



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA-CPA.**

**“CONTROL DE LOS INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD  
PARA NEGOCIOS QUE COMERCIALIZAN PRODUCTOS DE PRIMERA  
NECESIDAD”**

**TUTOR:**

**EC. MANUEL TENESACA GAVILANES MSC**

**AUTOR:**

**EDUARDO EFRAIN MAJI CHIMBOLEMA**

**Mayo, 2018**

**Guayaquil - Ecuador**

**Quito:** Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y Carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

<b>REPOSITARIO NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR, EN CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TITULO Y SUBTITULO:</b> Control de los inventarios y su incidencia en la rentabilidad para negocios que comercializan productos de primera necesidad.	
<b>AUTOR:</b> EDUARDO EFRAIN MAJI CHIMBOLEMA	<b>REVISORES:</b> EC. MANUEL TENESACA GAVILANEZ
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil	<b>FACULTAD:</b> administración
<b>CARRERA:</b> Contabilidad y Auditoria	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> Mayo, 2018	<b>N. DE PAGS:</b> 101
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Inventarios, Contabilidad	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Control de los inventarios, Rentabilidad, Distribuidoras	
<b>RESUMEN:</b> El proyecto de la presente investigación se enfocó en los inventarios de la distribuidora Alvarado Alvicient S.A. de la ciudad de Guayaquil, con el fin de medir el control de inventario y su incidencia en la rentabilidad al final del ejercicio económico, y destacar la importancia que tiene el control de Inventario en todo tipo de negocio en especial en la de comercial, la cual en la actualidad se preocupan de vender y vender pero no se dan cuenta que la raíz de la rentabilidad de las ventas está en los inventarios ya que si no se controla, disminuye la rentabilidad de manera drásticamente y muchas veces sin darnos cuenta.	
<b>N. DE REGISTRO</b> (en base de datos):	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>
<b>DIRECCIÓN URL</b> (tesis en la web):	

ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON EL AUTOR:	Teléfono: 0997189836	E-mail: emajic@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: PhD. Darwin Ordoñez Iturralde, Msc. Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: <a href="mailto:dordonezy@ulvr.edu.ec">dordonezy@ulvr.edu.ec</a> Nombre: Mgs. Byron López Carriel, Director Teléfono: 2596500 EXT. 274 Dirección E-mail: <a href="mailto:blopezc@ulvr.edu.ec">blopezc@ulvr.edu.ec</a>	

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

El estudiante egresado **EDUARDO EFRAIN MAJI CHIMBOLEMA**, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente al suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declara, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar el control de los inventarios y su incidencia en la rentabilidad para negocios que comercializan productos de primera necesidad.

Autor:



---

**EDUARDO EFRAIN MAJI CHIMBOLEMA**  
**C.I. 0604560532**

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación **CONTROL DE LOS INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD PARA NEGOCIOS QUE COMERCIALIZAN PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.**, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **Certifico:**

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **CONTROL DE LOS INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD PARA NEGOCIOS QUE COMERCIALIZAN PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.**, presentado por el estudiante **EDUARDO EFRAIN MAJI CHIMBOLEMA** como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de: **INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA - CPA**, encontrándose apto para su sustentación.

Tutor:



MBA.ECON. TENESACA GAVILANEZ MANUEL ANTONIO  
C.I. 0912967288

## CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

---

URKUND

---

Documento [Documento para Urkund.docx](#) (D36929415)

Presentado 2018-03-24 14:20 (-05:00)

Presentado por emajic@hotmail.com

Recibido mtenesacag.ulvr@analysis.orkund.com

Mensaje Documento para Urkund [Mostrar el mensaje completo](#)

6% de estas 53 páginas, se componen de texto presente en 19 fuentes.

---

Tutor:



MBA.ECON. TENESACA GAVILANEZ MANUEL ANTONIO

C.I. 0912967288

## **AGRADECIMIENTO**

Primero a Dios porque él nos da la sabiduría día a día, para poder seguir adelante en todo momento gracias a él puedo culminar satisfactoriamente una etapa más de mi vida, ya que tiene un propósito en cada una de nuestras vidas, las cuales debemos cumplir sabiendo que para él nada es imposible. A mi familia que ha sido un pilar fundamental a lo largo de mi vida, gracias por su apoyo constante, también a mis profesores que de una u otra manera han sido pieza fundamental en el desarrollo educativo.

## **DEDICATORÍA**

Dedico el presente trabajo principalmente a Dios que me ha dado salud, fuerzas y sabiduría, a mis familiares en especial a mis hermanas que de una u otra manera ha sido de gran apoyo en mi época estudiantil gracias a ustedes hoy puedo alcanzar una meta importante en mi vida. A todas aquellas personas que estuvieron animándome que continúe con mis estudios y que no me rinda.

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
Capítulo I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	2
1.1 Tema de Investigación.....	2
1.2 Planteamiento del Problema .....	2
1.3 Formulación del Problema .....	3
1.4. Sistematización del Problema.....	3
1.5 Justificación de la Investigación.....	3
1.6. Objetivos de la Investigación .....	4
1.6.1 Objetivo General .....	4
1.6.2. Objetivo Específicos.....	4
1.7 Delimitación o Alcance de la Investigación.....	5
1.8 Idea a defender .....	5
Capítulo II MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 Antecedentes de la Investigación .....	6
2.2. Bases Teóricas.....	7
2.3 Marco Conceptual .....	16
2.4 Marco Legal.....	18
Capítulo III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
3.1. Metodología de la investigación.....	21
3.1.1. Investigación Descriptiva .....	21
3.1.2 Investigación Documental .....	21
3.1.3. Enfoques de la Investigación.....	22
3.1.4. Técnicas de Investigación.....	23
3.1.4.1 Entrevista.....	23

3.1.4.2 Entrevista dirigida al Gerente General .....	24
3.1.4.3 Análisis de la entrevista.....	25
3.2. Población y Muestra .....	26
3.2.1 Población.....	26
3.2.2 Muestra de Estudio.....	27
3.3 Análisis de Resultados.....	27
3.4 Análisis vertical 2016 al estado de situación financiera.....	29
3.4.1 Análisis vertical del estado situación financiera durante el año 2016.....	31
3.4.2 Ausencia de Comunicación .....	33
3.5 Toma física de los inventarios.....	34
3.5.1 Reporte de Compras .....	34
3.5.2 Reporte de Ventas.....	37
3.6 Rotación de Inventarios .....	39
3.6.1 Comparación Rotación de Inventarios en Distribuidoras.....	40
3.6.2 Conocimiento de las necesidades generales de los clientes .....	43
3.6.3 Encuesta a clientes.....	43
3.5.5 Diseño y Organización en Bodega .....	53
Capítulo IV INFORME TÉCNICO.....	54
4.1 Introducción.....	54
4.1.1 Cronograma de Actividad.....	55
4.1.2 Importancia de los conocimientos adquiridos en la investigación .....	56
4.2 Medidas de Seguridad de las existencias.....	57
4.2.1 Metodología de las 5S .....	58
4.2.2 Clasificación de los Inventarios.....	59
4.3 Innovación en la Comunicación entre Departamentos .....	61

4.4 Importancia Toma Física de los Inventarios .....	63
4.4.1 Procedimiento de la toma de física del Inventario .....	64
4.4.1.1 Programación del inventario.....	64
4.4.1.2 Ejecución de inventario .....	66
4.4.1.3 Resultado de Inventario.....	68
4.4.1.4. Conteo Físico de los Inventarios .....	70
4.5. Ajuste Contable para Provisión de Inventarios .....	71
4.5.1. Perdidas de producto .....	71
4.6. Análisis de rotación de los inventarios.....	74
4.6.1 Análisis de los resultados rotación del inventario 2016 .....	74
4.7. Conclusiones.....	76
4.8. Recomendación .....	77
Bibliografía.....	78
ANEXOS .....	81

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estructura de la población .....	26
Tabla 2. Formato de control de inventario.....	28
Tabla 3. Resumen de concentración por grupos .....	31
Tabla 4. Listado de reportes de compras .....	34
Tabla 5. Listado de facturas registradas en diferentes días .....	37
Tabla 6. Reporte mensual de ventas 2016 .....	38
Tabla 7. Análisis de la rotación de inventarios.....	40
Tabla 8. Rotación inventario distribuidora Carmita .....	41
Tabla 9. Rotación de inventarios distribuidora Cepeda .....	42
Tabla 10. Muestra de encuesta.....	43
Tabla 11. ¿Con que frecuencia visita la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.? .....	44
Tabla 12. Al comprar en esta distribuidora, ¿Usted opta por su economía o por su calidad del producto? .....	45
Tabla 13. ¿El producto suministrado, fue entregado con satisfacción? .....	46
Tabla 14. ¿En qué estado fue entregado el producto al realizar la compra?.....	47
Tabla 15. ¿Qué fuente le sirvió para llegar a distribuidora? .....	48
Tabla 16. El diseño organizacional de mercaderías .....	49
Tabla 17. ¿Cómo considera usted el control de las mercaderías en la Distribuidora? .....	50
Tabla 18. ¿Se puso en contacto con usted alguna persona de la distribuidora? .....	51
Tabla 19. ¿Recomendaría a la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A. a un amigo o pariente?.	52
Tabla 20. Cronograma de actividades.....	55
Tabla 21. Metodología del desarrollo de las 5S .....	59
Tabla 22. Resumen del inventario Global 2017 .....	70
Tabla 23. Ajustes contables de las pérdidas.....	71

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Enfoques de la investigación.....	23
Figura 2. Estado de Situación Financiera.....	29
Figura 3. Estado de Resultado Integral.....	30
Figura 4. Porcentaje de ventas estacionales.....	38
Figura 5. Frecuencia de visitas a la distribuidora .....	44
Figura 6. Calidad o economía .....	45
Figura 7. Producto Suministrado .....	46
Figura 8. Estado del producto .....	47
Figura 9. Recomendaciones.....	48
Figura 10. Correcta organización .....	49
Figura 11. Control de mercaderías .....	50
Figura 12. Contactos con los clientes .....	51
Figura 13. Recomendación a terceros .....	52
Figura 14. Beneficios del conteo físico .....	63
Figura 15. Estadística del análisis rotación de inventarios.....	75

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problemas.....	82
Anexo 2. Registro Único de Contribuyente RUC .....	82
Anexo 3. Modelo de encuesta aplicada.....	82
Anexo 4. Clasificación de inventarios .....	82
Anexo 5. Formatos de actas de apertura y cierre de Inventarios .....	82
Anexo 6. Acta de apertura de Inventario aplicado .....	82
Anexo 7. Inventario Global 2017.....	82
Anexo 8. Acta de cierre de inventario aplicado.....	82
Anexo 9. Lista de Clientes .....	82

## INTRODUCCIÓN

El sector comercial en gran parte de la historia nacional ha sido uno de las principales fuentes que ha generado recursos para la economía del país, sin embargo, existen muchos factores que influyen en el nivel de rentabilidad de estas empresas. Para ello es importante contar con un control de inventarios adecuado como herramienta necesaria para la gerencia en las entradas y salidas de sus productos, e identificación de oportunidades buscando su mejor rendimiento y su máxima seguridad. En el mundo competitivo en que se desenvuelven los negocios, es necesario desarrollar mecanismos de control de inventarios que permitan a las empresas reducir costos para poder obtener una mayor rentabilidad.

Los resultados obtenidos, presentan los principales inconvenientes del control de inventarios en la distribución de productos de primera necesidad, que en su mayoría se centran en la carencia de mecanismos del control, asociado con el tiempo de rotación. Estos resultados servirán de referentes para aquellas futuras investigaciones, considerando así otros factores de la conducción de inventarios en las empresas comercializadoras, que permitan diseñar sistemas de control contable para contribuir a optimizar los costos de comercialización de este sector, resaltando la necesidad del uso crítico y reflexivo de la teoría contable a lo largo del proceso investigativo, para presentar el siguiente trabajo.

Los inventarios constituyen en la mayoría de los casos uno del principal capital de trabajo de las organizaciones y la decisión de inversión en este rubro. Si bien es cierto un control de inventarios es de vital importancia porque permite integrar en forma ordenada los productos para que se opere de acuerdo a las necesidades de la empresa. La Distribuidora Alvarado Alvicent S.A. quien es una entidad cuyo objeto social principal es dedicarse a la venta al por mayor de productos de consumo masivo; está presentando problemas por la deficiencia del control de inventario en sus actividades, ocasionándole pérdidas en su ejercicio contable.

A continuación, se plantean las siguientes preguntas: ¿Existe deficiencia en la gestión de los inventarios de la empresa? ¿Está presentando problemas de rentabilidad la empresa? ¿Se cuenta con control adecuado para la entrada y salida de mercadería? Estas son algunas de las preguntas que se responderán en el presente proyecto, con la finalidad de proponer soluciones ante el problema planteado.

# Capítulo I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

## 1.1 Tema de Investigación

“Control de los inventarios y su incidencia en la rentabilidad para negocios que comercializan productos de primera necesidad”

## 1.2 Planteamiento del Problema

A nivel mundial el sector comercial tiene una importancia fundamental para las economías de muchos países en desarrollo, en la actualidad muchas de las empresas pertenecientes a este sector han desaparecido del mercado debido a las constantes pérdidas que han presentado en sus resultados, provocado por la mala gestión de los inventarios. La falta de control de los inventarios ha ocasionado a muchas de estas empresas disminución en sus ventas, puesto que en muchas ocasiones no se cuenta con el producto suficiente para trabajar, ocasionando repercusiones en su rentabilidad, por lo tanto, el no tener un control adecuado de los inventarios, es la principal causa que conlleva irreversibles daños patrimoniales y financieros al negocio.

En Ecuador muchas empresas del sector comercial también presentan problemas de esta índole, debido a la deficiencia en la gestión de inventarios, lo cual implica un desequilibrio en la economía de estas entidades que en su mayoría no puedan mantenerse en el mercado. Estas empresas al tratar de satisfacer las necesidades de sus consumidores no suelen fijarse en la cantidad de productos que posee; en este sentido al no contar con un producto el cliente puede acudir a la competencia por lo cual sus ventas se ven afectadas generándole disminución en su rentabilidad; por lo tanto, la gestión de los mismos mediante un control adecuado de los inventarios es de suma importancia para minimizar los riesgos, y ser más rentables.

Distribuidora Alvarado Alvicent S.A. quien es una entidad cuyo objeto social principal es dedicarse a la venta al por mayor de productos de consumo masivo; está presentando problemas por la deficiencia del control de inventario en sus actividades, esto se debe a que la empresa no realiza conteo físico de inventarios, lo que ocasiona diferencias en los reportes presentados, ya que estos contienen información errónea las cuales influyen en las decisiones que los usuarios adoptan a partir de la información financiera proporcionada.

Por otra parte, las medidas de seguridad que tiene la empresa no son eficientes, ya que las bodegas tienen acceso fácil, esto le ha generado pérdidas significativas en sus productos. Así mismo carece de comunicación eficiente entre sus departamentos en la gestión de compra y venta de sus productos, lo cual ocasiona una toma de decisiones inadecuadas. Tales situaciones llevan a que la empresa comience a obtener resultados no esperados y, por consecuencia produzca ineficiencia que se vea reflejada a nivel operativo, ejecutivo y estratégico.

Árbol de problemas. (Ver Anexo 1).

### **1.3 Formulación del Problema**

¿Cómo incide el control del inventario en la rentabilidad de los negocios que comercializan productos de primera necesidad?

### **1.4. Sistematización del Problema**

¿Cuáles son las falencias en las medidas de seguridad de las existencias de los inventarios?

¿Cómo afecta la carencia de comunicación en los departamentos involucrados en la gestión de compras y ventas de productos de primera necesidad?

¿Qué consecuencias implica la falta de conteo físico en los saldos de los Inventarios?

### **1.5 Justificación de la Investigación**

El propósito del presente trabajo de investigación, a más de constituirse en un aporte para la facultad de administración y en especial a los estudiantes de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, profesionales entre otros, tiene una contribución considerable a la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A., y demás negocios que comercializan productos de primera necesidad al controlar sus productos; así poder identificar mercadería con mayor rotación satisfaciendo la demanda de manera oportuna.

La creciente complejidad de las distribuidoras ha aumentado en gran medida la necesidad de tener una información fiable y de forma oportuna, a la hora de registrar y controlar los procesos de compra y venta hasta llegar al cliente de forma eficiente. Entregando así una respuesta inmediata a los diferentes departamentos que soliciten información o recursos, en el momento en que lo requieran evitando pérdida de tiempo.

Realizar el presente trabajo le permitirá a la distribuidora y negocios que comercializan productos de primera necesidad mantener un análisis apropiado conociendo su rentabilidad, así como también conocer al final del periodo un estado razonable de la situación económica del negocio. Cabe destacar que el control de inventario ayuda a verificar que todo se realice conforme a lo que fue planteado y organizado de acuerdo con las órdenes dadas para identificar los errores o desvíos para su inmediata corrección y evitar su repetición.

