



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**SISTEMA DE CONTABILIDAD, CONTROL DE INVENTARIOS Y PROVEEDURÍA
PARA EL SUPERMERCADO “CORINA”, DEL BARRIO LA VICTORIA DE LA
CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA**

AUTORA: DIANA ISABEL HUERA VACA

DIRECTOR: RITA LUCÍA LOMAS PAZ, Mgs.

IBARRA, JULIO 2018

RESUMEN EJECUTIVO

La contabilidad y el control de inventarios siendo una herramienta importante dentro del convivir diario para pequeñas y grandes empresas comerciales, se ha convertido en un instrumento fundamental para la debida toma de decisiones, que tiene por objeto obtener resultados favorables al realizar sus actividades económicas. El presente trabajo es un sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría, diseñado para el Supermercado “CORINA”. El contenido de la presente investigación se desarrolló, para conocer la situación actual de la organización mediante instrumentos de investigación como la encuesta, la entrevista y la observación directa realizadas al personal administrativo, operativo y a los clientes, con tal información recopilada se analizó la matriz de Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas, para así poder determinar los problema existentes; las referencias de marco teórico explicaron la conceptualización de los principales elementos de la contabilidad, el control de inventarios y la proveeduría mediante fuentes de información. Posteriormente se elaboró la propuesta Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría en la cual se plantearon las soluciones a las necesidades de la entidad y se estableció: la filosofía institucional, estructura organizativa, el sistema para el control de inventarios, los flujogramas y los respectivos documentos a utilizarse, análisis de indicadores financieros y demás parámetros necesarios para mejorar los procesos financieros, y finalmente se verificó los impactos: económico, social y organizacional, cada uno con sus respectivas variables, que fueron cuantificadas mediante una escala de valoración. El trabajo de grado termina con la elaboración de las respectivas conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

The accounting and control of inventories being an important tool in daily living for small and large commercial companies, has become a fundamental instrument for proper decision making, which aims to obtain favorable results when carrying out their economic activities. The present work is a system of accounting, inventory control and supply, designed for the Supermarket "CORINA". The content of the present investigation was developed, to know the current situation of the organization through research instruments such as the survey, the interview and the direct observation made to the administrative and operational staff and to the clients, with such information collected, the matrix of Strengths Opportunities Weaknesses and Threats, in order to determine the existing problems; The references of the theoretical framework explained the conceptualization of the main elements of accounting, inventory control and supply through information sources. Subsequently, the proposed System of Accounting, Inventory Control and Procurement was prepared in which the solutions to the needs of the entity were established and established: the institutional philosophy, organizational structure, the system for the control of inventories, the flowcharts and the Respective documents to be used, analysis of financial indicators and other parameters necessary to improve financial processes, and finally the impacts were verified: economic, social and organizational, each with their respective variables, which were quantified by means of a rating scale. The degree work ends with the preparation of the respective conclusions and recommendations.

AUTORÍA

Yo, Diana Isabel Huera Vaca, con cédula de ciudadanía Nro. 1003840236, bajo juramento declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; **SISTEMA DE CONTABILIDAD, CONTROL DE INVENTARIOS Y PROVEEDURÍA PARA EL SUPERMERCADO “CORINA”, DEL BARRIO LA VICTORIA DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas y linkograficas que se incluyen en este documento.



Diana Isabel Huera V.

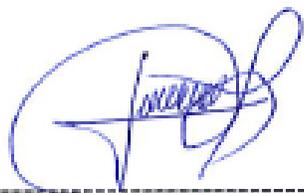
CI. 1003840236

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del trabajo de grado, presentado por Diana Isabel Huera Vaca, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA** cuyo tema es: **SISTEMA DE CONTABILIDAD, CONTROL DE INVENTARIOS Y PROVEEDURÍA PARA EL SUPERMERCADO “CORINA”, DEL BARRIO LA VICTORIA DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra julio del 2018.

Firma:



Rita Lucía Lomas Paz, Mgs

CI. 1001348695



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Diana Isabel Huera Vaca, con cédula de ciudadanía Nro. 1003840236, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **SISTEMA DE CONTABILIDAD, CONTROL DE INVENTARIOS Y PROVEEDURÍA PARA EL SUPERMERCADO “CORINA”, DEL BARRIO LA VICTORIA DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Diana Isabel Huera Vaca', written over a horizontal line.

DIANA ISABEL HUERA VACA

CI. 1003840236

En la ciudad de Ibarra julio del 2018.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del art. 144 de la ley de Educación Superior hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100384023-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	HUERA VACA DIANA ISABEL		
DIRECCIÓN:	IBARRA		
EMAIL:	hueradiana12@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0993316935

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	SISTEMA DE CONTABILIDAD, CONTROL DE INVENTARIOS Y PROVEEDURÍA PARA EL SUPERMERCADO "CORINA", DEL BARRIO LA VICTORIA DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTORA:	HUERA VACA DIANA ISABEL
FECHA: AAAAMMDD	2019/ 03/ 22
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	Rita Lucía Lomas Paz, Mgs

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 24 días del mes de abril del 2019

EL AUTOR:

Diana Isabel Huera Vaca

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis Padres, a mis hermanas, a mi hermano y a mi querido abuelito quienes siempre han estado a mi lado brindándome su apoyo continuo y comprensión, mediante su esfuerzo y sacrificio han hecho posible llevar acabo mi superación personal y académica.

También lo dedico a mi amado hijo Juan Pablo que en el transcurso de la carrera fue el impulso que me animó a culminar esta meta, dejándole como ejemplo que más vale tarde que nunca y que a pesar de los problemas que se presenten debemos sonreír a la vida y luchar por lo que se quiere.

Gracias a esas personas especiales en mi vida, que estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con mucho cariño esta tesis se la dedico a ustedes.

Diana Isabel Huera Vaca

AGRADECIMIENTO

Primero quiero dar gracias a Dios por brindarme vida y salud, por darme la fortaleza de seguir adelante para así poder culminar con esta etapa educativa. A mi familia pilar fundamental, que estuvieron pendientes de darme ánimo y apoyo incondicional para superar los obstáculos que se presentaban.

A la Universidad Técnica del Norte, la casona de estudios superiores en la que he adquirido los conocimientos teóricos y prácticos, indispensables en mi formación profesional.

También es indispensable reconocer la labor de todos mis docentes, quienes compartieron sus conocimientos para contribuir al proceso de formación y aprendizaje a lo largo de esta carrera universitaria fortaleciendo mi mente y espíritu.

Al Supermercado CORINA, entidad que me abrió sus puertas para la realización del presente trabajo de grado.

Y como no agradecer a mis amigos y compañeros quienes estuvieron durante esta etapa con sus consejos y enseñanzas en cada momento y sobre todo creyeron y confiaron en mí.

Diana Isabel Huera Vaca

PRESENTACIÓN

La presente investigación contiene el diagnóstico situacional realizado en el Supermercado “CORINA” en donde se detalla una breve reseña histórica de la empresa, mediante los instrumentos de investigación como la encuesta y la entrevista, establecemos y conocemos las principales falencias y aspectos que tiene y que desea mejorar con nuestra propuesta el Supermercado “CORINA” del barrio La Victoria de la ciudad de Ibarra.

Mediante las referencias teóricas se mencionan los conceptos necesarios para el desarrollo del presente trabajo, que comprende los principales términos en relación a la contabilidad, el control de inventarios y la proveeduría con información obtenida mediante fuentes investigación tanto bibliográfica y como linkografica.

La propuesta desarrollada con el afán de revolver los problemas existentes en la empresa será la elaboración de un Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría para el Supermercado “CORINA” del Barrio La Victoria de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, es de gran importancia ya que a través de este se potenciará su desarrollo y crecimiento, así como el mejoramiento en los procedimientos financieros.

Y finalmente se determinó las consecuencias de la implementación de la propuesta y se considera los siguientes impactos: económico, social y organizacional, cada uno con sus respectivas variables, que fueron cuantificadas mediante una escala de valoración.

ÍNDICE DE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
PRESENTACIÓN.....	x
ÍNDICE DE GENERAL	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
JUSTIFICACIÓN	xix
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	xx
Objetivo general.....	xx

Objetivos específicos	xx
METODOLOGÍA UTILIZADA.....	xxi
CAPÍTULO I.....	22
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	22
1.1. ANTECEDENTES	22
1.2. OBJETIVOS.....	23
1.3. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	23
1.4. IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES.....	24
1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	25
1.6. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	26
1.7. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	27
1.8. TABULACIÓN, ANALISIS Y EVALUACIÓN.....	27
1.8.1. Entrevista a la propietaria.....	27
ANÁLISIS:	32
1.8.2. Encuesta a los empleados	33
1.8.3. Encuesta a los clientes	40
1.9. MATRIZ FODA.....	50
1.10. Cruce estratégico FA- FO- DO- DA.....	51
1.11. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO.....	52
CAPÍTULO II	53

2.	MARCO TEÓRICO.....	53
2.1	Supermercado	53
2.2	Clasificación de Supermercado	53
2.3	Base legal.....	54
2.4	Administración Financiera	55
2.5	Control Interno	55
2.6	Elementos del control interno.....	56
2.7	Contabilidad.....	57
2.8	Importancia de la Contabilidad.....	57
2.9	Cuenta Contable	58
2.10	Cuenta.....	58
2.11	Sistema.....	58
2.12	Sistema Contable	59
2.13	Ciclo contable	59
2.14	Proceso Contable	60
2.15	Inventarios	60
2.16	Métodos de evaluación de Inventarios	61
2.17	Kardex	61
2.18	Importancia de la Kardex	62
2.20	Precios	62

2.21	Stock	62
2.22	Compras	62
2.23	Devolución en compras	62
2.24	Ventas	63
2.25	Estados Financieros	64
CAPÍTULO III		66
3.	PROPUESTA	66
3.1.	Diseño de la propuesta estratégica.....	66
3.2.	INTRODUCCIÓN	66
3.3.	FINALIDAD DE LA PROPUESTA	66
3.4.	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	67
3.4.1.	Objetivo General	67
3.4.2.	Objetivos específicos.....	67
3.5.	EMPRESA	67
3.5.1.	Razón social	67
3.5.2.	Logotipo	67
3.6.	FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	68
3.6.1.	Código de ética.....	69
3.6.2.	Organigrama Funcional.....	70
3.7.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	71

3.7.1.	Control Interno de cada proceso de control de inventarios	72
3.7.3.	Flujogramas	81
3.7.4.	Estructura del proceso contable.....	¡Error! Marcador no definido.
3.7.5.	Proceso contable.....	87
3.7.6.	Dinámica contable de Inventarios	90
3.7.7.	Manual de procesos y políticas de inventarios.....	92
3.8.	Documentos para el control de inventarios	97
3.9.	Plan de cuentas	101
3.10.	Estados financieros	101
3.10.1.	Estado de situación financiera.....	108
3.10.2.	Estado de resultados	109
3.10.4.	Indicadores financieros	110
CAPÍTULO IV.....		112
4.	IMPACTOS.....	112
4.1	Impacto Económico	113
4.2	Impacto Social.....	114
4.3	Impacto Organizacional	115
4.4	Impactos generales	116
CONCLUSIONES		117
RECOMENDACIONES		118

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	119
REFERENCIAS LINKOGRÁFICAS.....	120
ANEXOS.....	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Antigüedad de los empleados	33
Tabla 2. Experiencia.....	34
Tabla 3. Capacitación.....	35
Tabla 4. Conocimiento	36
Tabla 5. Colaboración	37
Tabla 6. Dificultades	38
Tabla 7. Orden y limpieza	39
Tabla 8. Calidad de los productos	40
Tabla 9. Precios	41
Tabla 10. Fidelidad de los clientes	42
Tabla 11. Recomendación	43
Tabla 12. Variedad de productos	44
Tabla 13. Frecuencia de compras	45
Tabla 14. Influencia	46
Tabla 15. Presentación del local.....	47
Tabla 16. Distribución de productos en perchas	48
Tabla 17. Atención	49

Tabla 18. Matriz FODA	50
Tabla 19. Cruce estratégico	51
Tabla 20. Estados Financieros.....	64
Tabla 21. Control interno de requerimientos	76
Tabla 22. Recepción de inventarios	77
Tabla 23. Custodia de bodega	78
Tabla 24. Egreso inventarios de bodega	79
Tabla 25. Distribución y venta de inventarios	80
Tabla 26. Proceso de selección de proveedor	81
Tabla 27. Recepción de mercadería	83
Tabla 28. Custodia de inventarios	85
Tabla 29. Determinación del costo de venta	87
Tabla 30. Dinámica contable de Inventarios.....	90
Tabla 31. Compra de inventarios	92
Tabla 32. Venta de mercadería.....	93
Tabla 33. Devolución de compras.....	94
Tabla 34. Descuentos	95
Tabla 35. Baja de inventarios.....	96
Tabla 36. Estado de situación financiera.....	108
Tabla 37. Estado de resultados.....	109
Tabla 38. Matriz de niveles de impacto	112
Tabla 39. Impacto económico	113
Tabla 40. Impacto social	114

Tabla 41. Impacto organizacional	115
Tabla 42. Impacto general	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Propuesta de organigrama funcional.....	70
Gráfico 2. Flujograma selección de proveedor	82
Gráfico 3. Flujograma recepción de inventarios	84
Gráfico 4. Flujograma custodia de inventarios	86

JUSTIFICACIÓN

Es importante Implementar un Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría acorde a las necesidades y actividades económicas y financieras que a diario se realizan en el Supermercado, aportando en la parte educativa al desenvolvimiento de las actividades de forma eficaz y oportuna simplificando los procesos de atención y de esta manera se podría contar con información verídica al momento de tomar decisiones.

Otro aspecto muy importante que debe ser mencionado es el económico ya que con la utilización de un sistema de control de inventarios, se lograría disminuir el costo de los productos de poca rotación, así como el riesgo de quedar desabastecidos de productos de mayor demanda, pues la información oportuna que brindaría el uso de esta herramienta contribuiría al estudio de niveles máximos y mínimos de existencias que al final se traducirán en mayores beneficios tanto económicos y financieros como también el bienestar con los clientes.

En el ámbito empresarial los sistemas de contabilidad y control de inventarios son importantes porque las empresas disponen de un stock significativo y necesita ser controlado, al igual que los problemas que se suscitan deben ser solucionados a tiempo. En el aspecto ambiental se justifica porque al menos se pretende generar concientización en la actitud de los usuarios para la minimización del papel que hoy en día todos estamos llamados a preservar el medio ambiente.

La investigación se justifica porque se está cumpliendo con todas las disposiciones legales existentes del proceso tanto académico como empresarial. Gracias a la colaboración de las autoridades de la empresa, y a su personal es factible llevar a cabo la Implementación del Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría para el Supermercado “CORINA”, el mismo que proporcionará una información real sobre su desempeño administrativo y financiero.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general

Implementar un Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveduría para el Supermercado “CORINA” del Barrio la Victoria de la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, mediante la utilización de herramientas técnicas con el propósito de mejorar los procesos contables y así poder obtener información confiable y oportuna que ayude en la toma de decisiones.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio diagnóstico con la ayuda de herramientas técnicas de investigación, con el fin de tener un mejor conocimiento sobre la situación actual de la empresa.
- Crear un marco teórico con la ayuda de la investigación bibliográfica y linkografica, con la finalidad de disponer de un mayor conocimiento de los términos y conceptos a emplear en el desarrollo del trabajo.
- Desarrollar una propuesta de un Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveduría para el Supermercado “CORINA” del Barrio la Victoria de la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, mediante procesos administrativos y financieros con el objetivo de sugerir una posible solución a los inconvenientes encontrados como: problemas con los proveedores y la no disponibilidad de la información real y verídica en un momento oportuno.
- Realizar un estudio de impactos mediante el análisis de aspectos socioeconómicos y empresariales, con el propósito de determinar el grado de afectación financiero que tendrá la propuesta y así poder minimizar los efectos negativos como inconvenientes con los proveedores o no disponibilidad de la información en un momento dado.

METODOLOGÍA UTILIZADA

La metodología del presente trabajo está basada en información obtenida de manera directa, en donde se diseñó una entrevista dirigida a la gerente y para conocer la perspectiva del personal operativo y de los clientes se diseñó y aplicó la encuesta. La aplicación de estas técnicas permitió evidenciar la existencia o carencia de cada uno de los indicadores planteados para conocer la situación actual en la gestión administrativa, contable y financiera de la entidad.

En la investigación se empleó los siguientes Métodos:

Método Inductivo: Este método es una estrategia de razonamiento basado en la inducción y que permite obtener conclusiones generales a partir de premisas. Dicha información se analizará en el marco teórico y se apoya en fuentes de carácter documental, se basa en la consulta de libros, en artículos y de esta manera obtener conclusiones del problema de investigación.

Método Deductivo: Este método parte de situaciones generales. Se obtendrán resultados al final de la investigación ya que explicadas por el marco teórico y que serán aplicadas a una realidad concreta como es la Implementación del Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría.

Método Analítico: Este método se encarga de explicar un fenómeno iniciando su estudio por las partes más específicas que lo identifican y en función de esto llegar a una explicación total del problema. Para analizarlo en los antecedentes y en el estudio diagnóstico.

El análisis de toda la información recopilada mediante la investigación nos indica aceptablemente la conveniencia de contar con un sistema que determine los procedimientos administrativos, contables y financieros, para la optimización de los recursos y la mejor atención al cliente.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Un estudio diagnóstico es el conocimiento actual de la empresa que permitirá realizar o diseñar cambios a partir de la identificación e interpretación de las variables e indicadores lo cual ayudará a obtener información suficiente para el desarrollo del presente trabajo.

1.1.ANTECEDENTES

El Barrio La Victoria está ubicada al Nor-Occidente de la Ciudad de Ibarra, limita al norte con El Barrio el Olivo, al sur con Barrio Los Ceibos, al Este el Barrio San Miguel Arcángel y Oeste Centro de la ciudad, a una altura de 850 m.s.n.m. tiene un clima tropical con épocas secas y lluviosas, su temperatura oscila entre los 18° y 25° C, la Comunidad está integrada por 1185 habitantes.

En el barrio La Victoria existen 5 tiendas pequeñas y únicamente el Supermercado CORINA, en el que se ofrecen productos de primera necesidad, productos de limpieza, verduras, carnes, lácteos y artículos de bazar.

