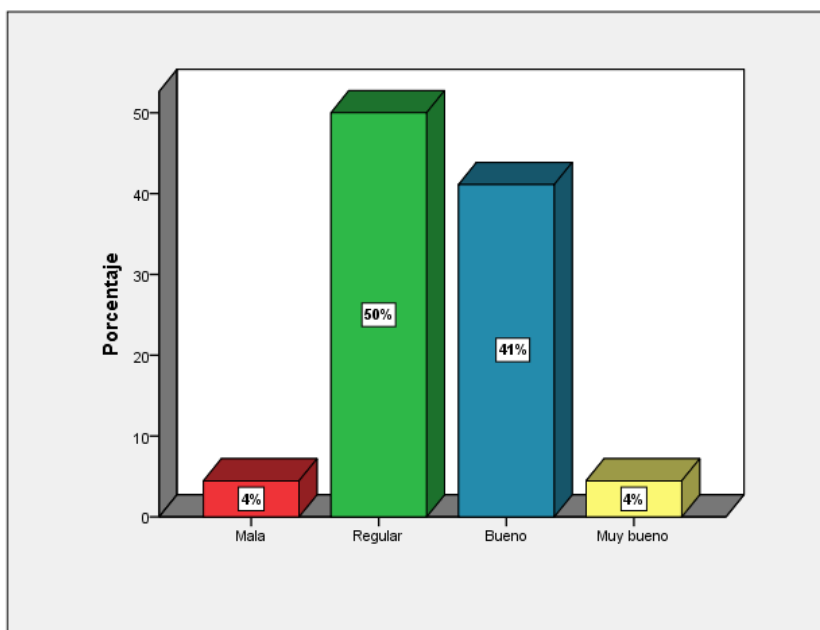
Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a desarrollar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojará será la que indique las conclusiones |a la que se llegó con la investigación realizada a los microempresarios.

A continuación mostraremos tablas y figuras por dimensiones:

**Tabla 8:** Fundamentos de la política de surtidos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Mala	4	4,4	4,4	4,4
	Regular	45	50,0	50,0	54,4
	Bueno	37	41,1	41,1	95,6
	muy bueno	4	4,4	4,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Base de datos del SPSS.



**Figura 9:** Fundamentos de la política de surtidos.

**Fuente:** Base de datos del SPSS

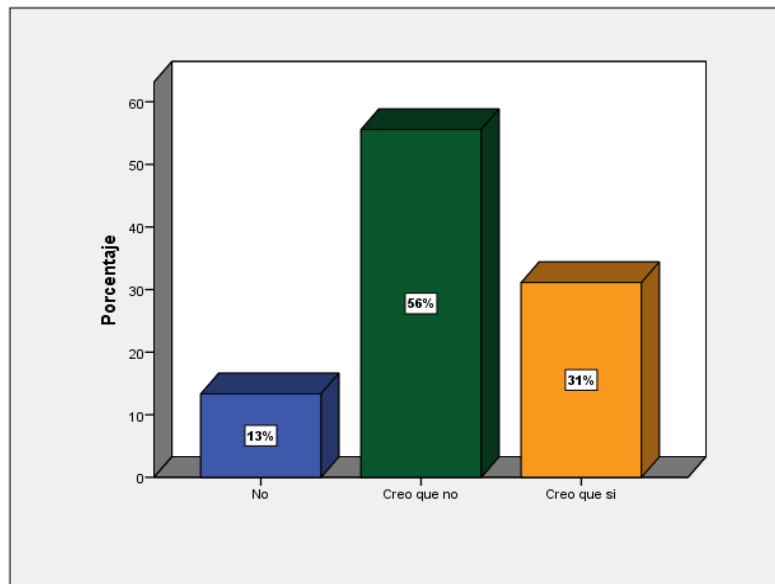
**Análisis:** Según la figura N°9 el resultado muestra que el 4% de los encuestados es mala su política de surtidos, del 50% su política es regular mientras que del 41% es buena su política de surtidos y solo el 4% indica que es muy bueno.

**Interpretación:** El obtenido indica que la mitad de los encuestados tienen regular conocimiento sobre políticas de surtidos lo que significa que solo la mitad prestan atención a este tema a raíz de resultado que desconocen la importancia de mantener variedad de productos lo que como consecuencia trae la pérdida de clientes.