## **1.6. Objetivos de la Investigación**

### **1.6.1 Objetivo General**

Analizar la incidencia del control de inventario en la rentabilidad de los negocios que comercializan productos de primera necesidad.

### **1.6.2. Objetivo Específicos**

- Identificar las falencias que existen en las medidas de seguridad de las existencias del inventario.
- Analizar la carencia de comunicación en los departamentos involucrados en la gestión de compras y ventas.
- Identificar como afecta la falta de conteo física de inventarios en la rentabilidad de la empresa.

## **1.7 Delimitación o Alcance de la Investigación.**

**Campo:** Contable

**Área:** Inventarios

**Aspecto:** Procesos Contables

**Periodo:** 2016

**Población:** Personal del departamento administrativo y bodega

**Empresa:** Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

**País:** Ecuador

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Guayaquil

**Parroquia:** Tarqui

**Dirección:** Parque California 1

## **1.8 Idea a defender**

El control de inventario permitirá reducir los efectos negativos que puedan afectar la rentabilidad de los negocios que comercializan productos de primera necesidad.

## Capítulo II MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la Investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación, se presenta un resumen de algunas investigaciones relacionadas con el tema planteado las cuales anteceden este estudio y fueron considerados como relevantes para presentar la misma. A continuación, se mencionan algunas propuestas que contribuyen como apoyo a la investigación a desarrollar:

Según Gutierrez (2014), realizó un trabajo de investigación en la Universidad Peruana Simón Bolívar, Lima – Perú, titulado “Diseño de un Sistema para el Control de Inventarios para la Distribuidora A&L” para optar el título de Ingeniera en Contabilidad. El trabajo de tesis se realizó para llevar un control automatizado del inventario de sus artículos descartables, con la finalidad de optimizar y disminuir procesos repetitivos, aumentar ganancias, ahorrar tiempo, y sobre todo para que el manejo de información sea eficaz y eficiente. En este sentido se concluyó que la empresa presentaba problemas de rentabilidad al no contar con un inventario físico verídico, ni con una base de datos del inventario, por lo que los empleados al momento de requerirla no cuentan con la información necesaria, y al no existir control permanente a nivel de inventarios en lo referente a las entradas y salidas de mercadería.

Según Misari (2014), realizó un trabajo de investigación en la Universidad de San Martín de Porres, Lima – Perú, titulado “El Control Interno de Inventarios y la Gestión en las Empresas de Fabricación de Calzado en el Distrito de Santa Anita”, para optar el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría Contador Público Auditor. El trabajo de tesis se realizó con la finalidad de medir la importancia que tiene el control interno de inventarios de la gestión en empresas de fabricación de calzado en el distrito de Santa Anita, es decir cómo afecta el control interno al curso normal de las operaciones y cómo estos dos factores se relacionan estrechamente. En este sentido se concluyó que las revisiones físicas periódicas permiten la actualización y rotación de los inventarios, y la aplicación de un eficiente control de inventarios servirá como base y sustento para la eficiente gestión de las empresas y su consecuente desarrollo económico.

## 2.2. Bases Teóricas

Dado que el "control es el proceso de regular actividades que aseguren que se están cumpliendo como fueron planificadas y corrigiendo cualquier desviación significativa" (Robbins, 1996, p.654), el control en las empresas es muy importante ya que lleva a cumplir diferentes órdenes dadas y corregir desviaciones que suelen tener en una administración.

Terry, George y Stephen (1999) en sus estudios indicaron que el "control administrativo es el proceso que permite garantizar que las actividades reales se ajusten a las actividades proyectadas" (p.610), el control administrativo debe garantizar que las actividades reales, se ajusten a las planeadas es decir que se cumplan las metas o los presupuestos proyectados en un determinado periodo.

Melinkoff (1990) afirmó que:

El control consiste en verificar si todo se realiza conforme al programa adoptado, a las órdenes impartidas y a los principios administrativos. Tiene la finalidad de señalar las faltas y los errores a fin de que se pueda repararlos y evitar su repetición. (p.62).

Por tanto, ciertos casos de pérdida en las empresas del sector comercial, suceden a causa de la falta de control y el no adoptar las órdenes establecidas, ya que muchas veces piensan que están capacitados de forma eficiente y no adoptan órdenes según los principios administrativos.

Según Farol (2010) indicó que:

El control consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con la planificación adoptada, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos. Tiene como fin señalar las debilidades y errores a fin de rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente. (p. 21).

Por otra parte Buchele (2013) indicó que el "proceso de medir los actuales resultados en relación con los planes, diagnosticando la razón de las desviaciones y tomando las medidas correctivas necesarias. (p.10), el diagnóstico oportuno salvaguarda las diferentes desviaciones que podría ocasionar graves resultado, a futuro si registra alguna deficiencia en el inventario con el estado actual en relación con los planes establecidos.

Según Haiman (2010) estableció que el “Control es el proceso de verificar para determinar si se están cumpliendo los planes o no, si existe un progreso hacia los objetivos y metas. El control es necesario para corregir cualquier desviación”. (p.36), el control es la manera de vigilar y dar el respectivo seguimiento a lo planeado y más que todo hacerlo que se cumpla. El control se ejerce en todos los niveles de las organizaciones; desde los niveles superiores o jerárquicos, hasta los niveles inferiores u operativos.

Según Chiavenato (2011) en su estudio indicó que:

El control como una función administrativa es la fase del proceso administrativo que mide y evalúa el desempeño y toma la acción correctiva cuando se necesita. De este modo, el control es un proceso esencialmente regulador. (p. 14).

Por tanto, es importante señalar que el control no solamente vigila que se cumpla lo establecido si no también toma acción correctiva cuando lo necesite a fin de dar el resultado esperado.

Según Espinoza (2013) afirmó que:

El control de inventarios es una herramienta fundamental en la administración moderna, ya que esta permite a las empresas y organizaciones conocer las cantidades existente de productos disponibles para la venta, en un lugar y tiempo determinado, así como las condiciones de almacenamiento aplicables en las industrias. (p.10).

Por tanto, el control de inventario consiste en una inspección minuciosa de la mercadería que posee la distribuidora en un periodo exacto, siendo este un procedimiento de auto revisión para su correcto control y manejo.

Chauvel (1995) indicó que los “inventarios son bienes tangibles que se tienen para la venta en el curso ordinario del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización” (p. 25), el inventario registra el conjunto de todos los bienes propios y disponibles para la venta a los clientes, considerados como activo corriente, a su vez también se le puede llamar inventarios a aquellos materiales que están aptos para realizar un dicho producto y obtener utilidad a consecuencia de la venta, en este caso sería la materia prima.

Chiavenato (2011) indicó que la “existencia es la descomposición de materiales que no se utilizan momentáneamente en la empresa, pero que necesitan existir en función de las futuras necesidades” (p. 31), las existencias las mercaderías que tiene una mayor rotación y por lo tanto es necesario tener almacenado ya que es un producto con mayor demanda y es importante mantener en stock de productos para no decepcionar a los clientes con la falta de mercancía evitando así la pérdida de cliente por la falta de producto.

Vermorel (2013) estableció que:

Los costes de inventario se describen como un porcentaje del valor de inventario (inventario promedio anual; es decir, para un minorista, el promedio de bienes comprados a sus proveedores durante un año) en base anualizada. (p. 35).

Por tanto, los costos por el espacio físico y recurso humano son necesarios para dicho almacenaje, es importante tener productos en mejores condiciones y fácil conteo.

Fundación Iberoamericana de Altos Estudios Profesionales FIAEP (2014) indicó que:

La gestión de inventarios es la serie de políticas y controles que monitorean los niveles de inventario y determinan cuales son los niveles que se deben mantener, el momento en que las existencias se deben reponer y el tamaño que deben tener los pedidos.

Por tanto, un sistema de inventario provee las políticas operativas para mantener y controlar los bienes que se van a almacenar. El sistema de inventario es responsable de ordenar y recibir las mercaderías y coordinar la colocación de los pedidos y hacerle seguimiento al mismo.

Según Viciano (2014) indicó que:

La rotación de productos mide el número de veces que una magnitud es renovada a lo largo de un periodo. Se entiende por rotación de stock el número de veces que un artículo pasa por el proceso de venderse, salir del almacén y ser cobrado, en un periodo de tiempo y recuperar así la inversión realizada al adquirirlo. (p. 41).

Por tanto, la rotación de productos, toda distribuidora donde el producto tengan más rotación que los demás productos, está produciendo una utilidad superior ya que dicho producto supera en cuanto a la rotación por lo que está al día con las fechas de caducidad y su aspecto cada vez es mejor.

Según Vilela (2014) indicó que:

El inventario de las mercaderías de las empresas debe ser gestionado y en ese marco planeado, organizado, controlado y retroalimentado, de tal forma que ayude a la gestión integral. El control del inventario es una herramienta para para saber las entradas, salidas y saldos de dichos activos corrientes de las empresas existen varias modalidades de entradas, igualmente varias modalidades de salidas; todo lo cual debe estar adecuadamente controlado para tener unas existencias en condiciones de ser presentadas en los estados financieros de la empresa. (p.37).

Por tanto, el control de inventarios es un instrumento para conocer las entradas, salidas y por consecuencia sus saldos al final del periodo y poder presentar de manera optimo a los estados financieros con datos reales. En una distribuidora es de carácter importante llevar un control de inventario para conocer el comportamiento del producto en el mercado que labora.

Sin embargo Fernández (2013) indicó que:

El inventario es uno de los rubros más importantes de las empresas y por tanto debe ser administrado eficientemente y en ese sentido dicho inventario se define como conjunto de bienes corpóreos, tangibles y en existencia, propios y de disponibilidad inmediata para su consumo (materia prima), transformación (productos en procesos) y venta (mercancías y productos terminados). El inventario también se define como la acumulación de materiales (mercaderías, materias primas, productos en proceso, productos terminados o artículos en mantenimiento) que posteriormente serán usados para satisfacer una demanda futura.

Por tanto, los inventarios son productos tangibles el cual su principal objetivo es satisfacer una demanda futura, la distribuidora almacena sus productos en espacios idóneos, para satisfacer las necesidades futuras con un producto de calidad y a un bajo precio.

Según Carmona (2014) indicó que:

La gestión de inventario incluye la planeación, organización y control de las existencias de una empresa. De acuerdo con la NIC-2: Inventarios; dentro de este rubro se incluye a las mercaderías de las empresas. La gestión del inventario de mercaderías trata de la forma como se administra, es decir planifica, organiza y controlan las entradas, salidas y saldos de las mercaderías.

Por tanto, los inventarios que ingresan a la distribuidora deben tener un estudio verídico en cuanto a la planeación, organización y el respectivo control de las mercaderías, obteniendo así la debida precaución en cuanto a los saldos de las mercaderías.

Salinas (2014) estableció que el “costo de los inventarios comprenderá todos los costos derivados de su adquisición y transformación, así como otros costos en los que se haya incurrido para darles su condición y ubicación actuales” (p.34), el costo de inventario comprende desde su adquisición hasta la ubicación actual de dichos inventarios, es decir comprenderá el precio de compra e impuestos que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales.

Según Santoyo (2014) indicó que:

El costo de los inventarios puede no ser recuperable en caso de que los mismos estén dañados, si han devenido parcial o totalmente obsoletos, o bien si sus precios de mercado han caído. Asimismo, el costo de los inventarios puede no ser recuperable si los costos estimados para su terminación o su venta han aumentado. La práctica de rebajar el saldo, hasta que el costo sea igual al valor neto realizable, es coherente con el punto de vista según el cual los activos no deben registrarse en libros por encima de los importes que se espera obtener a través de su venta o uso (p.34).

Por tanto, los costos de los inventarios no son recuperables por diferentes causas ya sean que estén dañados o por su precio. Estas situaciones a menudo se ven en distribuidoras y pequeñas empresas, en donde sus productos no tienen mucha salida, y el exceso de inventario que muchas veces tienen obstruyendo su imagen en cuanto a su presentación la cual sufren caídas de precio.

Según Gómez (2014) indicó que:

El método de los minoristas se utiliza a menudo, en el sector comercial al por menor para la medición de inventarios cuando hay un gran número de artículos que rotan velozmente, que tienen márgenes similares y para los cuales resulta impracticable usar otros métodos de cálculo de costos. (p. 37).

Por tanto, en la actualidad este método se ha revolucionado en diferentes tiendas, y pequeñas organizaciones dedicadas al comercio, donde se han ejecutado por vender todo tipo de productos que a la vez tiene un alto porcentaje de rotación, la cual resulta impracticable usar otro método para el cálculo del costo.

Según Saavedra (2014) afirmó que:

Cuando los inventarios sean vendidos, el importe en libros de los mismos se reconocerá como gasto del periodo en el que se reconozcan los correspondientes ingresos de operación. El importe de cualquier rebaja de valor, hasta alcanzar el valor neto realizable, así como todas las demás pérdidas en los inventarios, será reconocido en el periodo en que ocurra la rebaja o la pérdida. El importe de cualquier reversión de la rebaja de valor que resulte de un incremento en el valor neto realizable, se reconocerá como una reducción en el valor de los inventarios que hayan sido reconocidos como gasto en el periodo en que la recuperación del valor tenga lugar.

Por tanto, algunos inventarios pueden ser incorporados a otras cuentas de activo, por ejemplo, los inventarios que se emplean como un componente de las propiedades, planta y equipo de propia construcción. Los inventarios asignados a otros activos de esta manera se reconocerán como gasto a lo largo de la vida útil de los mismos.

De acuerdo con Herrera (2014);

En los estados financieros se revelará las políticas contables adoptadas para la medición de los inventarios, incluyendo la fórmula del costo utilizado; el importe total en libros de los inventarios, y los importes parciales según la clasificación apropiada para la entidad; el importe en libros de los inventarios que se llevan al valor razonable menos los costos de

venta; el importe de los inventarios reconocido como gasto durante el periodo; el importe de las rebajas de valor de los inventarios que se ha reconocido como gasto en el periodo; el importe de las reversiones en las rebajas de valor anteriores, que se ha reconocido como una reducción en la cuantía del gasto por inventarios en el periodo; las circunstancias o eventos que hayan producido la reversión de las rebajas de valor; el importe en libros de los inventarios pignorados en garantía del cumplimiento de deudas.

Ferrer (2014) indicó que los principios contables fundamentales para el tratamiento de los inventarios son los siguientes:

**1) Principio de Devengado:** Los efectos de las transacciones o hechos económicos se registrarán cuando ocurran, imputándose al ejercicio al que las cuentas anuales se refieran, los gastos y los ingresos que afectan al mismo, con independencia de la fecha de su pago o de su cobro.

**2) Principio de Valuación de Costos:** Es el precio de compra o de producción de los bienes. Las cosas de valor derechos de propiedad tangible o intangible de una empresa se conocen con el nombre de Activos. Los activos se registran al precio que se pagó por adquirirlos, los activos están a precio de costo, puede hacer a éstos los ajustes que crean necesarios para que reflejen valores actuales.

Por tanto, el principio de devengado es importante registrar hechos económicos en el momento que sucede con independencia de su respectivo pago o cobro esto pertenece al principio de devengado. Así mismo el principio de valuación de costo consiste que un activo perteneciente a la empresa debe ser registrado al valor de su costo original es decir al precio que se adquirió.

Según Ferrer (2014),

La gestión óptima del inventario de mercaderías de la empresa, está relacionado con varios factores, como crecer sobre la base de una unidad económica, crecer generando otras unidades económicas; mejorar la economía, eficiencia, efectividad, productividad, mejora continua y competitividad; también con la obtención de mejores niveles de liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad. (p. 52)

Por tanto, existen diferentes factores para que se den este tipo de inventario ya que es importante tener una gestión óptima del inventario en las mercaderías para satisfacer a los clientes de manera eficiente, aprovechando descuentos por el volumen de compra o a su vez para evitar imprevistos como el incumplimiento de los plazos de entrega y subida repentina de precios.

Según Ferrer (2014) indicó que:

La economía en la gestión óptima de las mercaderías, está relacionada con los términos y condiciones bajo los cuales se adquieren dichos bienes, obteniendo la cantidad requerida, al nivel razonable de calidad, en la oportunidad y lugar apropiado y al menor costo posible. (p.10).

Por tanto, es importante obtener la cantidad exacta de los inventarios en el tiempo oportuno y el lugar apropiado al menor costo posible, es la gestión óptima de mercadería la cual señala no desperdiciar con pedidos innecesarios y conocer la demanda real del cliente para satisfacer de manera oportuna.

Según O'Donnel (2015) afirmó que:

La eficiencia en la gestión óptima de las mercaderías, es el resultado positivo luego de la racionalización adecuada de los recursos, acorde con la finalidad buscada por los responsables de la gestión. La eficiencia está referida a la relación existente entre los bienes o servicios producidos o entregados y los recursos utilizados para ese fin (productividad), en comparación con un estándar de desempeño establecido.