En el año 2004 surge la idea de emprender un negocio, pero se requería de un alto capital para poder iniciar por lo que no fue posible concretarse hasta el año 2007. Es entonces cuando la familia Aragón Yela apertura el Supermercado “CORINA” un negocio familiar en un local rentado que contaba con 1 empleado; para el año 2011 ya disponían de un local propio y una buena infraestructura ofreciendo a sus clientes una amplia variedad en productos de primera necesidad, insumos de limpieza, cárnicos, verduras, productos no perecibles, de cuidado personal, entre otros. Supermercados “CORINA” es un negocio enfocado en la buena calidad del producto, ofreciendo a sus clientes un servicio eficaz y eficiente.

Dentro de Supermercados “CORINA”, se ejecutan todas las operaciones contables de forma manual lo cual dificulta tener una información financiera veraz y oportuna esto causa molestias al momento de cumplir con las obligaciones tributarias ya que es un ente de propiedad de una persona natural obligada a llevar contabilidad; es por ello que se ha considerado pertinente realizar la implementación de un Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría para brindar un mejor servicio y así poder mantener un mayor control en proveeduría e inventarios de igual manera ayudar al desarrollo de la empresa.

1.2.OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar un estudio diagnóstico con la ayuda de herramientas técnicas de investigación, con el fin de tener una mejor idea acerca de la situación actual de la empresa.

Objetivo específico

Estudiar la estructura organizacional que tiene el Supermercado “CORINA” en la actualidad.

Analizar el proceso contable y el control de inventarios que se realizan actualmente en el Supermercado “CORINA”.

Examinar la calidad de atención y satisfacción al cliente en el Supermercado “CORINA”.

1.3.IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Una variable en si es una síntesis de información que es apta a ser medida porque puede adoptar distintos valores o cualidades y puede influir en los resultados de una investigación.

A continuación, se proponen las siguientes variables para especificar el alcance del diagnóstico de mejor manera:

Variables

Estructura organizacional

Contabilidad

Inventarios

Satisfacción y atención al cliente.

1.4.IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES

Un indicador en si es un medidor del comportamiento de las variables que pueden ser cualitativas o cuantitativas.

Bajo este contexto, para poder analizar las variables propuestas se presentan los siguientes indicadores:

Cuadro 1. Variables e Indicadores

VARIABLES	INDICADORES
Estructura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Misión • Visión • Código de ética • Responsabilidad Social • Principios institucionales • Organigrama
Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos contables • Archivo de documentos • Base legal
Control de inventarios	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos y egresos • Organización de los productos • Stock
Satisfacción y atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de productos • Calidad de productos • Buena atención • Higiene adecuada • Distribución de perchas

Fuente: Investigación propia

1.5.MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro 2. Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	INFORMANTE	FUENTE
Realizar un estudio diagnóstico con la ayuda de herramientas técnicas de investigación, con el fin de tener un mejor conocimiento acerca de la situación actual de la empresa.	Estudiar la estructura organizacional que tiene el Supermercado “CORINA” en la actualidad.	Estructura organizacional	Misión Visión Código de ética Responsabilidad Social Principios institucionales Organigrama	Entrevista	Propietaria	Investigación primaria
	Analizar el proceso contable que se realizan actualmente en el Supermercado “CORINA”.	Contabilidad	Procesos contables Archivo de documentos Base legal	Entrevista	Propietaria	Investigación primaria Investigación secundaria
	Revisar cómo están organizados los productos y todo lo que ha ingresado y cuáles fueron los gastos dentro de la empresa.	Control de inventarios	Ingresos y egresos Organización de los productos Stock	Observación directa. Entrevista Encuesta.	Local de la propietaria Contadora Clientes	Investigación primaria
	Examinar la calidad de atención y satisfacción al cliente en el Supermercado “CORINA”.	Satisfacción y atención al cliente	Diversidad de productos Calidad de productos Buena atención Higiene adecuada Distribución de perchas	Encuesta Observación directa	Clientes Empleados Local de la propietaria	Investigación primaria

Fuente: Investigación propia

1.6.IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Población

La presente investigación se la desarrollará en el Supermercado “CORINA”, el cual está ubicado en El Barrio La Victoria de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura en donde se considerará como la población o universo a la propietaria, empleados y clientes diarios que frecuentan dicha entidad.

Calculo de la muestra

$$n = \frac{Nd^2Z^2}{(N - 1)E^2 + d^2Z^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N= Universo o Población

d² = Desviación estándar (0.5)

Z² = Nivel de confianza (1.96)

N- 1= Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades

E²= Limite aceptable de error de la muestra (0.05)

$$n = \frac{100(0.5)^2(1.96)^2}{(100 - 1)(0.05)^2 + (0.5)^2(1.96)^2} = \mathbf{80}$$

Muestra

La propietaria manifestó que a diario frecuentan 100 clientes ya que está en una zona comercial y también por medio de la verificación ocular en donde se evidencia que dichos datos son verídicos con estos antecedentes se hace el cálculo aplicando una muestra aleatoria y da como resultado para aplicar 80 encuestas a los clientes.

1.7.DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Información primaria

Se llevará a cabo una entrevista con el objetivo de conseguir la suficiente información sobre la situación actual con respecto a movimientos económicos, registros y controles del Supermercado “CORINA” del Barrio La Victoria de la ciudad de Ibarra, en este caso estará dirigida a la Sra. Nelly Yela propietaria.

También se utilizará la encuesta que va dirigida a empleados y clientes con el objetivo de determinar satisfacción y atención al cliente del Supermercado “CORINA” del Barrio La Victoria de la ciudad de Ibarra, las cuales fueron elaboradas en base a las variables.

Información secundaria

Para la recolección de información secundaria se utilizará lo siguiente:

Textos relacionados con el tema

Publicaciones

Artículos

Internet.

1.8.TABULACIÓN, ANALISIS Y EVALUACIÓN

1.8.1. Entrevista a la propietaria

Sra. Nelli Corina Yela Narvárez

PROPIETARIA DE SUPERMERCADO “CORINA”

1. ¿El Supermercado “CORINA” tiene establecidos sus instrumentos de gestión empresarial? Como:

Misión, Visión, Código de ética, Responsabilidad social, Principios institucionales, Organigrama.

No tenemos establecido ningún instrumento de gestión empresarial ya que no se ha visto la necesidad de tenerlos presente.

2. ¿Existió en la actividad económica del Supermercado “CORINA” un control adecuado de Inventarios?

No, primero por descuido y segundo porque implicaría más gastos; lo cual consideró que es muy importante para así llevar un buen control de todos los productos y a la hora de adquirir sea más fácil.

3. ¿El Supermercado “CORINA” lleva algún sistema de contabilidad?

No lleva un sistema de contabilidad solo se contrata a un contador por honorarios, le veo como una gran desventaja ya que así no se sabe con gran exactitud cuánto se ganó o cuánto se perdió.

4. ¿El Supermercado “CORINA” lleva un control de registro de cada uno de los artículos vendidos?

No, no se realiza ningún registro todo se hace de forma manual con forme ingresa se va ubicando en las perchas y de la misma manera salen sin un registro adecuado.

5. ¿Se realiza algún deposito del dinero en efectivo de las ventas diarias?

Respondiendo a su pregunta, de las ventas realizadas hasta el mediodía se cancela a proveedores y de las ventas de la tarde es para adquirir productos en la mañana siguiente como: pan, frutas, verduras, entre otros.

6. ¿Dentro del Supermercado “CORINA” se lleva un adecuado archivo de documentos?

Si, si se lleva un buen archivo de documentos cómo: facturas, permisos de funcionamiento entre otros porque es fundamental para el negocio.

7. ¿Cuenta con los permisos correspondientes actualizados para su funcionamiento?

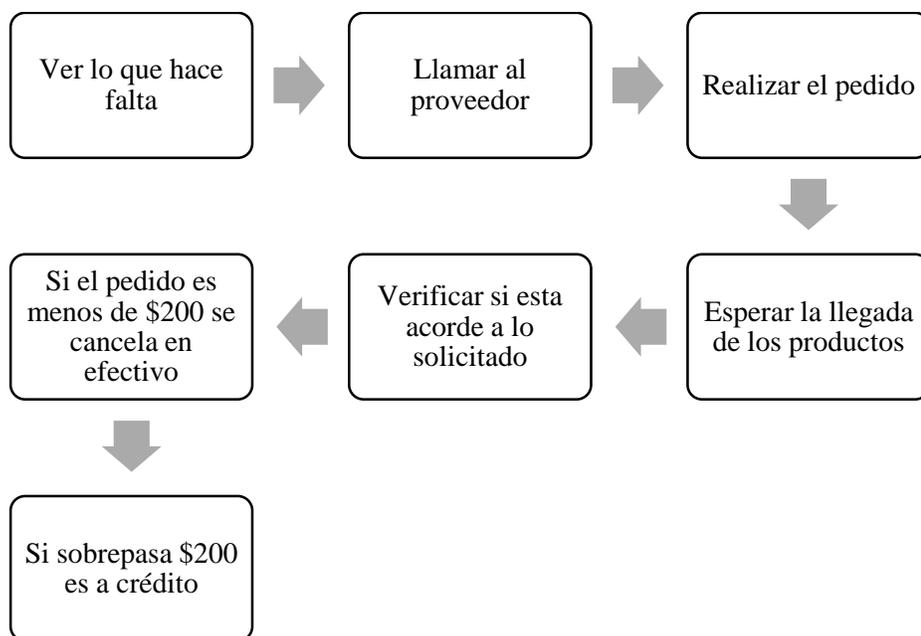
Obviamente si porque es un deber y es la base para poder iniciar con el negocio

8. ¿El funcionamiento del Supermercado “CORINA” está regido de acuerdo a la base legal?

Si en ciertas cosas cómo: no vender artículos sin su debida justificación.

9. ¿Cuáles son los procesos para realizar las operaciones contables? Como:

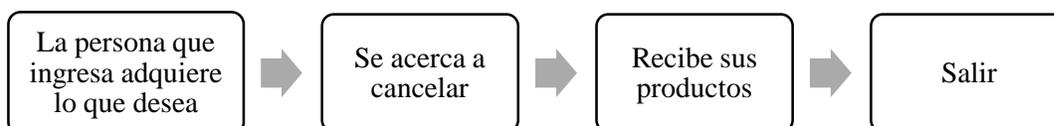
Ilustración 1



Adquisición de productos.

Fuente: Investigación propia

Ilustración 2



Ventas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 3



Registro de inventarios

Fuente: Investigación propia

10. ¿Obtiene algunas facilidades de parte de los proveedores en la forma de pago?

Si obtengo facilidades por parte de los grandes proveedores cómo: cheques post fechados y a crédito.

11. ¿Existen principales proveedores?

Anteriormente contaba con alrededor de 40 proveedores en donde surgía muchos inconvenientes y en la actualidad cuento con 10 entre ellos los más grandes o que tienen todo son: Distarías, Coca- Cola, Toni, Pronain, Juan de la Cruz,

12. ¿Cómo califica la entrega de los pedidos en la empresa?

Muy oportunos, pero tenemos que saber recibir también ya que le pueden pasar algún producto en mal estado toca estar al pendiente porque es una pérdida.

13. ¿Para cambiar o adquirir a nuevos proveedores se basa de acuerdo a la ley?

Simplemente adquirimos productos nacionales y también entre algunos proveedores comparamos precios, formas de pago y se toma la decisión.

14. ¿Las cuentas por pagar siempre las realiza con puntualidad?

Si para evitar problemas, si no cancelo no puedo adquirir más productos y sobre todo quedar bien con los proveedores y los clientes.

15. ¿Las facturas que emite cumplen con los requerimientos del SRI?

Emitimos facturas solo cuando alguien lo solicita y si cumplen con lo requerido por el SRI.

16. ¿Está de acuerdo usted que se implemente un sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría dentro de la Empresa?

Si sería muy bueno para poder llevar un buen manejo y control dentro del negocio hasta me ahorraría tiempo porque no llevo un registro de nada y no se sabe con exactitud cuánto hay de tal producto.

17. ¿El personal para dar inicio al sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría debe ser capacitado?

Es lo más lógico ya que las chicas solo tienen experiencia en atención al cliente

18. ¿El Supermercado CORINA cuenta con la suficiente información contable para poner en marcha este sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría?

Si ya que llevamos un buen orden o archivo de documentos con nuestra contadora por honorarios.

19. ¿Con la implementación de este sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría existirá mejores resultados para la toma de decisiones?

Si porque se puede decidir que producto se implementa o se suspende también saber el total de ventas diarias.

20. ¿Conoce usted en que consiste un sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría?

No, ya que no estoy al día en esos temas, pero me llama la atención mucho el trabajo que usted está desarrollando.

ANÁLISIS:

De las entrevistas aplicadas se determinó que no tiene establecido instrumentos de gestión empresarial, que permita contar con información financiera veraz y oportuna, parámetros que ayudarán a la toma de decisiones y al desarrollo de la empresa.

El supermercado no cuenta con un sistema de contabilidad lo cual es una desventaja porque desconoce la rentabilidad obtenida; además no cuenta con un control adecuado de los inventarios lo que no permite conocer con exactitud la existencia o escases de los productos.

Por lo que es necesario la implementación del sistema de contabilidad y control contable para mayor eficiencia dentro de la empresa, y esto le ayudara a tener un mejor control tanto en mercadería como en rendimiento financiero.

1.8.2. Encuesta a los empleados

Se ha realizado la encuesta a los empleados del Supermercado “CORINA”.

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando para el Supermercado “CORINA”?

Tabla 1. Antigüedad de los empleados

Característica	Frecuencia	%
1 a 11 meses	1	34%
1 a 5 años	1	33%
5 o mas	1	33%
TOTAL	3	100%



Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS:

Se observa una antigüedad de los trabajadores es decir no hay rotación del personal, ya que la mayoría de empleados encuestados afirman llevar trabajando más de 5 años para el Supermercado “CORINA”, esto significa estabilidad y confianza a la empresa por lo que el clima interno es favorecedor y muchas veces forma parte de una muy buena gestión de recursos humanos.

2. ¿Tiene experiencia en atención al cliente?

Tabla 2. Experiencia

Característica	Frecuencia	%
Si	2	67%
No	0	0%
Poco	1	33%
TOTAL	3	100%



Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS:

Constituye una gran ventaja que la mayoría del personal tenga experiencia en atención al cliente, ya que de esta manera son más productivos, cometen pocos errores y mejora el ambiente laboral; mientras que una minoría asegura no tener experiencia por lo tanto podemos determinar que hace falta capacitación en este tema para así poder garantizar una satisfacción en los clientes en un 100%.

3. ¿Recibe alguna capacitación de parte de Supermercado “CORINA”?

Tabla 3. Capacitación

Característica	Frecuencia	%
Mucho	0	0%
Poco	0	0%
Nada	3	100%
TOTAL	3	100%



Fuente: Investigación propia

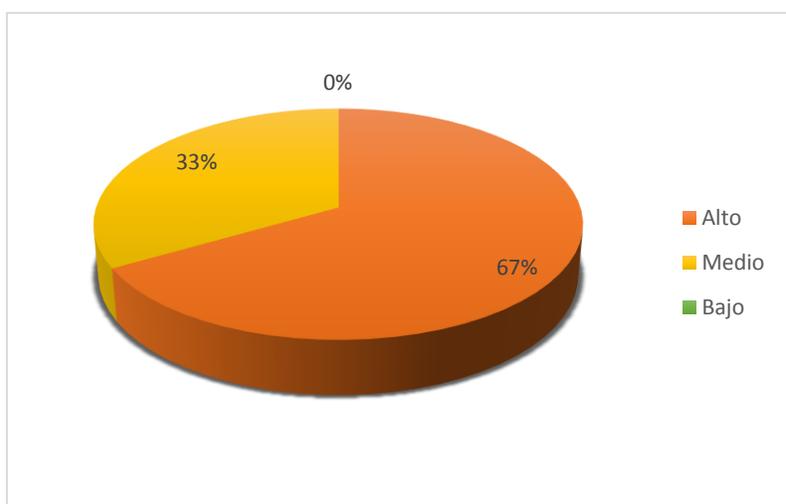
ANÁLISIS:

Los encuetados en su totalidad afirman no recibir capacitación alguna, lo que puede generar conflictos entre trabajadores o con los clientes, por lo que es necesario que la gerencia tomé acciones a fin de que los señores puedan ser capacitados en los diferentes campos que necesita la empresa para lograr un mejor desarrollo como: en el área de atención al cliente, distribución y orden de los productos, de la limpieza del local, la elaboración de promociones y la publicidad.

4. ¿Cuál es el grado de conocimiento respecto a las actividades que se realizan en el Supermercado “CORINA”?

Tabla 4. Conocimiento

Característica	Frecuencia	%
Alto	2	67%
Medio	1	33%
Bajo	0	0%
	3	100%



Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS:

La mayoría de encuestados afirman tener un alto nivel de conocimiento en todas las actividades que se realizan en el Supermercado “CORINA” es una ventaja porque permite brindar un buen servicio y le proporciona valor a la empresa, eso también ayuda a tener mejores equipos de trabajo. Mientras que un 33% de tiene conocimiento medio que corresponde a empleados que llevan trabajando 3 meses.

5. ¿En caso de implementar un sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría, en qué medida está usted dispuesto a colaborar para llevar y mantener actualizados los registros e información contable?

Tabla 5. Colaboración

Característica	Frecuencia	%
Mucho	3	100%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
TOTAL	3	100%



Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS:

De los resultados obtenidos se puede observar que todo del personal del Supermercado está de acuerdo en colaborar para llevar y mantener la implementación de un Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría en el Supermercado “CORINA”. Ya que este sistema es de gran beneficio por lo que permitirá registrar de una manera más rápida y técnica las transacciones que a diario se realizan.

6. ¿Cuáles serían las dificultades que tendría el Supermercado “CORINA” para implementar el Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveduría?

Tabla 6. Dificultades

Característica	Frecuencia	%
Económicos	0	0%
Falta de conocimiento	2	67%
Falta de personal	1	33%
TOTAL	3	100%



Fuente: Investigación propia

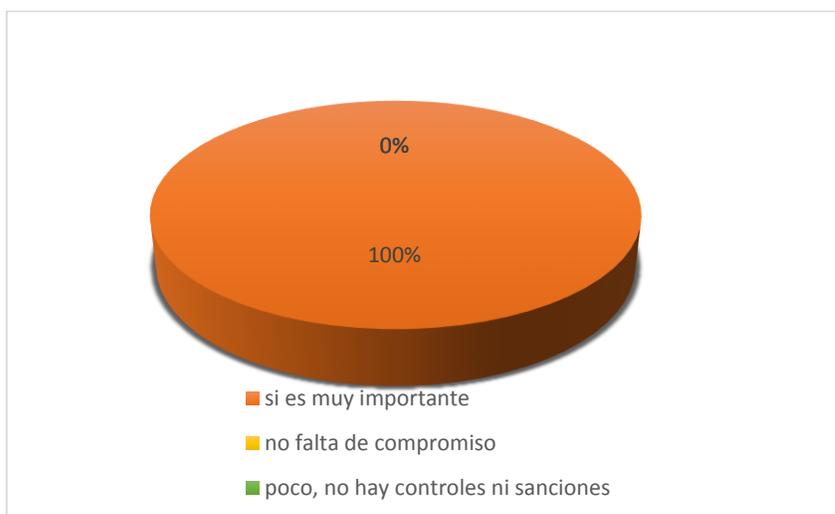
ANÁLISIS:

Los encuestados aseguran en su mayoría que una de las grandes dificultades del Supermercado sería la falta de conocimiento respecto a control de inventarios al momento de implementar el dicho sistema, mientras que un porcentaje menor nos indica que el problema sería la falta de personal. Por lo que se considera que la propietaria debe realizar un análisis de “Costo-Beneficio”.