**Tabla 9:** Parámetros de la gestión de inventarios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	12	13,3	13,3	13,3
creo que no	50	55,6	55,6	68,9
creo que si	28	31,1	31,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

**Fuente:** Base de datos del SPSS.



**Figura 10:** Parámetros de la Gestión de inventarios.

**Fuente:** Base de datos del SPSS.

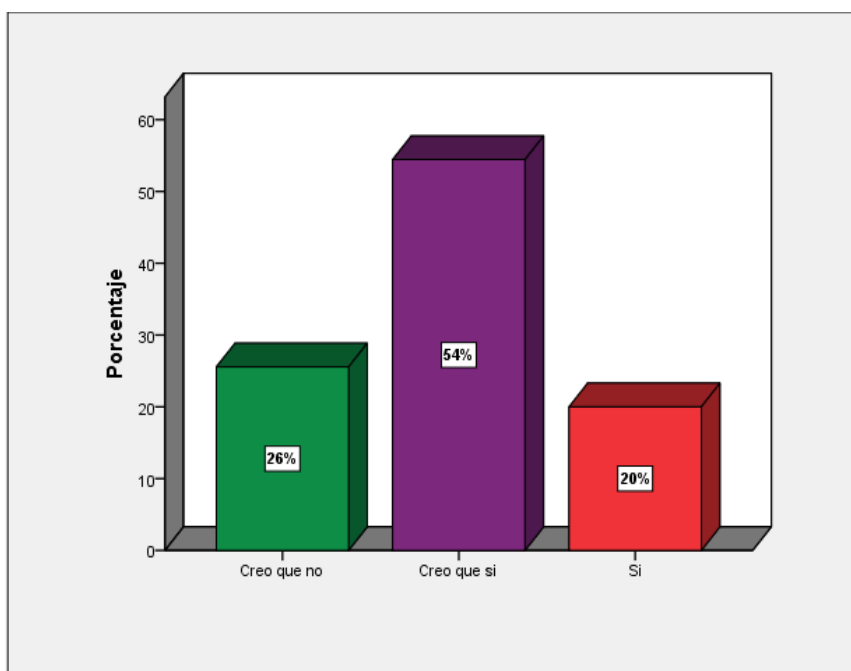
**Análisis:** En la figura 10 se obtuvieron los siguientes resultados el 13% dice no conocer los parámetros de gestión de inventarios, el 56% muestra inseguridad negativa y el 13% muestra inseguridad positiva.

**Interpretación:** El resultado nos indica que los encuestados no saben que es mantener parámetros de gestión de inventarios lo que significa que al no seguir este indicador los empresarios tienden a tener consecuencias en la adquisición de mercadería esto a raíz de que no compran basándose en el inventario sino en ideas o suposiciones todo por la idea que el realizar una gestión es muy tedioso y quita tiempo, entonces están expuestos que a larga puede traer disminución de capital.

**Tabla 10:** Método de gestión para cada tipo de producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	creo que no	23	25,6	25,6	25,6
	creo que si	49	54,4	54,4	80,0
	Si	18	20,0	20,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

**Fuente:** Base de datos



**Figura 11:** Método de gestión para cada tipo de producto.

**Fuente:** Base de datos del SPSS

**Análisis:** Los resultados obtenidos son: el 26% cree que no tienen determinado un método de gestión, el 54% cree que sí y el 20% dice que sí aplican un método para su negocio.

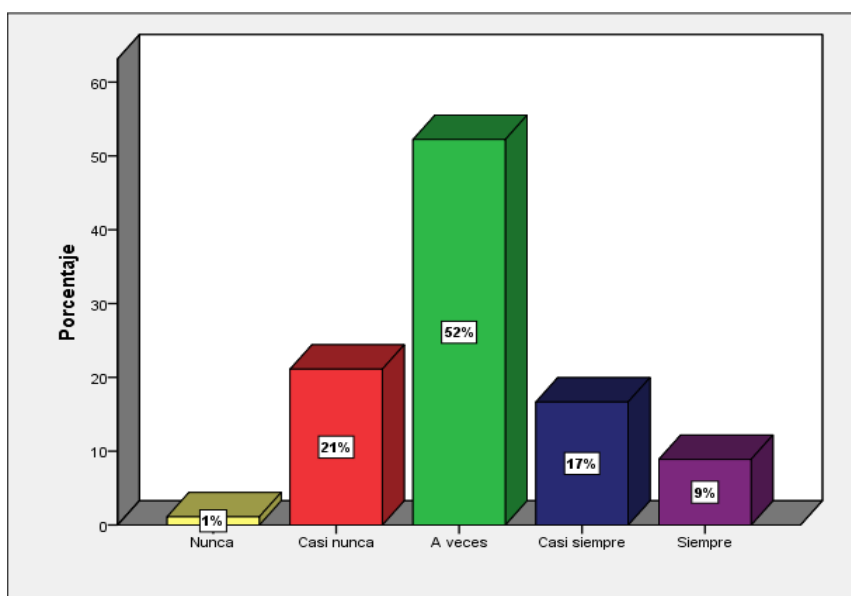
**Interpretación:** En el resultado se puede observar un porcentaje alto respecto al manejo de método de gestión; sin embargo este grupo presenta cierta incertidumbre respecto al adecuado método para su negocio lo que indica que no tienen la capacitación respectiva en el tema y esto a consecuencia de que tienen el pensamiento de que es costoso, quita mucho tiempo y es muy complicado de aplicar en el negocio.