Por tanto, un resultado positivo se obtiene después de realizar la gestión óptima de las mercaderías, las cuales realizan un estudio verídico desde el ingreso de mercadería al almacén hasta la ubicación exacta donde posteriormente será vendida.

Según Ferrer (2014) indicó que:

La efectividad en la gestión óptima de las mercaderías, se refiere al grado en el cual se logra las metas, objetivos y misión u otros beneficios que pretendía alcanzar, previstos en la legislación o fijados por la gerencia y/o exigidos por los clientes.

Por tanto, la efectividad, no se logra fácilmente, es producto del trabajo permanente y en buena cuenta aparece como consecuencia de la productividad institucional, que es la producción de bienes y servicios con los mejores estándares de eficiencia, economía y efectividad. Las empresas, van a obtener mayor productividad cuando dispongan de una gestión empresarial adecuada. La productividad, es la combinación de la efectividad y la eficiencia, ya que la efectividad está relacionada con el desempeño y la eficiencia con la utilización de los recursos.

Business (2016) indicó que el “control sobre tus inventarios es importante, te ayuda a conocer exactamente cuántos insumos y materias primas tienes, sobre todo para saber en cuánto tiempo debes reabastecer tus bodegas” (pág28), el control sobre los inventarios no es simplemente darle un valor a los productos que tienes en bodega, es una técnica usada con el objetivo de seleccionar y aplicar una base específica para darle un valor a los inventarios en términos de dinero. Es importante porque no todos los productos tienen los mismos costos y además siempre van a variar.

Según Vermorel (2016) indicó que:

El método de inventario FIFO (primero en entrar, primero en salir, por sus siglas en inglés) alude a que los primeros productos que se compran también serán los primeros que se vendan. El inventario FIFO puede verse como un modelo teórico del flujo real de productos, utilizado en el contexto de la contabilidad o las finanzas. (p. 31)

Según Vermorel (2016) indicó que el “método promedio ponderado se utiliza para hacer una valuación de inventario, tomando valores promedios tanto para las mercaderías en stock como para los costos de mercaderías vendidas”. (p.45).

Por tanto, al valorar los inventarios se refleja información razonable de acuerdo al tipo de empresa. Además, permite comparar periodos de tiempo en la empresa de manera fácil y segura. Sin importar el método de valoración de inventarios que elija, siempre asesorarse cuál es el acuerdo a los tipos de inventarios que maneja, los sistemas de control, el modelo de negocios y el mercado en que trabaje.

### 2.3 Marco Conceptual

Vermorel E. ( 2013) indicó que:

Los Costos de envase y embalaje son un conjunto de costos asociados con todas las operaciones de la cadena o ciclo de vida del envase y embalaje, desde el desarrollo del concepto, al producto envase, al consumo, hasta la disposición del residuo de envase y embalaje. Incluye costos de capital, mano de obra, materias primas, manufactura/ conversión, amortizaciones, pérdidas, etc. (p. 39).

Vermorel E. ( 2013) indicó que:

El Costo de Almacenamiento sucede cuando se reciben los artículos en las bodegas deben ordenarse y almacenarse adecuadamente. Algunas veces hasta se hace necesario utilizar equipo especial como montacargas o grúas para movilizarlos y colocarlos en un lugar apropiado” (pág. 22).

Vermorel E. ( 2013) afirmó que:

Los costes de inventario son los costes relacionados con el almacenamiento y el mantenimiento del inventario durante un determinado período de tiempo. Generalmente, los costes de inventario se describen como un porcentaje del valor de inventario (inventario promedio anual; es decir, para un minorista, el promedio de bienes comprados a sus proveedores durante un año) en base anualizada.

Según la Subgerencia Cultural de la Republica (2015) indicó que:

La demanda se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico. En el análisis económico se tiende a simplificar este panorama manteniendo en niveles constantes todos los factores con excepción del precio; de esta forma, se establece una relación entre el precio y la cantidad demandada de un producto o servicio. Esta relación se conoce como la curva de demanda. (p. 15).

Según la Subgerencia Cultural de la Republica (2015) indicó que:

La oferta es la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta en un determinado producto del mercado. La relación entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida de éste se puede ver gráficamente a través de la curva de oferta. (p. 15).

Cortez (2014) indicó que:

Las provisiones son todos aquellos productos que la organización requiere consumir para el proceso de fabricación y distribución a los clientes finales que no son materia prima, al ser elaborados previamente por otra empresa. (p.21)

Según Cortez (2014) afirmó que:

Los productos terminados son aquellos elementos que han sido elaborados totalmente para cumplir las especificaciones del cliente y que están listos para ser enviados a este. Es importante tener en cuenta que el producto terminado de una empresa particular no necesariamente corresponde al producto que requiere el consumidor final, ya que este producto terminado se puede convertir en una provisión para otra empresa.

Según la Fundación Iberoamericana de Altos Estudios Profesionales (2014) indicó que las “roturas de stock pueden generar pérdidas de ventas o aumentar los costos de adquisición, almacenamiento y transporte de los suministros igualmente se produce pérdida de imagen” (p.8).

Según la Fundación Iberoamericana de Altos Estudios Profesionales (2014) indicó que:

El tiempo de reposición es el tiempo comprendido entre la detección de la necesidad de adquirir una cierta cantidad de un material y el momento en que este llega físicamente al almacén. Como se ha podido verificar, administrar inventarios es encontrar un equilibrio razonable entre mantener mucho o poco inventario y los costos que ambos extremos suponen. (p. 45).

## 2.4 Marco Legal

Según el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (2003) estableció en la NIC 2 correspondiente a los Inventarios, en el párrafo 5, indicó que:

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de los inventarios, dentro del sistema de medición del costo histórico. Un tema fundamental en la contabilidad de los inventarios es la cantidad de costo que debe acumularse en un activo, para diferirlo hasta que los ingresos correspondientes sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de tal costo, así como para el subsecuente reconocimiento cómo gasto del periodo, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable.

Según el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (2003) estableció en la NIC 2 correspondiente a los Inventarios, en el párrafo 23, indicó que:

El coste de las existencias de productos que no sean habitualmente intercambiables entre sí, así como de los bienes y servicios producidos y segregados para proyectos específicos, se determinará a través del método de identificación específica de sus costes individuales.

De acuerdo al Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios (2014), en el artículo 1, estableció que:

Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

- Facturas
- Notas de venta
- RISE; Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa
- Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
- Tiquetes emitidos por máquinas registradoras;
- Boletos o entradas a espectáculos públicos; y,
- Otros documentos autorizados en el presente reglamento.

De acuerdo al Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios (2014), en el artículo 2, estableció que:

Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

- Notas de crédito;
- Notas de débito; y
- Guías de remisión.

De acuerdo al Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios (2014), en el artículo 3, estableció que:

Son comprobantes de retención los documentos que acreditan las retenciones de impuestos realizadas por los agentes de retención en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno, este reglamento y las resoluciones que para el efecto emita el Director General del Servicio de Rentas Internas.

De acuerdo al Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios (2014), en el artículo 19, estableció que:

Las facturas contendrán la siguiente información no impresa sobre la transacción:

1. Identificación del adquirente con sus nombres y apellidos, denominación o razón social y número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) o cédula de identidad o pasaporte, cuando la transacción se realice con contribuyentes que requieran sustentar costos y gastos, para efectos de la determinación del impuesto a la renta o crédito tributario para el impuesto al valor agregado; caso contrario, y si la transacción no supera los US \$ 200 (doscientos dólares de los Estados Unidos de América), podrá consignar la leyenda “CONSUMIDOR FINAL”, no siendo necesario en este caso tampoco consignar el detalle de lo referido en los números del 4 al 7 de este artículo;

2. Descripción o concepto del bien transferido o del servicio prestado, indicando la cantidad y unidad de medida, cuando proceda. Tratándose de bienes que están identificados mediante

códigos, número de serie o número de motor, deberá consignarse obligatoriamente dicha información.

En los casos en que se refiera a envíos de divisas al exterior, se deberá indicar el valor transferido al exterior y si la transacción se encuentra exenta del impuesto a la salida de divisas, junto con la razón de exención.

3. Precio unitario de los bienes o precio del servicio.

4. Valor subtotal de la transacción, sin incluir impuestos.

5. Descuentos o bonificaciones.

6. Impuesto al valor agregado, señalando la tarifa respectiva.

7. En el caso de los servicios prestados por hoteles bares y restaurantes, debidamente calificados, la propina establecida por el Decreto Supremo No. 1269, publicado en el Registro Oficial No. 295 del 25 de agosto de 1971.

8. En el caso de que se refiera a servicios para efectuar transferencias de divisas al exterior, prestados por agentes de percepción del impuesto a la salida de divisas, se consignará el impuesto a la salida de divisas percibido.

9. En el caso de las ventas efectuadas por los productores nacionales de bienes gravados con el ICE, se consignará el impuesto a los consumos especiales por separado.

10. Importe total de la transacción.

11. Signo y denominación de la moneda en la cual se efectúa la transacción, únicamente en los casos en que se utilice una moneda diferente a la de curso legal en el país.

12. Fecha de emisión.

13. Número de las guías de remisión, cuando corresponda.

14. Firma del adquirente del bien o servicio, como constancia de la entrega del comprobante de venta.

## **Capítulo III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. Metodología de la investigación**

El diseño de la investigación se realizó con enfoque cualitativo mediante la metodología descriptiva, que toma como objeto de estudio la problemática existente en la distribuidora Alvarado Alvicent S.A., en la cual se aplicó los métodos y técnicas de investigación durante toda la etapa del proceso investigativo, la problemática recae en los errores que conlleva en el control del inventario. En consecuencia, cada método, técnica e instrumento que se utilice en este estudio será de gran importancia ya que permitirá tener un conocimiento más explícito de la entidad y esto constituirá las bases para tomar las medidas necesarias.

#### **3.1.1. Investigación Descriptiva**

Según Arias (2012) afirmó que:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos que se refiere. (pag.24).

Por tanto, en la presente investigación se ejecutarán análisis a los estados financieros y a los datos que se logren recolectar mediante otras técnicas, para conocer o diagnosticar las situaciones que ocasionan el problema, determinando los aspectos más relevantes, aportando así ideas de posibles soluciones para la mejora de la empresa en estudio.

#### **3.1.2 Investigación Documental**

Según Baena (1985) afirmó que:

La investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información. (pag.22).

Según Arias (2012) afirmó que:

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (pag.27).

Por tanto, se utilizó la investigación documental para el proceso investigativo porque permitió examinar, evaluar e indagar. Fuentes de consultas primarias y secundarias de libros, internet entre otros, para obtener información más importante la cual permitió que la investigación sea precisa.

### **3.1.3. Enfoques de la Investigación**

#### ***Enfoque Cualitativo***

Según Tamayo (2012) indicó que:

Los métodos cualitativos suministran o proveen datos descriptivos de aquellos aspectos impalpables del comportamiento del ser humano y de la vida, como las creencias y actitudes; además que estos métodos son sumamente útiles para entender e interpretar los problemas sociales, debido a que les permiten a los investigadores estudiar la relación o el vínculo entre las personas, entes sociales y la cultura.

Por tanto, el presente trabajo tiene un enfoque cualitativo, por cuanto sus estudios se enfocaron en los documentos y, un análisis contable lo cual se recogerá y su respectivo análisis de datos contables permitiendo tener un informe financiero de la situación actual del negocio. Así mismo se tomará como referencia esta teoría, ya que el presente estudio estará basado en el estudio de los estados financieros.



*Figura 1.* Enfoques de la investigación

*Fuente:* Enfoque de la investigación

### **3.1.4. Técnicas de Investigación**

#### **3.1.4.1 Entrevista**

Según Puentes (2015) indicó que:

La entrevista es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

Por tanto, la entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en sociología y en educación. De hecho, en estas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían difícil conseguir.

### **3.1.4.2 Entrevista dirigida al Gerente General**

**Objetivo:** Realizar un análisis del desempeño administrativo, contable y el control de inventario para determinar su incidencia en la rentabilidad en la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

**¿Cómo identifica mediante controles de inventario productos que tengan mayor rotación?**

No se tiene una visión clara de los productos que tienen mayor rotación, ya que actualmente se presentan problemas de déficit en el control de los inventarios, las mismas que afectan al conocimiento correspondiente de aquellas mercaderías que tienen más salida o más ventas.

**¿Qué acción determina para tener una mayor comunicación entre los departamentos?**

No se cuenta con un código de ética, lo importante de los trabajadores es su responsabilidad a la hora de trabajar y dar un servicio de calidad, en ciertas ocasiones han ocurrido inconformidades en cuanto al servicio, ya que no se han apresurado en atender o el producto estuvo en mal estado, en tales casos se procede en llamar la atención al trabajador.

**¿Qué medidas de seguridad son adoptadas para sus inventarios?**

No se cuenta con tales medidas, puesto que se tiene confianza en el personal y si existe algún indicio de pérdidas de mercadería, se procede a realizar un conteo físico de los productos.

**¿Conoce cómo ingresan los productos a la bodega?**

Desconoce dicho proceso, el encargado de bodega es quien lleva el control.

**¿Cuáles son las falencias que existen en la medida de seguridad en las existencias?**

Existen productos que no se pueden controlar a simple vista, tales como el arroz, azúcar, aceite, entre otros; que en ciertas ocasiones se ha visto una gran disminución por el descuido del personal a la hora de brindar el servicio.

### **¿Cómo detecta un exceso del inventario en el futuro?**

Se detecta cuando el cliente realiza devoluciones porque el producto sufre de obsolescencia por el tiempo almacenado.

### **¿Cómo realiza la acción de la ubicación de las mercaderías dentro de la bodega?**

En la bodega los trabajadores son los encargados de almacenar las mercaderías, ellos son los encargados de realizar este proceso, existen ocasiones en que no se encuentra un producto porque no se tiene un control de la ubicación del mismo, lo que ocasiona pérdidas en la venta por el desconocimiento del trabajador.

### **¿Se le hace fácil encontrar determinado producto que está en bodega?**

No se tiene un control de la ubicación de los productos, existen ocasiones en que los trabajadores lo ubican de una manera que los productos pequeños están detrás de los grandes, en ciertas ocasiones omiten el buscar detrás de las cajas o detrás de cosas grandes y por eso la causa de la aparente inexistencia del producto.

#### **3.1.4.3 Análisis de la entrevista.**

Con la entrevista realizada al dueño de la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A. se ha podido evidenciar que no se tiene conocimiento del manejo del inventario de los productos dentro de la bodega y fuera es decir en el almacén, existe poca importancia de los trabajadores que son encargados del departamento de bodega a la hora de almacenar los productos y al momento de despachar.

La Distribuidora Alvarado Alvicent S.A., tiene desconocimiento de las necesidades del cliente, el propietario implementa nuevas mercaderías solo cuando los clientes piden nuevos productos, es decir no está a la vanguardia de los productos que ingresan al mercado, ya sean estos por diferentes motivos.

A continuación, se mencionan los siguientes:

- El proveedor no promociona u ofrece nuevos productos.
- No existe liquidez en la empresa.
- No arriesga a implementar productos nuevos, porque piensa que el cliente no compraría.

La Distribuidora Alvarado Alvicent S.A., tiene deficiencia en cuanto a la medida de seguridad, poca comunicación entre los departamentos y falta de conteo físico periódico de los inventarios lo cual afecta de manera significativa a la rentabilidad de la empresa generando situaciones negativas que podrían poner en riesgo su continuidad en el mercado.

## 3.2. Población y Muestra

### 3.2.1 Población

Según Tamayo (2010)

Señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. (pag.83)

La Población está constituida como indica la siguiente tabla:

*Tabla 1.*  
Estructura de la población

<b>Unidades de Observación</b>	<b>Población</b>
Gerencia	1
Personal Administrativos	3
Personal de Ventas	6
Personal de Bodegas	3
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>

*Fuente:* Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

### **3.2.2 Muestra de Estudio**

En lo referente a la población de la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A. el número del personal en el departamento de bodega y despacho, tiene un total de 13 empleados para lo cual se ha optado por su tamaño aplicar entrevista de tipo ejecutivo al gerente de la distribuidora para recopilar una mejor la información. En base a la población, el presente trabajo se tomó de muestra al dueño del negocio, 3 (tres) personal de administración y 3 (tres) personal de bodega que actualmente laboran en el lugar, así se pudo escoger un total de 7 (siete) como una muestra para la respectiva observación del comportamiento en cuanto a recurso humano que comprende la presente investigación.

### **3.3 Análisis de Resultados**

#### **Control de Inventarios.**

El control de inventarios es la función principal para satisfacer las necesidades de sus clientes, a cambio obtener una rentabilidad por la labor realizada, por ende, es importante su tratamiento y cuidado a la hora de controlar su inventario, la mercadería representa un activo corriente y de esta depende el éxito o el fracaso de la distribuidora, mediante un estudio realizado en la empresa se pudo comprobar que la falta de control del inventario de los productos incide de manera significativa en su rentabilidad.