7. ¿Cree usted que se ha logrado un nivel excelente en cuanto a orden y limpieza?

Tabla 7. Orden y limpieza

Característica	Frecuencia	%
sí es muy importante	3	100%
no falta de compromiso	0	0%
poco, no hay controles ni sanciones	0	0%
TOTAL	3	100%



Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS:

Tener un buen nivel en cuanto a orden y limpieza garantiza la eficacia operativa para así mantener una adecuada higiene en el manejo de los productos y de esta manera obtener altos parámetros de calidad, esto es muy importante para el correcto funcionamiento de la empresa. Un buen estado en cuanto a orden y limpieza elimina numerosos riesgos de accidentes como también mejora la imagen de la empresa.

1.8.3. Encuesta a los clientes

1. ¿En qué medida la calidad de los productos que ofrece el Supermercado “CORINA” cumple con sus requerimientos?

Tabla 8. Calidad de los productos

Característica	Frecuencia	%
Alto	73	91%
Medio	7	9%
Bajo	0	0%
TOTAL	80	100%



Fuente: Investigación propia

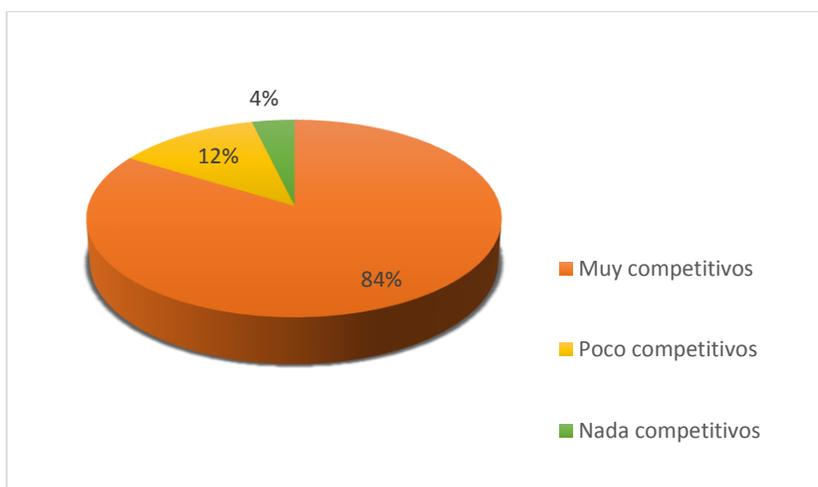
ANÁLISIS:

Del total de los encuestados en su mayoría afirma que los productos que oferta el Supermercado “CORINA” son de una excelente calidad, lo que garantiza fidelidad de los clientes hacia la empresa mientras que una minoría establece que son de mediana calidad. Lo que buscará alternativas para mejorar esta deficiencia.

2. ¿Como considera usted que el precio de los productos ofertados en el Supermercado “CORINA” frente a las tiendas del sector?

Tabla 9. Precios

Característica	Frecuencia	%
Muy competitivos	67	84%
Poco competitivos	10	12%
Nada competitivos	3	4%
TOTAL	80	100%



Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS:

Los clientes encuestados en su mayoría concluyen que los precios de cada uno de los productos que oferta el Supermercado “CORINA” son muy competitivos en comparación a la competencia, siendo una gran fortaleza porque tanto la calidad como los precios de los productos generan fidelidad por parte de clientes. Mientras que un porcentaje pequeño afirma que son poco competitivos, por lo tanto, se debería trabajar en ello.

3. ¿Dada la calidad y precios en la venta de un producto estaría dispuesto (a) a seguir concurrendo a Supermercado “CORINA”?

Tabla 10. Fidelidad de los clientes

Característica	Frecuencia	%
siempre	71	89%
de vez en cuando	9	11%
nunca	0	0%
TOTAL	80	100%



Fuente: Investigación propia

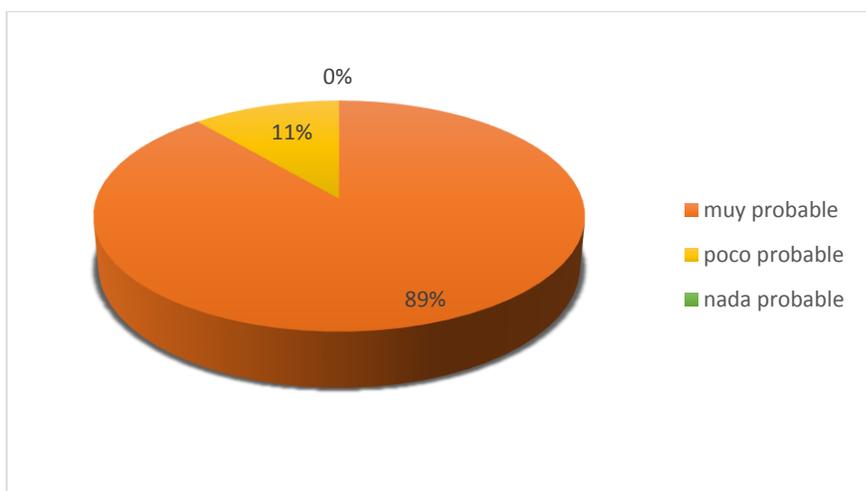
ANÁLISIS:

En conclusión, podemos decir que los encuestados en su mayoría nos garantizan que estarían dispuestos a seguir concurrendo a el Supermercado “CORINA”, esto genera un mayor crecimiento empresarial porque garantiza seguridad y confiabilidad a la empresa; por lo que un 11% lo hará de vez en cuando.

4. **¿Cuáles son las posibilidades de que recomiende Supermercado “CORINA” a otras personas?**

Tabla 11. Recomendación

Característica	Frecuencia	%
muy probable	71	89%
poco probable	9	11%
nada probable	0	0%
	80	100%



Fuente: Investigación propia

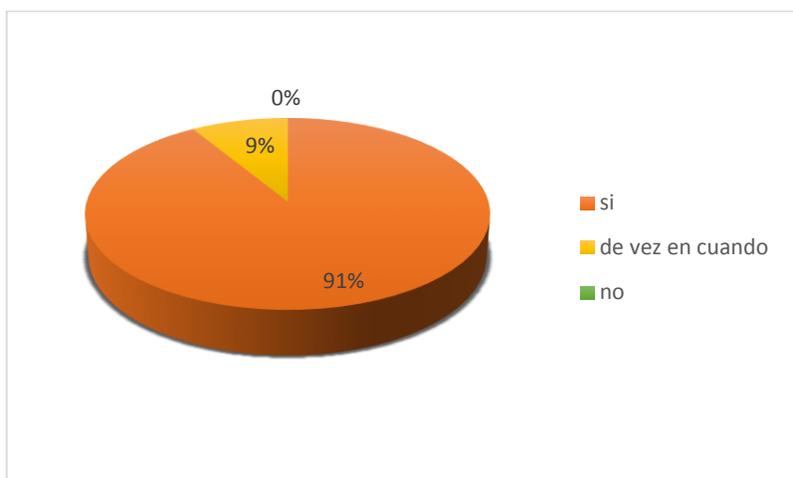
ANÁLISIS:

Con este resultado podemos llegar a la conclusión que los clientes garantizan la posibilidad de recomendar a el Supermercado “CORINA” con otras personas, esto ayuda mucho a la empresa porque estarían promocionando el negocio; mientras que un 11% es poco probable que lo haga, es un bajo porcentaje, pero es indispensable tomar medidas correctivas.

5. ¿Supermercado “CORINA” oferta gran variedad de productos?

Tabla 12. Variedad de productos

Característica	Frecuencia	%
si	73	91%
de vez en cuando	7	9%
no	0	0%
TOTAL	80	100%



Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS:

Otra de las fortalezas muy importantes es contar con una gran variedad de productos que se ofertan dentro del Supermercado “CORINA” por lo que los clientes así lo afirman en su mayoría lo que garantiza su concurrencia, mientras que un grupo muy pequeño manifiesta que de vez en cuando existe variedad. Se deberá trabajar en ello para poder cumplir en un 100% las demandas de los clientes.

6. ¿Con que frecuencia usted realiza compras en el Supermercado “CORINA”?

Tabla 13. Frecuencia de compras

Característica	Frecuencia	%
diario	54	67%
1 o más veces por semana	13	16%
1 vez cada 15 días	6	8%
1 vez al mes	5	6%
de vez en cuando	2	3%
TOTAL	80	100%



Fuente: Investigación propia

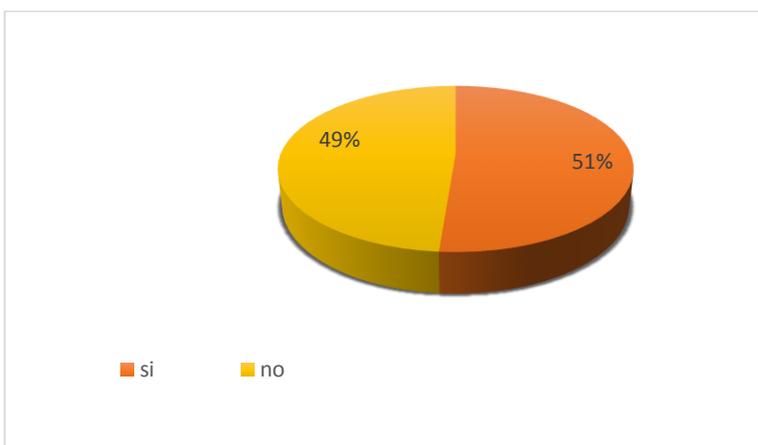
ANÁLISIS:

La frecuencia de realizar compras en el Supermercado “CORINA” en su mayoría lo hacen diariamente, lo que mantiene a la empresa en una buena posición en comparación la competencia del sector; mientras que por otra parte en un porcentaje mínimo lo hacen 1 o más veces por semana y la diferencia de vez en cuando.

7. ¿Se siente influenciado por la publicidad del Supermercado “CORINA”

Tabla 14. Influencia

Característica	Frecuencia	%
Si	41	51%
No	39	49%
TOTAL	80	100%



Fuente: Investigación propia

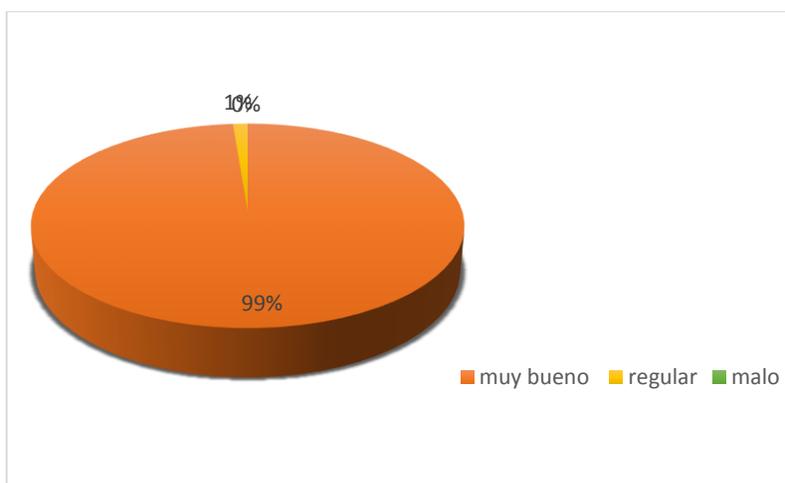
ANÁLISIS:

Mediante los resultados logrados en esta pregunta se puede determinar que más de la mitad de encuestados si se sienten influenciados por la publicidad que realiza el Supermercado, por lo que el restante de clientes no coincide con esta idea, lo que se considera necesario implementar la publicidad y de esta manera incrementar sus ventas.

8. ¿Cómo es el ambiente dentro del local en cuanto a: (limpieza, orden, aseo del local, atención)?

Tabla 15. Presentación del local

Característica	Frecuencia	%
muy bueno	79	99%
Regular	1	1%
malo	0	0%
TOTAL	80	100%



Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS:

En su mayoría los encuestados afirman que el ambiente dentro del local en cuanto a orden, limpieza y atención es muy bueno lo que garantiza el logro de mejores resultados y una gran satisfacción al cliente, es muy indispensable esto para generar un buen ambiente empresarial y así poder cubrir las demandas del sector.

9. ¿Las perchas se encuentran bien distribuidas y ordenadas?

Tabla 16. Distribución de productos en perchas

Característica	Frecuencia	%
siempre	79	99%
de vez en cuando	1	1%
nunca	0	0%
TOTAL	80	100%



Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS:

Del total de encuestados en su mayoría afirman que las perchas siempre están bien distribuidas y en completo orden lo cual facilita que el consumidor tenga un mejor acceso a todos los productos y de esta manera ahorrar en tiempo y espacio agilizando la atención al cliente; mientras que un 1% manifiesta que esto ocurre de vez en cuando.

10. ¿La atención por parte de los empleados ha sido favorable?

Tabla 17. Atención

Característica	Frecuencia	%
siempre	75	94%
a veces	5	6%
nunca	0	0%
TOTAL	80	100%



Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados se caracteriza por haber sido atendido favorablemente por los empleados dentro del Supermercado “CORINA”, lo cual garantiza la fidelidad de los clientes, pero un 6% afirma que la atención no es muy buena y por ende se debería capacitar al personal para brindar una buena atención y del mismo modo obtener más clientela.

1.9.MATRIZ FODA

Cuadro 3 Matriz FODA

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
1. FORTALEZAS	2. AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Instalaciones propias. 2. Precios competitivos. 3. Buena calidad de los productos ofertados. 4. Cancelar las cuentas por pagar con puntualidad. 5. Excelencia en cuanto a orden y limpieza 6. Variedad de productos. 7. Satisfacer las necesidades del sector. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Situación económica del país lo cual reduciría las ventas. 2. Aparición de nuevos competidores en el sector. 3. El cambio de políticas lo cual afecte a empresas privadas.
3. DEBILIDADES	4. OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. No tener establecidos instrumentos de gestión. 2. No existe publicidad adecuada. 3. Falta de capacitación a los empleados. 4. No contar con registro de los artículos vendidos. 5. Falta de personal. 6. No realizar controles a los inventarios 7. No tener definido un sistema de contabilidad. 8. No tener tecnología avanzada para agilizar los procesos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estar ubicado en una zona comercial. 2. Otorgamiento de crédito por parte de los proveedores. 3. Líneas de crédito bancarias.

1.10. Cruce estratégico FA- FO- DO- DA

Tabla 18. Cruce estratégico

Cruce estratégico FA	Cruce estratégico FO
<p>1-1,3 La situación económica del país podría afectar las ventas dentro del Supermercado al igual que precios y el resto de la competencia que cada vez se va fortaleciendo.</p>	<p>1,6-1 El Supermercado al estar ubicado en una zona comercial permite ser competitivos en cuanto a precios por lo que se logra satisfacer las necesidades del sector.</p>
<p>6-2 Lo más importante es la satisfacción de del cliente, pero no se cuenta con tecnología avanzada lo cual permitiría agilizar los procesos.</p>	<p>2,3- 3 La buena calidad de todos y cada uno de los productos se debe a que se cuenta con grandes proveedores y sus facilidades, una de ellas a crédito y es importante cancelarlas con puntualidad.</p>
Cruce estratégico DO	Cruce estratégico DA
<p>4-2 Al no llevar un registro de los artículos vendidos dificulta el control de las existencias, pero al mismo tiempo contamos con una de las mayores oportunidades que es el otorgamiento de crédito por parte de los proveedores.</p>	<p>3-2 Se deberá brindar capacitación a los empleados para ofrecer una mejor atención al cliente y así conseguir fidelidad por parte de los mismos y además lograr disminuir la aparición de nuevos competidores en el sector.</p>
<p>2-1 No existe una adecuada publicidad, pero no le afecta a gran medida ya que está ubicado en un lugar muy comercial.</p>	<p>4,8-2 No contar con registro de los artículos vendidos a consecuencia de no tener tecnología para poder llevar un mejor control y del mismo modo agilizar los procesos lo cual nos pone en desventaja frente a los nuevos competidores.</p>

1.11. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Después de haber realizado un análisis de la matriz FODA aplicada en la presente investigación es notable el problema dentro del Supermercado “CORINA” del Barrio La Victoria, se ha logrado determinar que le hace falta un Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría ya que al no contar con dicho sistema impide un adecuado control de sus productos, así mismo permitirá mejorar la eficiencia y eficacia como también ayudará en la toma de decisiones.

Este es un problema que se debe resolver a mediano plazo ya que las actividades comerciales serán afectadas y con esto ocasionando una reducción en los ingresos económicos y la disposición de ofertar gran variedad de productos puesto que la competencia se encuentra en crecimiento.

Una vez que se ha identificado la problemática, se propone SISTEMA DE CONTABILIDAD, CONTROL DE INVENTARIOS Y PROVEEDURÍA PARA EL SUPERMERCADO “CORINA” DEL BARRIO LA VICTORIA DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, esto ayudará a la empresa a mejorar todos sus procesos y a ofrecer una mejor atención a los consumidores satisfaciendo sus necesidades.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Crear un Marco Teórico con la ayuda de la investigación bibliográfica y linkografica, con la finalidad de disponer de un mayor conocimiento de los términos y conceptos a emplear en el desarrollo del trabajo.

2.1 Supermercado

El supermercado es un establecimiento dedicado a la venta masiva de productos de primera necesidad que serán puestos a disposición de los consumidores, dichos productos se encuentran bien distribuidos a tal grado que incentive a los compradores

Un supermercado es un establecimiento comercial de venta al por menor que ofrece bienes de consumo en sistema de autoservicio entre los que se encuentran alimentos, ropa, artículos de higiene, perfumería y limpieza. Estas tiendas pueden ser parte de una cadena, generalmente en forma de franquicia, que puede tener más sedes en la misma ciudad, estado, país. Los supermercados generalmente ofrecen productos a bajo precio. Para generar beneficios, los supermercados intentan contrarrestar el bajo margen de beneficio con un alto volumen de ventas. (<https://es.wikipedia.org/wiki/Supermercado> , s.f.)