**Tabla 11:** *Indicadores de la Gestión de Inventarios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,1	1,1	1,1
	casi nunca	19	21,1	21,1	22,2
	a veces	47	52,2	52,2	74,4
	casi siempre	15	16,7	16,7	91,1
	Siempre	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

**Fuente:** *Base de datos*



**Figura 12:** *Indicadores de la Gestión de Inventarios*

**Fuente:** *Base de datos del SPSS.*

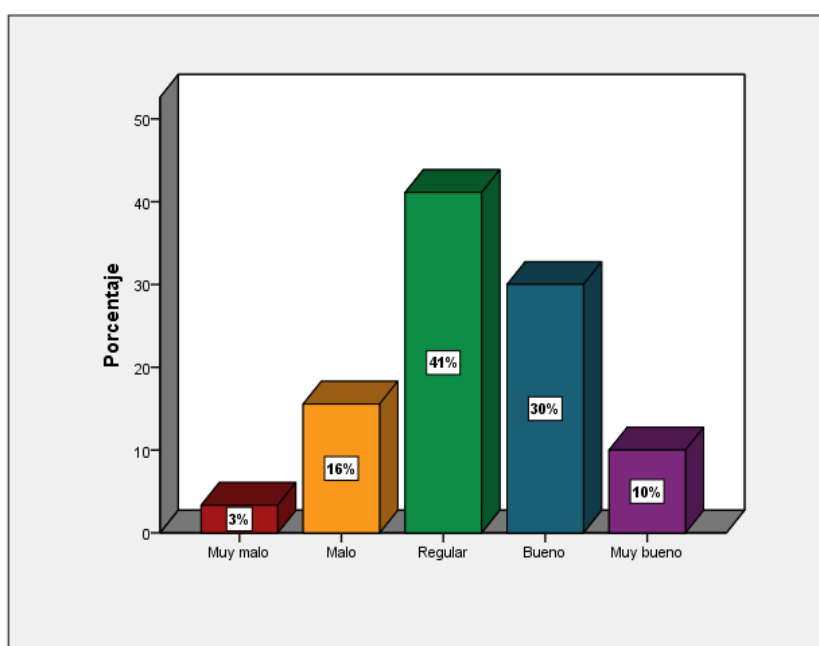
**Análisis:** En la figura 12 los resultados obtenidos son el 1% nunca maneja indicadores de gestión, el 21% casi nunca, el 52% a veces, el 17% casi siempre y el 9% afirma que siempre maneja y aplica indicadores de gestión de inventarios.

**Interpretación:** En los resultados podemos observar que solo un 9% de los encuestados manejan indicadores de gestión y el resto no con mucha frecuencia esto a raíz de que no le prestan la debida importancia y no solo eso, sino que también consideran que no tienen tiempo y es muy costoso, entonces consideramos que este es un factor más para el cese de tiendas.

**Tabla 12:** Variable Gestión de Inventarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy malo	3	3,3	3,3	3,3
	Malo	14	15,6	15,6	18,9
	Regular	37	41,1	41,1	60,0
	Bueno	27	30,0	30,0	90,0
	muy bueno	9	10,0	10,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

**Fuente:** Base de datos.



**Figura 13:** Gestión de Inventarios

**Fuente:** Base de datos del SPSS.

**Análisis:** En la figura 13 se muestra los siguientes resultados; el 3% indica que la gestión de inventarios es muy malo, el 16% indica que es malo, el 41% es regular, el 30% dice que es bueno y 10% considera que es muy bueno.