Si se mantiene un control de inventario con el personal capacitado, recursos necesarios y sistemas innovadores para la distribuidora estará en una etapa que rendirá utilidades a largo o corto plazo, ya que el control y cuidado del inventario se verá reflejado en sus resultados del ejercicio al final del periodo. Si por el contrario la distribuidora no tiene personal capacitado, tiene una planificación deficiente, mala atención al cliente, y sistemas obsoletos, estará expuesta a una disminución total o parcial de la utilidad, ya que el control del inventario afecta directamente a la rentabilidad por tal motivo una deficiencia en tal área representaría altos costos para la distribuidora.

Otros factores que afectan el negocio esta, el retraso en los envíos de productos a los clientes, en donde el cliente se siente insatisfecho y busca otro proveedor u otra fuente que satisfaga de manera precisa y en el momento que lo necesite. A continuación, se presenta el modelo de valoración y control de inventarios, el cual lo llevan por el Método Promedio Ponderado.

Tabla 2.  
Formato de control de inventario

CONTROL DE INVENTARIOS - DISTRIBUIDORA ALVARADO ALVICENT S.A.											
PRODUCTO		ACEITES	METODO:	PROMEDIO PONDERADO							
UNIDAD DE MEDIDA		UNIDAD	CODIGO:	5675							
STOCK MÍNIMO											
STOCK MÁXIMO											
FECHA		DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			SALDO		
MES	DIA		UNIDAD	P.U	P.T	UNIDA D	P.U	P.T	UNIDA D	P.U	P.T
ENERO	4	COMPRA SEGUN / FACT: 10-3456	80	7,00	560	-	-	-	80	7,00	560,00
ENERO	08	COMPRA SEGUN / FACT: 010-345	115	8,50	978	-	-	-	195	7,88	1.537,50
ENERO	15	VENTA SEGUN / FACT: 04-5655	-	-	-	97	7,88	765	98	7,88	772,69
ENERO	18	COMPRA SEGUN / FACT: 99-5656	100	8,00	800	-	-	-	198	7,94	1.572,69
FEBRERO	03	COMPRA / FACT: 10-22334	70	12,00	840	-	-	-	268	9,00	2.412,69
FEBRERO	11	VENTA SEGUN / FACT: 04-23234	-	-	-	52	9,00	468	216	9,00	1.944,56
FEBRERO	29	VENTA SEGUN / FACT: 04-5657	-	-	-	120	9,00	792	96	9,00	864,25
MARZO	07	COMPRA SEGUN / FACT: 3435-765	50	20,00	1.000	-	-	-	146	13,20	1.927,15
MARZO	26	COMPRA SEGUN / FACT: 41-7689	49	14,50	711	-	-	-	195	13,45	2.622,47
ABRIL	10	VENTA SEGUN / FACT: 04-954875	-	-	-	100	13,45	686	95	13,45	1.277,61
ABRIL	25	COMPRA SEGUN / FACT: 23-34566	20	18,50	370	-	-	-	115	14,19	1.631,30
ABRIL	27	VENTA SEGUN / FACT: 04-12344	-	-	-	123	14,19	1.163	-8	14,19	-113,48

Fuente: Distribuidora Alvarado Alvicent. S.A

La presente tarjeta de control proporcionado por los colaboradores de la distribuidora Alvarado Alvicent S.A. se puede verificar el movimiento mensual de aceites, la misma que tiene un resultado negativo, es decir se vendió más de lo que existe realmente en los inventarios registrados, tal situación ha generado déficit en los resultados de la empresa debido a la falta de control de los inventarios. Con estos resultados se puede evidenciar la falta del control de las mercaderías por parte de bodega y contabilidad, ya que no tiene resultados acorde a lo que se está efectuando en cuanto a las salidas de inventarios.

### 3.4 Análisis vertical 2016 al estado de situación financiera

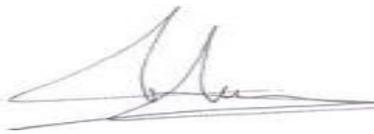
Para la realización de la revisión analítica al 31 de diciembre del 2016, se toma como referencia las cifras presentadas en los Estados Financieros tales como el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados Integrales, los cuales se presenta a continuación:

**DISTRIBUIDORA ALVARADO ALVICENT S.A.**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016 Y 2015**  
 (Expresado en dólares estadounidenses)

<u>Activo</u>	<u>Análisis 2016</u>	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Activo corriente			
Efectivo y equivalentes al efectivo	4%	8488	800
Cuentas por cobrar y otras cuentas por cobrar	34%	65,545	-
Inventarios	61%	118,752	-
Activo por impuesto corriente	1%	950	-
Total activo corriente		<u>193,735</u>	<u>800</u>
Total activo	100%	<u>193,735</u>	<u>800</u>
<u>Pasivo</u>			
Pasivo corriente			
Cuentas por pagar y otras cuentas por pagar	48%	<u>99,826</u>	-
Total pasivo corriente		99,826	-
Pasivo no corriente			
Otros pasivos no corrientes	52%	<u>106,739</u>	-
Total pasivo no corriente	100%	<u>106,739</u>	-
<u>Patrimonio</u>			
Capital social	0.004%	800	800
Resultados del ejercicio	(7,04%)	<u>(13,630)</u>	-
Total patrimonio	(6,62)	<u>(12,830)</u>	<u>800</u>
Total pasivo y patrimonio	(13%)	<u>193,735</u>	<u>800</u>



Sr. Vicente Alvarado  
Gerente General



Ing. Juan Castro  
Contadora General

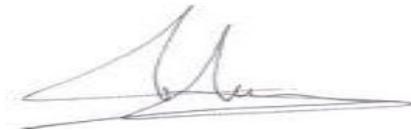
Figura 2. Estado de Situación Financiera  
Fuente: Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

DISTRIBUIDORA ALVARADO ALVICENT S.A.  
ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL  
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016  
(Expresado en dólares estadounidenses)

	<u>2016</u>
Ingresos	
Ventas netas locales gravadas con tarifa diferente de 0%	2'396,547
Ventas netas locales gravadas con tarifa 0%	647,144
Ingresos totales	<u>3'043,691</u>
Costo de venta	(3'020,505)
Utilidad bruta	<u>23,186</u>
Gastos	
Gastos sueldos y salarios	17,262
Gasto aporte a la seguridad social	1,985
Gasto honorarios profesionales	4,284
Gastos de arrendamientos	11,700
Otros gastos	1,585
Total de gastos	<u>(36,816)</u>
Perdida del ejercicio	<u><u>(13,630)</u></u>



Sr. Vicente Alvarado  
Gerente General



Ing. Juan Castro  
Contadora General

*Figura 3. Estado de Resultado Integral*  
Fuente: Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

## Actividad económica

Es de vital importancia informar que los saldos en el estado de situación financiera de la distribuidora durante el año 2015, no tuvo ningún movimiento en cuanto a los inventarios ni cuentas por cobrar, por razones que recién en ese año se constituyó como sociedad y solo tiene capital y aportaciones por tal motivo no se encuentra elaborado el estado de resultados integral del año 2015.

### 3.4.1 Análisis vertical del estado situación financiera durante el año 2016

Se observa que la estructura del activo se concentra en un 61% en los activos corrientes, notándose una alta representación en la participación de los inventarios la cual asciende a \$118.752,00. Lo que indica la importancia proveer un tratamiento contable dirigido a los inventarios como el principal activo de la empresa, que en el futuro brindará una rentabilidad a consecuencias de sus ventas y la seguridad brindada en las mercaderías ayudando obtener mejores resultados.

Tabla 3.

Resumen de concentración por grupos

<b>ACTIVOS</b>	100%
Efectivo	4%
Inventarios	61%
Cuentas por cobrar	34%
Crédito Tributario	1%
<b>PASIVOS</b>	
Documentos por pagar	52%
Cuentas por Pagar	48%

Fuente: Estado de situación Financiero

En cuanto a las obligaciones contraídas con terceros se observa que supera el cincuenta por ciento del total de las obligaciones, los documentos por pagar, las mismas que serán cubiertas al vender los productos.

A través del análisis financiero realizado en la distribuidora se concluye que la misma se encuentra en una situación crítica; si no se toman las medidas necesarias respecto a las deficiencias en la gestión de inventarios, su rentabilidad podría verse afectada, poniendo en riesgo su continuidad en el mercado, ya que si bien es cierto las mercaderías son los activos más importantes de una empresa comercial. Para ello es importante contar con un personal capacitado, procedimientos adecuados y un plan estratégico para mantener un mejor control de sus inventarios a fin de reducir los riesgos y aprovechar las oportunidades mediante la seguridad brindada y la gestión eficiente de sus recursos económicos.

Las razones de actividad miden la rapidez con que las cuentas por cobrar o los inventarios se convierten en efectivo. Un complemento de las razones de liquidez, la cual permite precisar aproximadamente el período de tiempo que la cuenta respectiva (cuenta por cobrar, inventario), necesita para convertirse en dinero. Esta herramienta permitió medir la capacidad que tiene la gerencia para generar fondos internos, al administrar en forma adecuada los recursos invertidos en estos activos. A continuación se presenta un análisis de la rotación de cartera:

$$\text{Rotación de Cartera (DIAS)} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar Promedio} \times 360}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Rotación de Cartera (DIAS)} = \frac{65,545 \times 360}{3043691}$$

$$\text{Rotación de Cartera (DIAS)} = 8 \text{ días.}$$

Mediante esta herramienta se pudo evidenciar que en promedio la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A. recupera su cartera de cobros (las convierte el dinero en efectivo) en 8 días aproximadamente, esta cantidad de días no es significativo es decir que sus créditos los puede cobrar sin ningún problema en cierta cantidad de días o a su vez recuperarlas conforme a las ventas. Es importante considerar que la estacionalidad de las ventas produce una dirección sobre estos indicadores ya que los saldos de cuentas por cobrar pueden no reflejar la situación típica cuando las ventas son estacionales.

## **Margen Bruto**

Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Margen Bruto} = \frac{23.186,11}{3'043.690,66}$$

$$\text{Margen Bruto} = 0.76\%$$

Según el respectivo análisis la empresa genero rentas sobre las operaciones de ventas y producción un 0.76% lo cual representa una deficiencia, ya que la empresa no cuenta con la rentabilidad suficiente para cubrir los gastos operacionales y el uso de la financiación de la organización, lo cual le ha generado pérdidas en el estado de resultados por la falta de control de los inventarios.

### **3.4.2 Ausencia de Comunicación**

De acuerdo a la presente investigación en la cual se realizó una entrevista al gerente, se conoció que no existe comunicación entre los departamentos de compra, bodega y contabilidad. Para lo cual en ciertas ocasiones el encargado de bodega no reporta la cantidad exacta de los inventarios, por tanto el departamento de contabilidad desconoce la existencia de tales productos, generando una disminución en los pedidos de las mercaderías que tiene una mayor rotación y a su vez provocando deficiencia en el almacenaje de la mercadería lo cual afecta de forma directa al servicio que se les brinda a los clientes por la falta del control en el área.

Tal situación conlleva a una mala atención al cliente, posterior a su trato causando así al cliente un verdadero desacuerdo en cuanto al recurrir a la compra, lo que involucra de manera indirecta una baja rentabilidad a la distribuidora al ver una disminución de los clientes por dichas diferencias que existen entre los departamentos.

### 3.5 Toma física de los inventarios

Es importante mencionar que la distribuidora Alvarado Alvicent S.A. no es recurrente en la toma física del inventario por diferentes motivos que lo amerita, sea la falta de tiempo, falta del personal entre otros, que afectan a no realizar la toma física de los inventarios, solo cuando existe faltante de una cantidad considerable en la cual interviene el dueño de la distribuidora a realizar la toma física y fiscalizar los productos faltantes o sobrantes.

#### 3.5.1 Reporte de Compras

El reporte de compras del contribuyente se la obtuvo de dos formas, los cuales deberían contener la misma información:

- Reporte extracontable (Excel) proporcionado por el contador, pero cuya información es ingresada y actualizada por las asistentes contables.
- Reporte descargado del sistema, que incluye facturas de meses anteriores ingresados con fecha de agosto.

A continuación, se detallan facturas que están ingresadas en el sistema contable del contribuyente pero que corresponden a otros meses.

Tabla 4.  
Listado de reportes de compras

Detalles				Base imponible			
F/fact.	F/Sist.	Factura N°	Proveedor	Con IVA	Sin IVA	IVA	Total
27-Jul	01-Ago	617	Jabonería "Wilson"	\$14.000,00	-	\$ 1.680,00	\$ 15.680,00
03-Jun	01-Ago	379605	La Fabril S.A.	\$ 35,45	-	\$ 4,25	\$ 39,70
05-Jun	01-Ago	379771	La Favorita S,A,	\$ 709,04	-	\$ 85,08	\$ 794,12
06-Jun	01-Ago	379928	Jabonería Wilson S,A,	\$ 17,85	-	\$ 2,14	\$ 19,99
06-Jun	01-Ago	14500	Abad Jiménez Ángel Gerardo "El Chivo # 2"	\$ 50,00	-	\$ 6,00	\$ 56,00
13-Jul	01-Ago	312	Jabonería "Wilson"	\$ 1.675,00	-	\$ 201,00	\$ 1.876,00
21-Jul	01-Ago	619	Jabonería "Wilson"	\$ 4.750,00	-	\$ 570,00	\$ 5.320,00
28-Jul	01-Ago	620	Jabonería "Wilson"	\$ 3.500,00	-	\$ 420,00	\$ 3.920,00

Detalles				Base imponible			
F/fact.	F/Sist.	Factura N°	Proveedor	Con IVA	Sin IVA	IVA	Total
01-Jul	02-Ago	144660	Comercial "Rendón"	\$ 98,21	-	\$ 11,79	\$ 110,00
14-Jul	02-Ago	20636	La Fabril S.A.	\$ 20,54	-	\$ 2,46	\$ 23,00
19-Jul	02-Ago	44562	"Comercial Romero"	\$ 10,72	-	\$ 1,29	\$ 12,01
21-Jul	02-Ago	44616	Romero Reyes S.A	\$ 5,00	-	\$ 0,60	\$ 5,60
20-Jul	02-Ago	192683	Comercial Guamán S.A.	\$ 46,43	-	\$ 5,57	\$ 52,00
20-Jul	02-Ago	224188	Jabonería "Wilson"	\$ 15,16	-	\$ 1,82	\$ 16,98
01-Jul	02-Ago	123326	Choez S.A.	\$ 226,52	\$ 22,65	\$ 27,18	\$ 276,35
31-Jul	02-Ago	440	Jabonería "Wilson"	\$ 1.000,00	-	\$ 120,00	\$ 1.120,00
28-Jul	02-Ago	200	Comercial "Jorge Luis"	\$ 300,00	-	\$ 36,00	\$ 336,00
31-Jul	04-Ago	1226	Jabonería "Wilson"	\$ 300,00	-	\$ 36,00	\$ 336,00
24-Jul	04-Ago	223503	Comercial "Pepe Salinas S.A."	\$ 10,65	-	\$ 1,28	\$ 11,93
21-Jul	04-Ago	169469	Jabonería "Wilson"	\$ 29,46	-	\$ 3,54	\$ 33,00
21-Jul	04-Ago	169470	Jabonería "Wilson"	\$ 5,36	-	\$ 0,64	\$ 6,00
18-Jul	07-Ago	19806	Romero Pin Salvador "Almacenes M&M"	\$ 120,00	-	\$ 14,40	\$ 134,40
27-Jul	08-Ago	4396	"Comercial Arias"	-	\$200,00	-	\$ 200,00
26-Jul	08-Ago	14072	Comercial "Jorge Luis"	\$ 4,46	-	\$ 0,54	\$ 5,00
05-Jul	08-Ago	898135	Odisea S.A.	\$ 8,93	-	\$ 1,07	\$ 10,00
14-Jul	08-Ago	13976	Comercial "Jorge Luis"	\$ 19,64	-	\$ 2,36	\$ 22,00
11-Jul	08-Ago	235	Comercial" Ángela María"	\$ 223,21	-	\$ 26,79	\$ 250,00
20-Jul	08-Ago	390	Comercial "Jorge Luis"	\$ 25,89	-	\$ 3,11	\$ 29,00
18-Jul	08-Ago	774	Comercial "Jorge Luis"	\$ 70,98	-	\$ 8,52	\$ 79,50
28-Jul	15-Ago	2989653	Comercial Guamán S.A.	\$ 5,36	-	\$ 0,64	\$ 6,00
27-Jul	15-Ago	44382	Comercial "Olmedo"	\$ 2,63	-	\$ 0,32	\$ 2,95
28-Jul	15-Ago	44395	Comercial "Jorge Luis"	\$ 1,75	-	\$ 0,21	\$ 1,96
30-Jul	16-Ago	404	Vásquez y Asociados	\$ 1,000,00	-	\$ 120,00	\$ 1.120,00
26-Jul	17-Ago	510477	Bayona Triviño S.A	\$ 3,17	-	\$ 0,38	\$ 3,55