Con un solo objetivo de satisfacer al cliente ya que ellos son la razón de ser de un supermercado y por ende ofrecerles productos y servicios de calidad.

2.2 Clasificación de Supermercado

A continuación se presenta un breve concepto respecto a la clasificación; tenemos los minimercados son de mediano tamaño es si son los más comunes ya que cuentas con un número básico de productos; los supermercados se encuentran en lugares rurales y se dedican a la venta de una gran variedad de productos de consumo masivo como: carnes, víveres, productos

lácteos, bebidas, alimentos frescos, golosinas, productos de limpieza entre otros; mientras que los hipermercados además de lo ya mencionado se dedican a la venta de ropa, accesorios vehiculares o vehículos. “Tenemos los siguientes: Minimercados, Supermercados, Hipermercados” (http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/12/B15_OCT_Grandesuperficies.pdf). El Supermercado CORINA se encuentra en el segundo lugar porque se dedica a la venta de productos de primera necesidad en la cual existe una gran variedad de productos de consumo masivo como: carnes, víveres, productos lácteos, bebidas, alimentos frescos, golosinas, productos de limpieza entre otros.

2.3 Base legal

La empresa tiene que cumplir con lo que dice el SRI en lo referente a impuestos establecidos según ley, y debe cumplir con:

- IVA
- Impuesto a la renta

Obligaciones que debe cumplir la organización de forma mensual.

Además, los Supermercados deberán contar con los respectivos permisos como:

- Certificado de inspección sanitaria,
- Permiso de los bomberos,
- Permiso de funcionamiento,
- Permisos municipales patentes,
- Impuestos catastrales,
- Permiso de la Intendencia Nacional,
- Entre otros.

2.4 Administración Financiera

La administración financiera es si se enfoca a los aspectos importantes como la rentabilidad y la liquidez lo cual permite brindar información financiera a los directivos para la toma de decisiones.

La Administración Financiera se define por las funciones y responsabilidades de los administradores financieros. Aunque los aspectos específicos varían entre organizaciones las funciones financieras clave son: La Inversión, el Financiamiento y las decisiones de dividendos de una organización. Las principales funciones de la administración financiera son planear, obtener y utilizar los fondos para maximizar el valor de una empresa, lo cual implica varias actividades importantes. Una buena Administración Financiera coadyuva a que la compañía alcance sus metas, y a que compita con mayor éxito en el mercado, de tal forma que supere a posibles competidores. (ORTEGA CASTO, 2002, pág. 10)

Hoy en día la administración financiera hace referencia a la manera en la cual, el gerente debe visualizar los aspectos dentro de la dirección general, sin embargo, en tiempos pasados el mismo solo debía ocuparse de la obtención de fondos de dicha empresa.

2.5 Control Interno

El control interno es muy indispensable dentro de una empresa y es responsabilidad de todos los que conforman la organización ya que ayuda a tener un mayor control en cada uno de los procesos y actividades que se realiza, también permitirá que los bienes y recursos estén salvaguardados. “Comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos que aseguren que los activos están debidamente protegidos, que los registros contables son fidedignos y que la actividad de la entidad se desarrolle eficazmente” (CEPEDA, 1997, pág. 171).

Se constituyen un medio para lograr el cumplimiento de la función administrativa, los objetivos y la finalidad que se persigue.

2.6 Elementos del control interno

Ambiente de control. Este elemento es la base de todo el control interno porque contribuye disciplina a la pirámide. Marca la guía de un correcto funcionamiento en la empresa.

Evaluación de Riesgos. Toda entidad está expuesta a una diversidad de riesgos ya sean estos internos o externos los cuales deben ser identificados y evaluados. **Actividades de control.**

Las actividades de control corresponden al elemento más importante dentro del control interno porque brinda una seguridad razonable a la entidad. **Información y Comunicación.** Hay que

identificar, recopilar y comunicar información pertinente en tiempo y forma que permitan cumplir a cada funcionario con sus responsabilidades. **Supervisión y monitoreo.** Para que la

organización marche correctamente es decir se cumpla con lo programado se debe optar por una adecuada supervisión con el propósito de tomar alguna acción correctiva y así asegurar un

buen desempeño. “El control interno consta de cinco componentes los cuales se relacionan entre sí, estos son:

Ambiente de control

Evaluación de riesgos

Actividades de control

Información y comunicación

Supervisión y monitoreo” (ESTUPIÑAN, 2006, pág. 26).

2.7 Contabilidad

La contabilidad es una herramienta muy indispensable la cual se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones comerciales de un negocio o empresa con la finalidad de interpretar los resultados y de facilitar la toma de decisiones.

La técnica que registra, analiza e interpreta cronológicamente los movimientos o transacciones comerciales de una empresa. (SARMIENTO, 2004, pág. 5)

Un campo especializado de las ciencias administrativas en principios y procedimientos generalmente aceptados, destinados a cumplir con los objetivos de análisis, registro y control de las transacciones en operaciones realizadas por una empresa o institución en funcionamiento, con las finalidades de informar e interpretar la situación económica financiera de los resultados operacionales alcanzados en cada periodo o ejercicio contable durante toda la existencia permanente de la identidad. (HORNGREN, 1997, pág. 2)

En base a la información obtenida podemos decir que la contabilidad es el arte de registrar y resumir en forma significativa y en términos de dinero, las operaciones de carácter financiero, así como también interpretar resultados.

2.8 Importancia de la Contabilidad

La contabilidad es muy importante ya que muchas empresas o negocios de carácter público o privado tienen la necesidad de poder llevar un control en las actividades financieras, por tanto, la información que se obtenga es verídica y de esta manera se logra un excelente logro de metas y objetivos. “Es importante la utilización de la contabilidad para el registro, clasificación y análisis de las transacciones comerciales ya que se inicia con el nacimiento del comercio” (VASCONEZ, 1992, pág. 21). En si la contabilidad es importante para la elaboración y prestación de la

información financiera de cada una de las transacciones realizadas por las entidades y se utilizan en la toma de decisiones.

2.9 Cuenta Contable

La cuenta facilita el registro de las operaciones contables, esto representa bienes, derechos y obligaciones que dispone una empresa en un periodo determinado.

Es un nombre o denominación objetiva usado en contabilidad para registrar, clasificar y resumir los incrementos y disminuciones de naturaleza similar que corresponden a los diferentes rubros integrantes del Activo, el Pasivo, el Patrimonio, las Rentas, los Costos y los Gastos. (ZAPATA, CONTABILIDAD GENERAL, 2011, pág. 34)

En si una cuenta contable es el relato detallado de las operaciones que realiza una empresa y sus cambios durante un periodo.

2.10 Cuenta

Es un término usado en contabilidad al cual se lo puede definir como un conjunto de valores los cuales corresponden a una misma esencia en donde se pueden observar diferentes cambios que ocurren en un determinado ciclo contable. “Es el instrumento que se utiliza para el registro clasificado de las transacciones que efectúa una entidad económica” (GOMEZ, 2007, pág. 132). De acuerdo a lo expuesto anteriormente se puede afirmar que la cuenta facilita el registro de las operaciones contables, es decir la cuenta es el elemento básico y central de la Contabilidad.

2.11 Sistema

En general un sistema es un conjunto de procedimientos los cuales están relacionados entre sí, jamás debe estar aislado para así lograr un mejor funcionamiento dentro de una empresa.

2.12 Sistema Contable

Un sistema contable no es más que normas y procedimientos para controlar las operaciones y suministrar información financiera de una empresa. “Es el conjunto de principios y reglas que facilitan el conocimiento y la representación adecuada de la empresa y de los hechos económicos que afectan a la misma” (WALS, 1997, pág. 112). En si un sistema de contabilidad resuelve todas las operaciones o transacciones con el menor esfuerzo y el máximo nivel de precisión.

Dichos sistemas están compuestos por:

Catálogo de cuentas

Manual de funcionamiento

Libros de contabilidad

Políticas contables

2.13 Ciclo contable

Se puede definir al ciclo contable como una sucesión de cambios de las actividades contables dentro de una empresa los cuales van desde el registro de una transacción que es el inicio hasta el final que son los estados financieros. “Consiste en una serie de sucesos, cambios o fluctuaciones que se repiten o bien que pueden terminar y presentarse de nuevo” (PYLE, 1985, pág. 106). El ciclo contable se refiere al proceso de registro que va desde el registro inicial de las transacciones hasta los estados finales.

2.14 Proceso Contable

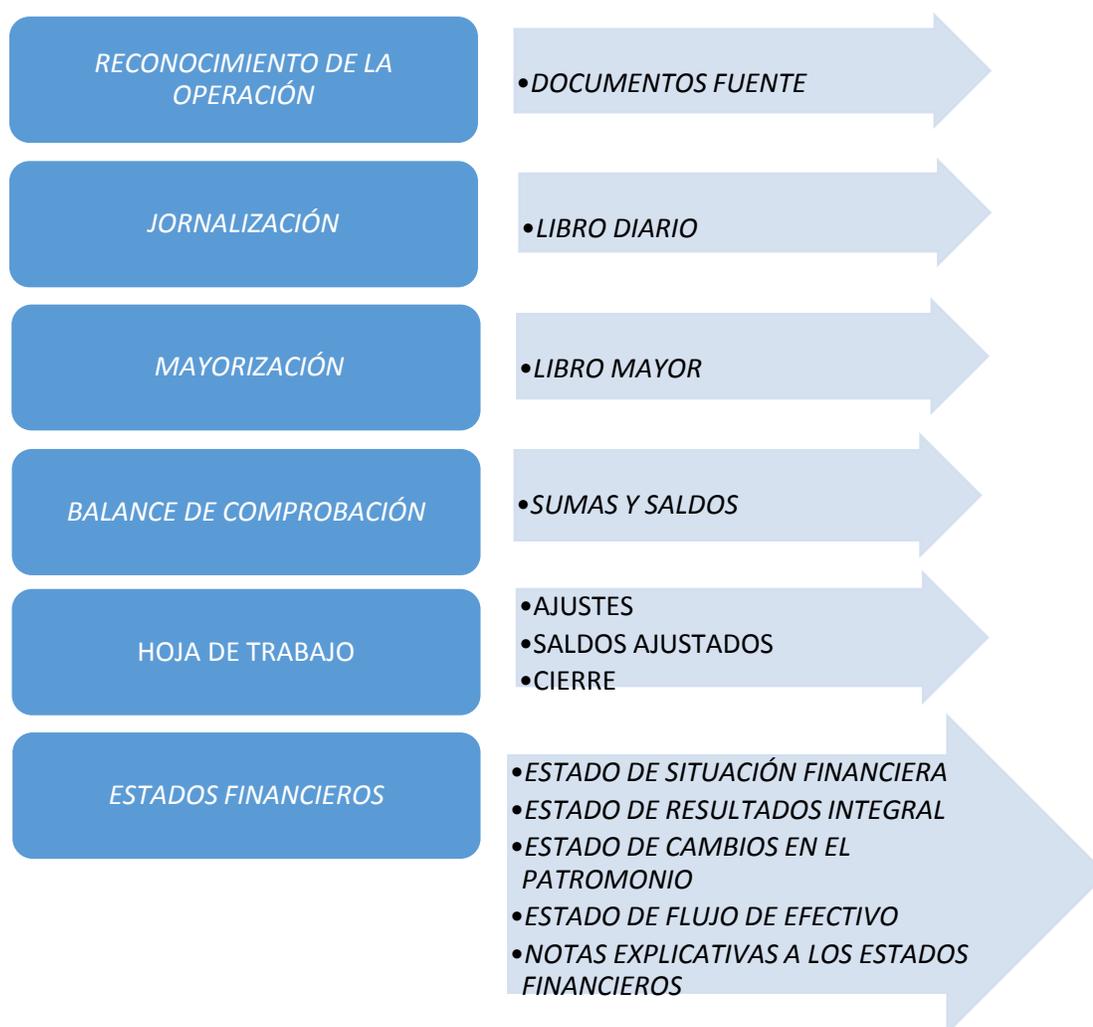


Imagen 1. Proceso contable

Fuente: (ZAPATA, 2011) (ARAGON, 2017)

2.15 Inventarios

En si los inventarios es la mercadería disponible para la venta dentro de una empresa comercializadora. “Representa la existencia de bienes muebles e inmuebles que tiene la empresa para comerciar con ellos, comprándolos y vendiéndolos tal cual o procesándolos primero antes de venderlos, en un período económico determinado” (CAPECCHI, 2009, pág. 24). La cuenta

inventarios se emplea para reflejar el valor de las mercaderías, propiedad de la empresa, adquiridas o producidas con la intención de venderlas.

2.16 Métodos de evaluación de Inventarios

Existen algunos métodos de evaluación de inventarios los cuales son muy importantes para poder llevar un buen control, en el Supermercado se utiliza el método de primeras en entrar primeras en salir (PEPS).

Método PEPS

El método primeras en entrar primeras en salir (PEPS) consiste en que los costos son incluidos en el precio de venta, y como su nombre lo indica las compras más antiguas se venden primero.

Cuando se aplica el método de primeras entradas, primeras salidas o método PEPS de valuación de inventarios, se supone que las primeras mercancías compradas son las primeras que se venden. Por lo tanto, las mercancías en existencia al final del periodo serán las últimas, es decir, las de compra más reciente, valoradas al precio actual o al último precio de compra.

Este método refleja al final un mayor saldo de inventarios (sobreevaluado) y un costo de ventas menor (subvaluado). (CANTU, 2014, pág. 376)

Método PEPS significa lo primero en entrar, lo primero en salir.

2.17 Kardex

Es un instrumento de control en donde se detalla datos importantes del producto es decir podemos tener información resumida de cada una de las transacciones que se realizan en la entidad.

“El documento control de las existencias para el inventario permanente es el KÁRDEX, el cual se puede realizar con tres diferentes métodos: PEPS, UEPS, Promedio Ponderado. El kárdex se puede realizar manual o automatizado” (RINCON, 2009, pág. 78). En si es una herramienta importante para llevar un control adecuado de los inventarios.

2.18 Importancia de la Kardex

Es importante llevar un documento de control porque nos proporciona información de entradas y salidas de mercadería.

2.19 Precios

El precio es una variable que ayuda a determinar la aceptación de un producto en el mercado. A través de los precios una entidad puede obtener un beneficio lo cual le ayuda a crecer. “El precio es aquello que es entregado a cambio para adquirir un bien o servicio. También puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos” (LAMB, 2006, pág. 586).

2.20 Stock

Stock es la cantidad de bienes o productos disponibles para la venta dentro de una entidad, es si es todo lo que se encuentra en bodega.

Se dice a stocks a un conjunto de mercaderías, artículos, productos o en general un recurso en espera para satisfacer una demanda futura más o menos próxima y abastecer de esta forma a los clientes sin imponerles las discontinuidades inherentes a la fabricación o posibles retrasos en las entregas por parte de los proveedores. (http://www.mailxmail.com/stock-definicion-objetivos-tipos_h)

2.21 Compras

Es una actividad de adquirir productos o servicios de calidad a un precio justo y en un tiempo determinado con el objetivo de satisfacer alguna necesidad.

2.22 Devolución en compras

Las devoluciones sobre compras son aquellas en las que una empresa retorna productos comprados a su proveedor.

Esta devolución puede generarse como consecuencia de que el comprador haya encontrado los productos defectuosos, con características distintas a las solicitadas, o por otras razones. Ante el escenario de una devolución sobre una compra, el comprador puede solicitar al proveedor dos acciones: la devolución del dinero pagado (en caso de que ya se haya hecho un importe), o la consideración de un precio menor como resarcimiento por los motivos de la devolución. (<https://www.lifeder.com/devoluciones-sobre-compras/>)

La devolución en compras se produce cuando el bien o productos adquirido está en malas condiciones como: caducado o deteriorado.

2.23 Ventas

La venta no es más que el intercambio de bienes o productos a cambio de dinero y está puede ser a contado o a crédito.

La American Marketing Association, define la venta como el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)". "El Diccionario de Marketing de Cultural S.A., define a la venta como un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero. También incluye en su definición, que "la venta puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador. (<http://docenciamanagementymkt.blogspot.com/2008/06/concepto-de-venta.html>)

2.24 Estados Financieros

Los estados financieros son una representación financiera muy bien estructurada de las transacciones que son llevadas a cabo dentro de una empresa y su objetivo es proporcionar información sobre la situación y el funcionamiento financiero en el momento que se necesite facilitando a los administrativos la toma de decisiones. “Es el resultado final de todo proceso contable, de los principios aplicables y de los procedimientos de registro desarrollados, son los estados financieros en donde se registran los juicios y criterios que una gerencia tiene de una entidad” (COTACORA, 1997, pág. 90).

Existen 5 estados financieros:

Tabla 19. Estados Financieros

ESTADOS FINANCIEROS	CONCEPTO
Estado de Situación Financiera	Este estado de situación se elabora al finalizar el período contable para determinar la situación financiera de la empresa en una fecha determinada. Nos muestra cuales son los activos con los que cuenta la empresa para las futuras operaciones, así como también los derechos que existen sobre los mismo y que aparecen bajo el nombre de pasivos y capital.
Estado de Resultados Integral	Es un estado que muestra detalles y resultados de las actividades en un periodo determinado, es decir muestra la utilidad o perdida obtenida por una entidad económica durante un periodo determinado.

Estado de Cambios en el Patrimonio	Este estado es preparado al final de un periodo con el propósito de demostrar en forma detallada los cambios ocurridos en las partidas patrimoniales, el origen de dichas modificaciones y la posición actual del capital contable.
Estado de Flujo de Efectivo	Este estado se elabora al término de un periodo contable en donde se registran las entradas y salidas de efectivo para evaluar la mayor liquidez o solvencia de la empresa. Se puede afirmar que el propósito general del estado de flujo de efectivo es informar sobre los cambios de la situación financiera en términos de liquidez.
Notas Explicativas a los Estados Financieros	

Fuente: (ZAPATA, 2005, pág. 74)

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA

3.1. Diseño de la propuesta estratégica

“SISTEMA DE CONTABILIDAD, CONTROL DE INVENTARIOS Y PROVEEDURÍA PARA EL SUPERMERCADO CORINA, DEL BARRIO LA VICTORIA DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

3.2. INTRODUCCIÓN

El propósito del proyecto de investigación denominado “Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría para el Supermercado CORINA, del Barrio La Victoria de la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”, es de que se cuente con una herramienta indispensable para la propietaria esto ayudara a ser más eficientes y a tener mayor rentabilidad.