**Interpretación:** Sobre la Gestión de Inventarios los microempresarios consideran que es de regular utilidad seguido de un 30% que afirma que es bueno pero no lo pone en práctica por consiguiente este resultado sale a raíz que de realmente no tienen pleno conocimiento de la importancia de emplear una gestión de inventarios optimo y de que trabajan en base a suposiciones y perspectivas del día.

### 3.1.2 Estadísticos Descriptivos

**Tabla 13:** *Estadísticos*

		Fundamentos de las políticas de surtidos	Cálculos de parámetros de la gestión de inventarios	Determinación del método de gestión para cada tipo de producto	Indicadores de la gestión de inventarios	Gestión de inventarios
N	Válido	90	90	90	90	90
	Perdidos	0	0	0	0	0
Media		3,46	2,18	2,94	3,11	3,28
Mediana		3,00	2,00	3,00	3,00	3,00
Moda		3	2	3	3	3
Desviación estándar		,656	,646	,676	,880	,960
Varianza		,431	,417	,458	,774	,922
Mínimo		2	1	2	1	1
Máximo		5	3	4	5	5

**Fuente:** *Base de datos del SPSS.*

#### **Interpretación:**

En la tabla 13 se muestran resultados de la estadística descriptiva para cada dimensión y variable de la investigación.

**D<sub>1</sub>:** Respecto a los fundamentos de la política de surtidos se percibe que la media, mediana, moda muestran un valor de 3 lo que significa que el conocimiento respecto a la política de surtidos es regular, de igual forma la desviación estándar y la varianza muestran un valor 0,656 y 0,431 lo que significa una diferencia cerca a la unidad.

**D<sub>2</sub>:** Respecto a los parámetros de la gestión de inventarios se percibe que la media, mediana y la moda tienen como resultado un valor de 2 lo que significa que los microempresarios no manejan parámetros de gestión de inventarios, por otro lado la desviación estándar y la varianza muestran valores como 0,646 y 0,417 respectivamente, lo que significa una diferencia cerca a la unidad.

**D<sub>3</sub>:** Respecto al método de gestión para cada producto se observa que la media, mediana y la moda tienen resultado equivalente a 3 lo que significa

que los microempresarios regularmente aplican o manejan un tipo de método para el control de sus mercancías. Por otro lado la desviación estándar y la varianza muestran valores como 0,676 y 0,458 respectivamente lo que significa una diferencia moderada a la unidad.

**D<sub>4</sub>:** En cuanto a los indicadores de la gestión de inventarios se percibe que la media, mediana y la moda tienen como resultado equivalente a 3, lo que significa que la aplicación de indicadores regular. Por otro lado la desviación estándar y al varianza muestra valores como 0,880 y 0,774 respectivamente, lo que significa una diferencia cerca a la unidad.

**V.I:** Por último, la Gestión de inventarios tiene como resultado de la media, mediana y la moda el 3, lo que significa que el conocimiento es regular, además la desviación estándar y al varianza tiene como valores de 0,960 y 0,922 lo que indica que existe una diferencia cerca a la unidad.

### **3.2 Discusión de Resultados**

Los resultados obtenidos se asemejan a los resultados de la investigación de CAJAHUISHCA PAREDES, CARLOS ANTONIO (Ecuador, 2017) de la Universidad Técnica De Ambato previo a la obtención del Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA donde indica que el Centro Ferretero el Dorado de la ciudad de Puyo no aplica un modelo de control de inventario de mercaderías acorde a las necesidades de la empresa, por lo que las inconsistencias en los saldos han limitado determinar la razonabilidad de la información presentada en estados financieros y su contraparte en auxiliares de inventario de mercaderías y según nuestros resultados los microempresarios de Centro Comercial Altiplano Copacabana solo el 20% conoce o al menos pone en práctica la aplicación de un modelo de control de sus mercancías, por lo que no saben la realidad de sus ingresos.