Detalles				Base imponible			
F/fact.	F/Sist.	Factura N°	Proveedor	Con IVA	Sin IVA	IVA	Total
19-Jul	17-Ago	865	Comercial "Fanny Agustina"	-	\$ 1,8	-	\$ 1,80
20-Jul	17-Ago	580	Bayona Triviño S.A	-	\$ 4,5	-	\$ 4,50
19-Jul	17-Ago	578	Bayona Triviño S.A	-	\$ 4,5	-	\$ 4,50
21-Jul	17-Ago	581	Comercial "Fanny Agustina"	-	\$ 3,5	-	\$ 3,50
21-Jul	17-Ago	92040	Distribuidora y Comercial Domínguez S.A.	\$ 5,36	-	\$ 0,64	\$ 6,00
22-Jul	17-Ago	125864	Bayona Triviño S.A.	\$ 9,91	-	\$ 1,19	\$ 11,10
22-Jul	17-Ago	1297	Comercial "Fanny Agustina"	\$ 4,73	-	\$ 0,57	\$ 5,30
19-Jul	17-Ago	20270	León Ana del Roció	\$ 2,52	-	\$ 0,30	\$ 2,82
17-Jul	17-Ago	44190	Comercial "Fanny Agustina"	\$ 1,40	-	\$ 0,17	\$ 1,57
19-Jul	17-Ago	44232	Bayona Triviño S.A	\$ 1,75	-	\$ 0,21	\$ 1,96
21-Jul	17-Ago	44292	Bayona Triviño S.A	\$ 3,57	-	\$ 0,43	\$ 4,00
20-Jul	17-Ago	44276	Comercial "Fanny Agustina"	\$ 3,00	-	\$ 0,36	\$ 3,36
25-Jul	17-Ago	244	Mauricio Pin cay		\$ 3,00	-	\$ 3,00
12-Jul	18-Ago	147207	Distribuidora "Pérez"	\$ 9,51	-	\$ 1,14	\$ 10,65
18-Jul	18-Ago	148182	Comercial "Juanita"	\$ 9,51	-	\$ 1,14	\$ 10,65
17-Jul	18-Ago	196446	Comercial "Fanny Agustina"	\$ 8,93	-	\$ 1,07	\$ 10,00
31-Jul	26-Ago	3478	Cruz de la Rosa Cinthia "Distribuidora Cruz"	\$ 43,14	-	\$ 5,18	\$ 48,32
21-Jul	18-Ago	196	Comercial "Fanny Agustina"	\$ 250,00	-	\$ 30,00	\$ 280,00

Fuente: Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

Adicionalmente, se desglosan facturas que, aunque fueron del mes de agosto se registraron con días distintos a los que indican las facturas físicas, y que como medida de control se da a conocer para prevenir una posible omisión de las mismas afectando al total del inventario en el sistema.

Tabla 5.

Listado de facturas registradas en diferentes días

Detalles				Base imponible		Detalles	
F/fact.	F/Sist.	Factura N°	F/fact.	F/Sist.	Factura N°	F/fact.	F/Sist.
10-Ago	14-Ago	317	Comercial "Fanny Agustina"	\$ 2.180,00	-	\$ 261,60	\$ 2.441,60
14-Ago	15-Ago	21555	Bayona Triviño S.A	\$ 244,69	-	\$ 29,36	\$ 274,05
15-Ago	16-Ago	1695	Bayona Triviño S.A	\$ 254,00	-	\$ 30,48	\$ 284,48
11-Ago	16-Ago	155	Distribuidora "Fanny Jaqueline"	\$ 799,13	-	\$ 95,90	\$ 895,03
18-Ago	17-Ago	207	Comercial "Jorge Luís"	\$ 350,00	-	\$ 42,00	\$ 392,00
04-Ago	26-Ago	154	Distribuidora "Fanny Jaqueline"	\$ 428,58	-	\$ 51,43	\$ 480,01
04-Ago	26-Ago	83	Bayona Triviño S.A	\$ 687,52	-	\$ 82,50	\$ 770,02
15-Ago	30-Ago	215	Comercial "Jorge Luís"	\$ 300,00	-	\$ 36,00	\$ 336,00
31-Ago	30-Ago	442	Bayona Triviño S.A	\$ 1.000,00	-	\$ 120,00	\$ 1.120,00

Fuente: Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

Es importante proceder a realizar una revisión minuciosa de toda la información ingresada en el sistema contable con la finalidad de aprovechar los recursos que posee el mismo, de manera fiable y oportuna para su posterior uso.

### 3.5.2 Reporte de Ventas

Las ventas se ven afectadas por situaciones externas, que producen de forma secuencial y repetitiva, es decir causa un efecto estacional, el más común es el provocado por causa de la época del año en la que se encuentra coincidiendo con épocas escolares, frío o calor, feriados entre otros.

A continuación, los saldos en base a la venta mensual, facilitado por la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

Tabla 6.  
Reporte mensual de ventas 2016

**REPORTE MENSUAL VENTAS 2016  
DISTRIBUIDORA ALVARADO ALVICENT S.A.**

Meses	Ventas	%
Enero	\$ 225.546,67	0,07
Febrero	\$ 230.456,76	0,08
Marzo	\$ 259.855,98	0,09
Abril	\$ 240.987,45	0,08
Mayo	\$ 270.796,34	0,09
Junio	\$ 239.876,45	0,08
Julio	\$ 240.776,38	0,08
Agosto	\$ 269.010,56	0,09
Septiembre	\$ 250.876,36	0,08
Octubre	\$ 249.534,16	0,08
Noviembre	\$ 275.997,21	0,09
Diciembre	\$ 289.976,34	0,10
TOTAL	\$ 3.043.690,66	100%



Elaborado



Revisado



Aprobado

Fuente: Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.



Figura 4. Porcentaje de ventas estacionales

Fuente: Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

De acuerdo al índice del porcentaje de ventas presentado por la distribuidora, se ha verificado que obtiene mayores ventas en ciertas épocas, ya sea vacacional es decir en Marzo con un porcentaje del 9%, y en días festivos como es el día de las madres en el mes de Mayo representado de igual porcentaje de ventas y de la misma forma en el mes de noviembre a causa de días feriados y la comida típica que se preparan en Ecuador en el mes que se ha tratado, ciertos productos son de alta demanda y por último en el mes de Diciembre que representa el 10% este porcentaje más alto de todos los meses tal porcentaje sufre un aumento ya que los clientes preparan la cena navideña el fin de año entre otros, en general todo tipo de producto es el más vendible en este último mes del año.

### **3.6 Rotación de Inventarios**

La rotación de inventarios determina el tiempo que tarda en convertirse en efectivo. Entre más alta sea la rotación significa que las mercancías permanecen menos tiempo en el almacén. Si la mercancía permanece poco tiempo en almacén, entonces menor será el capital de trabajo invertido en los inventarios. Tener mucha mercancía ociosa en inventario requiere de más recurso para la empresa. Por otro lado, esto implica que la empresa posee recursos inmovilizados, el cual, es un costo adicional para la empresa

La rotación de inventarios será más adecuada entre más se aleje de 1. Una rotación de 360 significa que los inventarios se venden diariamente, lo cual debe ser un objetivo de toda organización. Lo ideal sería lograr lo que se conoce como inventarios cero, donde en inventarios sólo se tenga lo necesario para cubrir los pedidos de los clientes y de esa forma no tener recursos ociosos representados en inventarios que no rotan o que lo hacen muy lentamente.

Las distribuidoras siempre deben enfocarse en conseguir una alta rotación de inventarios, para lograr maximizar la utilización de los recursos disponibles. Para efectos de nuevos pedidos o estimar la salida de los inventarios es de suma importancia calcular la rotación del inventario la misma que se pueden realizar mensual, trimestral, semestral o anual, en base a datos facilitados en la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A. se ejemplificará cuántas veces da vueltas el inventario; en los periodos que entro y salió mercadería en promedio.

**Rotación de Inventarios =  $\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventario Promedio}}$  = “X” Veces**

**3.6.1 Comparación Rotación de Inventarios en Distribuidoras**

En base a datos anteriormente mencionados se calcula la rotación del producto de la línea limpieza, Detergente Deja: a continuación, se muestra cuántas veces ha rotado el inventario teniendo lo siguiente:

*Tabla 7.*  
Análisis de la rotación de inventarios

**DISTRIBUIDORA ALVARADO ALVICENT S.A.**  
**MOVIMIENTO DE DETERGENTES (DEJA)**  
**DEL 01 AL 31 DEL MES DE SEPTIEMBRE DEL AÑO 2016**

Fecha de Emisión del Documento	Código	Tipo de Documento *	No. de Documento	No. de Unidades **	Fecha de registro contable	a	b	c = a - b
						Entrada	Salida	Saldo
						No. de Unidades **	No. de Unidades **	
	N/A	<b>Inventario Inicial</b>			<b>31/07/2016</b>			<b>1320</b>
01/09/2016	02	Acta Entrega Recepción	002-003	1000	12/09/2016	1265		2585
14/09/2016	01	Factura	001-002-003	500	15/07/2017	625		3210
31/09/2016	03	Salida de Bodega (Orden de Salida)	022-00122	600	31/09/2017		2500	710
	N/A	<b>Inventario Final</b>			<b>31/09/2017</b>			<b>710</b>

\* Registrar los códigos de acuerdo a la siguiente tabla:

Código	Detalle
01	Comprobante de Venta (Factura, Liquidación de Pago, etc)
02	Acta de entrega recepción
03	Salida de Bodega

Costo de Venta	
Invent Inicial	1320
COMPRAS	1890
Invent Final	710
<b>COSTO DE VENTA</b>	<b>2500</b>

*Fuente:* Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

Costo de Ventas Q. = 2,500.00

Teniendo como base un inventario inicial de Q. = 1,320.00

Contando con un Inventario Final que corresponde a la Cantidad de Q.= 710

Inventario Promedio =  $\frac{2,500.00 + 710}{2} = 1,605.00$

Índice de Rotación de Inventario =  $\frac{2,500.00}{1,605.00} = 1.5576323988$

$\frac{30}{1.5576323988} = 19.26$  días

Se determina que en el mes de enero el inventario ha rotado 1.5 veces, lo cual significa que la Distribuidora necesitaría 19 días para poder vender toda la mercadería que tiene en existencia, es importante señalar que existen distribuidoras de su magnitud en cuanto a la rotación de inventario pero que tienen menos tiempo en el mercado lo que implica que la distribuidora Alvarado Alvicient S.A., debe mejorar en cuanto a sus promociones y aumentar sus ventas de dicho producto.

Tabla 8.

Rotación inventario distribuidora Carmita



**DISTRIBUIDORA CARMITA**  
**MOVIMIENTO DE DETERGENTES (DEJA)**  
**DEL 01 AL 31 DEL MES DE SEPTIEMBRE DEL AÑO 2016**

Fecha de Emisión del Documento	Código	Tipo de Documento	No. de Documento	No. de Unidades	Fecha de registro contable	Entrada	Salida	Saldo
						No. de Unidades	No. de Unidades	
	N/A	<b>Inventario Inicial</b>			<b>31/08/2016</b>			<b>1850</b>
	02	Acta Entrega Recepción	002-003	1000	03/09/2016	130		1980
01/09/2016	01	Factura	001-002-003	500	06/07/2016		525	1455
05/09/2016	03	Salida de Bodega (Orden de Salida)	022-00122	600	19/09/2016		250	1205
20/09/2016	02	Acta Entrega Recepción	93944	200	27/09/2016	250		1455
25/09/2016	01	Factura	3349	100	30/09/2016		325	1130
29/09/2016	N/A				<b>31/09/2016</b>			<b>1130</b>

<b>Costo de Venta</b>	
Invent Inicial	1850
COMPRAS	380
Invent Final	1130
<b>COSTO DE VENTA</b>	<b>1100</b>

Código	Detalle
01	Comprobante de Venta (Factura, Liquidación de Pago, etc)
02	Acta de entrega recepción
03	Salida de Bodega

Act

Fuente: Distribuidora Carmita

Costo de Ventas Q. = 1,100.00

Teniendo como base un inventario inicial de Q. = 1,850.00

Contando con un Inventario Final que corresponde a la Cantidad de Q.= 1,130.00

Inventario Promedio =  $1,100.00 + 1,130.00 = 2,230.00 / 2 = 1,115$

Índice de Rotación de Inventario =  $1,100.00 / 1,115 = 0,9865470852$

$30 / 1,115 = 27$  días

Se determina que en el mes de septiembre el inventario ha rotado 0.98 veces, lo cual significa que la Distribuidora Casanova necesitaría 19 días para vender toda la mercadería.

Tabla 9.

Rotación de inventarios distribuidora Cepeda



**DISTRIBUIDORA CEPEDA**  
**MOVIMIENTO DE DETERGENTES (DEJA)**  
**DEL 01 AL 31 DEL MES DE JUNIO DEL AÑO 2016**

Fecha de Emisión del Documento	Código	Tipo de Documento	No. de Documento	No. de Unidades	Fecha de registro contable	Entrada	Salida	Saldo
						No. de Unidades	No. de Unidades	
	N/A	Inventario Inicial			31/05/2016			2200
	02	Acta Entrega Recepción	234	1000	02/06/2016	145		2345
01/06/2016	01	Factura	999	500	16/06/2016		550	1795
15/06/2016	03	Salida de Bodega (Orden de Salida)	3454	600	20/06/2016		300	1495
20/06/2016	02	Acta Entrega Recepción	998	200	26/06/2016	325		1820
25/06/2016	01	Factura	09098	100	30/06/2016		248	1572
29/06/2016	N/A				31/06/2016			1572

<b>Costo de Venta</b>	
Invent Inicial	2200
COMPRAS	470
Invent Final	1572
<b>COSTO DE VENTA</b>	<b>1098</b>

Código	Detalle
01	Comprobante de Venta (Factura, Liquidación de Pago, etc)
02	Acta de entrega recepción
03	Salida de Bodega

Fuente: Distribuidora Cepeda

Costo de Ventas Q. = 1,097.00

Teniendo como base un inventario inicial de Q. = 2,200.00

Contando con un Inventario Final la cual corresponde a la Cantidad de Q.= 1,573.00

Inventario Promedio =  $1,097.00 + 1,573.00 = 3,210.00 / 2 = 1,605.00$

Índice de Rotación de Inventario =  $2,500.00 / 1,605.00 = 1,5576323988$

$30 / 1.5576323988 = 19$

Se determina que en el mes de junio el inventario ha rotado 1.5 veces, lo cual significa que la Distribuidora Cepeda necesitaría 19 días para poder vender toda la mercadería.

### 3.6.2 Conocimiento de las necesidades generales de los clientes

Fue necesario realizar un estudio de campo, encuesta en grupo conocer así la realidad de las necesidades de los clientes, ya que todos los clientes tienen necesidades comunes, pero con gustos diferentes. Por esta razón es necesario un estudio profundizado mediante la observación midiendo opiniones de los clientes acerca de los productos que consumen a diario y el producto que les gustaría que se implemente.

La cual dio una referencia más exacta de lo que ellos necesitan y en qué momento, cabe recalcar que es importante satisfacer las necesidades de los clientes, en el momento indicado y al menor costo ya que los clientes buscan aumentar su rentabilidad sin disminuir el nivel de consumo.

### 3.6.3 Encuesta a clientes

La Distribuidora Alvarado Alvicent S.A., cuenta con aproximadamente 98 clientes recurrentes, de los cuales se procedió a realizar la encuesta con 10 de sus clientes principales, para identificar la situación actual de la misma, partiendo de lo anterior a continuación la muestra de la encuesta:

$$10/98 = 10\%$$

*Tabla 10.*  
Muestra de encuesta

Cuadro 1	Cantidad	Porcentajes
Participaron	10	10%
No participaron	88	90%

*Fuente:* Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

A continuación un análisis de las encuestas:

## 1. ¿Con que frecuencia visita la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.?

Tabla 11.

¿Con que frecuencia visita la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.?