3.3. FINALIDAD DE LA PROPUESTA

El presente trabajo tiene como finalidad automatizar los procesos, por medio de la adquisición de un sistema contable, que incluya el control de inventarios, ahorrando tiempo y recursos para su conocimiento, que eviten las tomas físicas de las existencias para conocer los saldos disponibles para la venta, que retrasan la agilidad en el servicio.

Otro punto importante es la proveeduría del Supermercado CORINA, desde el momento en que se selecciona a un proveedor por la calidad de sus productos, los mejores precios, el cumplimiento en la entrega y los mayores plazos que permiten un apalancamiento favorable para la fluidez del negocio.

3.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

3.4.1. Objetivo General

Implementar un Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveduría para el Supermercado CORINA, del Barrio La Victoria de la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, que permita mejorar los procesos contables del mismo modo lograr una información clara y oportuna que ayude a la toma de decisiones.

3.4.2. Objetivos específicos

- Analizar la situación actual de la bodega para determinar deficiencia que puedan afectar el desenvolvimiento del Supermercado
- Determinar un sistema contable con control de inventarios, para agilizar los procesos de compra, control de existencias y conocimiento inmediato de saldos del stock optimizando tiempo y recursos.
- Elegir proveedores que garanticen la calidad y entrega oportuna de los productos, para satisfacer a nuestros clientes
- Mejorar continuamente, buscando aumentar el posicionamiento en el mercado local.

3.5.EMPRESA

3.5.1. Razón social

Supermercado CORINA

3.5.2. Logotipo

CORINA, es la propietaria del Supermercado y decide llamar así a su negocio....



3.6.FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

MISIÓN.- El Supermercado " CORINA " es una entidad dedicada a la compra y venta de productos de primera necesidad brindando calidad en la atención y el servicio para satisfacer las necesidades y requerimientos de clientes, a través del abastecimiento surtido de productos de óptima calidad de una manera eficiente y rentable.

VISIÓN.- Ser un Supermercado líder en el mercado en los próximos cinco años, además ser reconocido por el buen servicio del cliente, variedad de productos y precios accesibles, en donde se pueda realizar compras de una forma agradable y satisfactoria, de la misma manera cumpliendo con las expectativas y deseos de los consumidores.

OBJETIVO.- Llegar a ser un Supermercado reconocido a nivel nacional, por su excelente atención al cliente y por ofertar productos de calidad de una manera eficiente y eficaz.

VALORES CORPORATIVOS

Responsabilidad. Adquirimos compromisos y los cumplimos con eficiencia, con una actitud de constancia para reflejar a nuestros clientes los logros obtenidos.

Ética. Reconocemos el compromiso y los logros de nuestros colaboradores y resaltamos sus valores morales y su amabilidad con nuestros clientes.

Honestidad. En todas las labores que realizamos las hacemos con rectitud y justicia para con nuestros clientes y con la sociedad en general.

Eficiencia. Desarrollamos nuestras labores con la mayor rapidez para brindar un servicio a tiempo y satisfacer con prontitud a nuestros clientes

Respeto. Creamos un ambiente de tolerancia con las diferentes maneras de pensar y en lo posible no creamos confrontamientos con los demás

Compromiso. Nos sentimos responsables de que nuestros clientes puedan satisfacer sus necesidades, para lograrlo hacemos nuestros mejores esfuerzos para conseguirlo.

Lealtad. Estamos comprometidos con nuestros colaboradores y ellos con nosotros, aportando al desarrollo.

PRINCIPIOS INSTITUCIONALES

Calidad. Seleccionamos los productos para ofrecerlos con las mejores características y manteniendo siempre las propiedades originales de los mismos, brindando confianza al cliente.

Trabajo en equipo. Cada uno aporta de diferente manera y a la vez se integra y aporta para lograr los objetivos propuestos por el supermercado.

Innovación. Mejora constante en los servicios y la presentación de nuestro supermercado, mejoramos nuestros métodos de trabajo para aumentar las ventas y reducir los costos.

Liderazgo . Somos pioneros en nuestro sector, y tomamos decisiones con altos riesgos, pero confiados en la gran aceptación de nuestros clientes.

Fuente: Elaboración propia

3.6.1. Código de ética

La ética reconoce el cumplimiento de las normas y políticas internas en y para la empresa, para todos los niveles jerárquicos desde el propietario, administrativo y empleados.

La máxima autoridad es el encargado de encontrar el equilibrio entre los recursos financieros y el talento humano, de modo que los trabajadores realicen sus actividades y aporten al crecimiento continuo del supermercado.

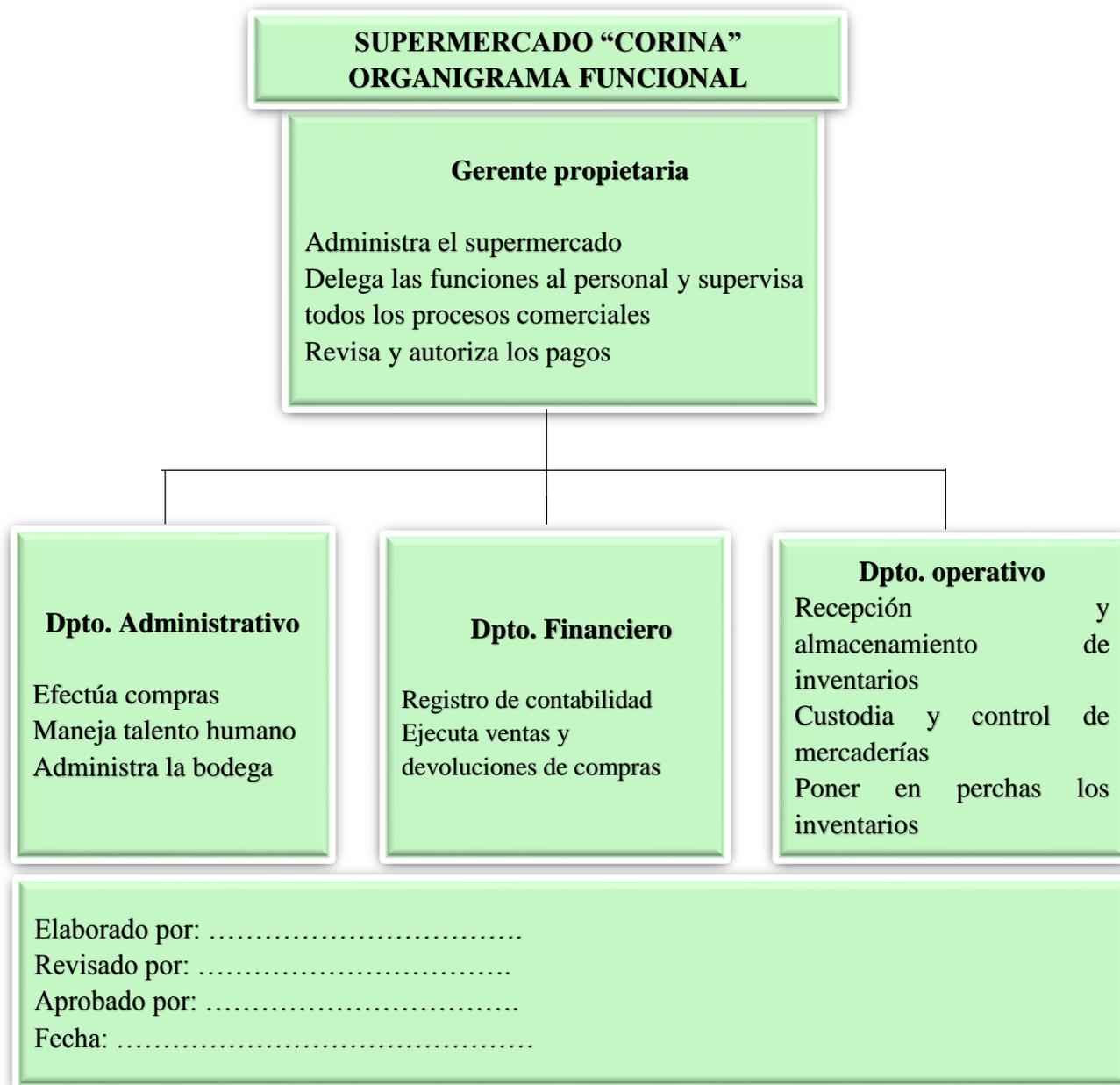
Los empleados deben fomentar el respeto mutuo de sus culturas, creencias y demás aspectos propios de cada individuo, respetar y cumplir las políticas del supermercado, garantizar la seguridad e higiene de su lugar de trabajo, entre otras obligaciones y derechos que los asisten.

Todos quienes conforman el supermercado CORINA, deben resaltar los principios éticos individuales como la responsabilidad, la confiabilidad y sobre todo la integridad, si se cumple con estos principios, la armonía laboral en el supermercado siempre se conservará.

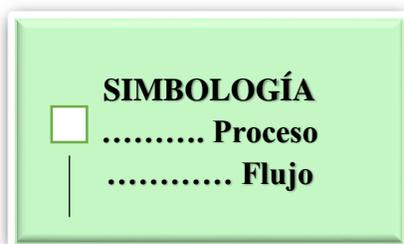
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.6.2. Organigrama Funcional

Gráfica 1. Propuesta de organigrama funcional.



Fuente: Investigación propia



3.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

- ✓ **Control Interno de cada proceso del Control de los Inventarios**
- ✓ **Políticas de Control Interno**
- ✓ **Flujogramas**
- ✓ **Proceso Contable**
- ✓ **Dinámica de la Cuenta Inventarios**
- ✓ **Manual de procesos y políticas de Inventarios**
- ✓ **Documentos para el Control de Inventarios**
- ✓ **Plan de Cuentas**
- ✓ **Estados Financieros**
- ✓ **Indicadores Financieros**

3.7.1. Control Interno de cada proceso de control de inventarios

Para el manejo adecuado de los inventarios es necesario desarrollar políticas claras y específicas para cada fase del proceso, desde el momento de hacer el requerimiento hasta el registro de la salida de los mismos al efectuarse la venta y despacho de las mercaderías.

En efecto, si se busca la mejora continua el administrador debe tener la habilidad de delegar funciones a sus subalternos, para este efecto se nombrará un encargado de bodega, mismo que hará las veces de bodeguero y perchador de las mercaderías en los estantes asignados para cada uno de los productos destinados para la venta.

El encargado de bodega será supervisado por el contador y la gerente propietaria

Una manera más fácil de mirar en forma sintetizada todo el proceso es a través del flujograma que se elabora más adelante.

La contabilidad, aunque se la lleve en forma empírica, es la parte medular del correcto manejo administrativo de un negocio; cuando se lleva contabilidad de forma técnica el proceso contable aporta en forma más oportuna a la toma de decisiones.

A medida que el negocio crece los procesos y procedimientos contables se hacen más necesarios para conocer la información financiera del supermercado.

Funciones generales del control de Inventarios:

PLANTEAMIENTO: se estimará las necesidades en cuanto a inventarios, constituye el presupuesto

COMPRA: consiste en determinar los tipos y cantidades de mercadería que se requiere, aquí se elabora la orden de compra y se mantiene una vigilancia en la entrega oportuna de todo lo adquirido.

RECEPCIÓN: aquí se detalla las siguientes responsabilidades; los productos recibidos deben ser contados y comparados con la orden de compra, elaborar la recepción de mercadería y notificar la recepción y aceptación de los materiales.

ALMACENAJE: se debe comprobar las cantidades que se recibe para ser almacenadas, almacenar de forma adecuada de acuerdo al grupo que corresponda.

PERCHADO: de igual manera colocar en las perchas según el grupo, notificar sobre productos deteriorados o caducados para poder reajustar los costos en los registros, la información rápida y oportuna es importante para el buen funcionamiento ya que se puede corregir a tiempo y no afectar al consumidor.

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA PODER PERCHAR LOS PRODUCTOS

Macro Localización

1. El recorrido de compra

La mercadería congelada va a final

Frutas y verduras al final

Papel higiénico al fondo

La zona de promociones al inicio

Detergentes y comida para mascotas deben estar alejados

2. La primera impresión

Las frutas. - dan una imagen de frescura y calidad

La zona de promociones. – da una imagen de buenos precios

Los licores. – dan la imagen de una tienda cara y productos de alta calidad

3. El mix.

Es una mezcla de los dos anteriores

Micro localización

1. La cabecera de góndola

Es el espacio que dan hacia los pasillos ideal para colocar ofertas y promociones

2. Posición horizontal

Es muy importante ya que definirá la compra de productos. Ejemplo colocar los fideos junto con la salsa de tomate

3. Posición vertical

Es muy importante ya que el cliente decidirá si lleva el producto A o el producto B o los dos o ninguno.

- ✓ Media. A la altura de los ojos, aquí se ubican los productos nuevos.
- ✓ Superior. En la parte de arriba, los productos regulares.
- ✓ Baja. En la parte de abajo, aquí se ubican los productos ya conocidos.

LISTADO DE PRODUCTOS				
CONSUMO	COMIDAS	necesitan frio		
		no necesitan frio		
	BEBIDAS			
USO	HIGIENE PERSONAL	toallas femeninas	antitranspirante masculino	
		pañales	antitranspirante femenino	
		rollos de cocina	jabón	
		papel higiénico	shampoo	
		focos	velas	
	LIMPIEZA	detergente	bolsas de basura	
		desinfectante	trapos de piso	
		aromatizante	Escobas	
		jabón blanco	Coladores	
		cera liquida	Ralladores	
		brochas	Esponjas	
		guantes	espátulas	
	HELADERIA	LACTEOS	leche	
			postres	
yogurt				

	CARNES	Pollo		
		vaca		
		cerdo		
	EMBUTIDOS	queso cremoso	salchichas	
		queso sin sal	chorizo	
		queso de mesa	jamón	
		queso duro	Mortadela	
CONGELADOS	helados	Verduras		
	tortas	hamburguesas		
	pescado			
ENLATADOS	FRUTAS	durazno		
		pera		
		manzana		
	PESCADO	atún		
		sardina		
	SALSA DE TOMATE			
	LEGUMBRES	lenteja		
arveja				
frejol				
HARINAS	PASTAS SECAS			
	PAN			
	GALLETAS	dulces		
saladas				
CEREALES				
FRUTAS SECAS				
LEGUMBRES				
GOLOSINAS				
MERMELADAS				
DULCES				
INFUSIONES				
ENDULSANTES				
ACEITES				
ADERESOS				
SAL				
BEBIDAS	VINO			
	CERVEZA			
	AGUAS			
	JUGOS			
VERDULERIA				
HUEVOS				

3.7.2. Políticas de control interno

- **Solicitud de Requerimiento**

Tabla 20. Control interno de requerimientos

	CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS”	
Fecha:	Solicitud de requerimiento DIARIA	
Políticas de control interno:		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se debe llenar las estanterías con los bienes que se exhiben para la venta en la sección correspondiente según las estrategias de merchandising 2. Se determina la fecha de caducidad de los productos y retirarlos de la exhibición para posteriormente hacer la devolución o cambio de los mismos 3. Se debe notificar a la gerencia los saldos actualizados para que se haga el requerimiento de los productos que se necesiten y que se elabore el pedido al respectivo proveedor 4. Se elabora el listado detallado de los productos que se requieren para tener el stock establecido por el reglamento interno. 5. Se negocia con los proveedores los plazos de entrega y pago de la mercadería 	
Aprobado por:	Revisado por:	Elaborado por:

Fuente: Investigación propia

- **Recepción de mercaderías**

Tabla 21. *Recepción de inventarios*

	CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS”	
Fecha:	Recepción de mercaderías DIARIA	
Políticas de control interno:		
	<p>1. La recepción de las mercaderías se debe hacer siempre en las primeras horas de la mañana, con la finalidad de contar con el tiempo suficiente para su almacenamiento y ofrecer alimentos frescos.</p> <p>2. Se verifica la cantidad, características y fecha de caducidad de los productos; es decir el encargado de la bodega hará un estricto control de calidad de los productos que recibe.</p> <p>3. No se debe recibir alimentos y bienes en mal estado, golpeados o estropeados y menos caducados</p> <p>4. Se debe solicitar la factura de la compra y el total de los productos detallados en ella.</p> <p>5. Al proveedor se le debe entregar los productos caducados o dañados con un documento de respaldo y la firma de autorización.</p> <p>6. Se debe codificar los productos con el código de barras que corresponda según la base de datos del sistema contable.</p> <p>7. Y finalmente registrar en el sistema la totalidad de los productos recibidos, así mismo, los egresos de bodega en el momento de la entrega al supermercado para exhibirlos.</p>	
Aprobado por:	Revisado por:	Elaborado por:

Fuente: Investigación propia

- **Custodia de bodega**

Tabla 22. Custodia de bodega

	CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS”	
Fecha:	Custodia de bodega DIARIA	
Políticas de control interno:		
	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="203 709 1409 890">1. Se tiene que establecer el stock mínimo y máximo de los inventarios, sin embargo, el encargado de bodega es quien debe controlar que se cumpla en mantener las cantidades establecidas. <li data-bbox="203 926 1409 1037">2. Se debe informar al gerente con anterioridad que se haga el requerimiento de productos y alimentos necesarios para mantener el stock establecido. <li data-bbox="203 1073 1409 1184">3. Se recibe las mercancías, es responsabilidad del encargado de bodega de la custodia de los inventarios <li data-bbox="203 1220 1409 1331">4. Se debe almacenar los productos perecibles en frigoríficos y revisar su estado por lo menos una vez por semana y los no perecederos ubicar en perchas. <li data-bbox="203 1367 1409 1478">5. Ingreso restringido a la bodega, salvo que cuente con justificación escrita que será entregada al mismo. <li data-bbox="240 1514 821 1547">6. Se debe mantener actualizados los Kardex. 	
Aprobado por:	Revisado por:	Elaborado por:

Fuente: Investigación propia

- **Egreso de mercadería de bodega**

Tabla 23. Egreso inventarios de bodega

	CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS”	
Fecha:	Egreso de mercadería de bodega DIARIA	
Políticas de control interno:		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se debe registrar los productos perecibles en estado de descomposición o que pierdan sus propiedades como salida de productos por daño. 2. Se debe reportar al gerente los productos perecibles que están próximos a sufrir daños para que oferte alguna promoción o se les aplique un descuento con el fin de evitar la baja por daño. 3. Se tiene que informar al gerente los inventarios de más lenta rotación. 5. Se debe recibir los comprobantes de salida de inventarios de bodega debidamente firmados por la gerencia; para entregar realizar un control de calidad de los productos que se va exhibir u ofertar. 6. Se debe entregar con rapidez los inventarios requeridos para no retrasar el proceso de comercialización. 	
Aprobado por:	Revisado por:	Elaborado por:

Fuente: Investigación propia

- **Distribución y ventas**

Tabla 24. Distribución y venta de inventarios

	CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS”
---	---------------------------------

Fecha: **Distribución y ventas DIARIA**

Políticas de control interno:

1. Se tiene que exhibir el precio de venta al público de todos los productos utilizando etiquetas; éste debe incluir impuestos en el caso que estén gravados.
2. Se debe entregar los productos al cliente en diferentes empaques, agrupando de acuerdo a características similares de consistencia para evitar que se derramen.
3. Para grandes cantidades de productos reutilizar los cartones y demás empaques en los que se recibe los inventarios, facilitando al cliente su traslado.
4. Se tiene que mantener el local limpio y desinfectado, los productos aislados del piso con perchas, frigoríficos y otros, a fin de mantener la buena imagen del supermercado.
5. Se debe registrar los productos vendidos a fin de conocer el stock de cada producto.