Por otro lado los resultados obtenidos respecto a los indicadores de la gestión de inventarios comparten la idea sobre de importancia de estos con el trabajo de investigación de MLTON PONCE CABRERA Ingeniero De Producción (Bogotá, 2014) en un seminario de investigación sobre “El Impacto de los Indicadores de Control de Inventarios en la Cadena de Suministro”, donde en su conclusión indico que los indicadores de control de inventarios tienen un fuerte impacto en la toma de decisiones en las organizaciones y la cadena de suministro ya que permiten medir de forma cuantitativa y cualitativa el movimiento del inventario, lo que permite tomar decisiones estratégicas que logran subir la eficiencia en el proceso de la cadena de suministro y disminuir los costos, entonces según la encuesta solo el 9% le da importancia a la utilización de indicadores de gestión dentro de su negocio como son: rotación, duración, vejez, exactitud y valor económico de sus mercaderías por cuanto este se convierte en la base fundamental del problema en los microempresarios de este centro comercial.

Ahora en cuanto al personal que labora en este centro comercial , son personas sin conocimientos, entonces se necesita capacitar para que no sigan cometiendo errores así como indica Luis Hernán Ticona Grados en los resultados de su tesis: El personal de Book Center S.A.C. no cuenta con

capacitación de ningún tipo, de modo que los conocimientos que aplican en el desarrollo de las actividades son aquellos que van adquiriendo durante sus labores, por la experiencia en el tiempo de servicio que tienen en la empresa. Entonces se considera otro factor que clave en el problema que tiene este centro comercial.

Los resultados obtenidos en la presente investigación se pudieron comparar con 3 tesis que realizaron autores distintos por lo que se puede decir que este tema es muy importante para las empresas comerciales e industriales puesto que ellos manejan más cantidades de productos y suministros que necesitan estar registrados para llevar un control adecuado de ellos con la finalidad de conocer el movimientos de estos y los ganancias que generan.

## CONCLUSIONES

- La gestión de inventarios resulto ser regular en los microempresarios por lo que es causa fundamental para el cese de tiendas comerciales porque no llevan un adecuado procedimiento de inventarios.
- En cuanto a políticas de surtidos se tiene regular conocimiento lo que demuestra que su mercadería no se encuentra ubicada de manera estratégica lo que opaca la visión de los clientes y se pierde la posibilidad de una venta.
- Respecto a parámetros de gestión de inventarios un alto porcentaje de microempresarios no aplicación este indicador en su negocio, lo que significa que no hacen reconocimiento de la demanda ni saben el nivel máximo de inventario que se debe mantener en almacén.
- En la determinación del método de gestión para cada tipo de producto los microempresarios demuestran dudas respecto a la utilización de un método adecuado para su mercadería, en vista a esto se puede decir que el método más óptimo sería el sistema ABC y el método a pedido puesto que se trata de tiendas que necesitan que su producto se encuentre en buena ubicación y este pueda satisfacer las necesidades de sus clientes.
- Los indicadores de la gestión de inventarios en los microempresarios son aplicados a veces lo que demuestra que no le dan la debida importancia puesto que desconocen su incidencia en la reducción de costos y el aumento de utilidad, además según estudios de otros investigadores, indican que la buena aplicación de los indicadores ayudan en la toma de decisiones y reducción de riesgos como por ejemplo el fracaso de la empresa.

## RECOMENDACIONES

- Incentivar a los microempresarios a manejar una gestión de inventarios con finalidad de asegurar su permanencia en el mercado, puesto que para estos tiempos se requiere ser competitivo y más aun tratándose de tiendas comerciales la necesidad de los clientes es más exigente y satisfacerlo es una tarea que requiere organización.
- Se sugiere realizar capacitaciones a todos los microempresarios y enseñarles estrategias de ubicación de mercadería para que estas salten a la vista del cliente y se genere la oportunidad de venta.
- Se recomienda que los microempresarios cumplan con el ciclo de pedido, reconocimiento de la demanda y seguimiento de los mismos para lograr la fidelización de los mismos.
- La recomendación sería que el método de gestión apropiado para este tipo de negocio sería el sistema ABC y la venta por pedido puesto que la moda está presente en estos tipos de negocios y lo que menos se quiere es que quede mercadería obsoleta.
- Aplicar indicadores de gestión en su totalidad para reducción de sus costos, toma de decisiones de manera eficaz.