Detalle	Diariamente	Varias veces a la semana	Una vez al mes	Solo domingos	Total
Cantidad	4	2	1	3	10
Porcentaje	40%	20%	10%	30%	100%

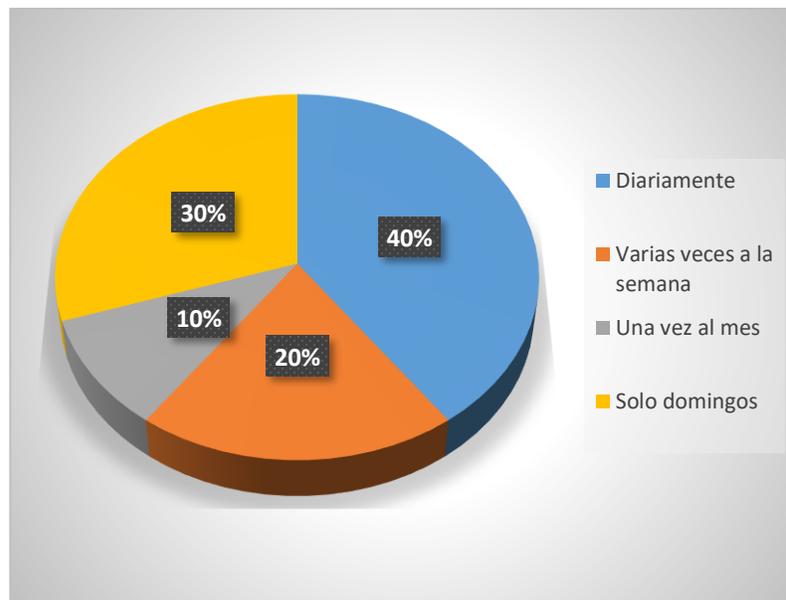


Figura 5. Frecuencia de visitas a la distribuidora

Fuente: Clientes de la Distribuidora

La mayoría de los clientes recurren a la distribuidora a diario, porque los productos que compran son propensos a fácil deterioro, adquieren en menor cantidad recurriendo diariamente, es un punto positivo para la distribuidora para generar promociones atractivas al cliente e incentivar la compra generando mayor utilidad al final del periodo.

## 2. Al comprar en esta distribuidora, ¿Usted opta por su economía o por su calidad del producto?

Tabla 12.

Al comprar en esta distribuidora, ¿Usted opta por su economía o por su calidad del producto?

Detalle	Calidad de producto	Economía	Total
Encuestados	6	4	10
Porcentaje	60%	40%	100%

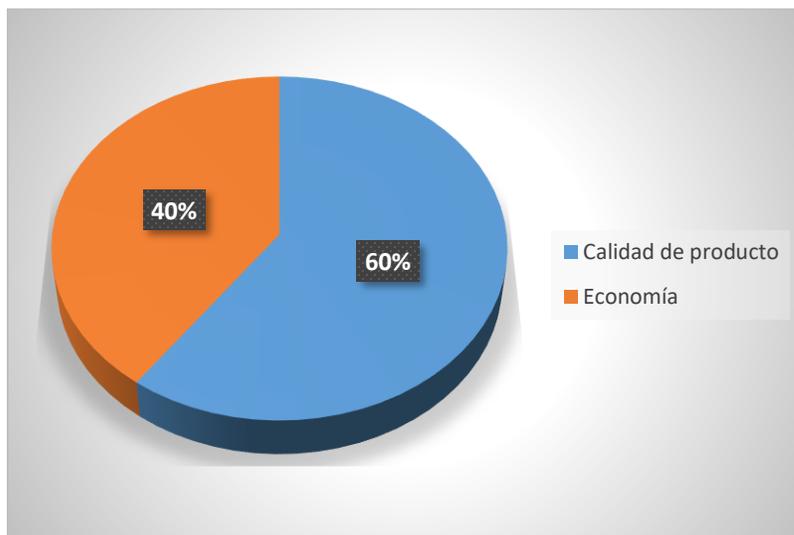


Figura 6. Calidad o economía

Fuente: Clientes de la Distribuidora

Los clientes de la distribuidora optan por la calidad del producto esta situación se debe a que, en ciertas ocasiones, los productos de bajo precio se dañan con facilidad. Ejemplo en cuanto a las leches de bajo precio tiene una fecha corta de caducidad en comparación a leches de cartón que tiene un lapso de fecha a caducar, aunque su precio sea elevado.

### 3. ¿El producto suministrado, fue entregado con satisfacción?

Tabla 13.

¿El producto suministrado, fue entregado con satisfacción?

Detalle	Si	No	Total
Encuestados	4	6	10
Porcentaje	40%	60%	100%

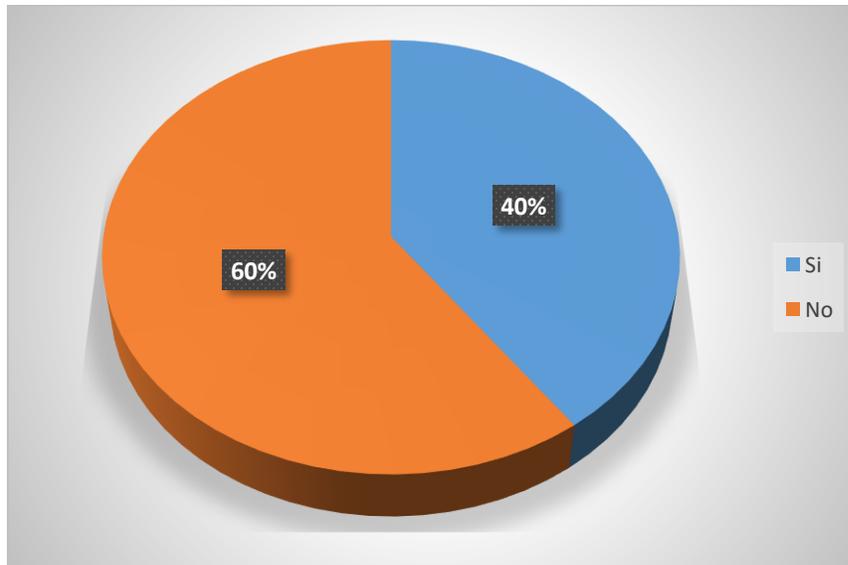


Figura 7. Producto Suministrado

Fuente: Clientes de la Distribuidora

Se puede evidenciar que el 60% de los clientes no están satisfechos con el servicio proporcionado por la distribuidora, puesto que al momento de entregar la mercadería no se contaba con el total del pedido, es decir existían faltantes; mientras que un 40% afirma que los productos si fueron entregados de forma completa, tales situaciones representan deficiencias en cuanto al control del inventario, ya que la empresa no lleva un registro adecuado de las entradas y salidas de la mercadería.

#### 4. ¿En qué estado fue entregado el producto al realizar la compra?

Tabla 14.

¿En qué estado fue entregado el producto al realizar la compra?

Detalle	Bueno	Malo	Regular	Total
Encuestados	3	5	2	10
Porcentaje	30%	50%	20%	100%

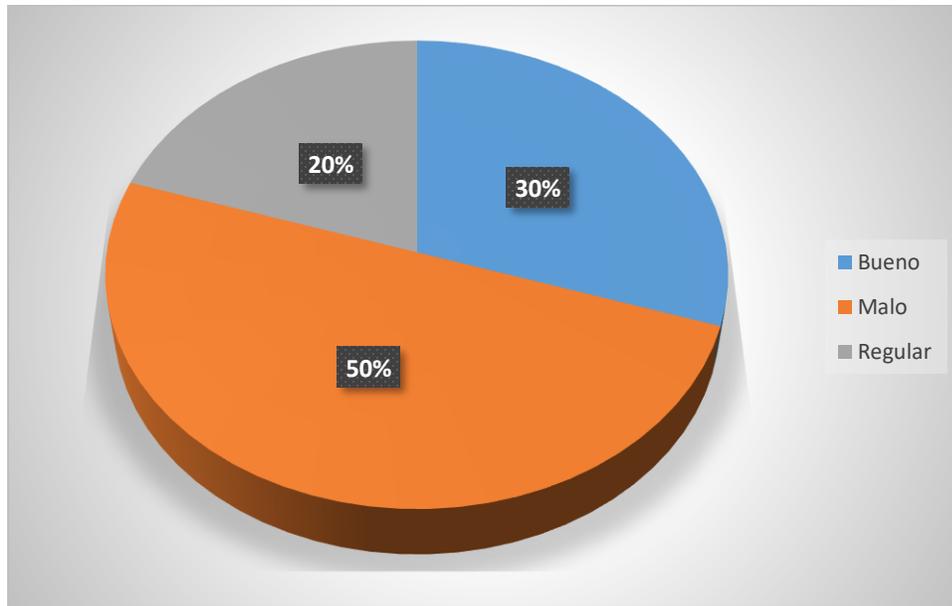


Figura 8. Estado del producto  
Fuente: Clientes de la Distribuidora

De acuerdo a lo investigado 5 de 10 clientes al momento de realizar una compra se siente insatisfecho por la mercadería recibida, es importante que la distribuidora revise sus productos antes de enviar al consumidor final, manteniendo la confianza del cliente con la distribuidora.

**5. ¿Qué fuente le sirvió para llegar a distribuidora Alvarado Alvicent S.A. a realizar sus respectivas compras?**

Tabla 15.

¿Qué fuente le sirvió para llegar a distribuidora?

Detalle	Amigos	No la conozco	Radio, TV	Redes, Sociales	Total
Cantidad	4	2	1	3	10
Porcentaje	40%	20%	10%	30%	100%



Figura 9. Recomendaciones  
Fuente: Clientes de la Distribuidora

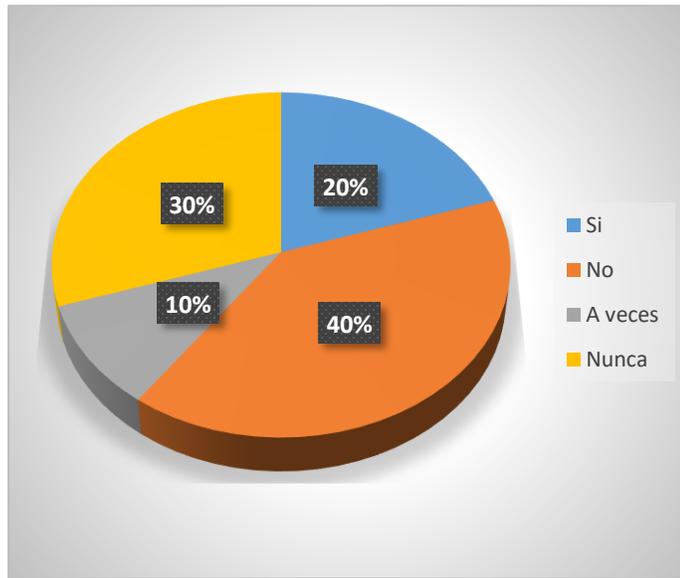
Como se verifica de acuerdo al análisis efectuado a los clientes han llegado a la distribuidora por amigos y demás contactos, esto a causa del precio y por su fácil ubicación, es de vital importancia tener este dato para que la distribuidora mejore su atención a los clientes porque si bien es cierto los clientes mismos son los encargados de atraer más clientes y es la mejor forma de captar clientes.

**6. ¿Considera usted que el diseño organizacional de mercaderías que mantiene la distribuidora es correcto?**

*Tabla 16.*

El diseño organizacional de mercaderías

<b>Detalle</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>A veces</b>	<b>Nunca</b>	<b>Total</b>
<b>Cantidad</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>10</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>20%</b>	<b>40%</b>	<b>10%</b>	<b>30%</b>	<b>100%</b>



*Figura 10. Correcta organización*  
*Fuente: Clientes de la Distribuidora*

El efecto siempre es el resultado de una causa, por ende, el cliente no se siente en la mejor comodidad para adquirir sus productos, a causa de la mala organización que se tenía, después de aplicar las 5S seguramente le será posible surtir su compra con mayor facilidad y rapidez.

## 7. ¿Cómo considera usted el control de las mercaderías en la Distribuidora?

Tabla 17.

¿Cómo considera usted el control de las mercaderías en la Distribuidora?

Detalle	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Total
Cantidad	2	2	2	4	10
Porcentaje	20%	20%	20%	40%	100%

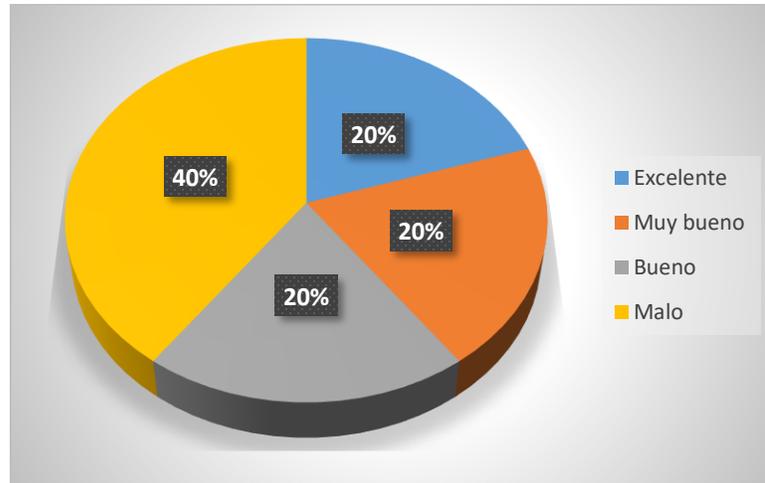


Figura 11. Control de mercaderías  
Fuente: Clientes de la Distribuidora

Según estudio realizado se ha descrito que el 40% califican como malo el control de las mercaderías, este porcentaje representa la ineficiencia que tiene la distribuidora en cuanto al control de inventarios, ya que si algo no está bien internamente se refleja externamente.

**8. ¿Se puso en contacto con usted alguna persona de la distribuidora al poco tiempo de haberle entregado su pedido?**

Tabla 18.

¿Se puso en contacto con usted alguna persona de la distribuidora?

Detalle	Si	No	Total
Cantidad	3	7	10
Porcentaje	30%	70%	100%

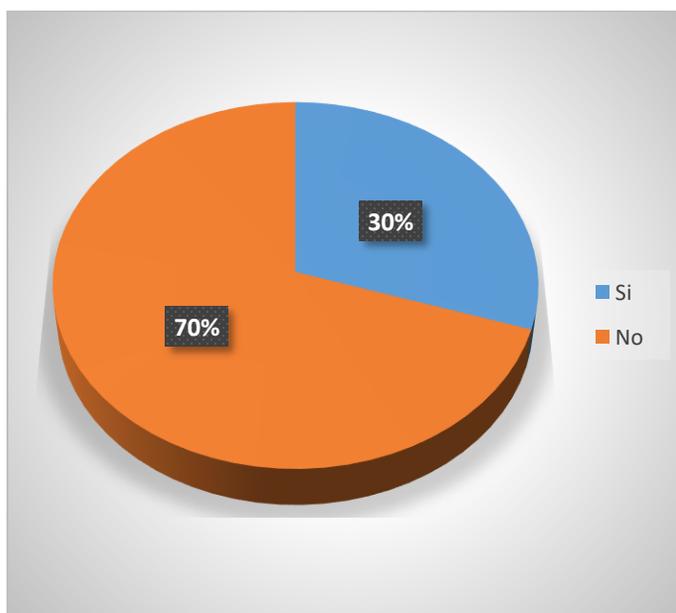


Figura 12. Contactos con los clientes  
Fuente: Clientes de la Distribuidora

Si se tiene una comunicación con el proveedor para realizar ciertos pedidos mucho más se debe mantener una comunicación con los clientes, para ver sus necesidades e indagar acerca de la calidad del producto que adquirió brindando confiabilidad de proveedor a cliente, el resultado de esta encuesta rebota el 70% de clientes dicen que no se han comunicado con ellos lo que significa poco interés del proveedor.

**9. Basándose en la experiencia de compra y entrega que Ud. ha tenido, ¿Recomendaría a la Distribuidora Alvarado Alvicient S.A. a un amigo o pariente?**

Tabla 19.

¿Recomendaría a la Distribuidora Alvarado Alvicient S.A. a un amigo o pariente?

Detalle	Si	No	Tal vez	Total
Cantidad	4	4	2	10
Porcentaje	40%	40%	20%	100%

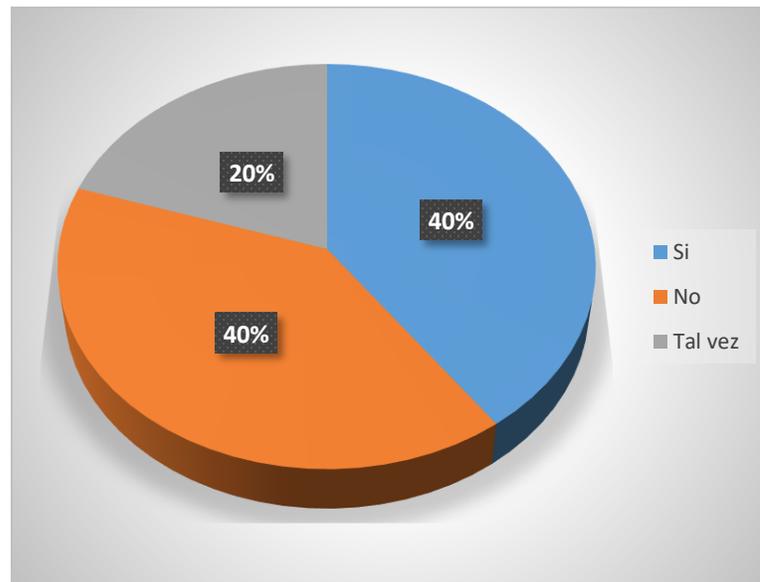


Figura 13. Recomendación a terceros

Fuente: Clientes de la Distribuidora

Según la encuesta realizada un 40% acepta que recomendaría a su amigo o pariente realizar sus compras en la distribuidora, ya que todo lo encuentra en un solo lugar y sus precios son razonables de acuerdo al producto que vaya a adquirir.