Aprobado por:

Revisado por:

Elaborado por:

Fuente: Investigación propia

3.7.3. Flujogramas

Son herramientas administrativas que presentan de manera resumida cada uno de los procesos de los diferentes niveles y ayudan hacer más eficiente la operatividad del negocio, visualizando las funciones y tareas de cada colaborador.

- **Procedimientos para seleccionar de proveedores:**

1. Objetivo: Analizar los diferentes distribuidores de productos que brinden las mejores condiciones para ser nuestros proveedores.

2. Alcance: Obtener los mejores beneficios comerciales de los proveedores en cuanto a calidad, precios, plazos de pago y servicio de entrega en nuestro local

3. Área responsable: La Gerencia

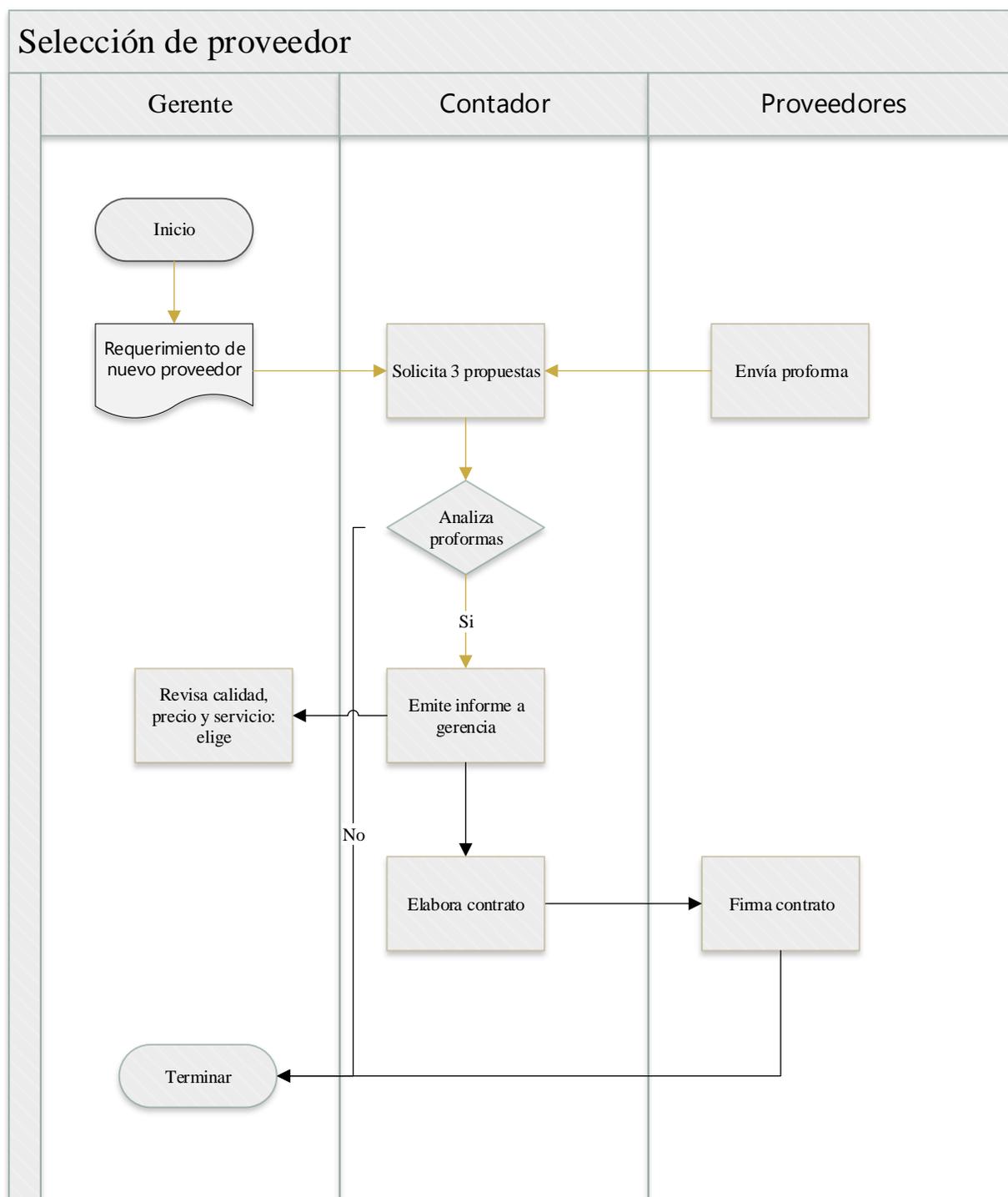
4: Descripción del procedimiento:

Tabla 25. Proceso de selección de proveedor

No.	Proceso	Área responsable
1.	Inicio	
2.	Solicitud de requerimiento de un nuevo proveedor	Gerente
3.	Seleccionar las 3 mejores propuestas	Contador
4.	Analiza proformas y elige la más idónea	Gerente
5.	Emite su dictamen favorable a un solo proveedor	Gerente
6.	Elabora el contrato y celebra el mismo con el nuevo proveedor	Contador
7.	Fin	

Fuente: Investigación propia

Gráfico 2. Flujograma selección de proveedor



Fuente: Investigación propia

- **Procedimientos para recepción de mercaderías:**

1. Objetivo: Mantener bien abastecido el supermercado de insumos, mercaderías y materiales dispuestos para la comercialización y el funcionamiento del mismo

2. Alcance: Mantener el stock requerido para cada tipo de mercaderías de acuerdo a sus características, la cantidad demandada y los plazos vigentes antes de su vencimiento para ser consumidos

3. Área responsable: El área administrativa a través del encargado de bodega.

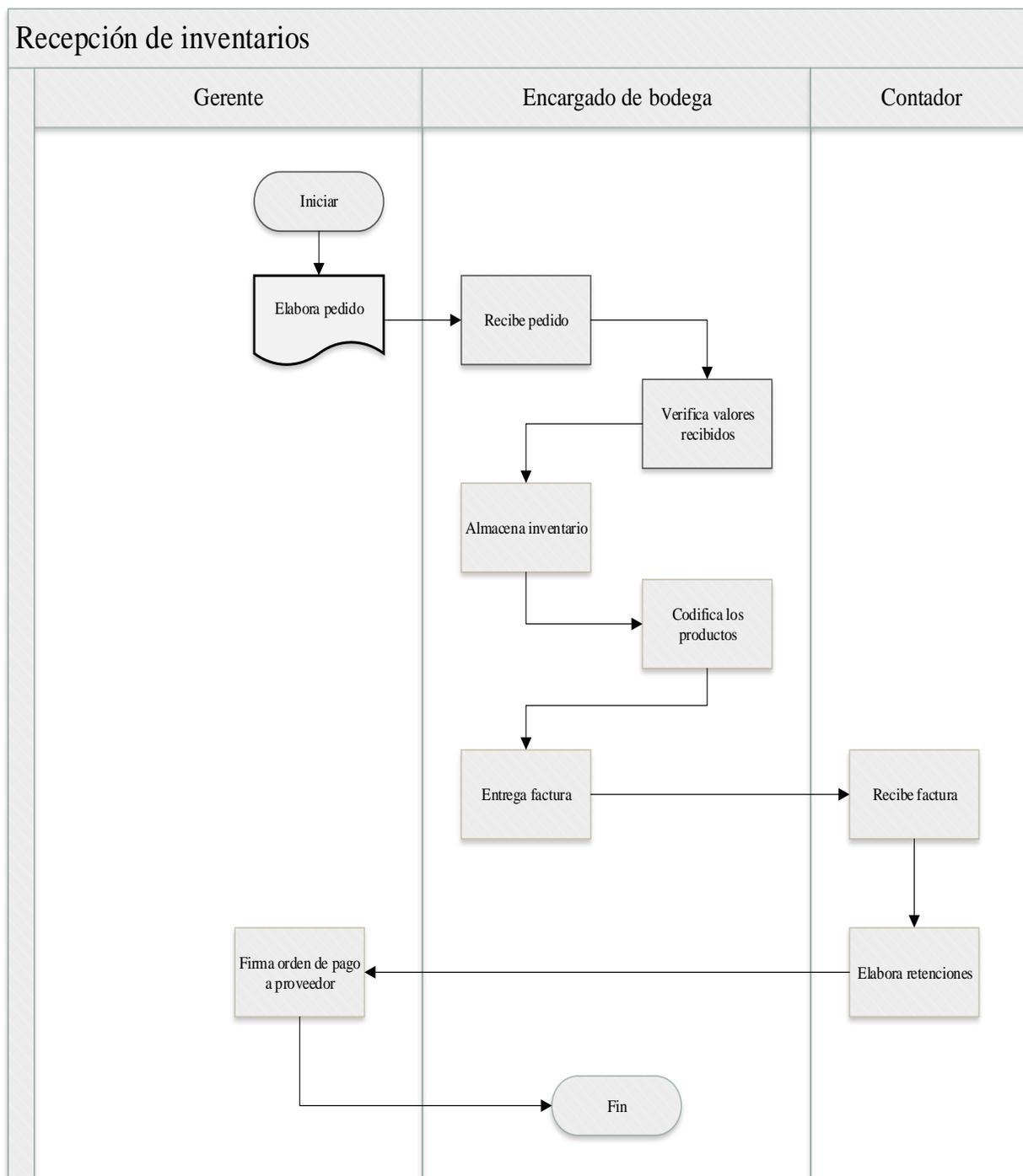
4. Descripción del procedimiento:

Tabla 26. Recepción de mercadería

No.	Proceso	Área responsable
1.	Inicio	
2.	Realiza la compra y espera la entrega	Gerente
3.	Recibe la factura y verifica que esté completo y el estado de la mercadería	Bodeguero
4.	Clasifica y almacena la mercadería receptada	
5.	Ingresa la información al sistema y codifica los productos	
6.	Informa las novedades al gerente y entrega factura a contador	
7.	Registra la compra e indica el disponible en el sistema	Contador
8.	Fin	

Fuente: Investigación propia

Gráfico 3. Flujograma recepción de inventarios



Fuente: Investigación propia

- **Procedimientos para la custodia de los inventarios:**

1. Objetivo: Salvaguardar los inventarios.

2. Alcance: Proteger las mercaderías contra daños, deterioros, vencimiento o hurto de bodega, que es de exclusiva responsabilidad del encargado de la misma.

3. Área responsable: Área administrativa a través del responsable de bodega.

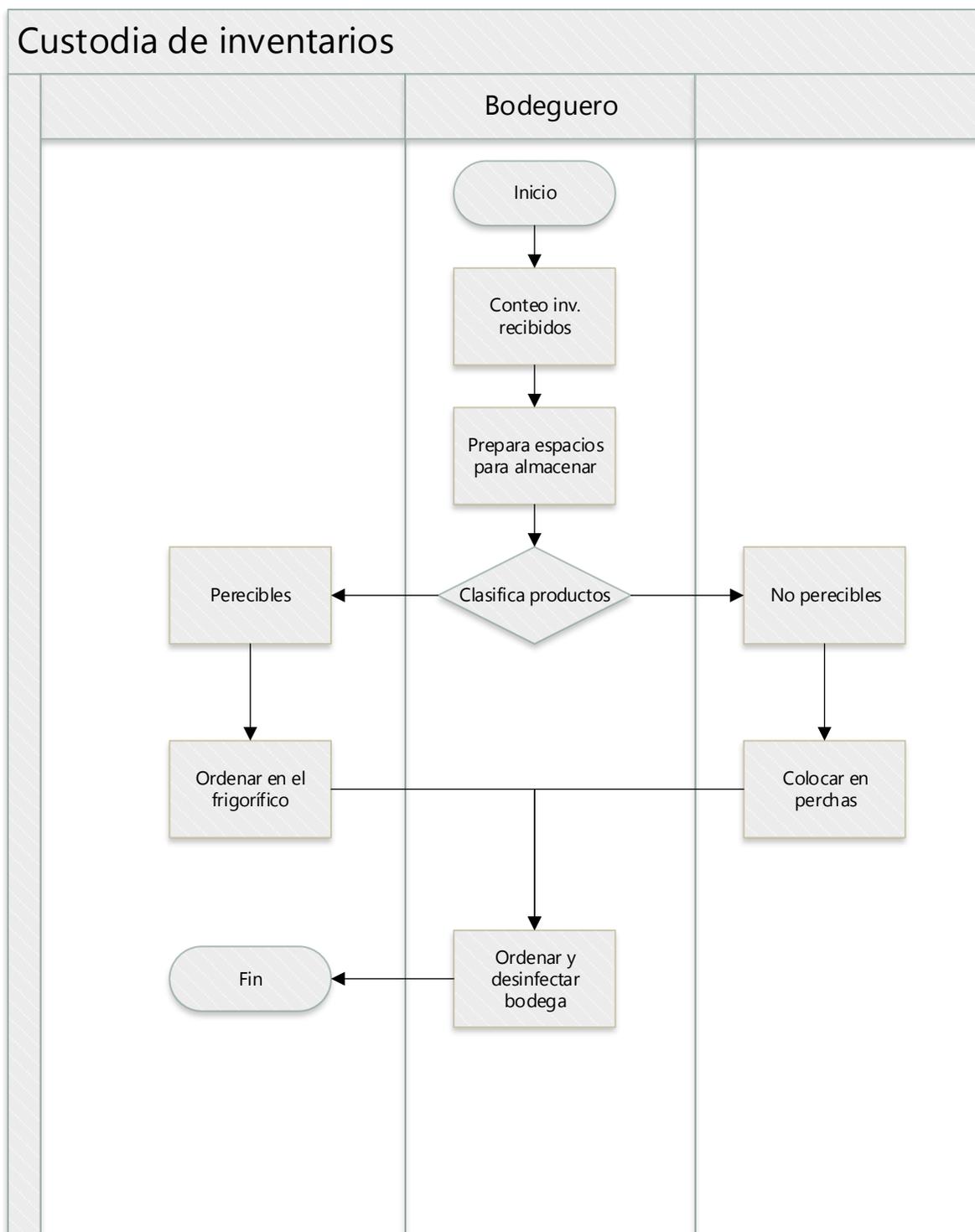
4: Descripción del procedimiento:

Tabla 27. Custodia de inventarios

No.	Proceso	Área responsable
1.	Inicio	
2.	Conteo del inventario recibido	Bodeguero
3.	Preparación del espacio físico para el almacenamiento	
4.	Clasificar los productos y separar los perecederos.	
5.	Colocar los productos perecibles en frigoríficos o ambientes frescos de acuerdo a lo que requieran.	
6.	Colocar los productos no perecederos en perchas.	
7.	Realizar la limpieza e higiene de la bodega	
8.	Asegurar la bodega conforme al reglamento interno	Administrador
9.	Fin	

Fuente: Investigación propia

Gráfico 4. Flujograma custodia de inventarios



Fuente: Investigación propia

3.7.4. Proceso contable

Costo de venta

Supermercado CORINA al ser netamente comercial sus costos se pueden establecer de acuerdo a ese tipo de empresas.

Tabla 28. Determinación del costo de venta

		Supermercado “CORINA”
DETERMINACIÓN DEL COSTO DE VENTA		
Inventario inicial	180.000	
+ compras	100.000	
-Inventario final	<u>120.000</u>	
Costo de venta	160.000	

Provisión de productos

En el caso específico de los productos perecederos existen dos riesgos donde los vendedores minoristas deben tomar decisiones periódicas, estos son de inventarios excedentes y faltantes, es decir; ventas perdidas.

Para ello debemos determinar una decisión acertada para conocer la cantidad de inventario que debemos adquirir para maximizar la utilidad.

El cálculo matemático quedaría de la siguiente manera:

$$Cf = Pv - C$$

Donde:

Cf = Costo faltante

Pv = Precio de venta

C= Costo de venta

Cabe indicar que la diferencia entre el precio de venta y el costo (Pv- C) es la utilidad que dejamos de percibir.

$$C_e = C - V_s$$

Donde:

C_e= costo excedente

C= Costo

V_s= Valor de salvamento

El valor de salvamento es una penalización por mantener sobrantes excesivos y que no ha tenido salida; en nuestro caso serían las frutas o verduras que se compran en exceso que tenga una baja demanda y se dañan.

Estos riesgos se pueden minimizar encontrando la cantidad óptima a ofrecer: Varios especialistas de costos lo han demostrado de innumerables maneras, pero para facilitar la comprensión se simplifica en la siguiente fórmula matemática.

$$Q = \frac{C_f}{C_f - C_e}$$

Donde:

Q= cantidad

C_f= Costo faltante

C_e= Coste excedente

Fuente: (ZAPATA, 2011) y agregaciones de cálculo

Una vez conocido la cantidad óptima que se debe comprar de cada producto perecible, el SUPERMERCADO “CORINA” aumenta su utilidad.

Todo se basa en comparar la demanda real con la demanda prevista. Para ello es necesario mantener una base de datos de las frutas que son estacionarias; es decir, que tienen meses específicos donde la demanda aumenta considerablemente.

El método de evaluación de Inventarios para el Supermercado será el método de primeras en entrar primeras en salir (PEPS).

Método PEPS o FIFO

El método primeras en entrar primeras en salir (PEPS) consiste en que los costos son incluidos en el precio de venta, y como su nombre lo indica las compras más antiguas se venden primero.