## BIBLIOGRAFÍA

- Aguero Zardon, L.-U. G.-M. (30 de octubre de 2015). *propuesta de gestion de inventario*. Obtenido de propuesta de procedimiento para la gestion de inventarios: <http://www.cyta.com.ar/ta1502/v15n2a2.htm>
- Andres, C. (31 de 03 de 2011). *gestion logistica: ciclo de gestion*. Obtenido de ciclo del pedido: <http://camilogistico.blogspot.pe/2011/03/ciclo-del-pedido.html>
- Cabrera, M. P. (2014). el impacto de los indicadores de control de inventarios en la cadena de suministro. Botoga.
- Cajahuishca Paredes, C. A. (2017). el control de inventario de mercaderias y su incidencia en la rentabilidad del centro ferretero el dorado. Puyo, Ecuador.
- comercio, d. e. (2013). importancia del control de inventarios. *boletin diario el peruano*, 10.
- Cortes, J. A. (2014). *fundamentos de la gestion de inventarios*. Medellin - Colombia: esumer. Recuperado el 24 de julio de 2017
- Diaz, S. (1995). *Marketing publishing*. España: diaz de santos. Recuperado el 25 de junio de 2016
- Directorio Central de Empresas y Establecimientos. (2016). *Demografia Empresarial en el Peru*. INEI. Cusco: RUC- SUNAT. Recuperado el 15 de junio de 2016
- Douglas, A. (5 de Mayo de 2003). *Diseños de investigacion*. Recuperado el 21 de Octubre de 2017, de [www.fmed.uba.ar/depto/metodologia/disenos.ppt](http://www.fmed.uba.ar/depto/metodologia/disenos.ppt)
- Escobar, F. J. (1980). investigacion operativa. En g. mendoza, *COMPENIO DE MERCADEO DE PRODUCTOS* (pág. 227). costa rica: IICA.
- Fernandez, s. m. (3 de junio de 2011). *metodo de maximos y minimos*. Recuperado el 27 de Julio de 2017, de metodo de maximos y minimos: <https://es.slideshare.net/stephaniemdzm/metodo-de-maximos-y-minimos>

- fundacion wikipedia. (23 de febrero de 2017). *cantidad economica de pedido enciclopedia libre*. Obtenido de cantidad economica de pedido: [https://es.wikipedia.org/wiki/Cantidad\\_Econ%C3%B3mica\\_de\\_Pedido](https://es.wikipedia.org/wiki/Cantidad_Econ%C3%B3mica_de_Pedido)
- Galindo, E. M. (7 de Agosto de 2013). *delimitacion del problema de investigacion*. Obtenido de metodologia de investigacion: <http://www.tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com>
- G-general definista. (21 de enero de 2011). *concepto definicion.de*. Recuperado el 3 de junio de 2016, de <http://concepto definicion.de/acerca-d/>
- G-general definista. (21 de enero de 2011). *concepto definicion.de*. Obtenido de <http://concepto definicion.de/acerca-d/>
- Hemeryth Charpenter,, F., & Sanchez Gutierrez, J. (Agosto de 2013). Implementacio de un sistema de control interno Operativo en lo almacenes para mejorar la gestion de la gestion de inventarios de la construccion A&A SAC. Trujillo.
- Joffrey Collignon, J. V. (15 de febrero de 2012).  *analisis ABC- inventarios definicion lokad*. Obtenido de analisis ABC- inventarios: [https://www.lokad.com/es/definicion-analisis-abc-\(inventario\)](https://www.lokad.com/es/definicion-analisis-abc-(inventario))
- Legorburu, I. O. (2008). la politica de surtidos como herramienta.  *estrategia y gestion de negocios*. Obtenido de politica de surtidos: [www.esyges.com](http://www.esyges.com)
- Mantuano, W. D. (MARZO de 2012). propuesta de mejoramiento de procedimientos para el control de inventarios aplicado en la empresa Vanidades S.A. ECUADOR.
- Merino, J. P. (2012).  *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/gestion/>
- Moran D, G., & Alvarado C, D. G. (2010).  *Metodos de investigacion* (1 ed.). (R. T. Mario, Ed.) Mexico: Pearson Education S.A. doi:<https://drive.google.com/file/de/0b7qpqbDV3vxvREEyMzV3YjIWd0E/view>
- Pradere, A. M. (2004).  *politica de surtido*. la Habana, Cuba: EDICIONES Cujae.
- Sampieri.R, H., Collado, C., & Lucio, P. B. (2014).  *Metodologia de la Investigacion* (sexta ed.). (C. M. Torres, Ed.) Mexico: McGRAW-HILL /

Interamericana Editorial, S.A. DE C.V. Recuperado el 25 de agosto de 2017, de <http://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/05/Investigaci%C3%B3n.pdf>

Santoyo, A. R. (2006). *reconocimiento del mercado para la MYPES*. Mexico: EUMED. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1389/mercado.htm>

teresa, c. (21 de mayo de 2013). *maximos y minimos de una funcion*. Obtenido de metodo de maximos y minimos: <https://es.slideshare.net/ceciliateresa/maximos-y-minimos-de-una-funcion>

Ticona Grados, L. R. (2008). *el desarrollo de un control de inventarios para mejorar la rentabilidad de la empresa Book Center SAC*. Trujillo.