Modelo de la encuesta aplicado a clientes de la Distribuidora. (Ver Anexo 3)

Lista de clientes. (Ver Anexo 9)

### **3.5.5 Diseño y Organización en Bodega**

Realizando la investigación de campo se logra observar la organización en bodega de diferentes tipos de productos, en donde se pudo observar un déficit en cuanto a su modelo de organización, y su tratamiento en las perchas no eran las adecuadas que ciertos productos los necesitan, disminuyendo así la vida útil del producto y obsolescencia de la misma, lo cual no se encontraba en un estado para venderse ya que los futuros consumidores del producto no se sentirían contentos con lo que se está adquiriendo y hasta podría representar una amenaza para la Distribuidora al perder la fidelidad del cliente, reduciendo así la rentabilidad que debió haber obtenido dicho producto al momento de realizar la venta.

Donde el principal problema era justamente para el departamento de bodega en donde no estaba asequible para el departamento de almacén porque pedían un producto, y el personal del departamento de bodega se retrasaba en satisfacer esa necesidad al almacén, por su disposición en donde se encontraba. Existían productos con mayor rotación, pero ubicado en un lugar que no se podía ingresar fácilmente por tal causa la demora.

## Capítulo IV INFORME TÉCNICO

### 4.1 Introducción

La Distribuidora Alvarado Alvicent S.A. domiciliado en la ciudad de Guayaquil, exactamente en km 1/2 vía Daule Parque California, dedicada a la distribución de productos de primera necesidad al por mayor y menor, a sectores como bastión popular, Flor de bastión, Peca y alrededores contando con más de 12 empleados brindando el mejor servicio a bajo costo con productos de calidad y en buen estado.

Al realizar el análisis correspondiente de la situación actual de la distribuidora se ha encontrado la falencia en el área de bodega con respecto al inventarios, ya que no existe el debido control al momento de realizar las compras y el manejo del almacén en las perchas, en donde los productos sufren de obsolescencia que más adelante repercuten en la rentabilidad al no venderse.

Estos casos han ocurrido por la falta de conocimiento por parte del dueño del negocio y también por falta de capacitación constante del personal que labora en la distribuidora que a lo largo ha causado como efecto un mal manejo de inventario a pesar de contar con un sistema, por errores técnicos este sistema no arroja cantidades exactas. En ciertas ocasiones causando así un error con lo que hay en el sistema y con lo que realmente cuenta en bodega, obteniendo diferencias.

#### 4.1.1 Cronograma de Actividad

Tabla 20.  
Cronograma de actividades

		Cronograma de Actividades con duracion en Meses																							
		Control de los Inventarios y su incidencia en la rentabilidad para negocios que comercializan productos de primera necesidad																							
ACTIVIDADES	Meses	2017												2018											
	Semanas	10			11			12			1			2			3								
		37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Encuesta a los clientes de la distribuidora																									
Revisión y ajuste a instrumento de la encuesta																									
Recolección de la información																									
Procesamiento de datos																									
Planificar el inventario																									
Analizar la base de datos																									
Realización de inventarios																									
Análisis de los resultados del inventario																									
Planificación de acciones pertinentes																									
Elaboración de rotaciones del inventario																									
Análisis de Resultados																									
Elaboración de conclusiones y recomendaciones																									

#### Actividades realizadas:

En el capítulo tres se pudo evidenciar que la distribuidora Alvarado Alvicent S.A. tiene falencias en el control de inventario y deficiencia en cuanto a las medidas de seguridad de las existencias, tal es el motivo que existen desapariciones imprevistas y movimiento de kardex con efecto negativo.

Para evitar estos sucesos que afectan directamente a la rentabilidad es importante incorporar un personal de seguridad en la bodega para el respectivo cuidado de los inventarios, capacitando al personal asignado para el registro de entrada y salida de las mercaderías mediante seminarios o cursos acerca del control del inventario para que aumente su desempeño laboral y descubra la importancia y el cuidado que representa los inventarios.

De la misma forma mencionar la falta de comunicación entre los departamentos involucrados afecta el nivel de desempeño del cuidado de los inventarios la cual representa clave para el éxito de la distribuidora. La falta de conteo físico de los inventarios afecta de gran

manera, al control que se está efectuando ya que el dueño de la distribuidora solo realiza esta actividad de gran importancia cuando ocurre una falencia o existe un faltante considerable.

- Entrevistas al Gerente de la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.
- Análisis contable del Estado de resultados integrales y compras realizadas en el 2016.
- Análisis del sistema de inventarios.
- Comparación de la cantidad que existen en el sistema y lo que cuenta en la bodega.

### **Experiencia adquirida**

Se pudo presenciar de manera general que la mayoría de las empresas comerciales que se dedican a este tipo de negocios, solo se preocupan en vender y vender sin importar el manejo de los inventarios que forma parte medular de la empresa, según estudios realizado siete de cada diez distribuidoras han disminuido sus utilidades por cuestiones desconocidas, carencia de conocimiento acerca del manejo de inventario, también las obsolescencias es el factor importante porque el producto se daña y pierda su valor original disminuyendo parte de su costo o muchas veces en su totalidad, este número representa gran cantidad en dólares.

En la actualidad las distribuidoras cuentan con sistemas de inventarios, pero carecen de una capacitación constante para el personal que labora, por falta de inversión por parte del propietario de la distribuidora, en sus colaboradores, la falta de tiempo o simplemente los colaboradores no quiere estar actualizados según el mundo actual que está en constantes cambios.

#### **4.1.2 Importancia de los conocimientos adquiridos en la investigación**

Es importante mencionar que la experiencia obtenida en cuanto al proceso investigativo ha fortalecido los conocimientos del autor en cuanto al análisis del control de inventario y su importancia, la incidencia en la rentabilidad de toda empresa comercial a causa del manejo del inventario, encontrar hallazgos significativos a causa de una auditoria al control de inventarios y su efecto de las que se ha llevado a cabo.

Por aquello se puede mencionar que si la distribuidora tiene personal capacitado para el buen manejo de inventarios tendrá una mejor rentabilidad, tomando así sus mejores decisiones en cuanto a su rentabilidad que se encuentra revelado en los estados financieros, invirtiendo en diferentes tipos de negocios o aumentar nuevas mercaderías con el fin de obtener mayor rentabilidad y seguir creciendo como empresa a nivel nacional frente a sus competidores. Por otro lado, mencionar que, si la empresa no tiene un personal capacitado en el área de compras, esta presentará una debilidad en cuanto al control de inventario a consecuencia tendrá una disminución en la rentabilidad.

#### **4.2 Medidas de Seguridad de las existencias**

En el capítulo tres se pudo evidenciar la inexistencia de la seguridad en cuanto al departamento de bodega dónde se encuentra los inventarios, cualquier personal de la distribuidora tiene acceso de manera fácil. Una distribuidora que tiene su bodega segura es aquel en la cual sus trabajadores están comprometidos en las normas de seguridad, por lo cual debe tener en claro que tanto para ellos como para la empresa es necesario cumplir con las normas de seguridad dentro de la operatividad de la bodega.

Es imprescindible considerar lo siguiente:

- Correcta iluminación y ventilación
- Fácil acceso a extintores y Salidas
- Se deben prever vías separadas para las personas y las carretillas y maquinarias.
- Orden y limpieza en las instalaciones es esencial
- No deben falta diferentes tipos de señalizaciones

La bodega de la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A. debe contar con lo siguiente:

- Cables cubiertos
- Detectores de humo
- Luces de emergencia
- Extintores, la cantidad de extintores dependerá de las áreas del almacén

- Brigadas de seguridad mínimo una de primeros auxilios, evacuación, incendios.
- Comités de seguridad
- Cámaras de video
- Alarmas contra incendios
- Alarmas contra robos
- Vigilantes en cada puerta
- Áreas delimitadas para el recorrido del personal y recorrido de las maquinarias
- El personal deberá ser capacitado mínimo una vez al año en cada punto de seguridad
- Se deberá llevar un registro de accidentes y un registro de medidas correctivas.
- Todo personal nuevo deberá ser capacitado en las políticas de seguridad antes de ingresar a las áreas.

#### **4.2.1 Metodología de las 5S**

Según Toyota (1960) concluyó que:

La metodología de las 5S se creó en Toyota, en los años 60, y agrupa una serie de actividades que se desarrollan con el objetivo de crear condiciones de trabajo que permitan la ejecución de labores de forma organizada, ordenada y limpia. Dichas condiciones se crean a través de reforzar los buenos hábitos de comportamiento e interacción social, creando un entorno de trabajo eficiente y productivo.

Con la implementación de las 5S del inventario en la empresa en estudio se puede ordenar la bodega de una manera adecuada donde se pueda caminar con seguridad y clasificando según sus características y fechas de vencimiento para una correcta búsqueda y conteo. Es importante mencionar que ciertos productos perecibles se tienen que dar un tratamiento especial para que no pierdan su vida útil y por ende su valor, es por eso la importancia de utilizar estrategias para el manejo eficiente de productos en la bodega porque de esta depende el estado físico y la calidad de lo que se va hacer vendido por la distribuidora, aumentando la confianza de sus clientes por la calidad del producto que ofrece.

La integración de las 5S satisface múltiples objetivos. Cada 'S' tiene un objetivo particular:

Tabla 21.  
Metodología del desarrollo de las 5S

Denominación		Concepto	Objetivo particular
En español	En japonés		
Clasificación	<i>Seiri</i>	Separar innecesarios	Eliminar del espacio de trabajo lo que sea inútil
Orden	<i>Seiton</i>	Situar necesarios	Organizar el espacio de trabajo de forma eficaz
Limpieza	<i>Seiso</i>	Suprimir suciedad	Mejorar el nivel de limpieza de los lugares
Estandarización	<i>Seiketsu</i>	Señalizar anomalías	Prevenir la aparición de la suciedad y el desorden (Señalizar y repetir) Establecer normas y procedimientos.
Mantener la disciplina	<i>Shitsuke</i>	Seguir mejorando	Fomentar los esfuerzos en este sentido

Fuente: Web Toyota

#### 4.2.2 Clasificación de los Inventarios

Los inventarios se pueden clasificar teniendo en cuenta diferentes criterios, según su diseño constructivo, la forma que circulan los productos, capacidad, su volumen, la nomenclatura de productos que almacena. Los almacenes del sistema constituyen almacenes mixtos que constan de diferentes Áreas:

- Área de víveres.
- Área de insumos.
- Área de bebidas.
- Área refrigerada.

### ***Área de víveres***

En este sitio se depositarán aquellos alimentos que requieren de condiciones de temperatura específicas hasta el momento en que se consumen, como los granos secos, productos en conservas, etc.

### ***Área de insumos***

En este lugar como su nombre lo indica se almacenan todos los utensilios y medios que se usan para la gastronomía, limpieza, etc.

### ***Área de bebidas***

El almacén para el resguardo de estos productos, debe tener una temperatura de entre 12°C y 20°C (climatizado) con condiciones de humedad del 50 al 25 por ciento con un tipo de luz baja y opaca.

### ***Área de productos del agro***

Como su nombre lo indica este sirve para guardar todos los productos del agro, cuidando siempre mantener una óptima limpieza tanto en los productos como en el almacén. Así como, tener en las mismas estructuras colgantes para los productos que lo requieran, como el ajo, la cebolla, entre otros.

### ***Áreas refrigeradas***

Se les llama de esta forma a las cámaras de conservación, refrigeración y congelación. En las cámaras de conservación se almacenan lácteos, mariscos, aderezos, frutas, verduras, huevos, etc., a una temperatura que oscila entre 2.0 a 5.0°C. En las cámaras de refrigeración se almacenan productos tales como, tocino, vísceras, manzanas, uvas, terneras, carneros, embutidos, etc. la temperatura recomendada es de -30 C a 00 C.

En las cámaras de congelación la temperatura recomendada es de -18° a -12°C, en ellas se almacenan vacunos, carneros, cerdos pescados, mariscos y algunos alimentos pre cocidos.

Además de la temperatura específica, estos lugares deben contar con una iluminación y ventilación especial, las cámaras deberán sellar herméticamente y los anaqueles serán de inoxidable para inhibir la reproducción de bacterias.

Clasificación de Inventarios. (Ver Anexo 4)

### ***Área automotora o de transporte***

Sitio donde se almacena todo el aseguramiento para uso correcto del, donde existiera el mismo. Las piezas almacenadas deberán contar con un plan de conservación de las mismas. Es de gran importancia mencionar que una vez que se cumpla con estos principios o políticas establecidas, la distribuidora Alvarado Alvicent S.A. estará laborando en óptimas condiciones con una seguridad y confiabilidad.

## **4.3 Innovación en la Comunicación entre Departamentos**

Se pudo evidenciar que gran parte de los problemas en las distribuidoras están directamente relacionados con una mala o no planificada gestión de comunicación entre los diferentes departamentos involucrados. No resolver estos problemas a tiempo por falta de conocimiento, análisis, herramientas adecuadas o abordaje profesional compromete a la organización y acabará teniendo consecuencias en los resultados. La comunicación ha adquirido un rol fundamental como elemento constructor y difusor de la cultura empresarial, pero a la vez pocos lo consideran como tal es menester comunicar, compartir, poner en común ideas, sensaciones, opiniones y pensamientos sin importar el nivel jerárquico.

La comunicación representa una ayuda a las distribuidoras a transmitir los valores intangibles sobre los que se asienta su identidad y negocio, que son sus activos más preciados. Si los colaboradores no saben con exactitud qué rol cumplen en la distribuidora porque nadie les explicó detalladamente, sentirán una falta de conexión con el objetivo común, lo que perjudicará su credibilidad hacia la empresa.

El primer paso a realizar es un breve diagnóstico acerca de la comunicación entre los departamentos y como se puede mejorar esa situación, en donde se pudo evidenciar que su comunicación es deficiente. Es importante mencionar que cada vez que se contrata a alguien, los parámetros de la empresa con respecto a este punto le deben ser indicados en el proceso de reclutamiento para que tenga bien claro qué es lo que se le ofrece.

Una buena estrategia para mejorar es la comunicación la cual favorece el trabajo en equipo, de esta manera las personas interrelacionan, se conocen y aprenden a comunicarse con eficiencia. Es importante comunicar a los empleados que pueden hablar sin problemas sobre aquello que les inquietan o necesitan por cualquier medio.

- Capacitación
- Reuniones periódicas
- Correos electrónicos

En cuanto a lo detallado anteriormente, se ha planteado como política al gerente de la distribuidora una reunión los días miércoles a las 17:00 pm con una duración de 30 minutos, con todos los colaboradores con el objetivo de informar acerca de las labores realizadas en la semana, así corregir a tiempo posibles errores, a la hora de realizar un determinado trabajo en diferentes departamentos, en especial para el departamento de bodega, almacenaje y contabilidad.

Tratando temas acerca de la mercadería y su cuidado tipos de inventarios que actualmente existe en las distribuidoras. De igual forma realizar charlas o capacitaciones para mejorar la comunicación evitando celos laborales, desarrollando cortesía, y aumentando la confiabilidad entre los colaboradores, unificando el objetivo final aumentar la rentabilidad.

#### 4.4 Importancia Toma Física de los Inventarios

La distribuidora Alvarado Alvicent S.A., carece de una realización de conteo físico de las mercaderías de manera constante en un determinado periodo, a no ser que existan circunstancias que lo requiera u obligue como tal realizar un inventario físico. En base al estudio realizado se ha logrado evidenciar que los inventarios, varían en razón de su consumo y la venta de cada artículo que los componen, lo que da lugar al movimiento de las existencias por ingresos de nuevas cantidades y salida de estas a solicitud de los usuarios, produciendo la rotación de las mercaderías y la generación de utilidades en función de la rotación.