Este método refleja al final un mayor saldo de inventarios (sobreevaluado) y un costo de ventas menor (subvaluado). A continuación, un ejemplo:

Tabla 29 ejemplo Kardex

PEPS									
KARDEX DE MERCADERÍA									
Fecha	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
	Cant idad	V. Unitario	V. Total	Cant idad	V. Unitario	V. Total	Cant idad	V. Unitario	V. Total
feb-02	250	620	\$155.000,00			-	250	\$155.000,00	\$155.000,00
feb-07	250	628	\$157.000,00			-	500	\$157.000,00	\$312.000,00
feb-11	250	633	\$158.250,00			-	750	\$158.250,00	\$470.250,00
feb-16			-	250	620	\$ 155.000,00	500	\$155.000,00	\$315.250,00
feb-16			-	200	628	\$ 125.600,00	300	\$125.600,00	\$189.650,00

Fuente: Investigación propia

En este caso la salida de unidades del 16 de febrero es por 450 unidades, del primer lote de entradas se toman 250 unidades al costo de \$ 620 y del segundo lote se toman las 200 unidades restantes al costo de \$ 628.

La ventaja de aplicar esta técnica consiste en que los inventarios están valorados con los costos más recientes, dado que los costos más antiguos son los que van conformando a su medida los primeros costos de ventas o de producción (costos de salidas). La principal desventaja de aplicar esta técnica radica en que los costos de producción y ventas bajos que suele mostrar, incrementa lógicamente las utilidades, generando así un mayor impuesto.

3.7.5. Dinámica contable de Inventarios

Tabla 30. Dinámica contable de Inventarios

		SUPERMERCADO “CORINA
Nombre de la cuenta:	Inventarios	
Código:	1.1.3	
Objetivo:	Almacenar la cantidad optima de mercaderías, para tener un stock destinado a la venta	
CONCEPTO		
Es una cuenta del activo corriente y de naturaleza deudora excepto, su provisión que reduce su valor. Las mercaderías se registran al valor del costo de venta incluyendo los gastos hasta el momento de su venta.		
Debita por:	Acredita por:	
❖ Al registrar la adquisición a costo de venta	❖ Al momento de la venta	

-
- | | |
|--|--|
| ❖ Devoluciones hechas por los clientes | ❖ Por devoluciones a proveedores |
| ❖ Registro de inventario al inicio de un nuevo período | ❖ Por faltantes en la toma física de inventarios |
| ❖ Sobrantes en las tomas físicas | ❖ Por daño, deterioro o caducidad de los productos |

ACTIVIDADES DE CONTROL

- ❖ Toma física de inventarios sorpresiva o requerida de manera trimestral
- ❖ Preparar espacios físicos idóneo para evitar el deterioro o daño
- ❖ Contar con cuidado las mercaderías al momento de entregar, evitando pérdidas
- ❖ Realizar mantenimiento programado de los frigoríficos para conservar los productos perecederos
- ❖ Comprar los inventarios de acuerdo a la demanda con el fin de que no caduquen y maximizar la utilidad.

Fuente: Investigación propia

3.7.6. Manual de procesos y políticas de inventarios

Tabla 31. Compra de inventarios

	SUPERMERCADO “CORINA
Nombre de la cuenta:	Compra de mercaderías
Responsable:	
Objetivo:	Asegurar que las compras sean realmente requeridas para su venta, cumpliendo con la normativa interna.
Políticas	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ La requisición de la mercadería deberá canalizarse a través del gerente del supermercado mediante la orden de compra al proveedor que corresponda según la línea o en forma directa. ❖ El gerente solicitará al encargado de bodega los saldos de los inventarios, en caso de ser necesario debe emitir la respectiva orden de compra ❖ El gerente se responsabiliza por el proceso de compra y la forma de pago. ❖ El encargado de bodega debe recibir los inventarios comprados y verificar que coincidan exactamente; la orden de compra y la factura entregada por el proveedor. ❖ Se debe conciliar cada 6 meses las cuentas por pagar a los proveedores y el stock de los inventarios destinados para la actividad comercial del supermercado ❖ El gerente y el contador deben tener una base de datos de los proveedores, con un numero de contacto para hacer una orden de compra con entrega inmediata cuando sea necesario. ❖ Las facturas de compra pagadas deben ser selladas al reverso y entregadas al área financiera para su archivo. 	

Tabla 32. Venta de mercadería

		SUPERMERCADO “CORINA
Nombre de la cuenta:	Venta de mercadería	
Responsable:		
Objetivo:	Determinar los procedimientos a seguir al momento de vender y elaborar la factura a los clientes.	
Políticas		
<ul style="list-style-type: none"> ❖ No se realizan ventas a crédito bajo ningún concepto ❖ No se aceptan devoluciones una vez que el cliente haya abandonado el supermercado ❖ Es obligación propia del cliente constatar el estado de los productos que adquiere en el supermercado ❖ La actividad de venta y facturación se realizará en el área asignada por la administración del supermercado. ❖ Se debe entregar factura a todos los clientes, para ello se la debe llenar con sus datos personales; y, a los clientes que no desean la factura con datos se les emite y entrega como consumidor final. ❖ Se debe verificar la validez de los comprobantes de venta que se emiten ❖ Se empaca los productos vendidos de forma que se le facilite su traslado al cliente, empacando por separado los productos que puedan dañar o contaminar a los demás. ❖ Y finalmente se debe conservar en buen estado las copias de los comprobantes de venta y archivarlos cronológicamente 		

Tabla 33. Devolución de compras

		SUPERMERCADO “CORINA
Nombre de la cuenta:	Cambio y devolución de compras	
Responsable:		
Objetivo:	Recuperar o cambiar los productos que no cumplan con los requisitos de calidad	
Políticas		
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Se establece las condiciones de compra con el proveedor y detallar las razones para hacer las respectivas devoluciones o cambios de las mercaderías ❖ Se comprueba los motivos razonables para realizar la devolución a los proveedores sin causar perjuicios ❖ Se instauran los procedimientos que se deben seguir para los cambios y devoluciones de los inventarios que han ingresado a bodega ❖ Se envía los productos con el documento de respaldo autorizado y firmado por la gerencia ❖ Se debe acordar con el proveedor los tiempos máximos para la reposición o reembolso del importe de las mercaderías ❖ Se registra en el sistema contable las devoluciones al momento de entregar las mercaderías y cuando vuelvan a ingresar al recibir los inventarios, objeto de cambio. ❖ Se aclara los costos que se incurran en la devolución ❖ Se detallan los productos y la razón por las que se efectúa la devolución. 		
Fuente: Investigación propia		

Tabla 34. Descuentos

	SUPERMERCADO “CORINA
Nombre de la cuenta:	Descuentos
Responsable:	
Objetivo:	Aumentar la rotación de los inventarios en productos de temporada que estén próximos a quedarse o sufrir daño en el caso específico de los perecederos, sin afectar la rentabilidad del supermercado
Políticas	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Se otorgan descuentos considerando el volumen de compras ❖ Se debe motivar el consumo de un nuevo producto que se lanza al mercado, el descuento se concede por la venta cruzada; es decir; si adquiere el un producto y además compra el que está de lanzamiento ❖ Por efectos de publicidad de los productores o distribuidores de mercaderías que desean poner en exhibición en el supermercado ❖ Se debe reactivar las ventas en temporadas bajas, se puede reducir el margen de utilidad y bajar los precios haciendo la publicidad de descuento 	
Fuente: Investigación propia	

Tabla 35. Baja de inventarios

	SUPERMERCADO “CORINA
Nombre de la cuenta:	Baja de inventarios
Responsable:	
Objetivo:	Definir los pasos a seguir para dar de baja a inventarios por caducidad, obsolescencia, deterioro o pérdida,
Políticas	
❖	Se establece la frecuencia para revisar el vencimiento de los productos que se deben someter a baja de inventarios
❖	Se garantiza el destino final de los bienes de consumo que serán dados de baja, para que no afecten la imagen del supermercado
❖	Se debe clasificar y especificar los motivos de los productos que serán dados de baja: deterioro, vencimiento de fecha de caducidad, daño, entre otros.
❖	Se elabora un documento de soporte para el efecto que contenga la fecha, hora, detalle y firma autorizada.
Fuente: Investigación propia	

3.8. Documentos para el control de inventarios

Propuesta de solicitud de compra

		SUPERMERCADO CORINA	
Solicitud de compra		No.	
		Fecha de solicitud:	
Nombre del proveedor			
Fecha de entrega:			
Código	Cantidad requerida	Descripción	Justificación
A234	200	Detergente	Falta de stock
C126	150	Agua	Atender pedido
Elaborado por:		Firma autorizada	

Fuente: Investigación propia

Acta entrega recepción**ACTA DE ENTREGA – RECEPCIÓN**

En la ciudad de Ibarra siendo las 11 am del día 22 del mes de noviembre, en las instalaciones del Supermercado CORINA, se hace la recepción de los inventarios solicitados mediante orden de compra No.088 a Pasquel Rea Walter Bolívar (proveedor), con factura No. 002528

Los productos objeto del presente documento se detallan a continuación:

CANTIDAD	DETALLE	UNIDAD MEDIDA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
60	Leche entera	Litros	0.75	45.00
60	Leche saborizada	Litros	0.80	48.00
20	Leche entera	½ litros	0.36	7.20
40	Avena entera	Litros	0.76	30.40
20	Leche descremada	Litros	0.90	18.00
20	Leche deslactosada	Litros	0.85	17.00

Estando de acuerdo con lo anteriormente detallado, firman de conformidad la presente acta:

Nombres:

Supermercado CORINA

Nombres:

(PROVEEDOR)

Registro de proveedores.

SUPERMERCADO CORINA							
PROVEEDORES							
Nombre	Empresa	Dirección	Ciudad	Teléfono	Celular	Correo	Sitio Web
Terán Edwin	Fabrica Juris Cia Ltda	Domingo segura N64-36 y Bella Vista	Ibarra				

Fuente: Investigación propia

3.9. Plan de cuentas

SUPERMERCADO CORINA	
PLAN DE CUENTAS	
CÓDIGO	CUENTAS
1	ACTIVO
1.1.	ACTIVO CORRIENTE
1.1.	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO
1.1.1.	Caja
1.1.1.01	Caja General
1.1.1.1.2	Bancos
1.1.1.2.2.01	Banco del Pichincha
1.1.12.2.02	Banco del Pacifico
1.1.2.	INVENTARIOS
1.1.2.1	Inventario de mercaderías
1.1.2.2.	Inventario de Suministros y materiales
1.1.2.3.	Inventario de herramientas y Accesorios
1.1.2.4.	Provisión deterioro de inventario
1.1.3.	IVA en compras
1.1.4.	Crédito tributario
1.1.5.	Pagos anticipados
1.1.6.	Otros activos
5.1.03	Gastos sueldos
5.1.01	Gasto horas extras
5.1.04	Gasto bonificación
2.1.07	IESS por pagar
3.1.02	Capital

Fuente: Investigación propia

DATOS:

Los saldos establecidos al 01 de noviembre del 2018 son los siguientes: Caja \$ 600.00, Bancos \$11200.00, Inventario de mercaderías desglosado así: Productos alimenticios \$ 600.00, Productos de limpieza \$ 300.00, Productos de aseo personal \$ 300.00, Frutas y verduras \$200.00, Productos de bazar \$ 250.00, Lácteos \$150.00, Embutidos \$200.00, Cárnicos \$15 0.00, Sueldos por pagar \$ 600.00, Cuentas por pagar \$15000.00 y Capital \$16600.00

TRANSACCIONES DEL MES DE NOVIEMBRE DEL 2018

- Se compran mercaderías por \$153.75 según factura N° 001098710 de Fábrica "Juris" Ltda. (embutidos) se paga en efectivo.

- Se compra mercaderías por \$844,59 según factura N° 000148844 de "Dinadec" S.A. (licores), se cancela en efectivo.

- Se compra mercadería por \$ 108.78 según factura N° 000096172 de Oriental Industria Alimenticia O.I. A. CIA. se cancela al contado.

- Se compra mercadería por \$ 300 según factura N° 000067998 de Multiservicios Juan de la Cruz S.A (productos de limpieza), cancelándose el 100% con cheque N° 101 del Banco del Pichincha.

- Se compra mercadería por \$125.75 según factura N° 000173381 de "Distrim" Cia Ltda. (productos de aseo personal), se paga al crédito.

-Se compra mercadería por \$90,00 según factura N° 002528 de Pasquel Rea Walter Bolívar (lácteos), se paga en efectivo.

-Se compra mercadería por \$ 153.87 según factura N° 6698 de "Piamar" Cia Ltda. (helados), se paga al contado.

-Se cancela de servicios básicos por \$ 322,90.

-Se vende mercadería por \$ 800,00 según factura N° 0001676 a favor de Diego Hernández López, al contado.

-Se vende mercadería por \$ 600,00 según factura N° 0001679 a favor de Sandra Quinteros, al contado.

-Se vende mercadería por \$ 500,00 según factura N° 0001648 a favor de Patricia Cifuentes, al contado

-Se vende mercadería por \$ 760,00 según factura N° 0001646 a favor de Silvia Sánchez, al contado

-Se paga sueldos a empleados por un total de \$ 1522,37

SUPERMERCADO CORINA			
LIBRO DIARIO			
AL 30 DE NOVIEMBRE DEL 2018			
DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
-1-			
Caja		600,00	
Bancos		11200,00	
Inventario de mercadería		2150,00	
Productos alimenticios	600,00		
Productos de limpieza	300,00		
Productos de aseo personal	300,00		
Frutas y verduras	200,00		
Productos de bazar	250,00		
Lácteos	150,00		
Embutidos	200,00		
Cárnicos	150,00		
Sueldos por pagar			600,00
Cuentas por pagar			15000,00
Capital			-1650,00
V/R el estado de situación inicial			
-2-			
Inventario de mercadería		135,30	
Embutidos	153,75		
IVA en compras		18,45	
Caja			153,75
V/R la compra según factura N° 001098710 de Fábrica "Juris" Ltda			
-3-			
Inventario de mercadería		743,24	
Licores	844,59		
IVA en compras		101,35	
Caja			844,59

V/R la compra según factura N° 000148844 de "Dinadec" S.A.			
-4-			
Inventario de mercadería		95,73	
Productos alimenticios	108,78		
IVA en compras		13,05	
Caja			108,78
V/R la compra según factura N° 000096172 de Oriental Industria Alimenticia O.I.A .CIA.			
-5-			
Inventario de mercadería		264,00	
Productos de limpieza	589,25		
IVA en compras		36,00	
Bancos			300,00
V/R la compra según factura N° 000067998 de Multiservicios Juan de la Cruz S.A con cheque N° 101 del Banco del Pichincha			
-6-			
Inventario de mercadería		110,66	
Productos de aseo personal	125,75		
IVA en compras		15,09	
Bancos			125,75
V/R la compra según factura N° 000173381 de "Distrim" Cia Ltda			
-7-			
Inventario de mercadería		79,20	
Lácteos	169,24		
IVA en compras		10,80	
Caja			90,00
V/R la compra según factura N° 002528 de Pasquel Rea Walter Bolívar			
-8-			
Inventario de mercadería		135,41	
Helados	153,87		
IVA en compras		18,46	
Caja			153,87
V/R la compra según factura N° 6698 de "Piamar" Cia Ltda			
-9-			
Gasto servicios básicos		322,90	
Caja			322,90
V/R el pago de servicios básicos			
-10-			
Caja		800,00	
Ventas			704,00
IVA en ventas			96,00

V/R la venta según factura N° 0001676 a favor de Diego Hernández López,			
-11-			
Caja		600,00	
Ventas			528,00
IVA en ventas			72,00
V/R la venta 122.00 según factura N° 0001679 a favor de Sandra Quinteros			
-12-			
Caja		500,00	
Ventas			440,00
IVA en ventas			60,00
V/R la venta según factura N° 0001648 a favor de Patricia Cifuentes			
-13-			
Caja		760,00	
Ventas			668,80
IVA en ventas			91,20
V/R la venta según factura N° 0001646 a favor de Silvia Sánchez			
-14-			
Gasto sueldo		1.400,00	
Gasto horas extras		81,25	
Gasto bonificación		200,00	
IESS personal por pagar			158,88
Sueldos por pagar			1522,37
V/R el pago de sueldos del mes de noviembre			
TOTALES		20390,89	20390,89

SUPERMERCADO CORINA							
MAYORIZACION							
AL 30 DE NOVIEMBRE DEL 2018							
CAJA		BANCOS		INV. DE MERCADERIA		SUELDOS POR PAGAR	
600,00	153,75	11200,00	300,00	2150,00			600,00
800,00	844,59		125,75	135,30			1522,37
600,00	108,78	11200,00	425,75	743,24			2122,37
500,00		10774,25		95,73			
760,00				264,00			
	90,00			110,66			
	153,87			79,20			
	322,90			135,41			
3260,00	1673,89			3713,53			
1586,11							
CUENTAS POR PAGAR		CAPITAL		IVA EN COMPRAS		GASTO SER. BASICOS	
	15000,00		-1650,00	18,45		322,90	
				101,35			
				13,05			
				36,00			
				15,09			
				10,80			
				18,46			
				213,21			
GASTO BONIFICACION		IVA EN VENTAS		GASTO SUELDOS		GASTO HORAS EXTRAS	
200,00			96,00	1.400,00		81,25	
			72,00				
			60,00				
			91,20				
			319,20				

VENTAS		IESS POR PAGAR
	704,00	158,88
	528,00	
	440,00	
	668,80	
	2340,80	
	0	

SUPERMERCADO CORINA						
BALANCE DE COMPROBACIÓN						
AL 30 DE NOVIEMBRE DEL 2018						
N°	CÓDIGO	NOMBRE DE LA CUENTA	SUMAS		SALDOS	
			DEBE	HABER	DEUDOR	ACREEDOR
1	1.1.1	Caja	3260,00	1673,89	1586,11	
2	1.1.1.1.2	Bancos	11200,00	425,75	10774,25	
3	1.1.3	IVA en compras	213,21		213,21	
4	1.1.2.1	Inventario de mercaderías	3713,53		3713,53	
5	2.2.04	Cuentas por pagar		15000,00		15000,00
6	2.1.3	IVA en ventas		319,20		319,20
7	5.1.01	Sueldos por pagar		2122,37		2122,37
8	4.1.01	Ventas		2340,80		2340,80
9	5.1.18	Gastos servicios básicos	322,90		322,90	
10	5.1.03	Gastos sueldos	1.400,00		1.400,00	
11	5.1.02	Gasto horas extras	81,25		81,25	
12	5.1.04	Gasto bonificación	200,00		200,00	
13	2.1.07	IESS por pagar		158,88		158,88
14	3.1.02	Capital		-1650,00		-1650,00
		TOTALES	20390,89	20390,89	18291,25	18291,25

3.10. Estados financieros

Basados en las NIIF y las NIC, la presentación de los estados financieros ha tenido varios cambios para facilitar su comprensión y describir de forma más detallada los recursos de las entidades económicas y personas naturales obligadas a llevar contabilidad.