Ucha, F. (24 de 11 de 2011). *definicion de inventario*. Obtenido de definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/economia/inventario.php>

Zapata Cortes, J. A. (2014). *fundamentos de la gestion de inventarios*. Medellin - Colombia: esumer. Recuperado el 3 de julio de 2017

Zapata, J. A. (2014). *Fundamentos De La Gestion De Inventarios*. Medellin - Colombia: Esumer.

Zea, A. C. (23 de 04 de 2015). *importancia de los inventarios en una empresa*. Recuperado el 21 de 06 de 2017, de importancia de los inventarios en una empresa: <http://inventariosenunaempresauniminuto.blogspot.pe/>

# **ANEXOS**

*Entrada al centro comercial por la plaza Túpac Amaru.*



*Encuestando a los microempresaria Sheila Castillo quien se encuentra atentamente contestando las preguntas.*





*Segunda microempresaria encuestada en su tienda de ropas para damas.*



*Tercera microempresaria respondiendo la encuesta*



# CUESTIONARIO

## Distinguido(a) servidor(a) del Centro Comercial “Altiplano Copacabana”

El cuestionario forma parte de un trabajo de investigación (tesis) cuyo fin es recoger información sobre “La Gestión de Inventarios en dicho centro comercial”. Su participación es fundamental debiendo responder a cada afirmación con la mayor sinceridad, objetividad y veracidad posible.

- Coloque una (X) en el recuadro correspondiente de acuerdo a las escalas de valoración que se les presenta para cada caso:

### 1. Fundamentos de las políticas de surtido

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Muy mala	Mala	Regular	Bueno	Muy bueno

N°	Ítems	1	2	3	4	5
1	¿Cómo considera la categorización de mercadería en su negocio?					
2	¿Qué calificación le darías a la categorización de su mercadería?					
3	¿Cómo observa la amplitud de surtido en cuanto a modelos de prendas en su negocio?					
4	¿Cómo califica el nivel de satisfacción del cliente con el surtido en cuanto a modelos de prendas de su mercadería?					
5	¿Cómo consideras Ud. la variación de productos en cuanto a diseño y colores en su negocio?					
6	¿Cómo es la satisfacción de los clientes con la variación de productos ofrecidos?					
7	¿Cómo califica el nivel de conocimiento sobre coherencia de surtidos?					
8	¿Cómo observa que esta la relación de surtidos de su mercadería actualmente?					
9	¿Cómo considera la coherencia del surtido de su mercadería?					
10	¿Cómo es el manejo que llevas en relación a los surtidos?					

## 2. Cálculos de Parámetros de la Gestión de Inventarios

1	2	3	4
No	Creo que no	Creo que si	Si

N°	Ítems	1	2	3	4	5
1	¿Considera Ud. Que los comerciantes del altiplano realizan un ciclo de gestión de pedido de sus mercaderías?					
2	¿Considera Ud. importante el ciclo de pedido?					
3	¿Se cumple con los procedimientos del ciclo de pedido en su negocio?					
4	¿Conoce Ud. a sus clientes?					
5	¿Cuándo identificas a tus clientes hace Ud. Seguimiento de ellos?					
6	¿Conoce Ud. el nivel máximo de inventarios con el que debe contar?					
7	¿Sabe Ud. cuando mantener un nivel máximo de inventarios?					
8	¿Mantiene inventario corriente para satisfacer la demanda?					
9	¿Considera Ud. Que los comerciantes del altiplano realizan un ciclo de gestión de pedido de sus mercaderías?					

## 3. Determinación del Método de gestión para cada tipo de producto

N°	Ítems	1	2	3	4	5
1	¿En su apreciación considera Ud. que los comerciantes del altiplano conocen el sistema ABC?					
2	¿Sabe Ud. si los comerciantes del Altiplano manejan el sistema ABC?					
3	¿Maneja Ud. otro tipo de sistema similar al sistema ABC?					
4	¿Conoce Ud. si los comerciantes manejan máximos y mínimo de inventario en su negocio?					
5	¿Considera Ud. que los comerciantes aplican el método de Frecuencia fija en cantidad de sus mercadería?					
6	¿En su apreciación considera Ud. importante mantener una frecuencia fija en cantidad de su mercadería?					
7	¿Maneja Ud. Método a pedido para satisfacer necesidades específicas de sus clientes?					



8	¿Sabe Ud. Si es necesario manejar las ventas por pedido?					
9	¿Considera Ud. importante trabajar más con pedido que con ventas directas?					
10	¿Considera que la venta por pedido sería mejor en su negocio?					

### 3. Indicadores de la gestión de inventarios

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

<b>N°</b>	<b>Ítems</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	¿Con que frecuencia determina Ud. la alta y baja rotación de su mercadería?					
2	¿Con que frecuencia Ud. Realiza rotación de mercadería?					
3	¿Conoce la duración de su mercadería en almacén?					
4	¿Hace seguimiento a la duración de mercaderías?					
5	¿Registra Ud. el conteo de su mercadería obsoleta?					
6	¿Se realiza conteo físico de mercadería obsoleta?					
7	¿Demuestra Ud. Conocimiento sobre la exactitud de su inventario?					
8	¿Con que frecuencia Ud. cuenta su mercadería?					
9	¿Cumple Ud. con determinar el valor económico de su inventario?					
10	¿Con que frecuencia Ud. determina el valor económico de su inventario?					

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TITULO:** LA GESTIÓN DE INVENTARIOS EN LOS MICROEMPRESARIOS DEL CENTRO COMERCIAL ALTIPLANO COPACABANA, CUSCO, 20

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA	ESTADISTICA
P.G. ¿Cómo es la gestión de inventarios en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017?	O.G. Describir la gestión de inventarios en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, cusco, 2017.	<b>V.I GESTION DE INVENTARIOS</b>	Fundamento de la política de surtidos	.Amplitud del surtido	<b>Tipo de investigación:</b> No experimental Básico. <b>Nivel de investigación:</b> Descriptivo <b>Diseño de Investigación:</b> Transversal <b>Método de investigación:</b> Deductivo <b>Método de análisis de datos</b> Los datos que se recogieron fueron procesados con la estadística descriptiva. La información se presenta en las tablas de frecuencia y porcentajes.	<b>Población:</b> Población de 117 microempresarios del "centro Comercial Altiplano Copacabana del cusco, 2017. <b>Muestra:</b> Será probabilística, la selección se realizara de manera aleatoria, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%. El cálculo se efectuara con: $n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$ donde n = 99 <b>Grafico:</b> M.....O donde: M: Es la muestra de estudio. O: Constituye la observación <b>Técnica:</b> Se utilizara la Encuesta. <b>Instrumento:</b> Se utilizó el cuestionario
PE1. ¿Cómo es el fundamento de la política de surtidos en los Microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017?	OE1.Describir el fundamento de la política de surtidos en los Microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, Cusco, 2017.		Calculo de los parámetros de la Gestión de Inventarios	. Ciclo de gestión del pedido		
PE2. ¿Cómo es el cálculo de parámetros de gestión de inventarios los Microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, 2017?	OE2.Describir los parámetros de la gestión de inventarios en los Microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, 2017.		Método de gestión para cada tipo de producto	. Reconocimiento de la demanda.		
PE3. ¿Cómo es la determinación del método de gestión para cada tipo de producto en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, 2017?	OE3.Describir la determinación del método de gestión para cada tipo de producto de los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana,2017		Indicadores de la gestión de inventarios.	.Tamaño de pedido		
PE4. ¿Cómo son los indicadores de la Gestión de Inventarios en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana, 2017?	OE4.Describir los Indicadores de la Gestión de Inventarios en los microempresarios del Centro Comercial Altiplano Copacabana,2017			. Nivel máximo de inventarios		
				. Inventario corriente para satisfacer la demanda		
				. Sistema ABC		
				.Máximos y Mínimos		
				.Frecuencia fija		
				.Cantidad económica de pedido		
			. Rotación de mercancías			
			. Duración de mercancías			
			. Vejez de la mercancía			
			.Exactitud de inventarios			
			. Valor económico del inventario.			