3.10.1. Estado de situación financiera

Esta herramienta administrativa y financiera representa las condiciones en las que se encuentra el SUPERMERCADO CORINA.

A continuación, se presenta un modelo de estado de Estado de Situación Financiera en forma vertical de acuerdo a las NIIF:

Tabla 36. Estado de situación financiera

SUPERMERCADO CORINA			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
AL 30 DE NOVIEMBRE DEL 2018			
	CUENTA		VALORES
	ACTIVO		
	Caja		600,00
	Bancos		11200,00
	Inventario de mercadería		2150,00
	Productos alimenticios	600,00	
	Productos de limpieza	300,00	
	Productos de aseo personal	300,00	
	Frutas y verduras	200,00	
	Productos de bazar	250,00	
	Lácteos	150,00	
	Embutidos	200,00	
	Cárnicos	150,00	
	TOTAL ACTIVOS		13950,00
	PASIVOS		
	Sueldos por pagar		600,00
	Cuentas por pagar		15000,00
	TOTAL PASIVOS		15600,00
	PATRIMONIO		
	Capital		-1650,00
	TOTAL PASIVOS + CAPITAL		13950,00

Fuente: Investigación propia

3.10.2. Estado de resultados

Determina la utilidad o pérdida de un periodo contable:

Tabla 37. Estado de resultados

SUPERMERCADO CORINA			
ESTADO DE RESULTADOS			
AL 30 DE NOVIEMBRE DEL 2018			
Ventas		2340,80	
(-) Costo de ventas		-1404,48	
(=) Utilidad bruta en ventas			936,32
(-) Gastos operacionales			4503,83
Sueldos por pagar		2340,80	
Gastos servicios básicos		322,90	
Gastos sueldos		1400,00	
Gasto horas extras		81,25	
Gasto bonificación		200,00	
IESS por pagar		158,88	
PERDIDA DEL EJERCICIO			-3567,51

Fuente: Investigación propia

3.10.3. Indicadores financieros

Son ratios o medidas que analizan a las empresas y PYMES, en forma individual, asimismo con otras empresas similares o con las que lideran el mercado; estos permiten a los gerentes y administradores tomar decisiones de corto plazo.

Existen varios grupos de índices financieros, se pueden calcular basándose en la información presentada en los estados financieros, en algunos casos pueden ayudar a predecir los riesgos de quiebra del negocio; por ello en el presente trabajo se pone a disposición del SUPERMERCADO CORINA los indicadores que se utilizan con mayor frecuencia:

- **Indicadores de liquidez**

Liquidez

Para conocer este indicador, se divide los activos corrientes entre sus pasivos corrientes y nos indica, la capacidad que tiene el ente para cubrir sus obligaciones que se deben cubrir en un corto plazo. Su resultado se mide en el número de veces.

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivo corriente}} = \# \text{ veces}$$

$$= 7.000/10.000 = 0,70$$

Criterio:

El resultado óptimo es 1 o mayor; en caso de resultar menor que 1 el supermercado deberá suspender algunos pagos para mantener activos líquidos.

Prueba ácida

Éste ratio es más efectivo y revela la capacidad que tiene la entidad para pagar sus deudas a corto plazo sin tomar en cuenta sus inventarios; es decir solo teniendo que solventar con el efectivo disponible y otros activos de rápida liquidez.

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activos corrientes} - \text{inventarios}}{\text{Pasivos corrientes}} = \text{veces}$$

$$\text{Prueba ácida} = \frac{7.000 - 5.000}{10.000} = 0,20$$

Criterio:

Si el resultado es positivo el supermercado cuenta con el circulante suficiente para cubrir sus obligaciones inmediatas.

- **Indicadores de eficiencia**

Rotación de inventarios

Representan las veces la inversión puesta en mercaderías disponibles para la venta se convierten en efectivo o se colocan a créditos durante un año.

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{\text{Costo de ventas}}{\text{inventarios promedio}} = \# \text{ veces}$$

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{6.000}{5.000} = 1,2 \text{ veces}$$

Criterio:

Entre mayor sea el número de veces, mayor será la rentabilidad que obtiene el supermercado durante el año evaluado.

CAPÍTULO IV

4. IMPACTOS

La investigación se sustenta en el análisis técnico de los impactos que genere en los diferentes ámbitos, internos o externos del supermercado.

Para analizar los diferentes impactos se determina el área en las que le proyecto influirá positiva o negativamente, además se elige el valor numérico en el que favorece o afecta, de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 38. Matriz de niveles de impacto

-3	Impacto alto Negativo
-2	Impacto medio Negativo
-1	Impacto bajo Negativo
0	Ningún Impacto
1	Impacto bajo Positivo
2	Impacto medio Positivo
3	Impacto alto Positivo

Para el respectivo análisis de cada ámbito a evaluar, se elabora una matriz individual donde de forma horizontal se colocan los niveles de impacto, y verticalmente se enlistan los indicadores.

Bajo la tabla un corto análisis de las condiciones que conllevan al resultado del correspondiente impacto.

4.1 Impacto Económico

Tabla 39. Impacto económico

Indicadores	-	-	-	0	1	2	3	TOTAL
	3	2	1					
Incremento de rentabilidad						✓		2
Mejor agilidad en el servicio							✓	3
Disminución de pérdidas de inventario							✓	3
Alianzas estratégicas						✓		2
TOTALES						4	6	10

Fuente: Investigación propia

$$\text{Impacto económico} = \frac{\text{Total de impacto}}{\# \text{ indicadores}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{10}{4} = 2.5 \text{ Impacto medio - alto positivo}$$

Análisis:

El impacto económico en conjunto es alto positivo por las mejoras en los procesos del control de inventarios, evitando las pérdidas y aumentando la rentabilidad, lo que beneficia al supermercado y por otro lado a los clientes que pueden adquirir productos de calidad garantizados.

4.2 Impacto Social

Tabla 40. Impacto social

	-	-	-	0	1	2	3	TOTAL
Indicadores	3	2	1					
Aporte al desarrollo comunitario					✓			1
Productos de calidad e higiene							✓	2
Mejora concurrencia del sector						✓		3
TOTALES					1	2	3	6

Fuente: Investigación propia

$$\text{Impacto social} = \frac{\text{Total de impacto}}{\# \text{ indicadores}}$$

$$\text{Impacto social} = \frac{6}{3} = 2 \text{ Impacto medio positivo}$$

Análisis:

Este tipo de impacto mejora las condiciones comerciales y dinamiza la economía en el sector, ha generado un impacto medio positivo, que simboliza el aumento de los clientes y el desarrollo comunitario por todo el sector.

4.3 Impacto Organizacional

Tabla 41. Impacto organizacional

Indicadores	-	-	-	0	1	2	3	TOTAL
	3	2	1					
Optimiza recursos							✓	3
Incremento de liquidez							✓	3
Estabilidad financiera						✓		2
Mejores condiciones laborales							✓	3
TOTALES						2	3	11

Fuente: Investigación propia

$$\text{Impacto organizacional} = \frac{\text{Total de impacto}}{\# \text{ indicadores}}$$

$$\text{Impacto organizacional} = \frac{11}{4} = 2.75 \text{ Impacto alto positivo}$$

Análisis:

La aplicación del sistema de control de inventarios en el supermercado deriva en un impacto positivo alto, brindando al negocio liquidez, negociando mejores condiciones con los proveedores y poder apalancar de manera más adecuada; con un manejo correcto de los procedimientos para el control y manejo de los inventarios se brinda estabilidad laboral a los empleados del supermercado.

4.4 Impactos generales

Tabla 42. Impacto general

Indicadores	-	-	-	0	1	2	3	TOTAL
	3	2	1					
Impacto económico								2,50
Impacto social								2,00
Impacto organizacional								2,75
TOTALES								7,25

Fuente: Investigación propia

El impacto general que dará el sistema de control de inventarios y proveeduría del supermercado CORINA, es de (2), lo que constituye un impacto medio positivo

Esto implica que el presente trabajo de investigación es ventajoso tanto a nivel empresarial para el supermercado, como colectivo para el sector, y aporta a la economía nacional.

CONCLUSIONES

La apertura y colaboración del personal administrativo y operativo de la organización, en el proceso de investigación especialmente en el diagnóstico, agregada a la definición puntual de cada uno de los elementos de la matriz de relación diagnóstica ha permitido garantizar que la información presentada es fidedigna y que refleje la situación actual y real de la empresa la cual es objeto de estudio.

La aplicación de metodología y técnicas de investigación bibliográfica y linkografica, se convierten en una base sólida de conceptos teóricos, los cuales fundamentan el trabajo realizado, respaldando el desarrollo de todos los capítulos que corresponden a la investigación.

El Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría contribuye al fortalecimiento de la organización, es una herramienta indispensable ya que ayudará a ser más eficientes y a tener mayor rentabilidad, automatizando los procesos, ahorrando tiempo y recursos. Lo cual influye directamente en la toma de decisiones.

Es muy importante la determinación de impactos dentro de un trabajo de investigación, porque se debe conocer la relevancia del trabajo realizado y los beneficios que este representa tanto para la organización como para el entorno.

RECOMENDACIONES

Es recomendable que la gerencia establezca Normas de Control de Inventarios, para mejorar su administración, a través de constataciones físicas de las mercaderías en forma periódica y sorpresiva, para tener un mejor control de cada uno de los artículos.

Para poder tener éxito en la implementación del Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría, es necesario que se capacite previamente al personal que será responsable del manejo del mismo, con la finalidad de que todos se desempeñen y cumplan eficazmente con las labores que ejecutan.

Es necesario definir políticas que establezcan un stock mínimo y máximo de la mercadería que dispone la empresa en relación al volumen de ventas, para evitar desabastecimiento de artículos para la venta y así cumplir con los requerimientos de los clientes y la vez satisfacer sus necesidades.

Se recomienda la implementación del Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría, para que el manejo de la información sea oportuno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CANTU, G. (2014). *CONTABILIDAD FINANCIERA*. Mexico : Quinta Edicion .
- CAPECCHI, M. G. (2009). *CONTABILIDAD* . El Cid Editor .
- CEPEDA, G. (1997). *CONTROL INTERNO* .
- COTACORA, C. F. (1997). primera edicion .
- ESTUPIÑAN, G. R. (2006). *CONTROL INTERNO Y FRAUDES* .
- GOMEZ, M. E. (2007). *INTRODUCCION A LA ONTABILIDAD* .
- HORNGREN, C. (1997). *CONTABILIDAD FINANCIERA* .
- LAMB, C. H. (2006). *MARKETING*.
- ORTEGA CASTO, A. (2002). *INTRODUCCION A LAS FINANZAS*. Mexico.
- PYLE, W. W. (1985). *CONTABILIDAD BASICA*.
- RINCON, S. C. (2009). *COSTOS: DECISIONES EMPRESARIALES* . Ecoe Ediciones .
- SARMIENTO, R. (2004). *CONTABILIDAD GENERAL* .
- VASCONEZ, J. (1992). *INTRODUCCION A LA CONTABILIDAD* .
- WALZ, S. (1997). *INTRODUCCION A LA CONTABILIDAD* .
- ZAPATA, P. (2005). *Contabilidad General*.
- ZAPATA, P. (2011). *CONTABILIDAD GENERAL*.

REFERENCIAS LINKOGRÁFICAS

- http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/12/B15_OCT_Grandesuperficies.pdf. (s.f.).
- <http://docenciamanagementymkt.blogspot.com/2008/06/concepto-de-venta.html>. (s.f.).
- http://www.mailxmail.com/stock-definicion-objetivos-tipos_h. (s.f.).
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Supermercado> . (s.f.).
- <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/CONCEPTO-DE-ALGUNOS-AUTORES/498201.html>. (s.f.).
- <https://www.lifeder.com/devoluciones-sobre-compras/>. (s.f.).

ANEXOS

1.1. ENTREVISTA

DIRIGIDA A LA PROPIETARIA DEL SUPERMERCADO “CORINA”

La presente entrevista es realizada con el objetivo de conseguir la suficiente información sobre la situación actual con respecto a movimientos económicos, registros y controles del Supermercado “CORINA” del Barrio La Victoria de la ciudad de Ibarra.

Hora: 8.30 am

Fecha: 10 de mayo del 2018

Entrevistada: Nelli Yela

Entrevistadora: Diana Huera

1. ¿El Supermercado “CORINA” tiene establecidos sus instrumentos de gestión empresarial? Como:

Misión

Visión

Código de ética

Responsabilidad social

Principios institucionales

Organigrama

Si

No

Porque :-----

2. ¿Existió en la actividad económica del Supermercado “CORINA” un control adecuado de Inventarios?

Si

No

Porque :-----

3. ¿El Supermercado “CORINA” lleva algún sistema de contabilidad?

Si

No

Porque :-----

4. ¿El Supermercado “CORINA” lleva un control de registro de cada uno de los artículos vendidos?

Si

No

Porque :-----

5. ¿Se realiza algún deposito del dinero en efectivo de las ventas diarias?

Si

No

Porque :-----

6. ¿Dentro del Supermercado “CORINA” se lleva un adecuado archivo de documentos?

Si

No

Porque :-----

7. ¿Cuenta con los permisos correspondientes actualizados para su funcionamiento?

Si

No

Porque :-----

8. ¿El funcionamiento del Supermercado “CORINA” está regido de acuerdo a la base legal?

Si

No

Porque :-----

9. ¿Cuáles son los procesos para realizar las operaciones contables? Como:

Adquisición de productos

 Si NoPorque :-----

Ventas

 Si NoPorque :-----

Registro de inventarios

 Si NoPorque :-----
-----**10. ¿Obtiene algunas facilidades de parte de los proveedores en la forma de pago?** Si NoCuales :-----
-----**11. ¿Existen principales proveedores?** Si NoPorque :-----
-----**12. ¿Cómo califica la entrega de los pedidos en la empresa?** Oportunos Poco oportunos Nada oportunosPorque :-----

13. ¿Para cambiar o adquirir a nuevos proveedores se basa de acuerdo a la ley?

Si

No

Porque :-----

14. ¿Las cuentas por pagar siempre las realiza con puntualidad?

Si

No

Porque :-----

15. ¿Las facturas que emite cumplen con los requerimientos del SRI?

Si

No

Porque :-----

16. ¿Es un ente obligado a llevar contabilidad? Desde que tiempo

Si

No

Porque :-----

17. ¿Está de acuerdo usted que se implemente un sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría dentro de la Empresa?

Si

No

Porque :-----

18. ¿El personal para dar inicio al sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría debe ser capacitado?

Si

No

Porque :-----

19. ¿El Supermercado “¿CORINA” cuenta con la suficiente información contable para poner en marcha este sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría?

Si

No

Porque :-----

20. ¿Con la implementación de este sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría existirá mejores resultados para la toma de decisiones?

Si

No

Porque :-----

21. ¿Conoce usted en que consiste un sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría?

Si

No

Porque :-----

1.2.ENCUESTA

DIRIGIDA LOS EMPLEADOS DEL SUPERMERCADO “CORINA”

La presente encuesta es realizada con el objetivo de conseguir la suficiente información sobre la situación actual con respecto a satisfacción y atención al cliente del Supermercado “CORINA” del Barrio La Victoria de la ciudad de Ibarra.

Hora: 8.30 am

Fecha: 09 de mayo del 2018

Entrevistadora: Diana Huera

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando para el Supermercado “CORINA”?

- 1 a 11 meses
- 1 a 5 años
- 5 o más años

2. ¿Tiene experiencia en atención al cliente?

- Si
- No
- Poco

3. ¿Recibe alguna capacitación de parte de Supermercado “CORINA”?

- Mucho
- Poco
- Nada

4. ¿Cuál es el grado de conocimiento respecto a las actividades que se realizan en el Supermercado “CORINA”?

- Alto
- Medio
- Bajo

5. ¿En caso de implementar un sistema de contabilidad, control de inventarios y proveeduría, en qué medida está usted dispuesto a colaborar para llevar y mantener actualizados los registros e información contable?

- Mucho
- Poco
- Nada

6. ¿Cuáles serían las dificultades que tendría el Supermercado “CORINA” para implementar el Sistema de Contabilidad, Control de Inventarios y Proveeduría?

- Económicos
- Falta de conocimiento
- Falta de personal

7. ¿Cree usted que se ha logrado un nivel excelente en cuanto a orden y limpieza?

- Si, es muy importante
- No, falta de compromiso
- Poco, hay controles ni sanciones

1.3.ENCUESTA

DIRIGIDA LOS CLIENTES DEL SUPERMERCADO “CORINA”

La presente encuesta es realizada con el objetivo de conseguir la suficiente información sobre la situación actual con respecto a satisfacción y atención al cliente del Supermercado “CORINA” del Barrio La Victoria de la ciudad de Ibarra.

Hora: 8.30 am

Fecha: 09 de mayo del 2018

Entrevistadora: Diana Huera

1. **¿En qué medida la calidad de los productos que ofrece el Supermercado “CORINA” cumple con sus requerimientos?**
 - Alto
 - Medio
 - Bajo

2. **¿Como considera usted que el precio de los productos ofertados en el Supermercado “CORINA” frente a las tiendas del sector?**
 - Muy competitivos
 - Poco competitivos
 - Nada competitivos

3. **¿Dada la calidad y precios en la venta de un producto estaría dispuesto (a) a seguir concurrendo a Supermercado “CORINA”?**
 - Siempre
 - De vez en cuando
 - Nunca

4. **¿Cuáles son las posibilidades de que recomiende Supermercado “CORINA” a otras personas?**
 - Muy probable
 - Poco probable
 - Nada probable

5. ¿Supermercado “CORINA” oferta gran variedad de productos?

- Si
- De vez en cuando
- No

6. ¿Con que frecuencia usted realiza compras en el Supermercado “CORINA”?

- Diario
- 1 o más veces por semana
- 1 vez cada 15 días
- 1 vez al mes
- De vez en cuando

7. ¿Se siente influenciado por la publicidad del Supermercado “CORINA”?

- Si
- No

8. ¿Cómo es el ambiente dentro del local en cuanto a: (limpieza, orden, aseo del local, atención)?

- Muy bueno
- Regular
- Malo

9. ¿Las perchas se encuentran bien distribuidas y ordenadas?

- Siempre
- De vez en cuando
- Nunca

10. ¿La atención por parte de los empleados ha sido favorable?

- Siempre
- A veces
- Nunca