Los beneficios de un inventario son los siguientes:

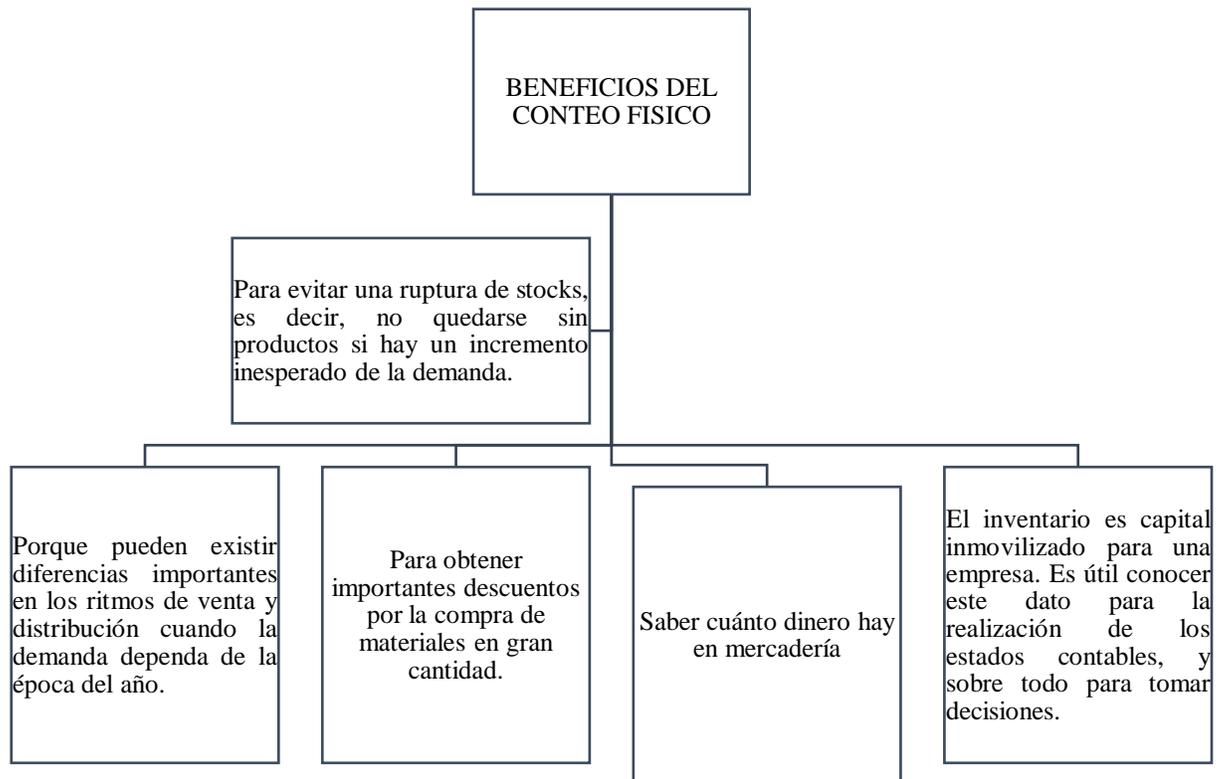


Figura 14. Beneficios del conteo físico

Fuente: Importancia del conteo físico en las distribuidoras

#### **4.4.1 Procedimiento de la toma de física del Inventario**

Determinar la existencia física de las mercaderías propiedad de la Distribuidora, que se encuentren almacenados en las bodegas. La verificación deberá ser contrastada con las existencias que figuran en los registros contables de la empresa a la fecha del inventario. El inventario físico de la distribuidora es una forma de verificación física que consiste en constatar la existencia o presencia real de las mercaderías almacenadas, apreciar su estado de conservación y condiciones de seguridad.

##### **4.4.1.1 Programación del inventario**

###### **Procedimientos**

Paso 1. - La Gerencia, dispondrá la oportunidad en que deba realizarse el Inventario General, que de preferencia deberá ejecutarse en la segunda quincena del mes establecido por la junta general de cada periodo.

Paso 2. - La Gerencia, en función al plazo establecido fijará el cronograma de inventario para la bodega que cuenta la Distribuidora.

###### **Desarrollo de inventario**

Paso 3. - El Contador comunicará mediante Memorándum dirigido al departamento de bodega la ejecución del inventario con indicación de la fecha, hora y lugar, así como las demás instrucciones que se consideren necesarias incluyendo la realización de la apertura del Inventario.

###### **Formato Acta de Apertura de Inventario Ver Anexo 4**

Paso 4. - El jefe de bodega procederá a:

- Disponer a preparar los almacenes para la toma de inventario poniendo especial énfasis en el orden y limpieza.
- Designará al personal que deberá atender al equipo de inventario.

- Adoptará las acciones pertinentes para contar con medios adecuados para la realización eficiente del inventario.

Paso 5. - El Dpto. de Contabilidad, teniendo en cuenta la planificación efectuada sobre los inventarios a realizarse dispondrá:

- El nombramiento de los jefes de equipo por bodega, así como la conformación de los grupos para el proceso de inventario.
- Entregará al personal de inventario la hoja de con la base de datos para el conteo de Inventario
- Entregará al equipo de inventario las fichas de toma de inventario
- Coordinará con el departamento de contabilidad la movilidad y la entrega de útiles de inventario y otros elementos necesarios para efectuar la labor.

Paso 6. - El jefe del departamento de Contabilidad dirigirá con anticipación, un memorándum de nombramiento y notificación a los jefes de equipo con la finalidad de que estos se encuentren listos para efectuar la labor requerida.

Paso 7. - El jefe de equipo verificará que el proceso mecanizado de información del almacén a su cargo, se encuentre debidamente al día, lo que permitirá verificar la existencia de los ítems de almacén según registros.

Paso 8. - El contador y los jefes de equipo se reunirán con el personal que efectuará la toma de inventario y explicará los mecanismos, procedimientos y demás instrucciones necesarias para efectuar la labor debiendo absolver las dudas que pudiera tener el equipo de inventario.

En esta reunión previa se designará los grupos de trabajo, así como la estrategia y forma de efectuar la labor en el almacén indicado. Se entregará asimismo el material de trabajo necesario para la labor de campo a realizar.

#### **4.4.1.2 Ejecución de inventario**

Paso 9. - En el día, lugar y hora señalados se reunirán el jefe de equipo con el personal a su cargo presentándose ante el titular del almacén por inventariar, con la autorización correspondiente, dejando copia de la misma al encargado de dicho almacén.

Paso 10. - El jefe de inventario o el jefe de equipo en su caso darán las instrucciones necesarias sobre el movimiento de la bodega al bodeguero con el objeto de poder efectuar la labor sin ningún tipo de complicaciones.

En este paso el bodeguero deberá transportar los materiales pendientes de entrega a la zona de despacho debiendo estos corresponder a las notas de salida del corte documentario. En el caso de los materiales pendientes de ingreso a la fecha del corte documentario, deberán ser internados y ubicados en el lugar que les corresponda.

En caso de que el inventario se efectúe en movimiento antes de proceder al ingreso o salida de una mercadería, el almacenero deberá comunicar al jefe de equipo para que este proceda a controlar e inventariar los materiales que se está vendiendo, debiendo este, en todos los casos anotar su visto en los documentos de almacén y anexo de corte documentario. El bodeguero y su personal intervendrán en el inventario solo para indicar el lugar donde se encuentran ubicados los bienes y para aclarar aspectos requeridos por el equipo inventariado.

Paso 11. - Seguidamente se procederá a efectuar el corte documentario debiendo firmar el jefe de equipo todas las notas de ingreso y salida que se encontrasen en proceso de trámite anotando en un documento denominado corte de inventario la relación de los documentos antes señalados y demás ocurrencias necesarias previas al inicio de la labor de conteo. Dicho documento será suscrito por el contador general, jefe de equipo y encargado del almacén.

Paso 12. - Una vez concluido el corte documentario, el encargado de la bodega procederá a ingresar al sistema mecanizado las notas de ingreso y salida de almacén por tramitar que figuran en el documento corte de inventario. El jefe de equipo procederá a verificar el ingreso de esta información en el aplicativo de inventario, procediéndose a imprimir el listado oficial de toma de inventario el cual será emitido en los siguientes ejemplares:

- Original Jefe de equipo
- Copia: Encargado de cada Bodega.

Los listados en mención serán desglosados una vez concluido el proceso físico de inventario.

Paso 13. - Una vez concluido el corte documentario físico el personal inventariado procederá a ubicarse en los stands o zonas asignadas procediendo el conteo de los materiales de acuerdo a lo indicado en el instructivo recibido.

Paso 14. - El inventario será al “limpiar “y se realizará por parejas, donde uno contará y otro apuntará en las hojas de trabajo en filas debidamente ordenadas consignando los nombres de los que realizan el conteo físico y la fecha en cada una de las hojas.

El proceso de anotación deberá contener el código del ítem, la cantidad encontrada y el código de ubicación de ser el caso. Seguidamente la persona que cuenta anotará en la tarjeta de control visible la fecha de inventario, el término inventario en la descripción, la cantidad inventariada y un visto que evidencie la labor efectuada. En el caso de no existir o encontrarse deteriorada la tarjeta de control visible, recomendará al bodeguero para que la sustituya. Al término del día se entregarán las hojas de trabajo al jefe de equipo quien las custodiará hasta el día siguiente.

Paso 15. - Una vez concluida la labor de conteo de las mercaderías el personal que realiza el conteo físico suscribirá todas las hojas de trabajo procediendo a entregar el jefe de equipo dichos documentos.

El jefe de equipo podrá ir requiriendo hojas de trabajo terminadas a medida que transcurre el inventario con la finalidad de ir adelantando su trabajo de centralización de datos.

Paso 16. - El jefe de inventario o el jefe de equipo en su caso procederán al traslado de los datos contenidos en las hojas de trabajo al listado de control de inventario en original y copia siguiendo el procedimiento que se detalla:

- Se verificará la cantidad inventariada con el saldo que figura en el listado.
- En caso de encontrarse diferencia, inmediatamente se efectuará el recuento en presencia del jefe de inventario y el jefe de almacén.
- De persistir la diferencia esta será refrendada por el jefe de inventario y el almacenero en la línea correspondiente del listado.

Paso 17. - Terminada la labor de verificación, al final de los listados deberán suscribirlos necesariamente el encargado de la bodega y el jefe de equipo haciendo un resumen de los faltantes y sobrantes.

Se procederá seguidamente a desglosar el listado en original y copia entregando al encargado del almacén el ejemplar que le corresponde.

Paso 18. - Al finalizar el proceso de conteo físico el equipo que realiza el trabajo de inventario entregará al jefe de equipo el material de trabajo, quien a su vez lo entregará al contador general. Toda la documentación de trabajo, base de constatación del inventario será archivada.

#### **4.4.1.3 Resultado de Inventario**

Paso 19. - El Contador encargado en función a los papeles de trabajo elaborará un informe de inventario que será entregado a la gerencia de administración y finanzas para que esta determine el destino de las diferencias de inventario previo análisis e instancias que correspondan en estos casos.

Paso 20. - El departamento de bodega será notificado para que proceda a resolver las diferencias de inventario en el kardex físico con las correspondientes notas de ingreso y salida por diferencias de inventario.

El departamento de contabilidad de igual forma procederá a contabilizar y procesar en el registro de kardex valorado de almacén las diferencias contra una cuenta denominada variaciones de inventario positivas o negativas según sea el caso.

Paso 21. - El departamento de contabilidad en función al resultado de inventario, solicitará al jefe del departamento de bodega un informe que determine las causas de las variaciones.

Deberá tener en cuenta los criterios que se detallan a continuación:

Sobrantes de Inventario. - Determinar su origen, principalmente por las siguientes causas:

- Documento fuente no registrados en el kardex físico.
- Bienes entregados en menor cantidad a la autorizada en el respectivo comprobante de salida.
- Entrega de un bien similar en lugar del que figura como sobrante.

Cuando los sobrantes tengan su origen en la entrega de un bien similar en lugar del sobrante, implica que la misma cantidad del bien sobrante debe figurar como faltante en bien similar entregado. En este caso se procederá a realizar el ajuste correspondiente el mismo que será verificado por el jefe de inventario.

Faltantes de inventario. - En este caso se determinará lo siguiente:

- Faltantes por merma: Tratándose de bienes sólidos o líquidos que por su naturaleza se volatilizan, será aceptada siempre y cuando esté dentro de la tolerancia establecida.
- Faltantes por negligencia o sustracción: El bodeguero a cargo de la custodia son responsables tanto económica como administrativamente de la pérdida.
- Faltantes por volumen de movimiento: En estos casos se determinará los que corresponden a instrumentos de medida y/o en cantidad dentro de márgenes aceptables.

Paso 22. - En razón a los informes mencionados y a otros elementos de juicio que considere conveniente procederá a determinar el destino de las diferencias.

Paso 23. - La gerencia tomara las medidas que el caso amerite debiendo en todo caso comunicar al departamento de contabilidad el resultado del destino de las diferencias para que este proceda a contabilizar según corresponda.

Paso 24. - El jefe de administrativo informará a la gerencia general el resultado del inventario para su conocimiento y fines consiguientes, así como entregar una copia del mismo al departamento de control interno.

Paso 25. - Realización del Acta de Cierre del Conteo Físico con sus respectivas Firmas.

Formato Acta de Cierre Conteo Físico (Ver Anexo 5)

Acta de Apertura de Conteo Físico (Ver anexo 6)

#### 4.4.1.4. Conteo Físico de los Inventarios

Tabla 22.

Resumen del inventario Global 2017

DISTRIBUIDORA ALVARADO ALVICENT S.A.

INVENTARIO BODEGA

28 diciembre del 2017

Grupos	Subgrupos	INVENTARIO SALDO JUAN CASTRO				INVENTARIO FISICO			DIFERENCIA DE INVENTARIO		
		saldo actual	Unidad de Medida	costo actual	valor total	Saldo Actual	Dif.Inventario	valor total	DIF.UNID,	costo actual	Valor Diferencia Inventario
LACTEOS	PERECIBLES	\$ 65,54	LT	\$ 3,10	\$ 203,17	\$ 65,54	\$ 3,10	\$ 203,17	-	\$ 3,10	(\$ 4.332,07)
VIVERES NO PERECIBLES	SALSAS Y ADEREZOS	\$ 98,45	UN	\$ 2,44	\$ 240,22	\$ 98,45	\$ 2,44	\$ 240,22	-	\$ 2,44	(\$ 17.686,29)
PANADERIA Y PASTELERI	CONSERVAS DULCES Y C	\$ 125,45	LT	\$ 2,66	\$ 333,70	\$ 125,45	-	\$ 333,70	-	\$ 2,66	(\$ 2.944,92)
PROTEINAS SIN PROCESA	PERECIBLES	\$ 1.500	UN	\$ 0,11	\$ 167,50	\$ 1.500,00	\$ 0,11	\$ 167,50	-	\$ 0,11	(\$ 3.520,91)
SUM. DE LIMPIEZA Y SA	E. LIMPIEZA	\$ 87,00	LT	\$ 0,57	\$ 49,81	\$ 40,00	\$ 0,57	\$ 22,90	(\$ 47,00)	\$ 0,57	(\$13.340,78)
INDUMENTARIA PERSONAL	DESECHABLES	\$ 323,00	UN	\$ 2,40	\$ 775,20	\$ 5,00	\$ 2,40	\$ 12,00	(\$ 318,00)	\$ 2,40	(\$ 1.236,49)
SUM. DE SERVICIO	CONTENEDORES/VIANDAS	\$ 451,00	UN	\$ 1,23	\$ 555,63	\$ 351,00	\$ 0,10	\$ 432,43	(\$ 100,00)	\$ 0,10	(\$ 191,42)
<b>Diferencia Total</b>										<b>(\$A43.253,00)</b>	

Fuente: Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

Inventario Global 2017. (Ver Anexo 7)

Acta de Cierre de Conteo Físico aplicado en la distribuidora. (Ver anexo 8)

#### 4.5. Ajuste Contable para Provisión de Inventarios

El faltante del inventario que se obtuvo del conteo físico realizado en la distribuidora se debe contabilizar de la siguiente forma;

Tabla 23.  
Ajustes contables de las pérdidas

Detalle de las cuentas	Debe	Haber
<b>1. Cuando se Provisiona</b>		
Gastos por provisión de inventarios	43.252,00	
Diferencia de inventario físico		43.252,00
P/R Provisión por diferencia de inventarios		
<b>2. Cuando se da baja por diferencia de inventario físico</b>		
Diferencia de inventario físico	43.252,00	
Inventarios		43.252,00
P/R Baja por diferencia de Inventarios		

Fuente: Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.

##### 4.5.1. Pérdidas de producto

###### *Vencimientos*

La totalidad de los productos que conforman las áreas de productos masivos, cuentan con fechas de vencimiento y en una estructura comercial organizada. Este tipo de pérdidas deberían estar contempladas desde las etapas de negociación de compras, hasta en los cálculos de márgenes que estos productos pueden brindar por la venta. En muchos casos la venta puede tornarse impredecible, debido a que los factores de los que depende en algunas oportunidades son externos a la distribuidora, haciendo variar los niveles de artículos vendidos, provocando esto en algunos casos el errar los volúmenes de compras y terminando los denominados “sobre

stock”, que, al transcurrir el tiempo, lleva a que la mercadería cumpla con el tiempo de aptitud para su consumo, derivando a pérdidas que en algunos casos son de gran magnitud.

### ***Solución***

Para este caso es vital importancia el contar con la información necesaria que permita no generar sobre stock, o contar con negociaciones con los proveedores que admita el reconocimiento de todo o parte de la mercadería vencida. Otra alternativa es sacrificar parte, o en el peor de los casos, “todo” el margen de ganancia estimado para los productos que se encuentran próximos a vencer, disminuyendo los precios de éstos, con el objetivo de incentivar a la compra, minimizando de esta forma impacto de pérdidas por vencimientos la pérdida por el valor total del producto desmejora notablemente el margen final.

Otras de las causas que provocan los vencimientos, son los errores cometidos por falta de rotación de mercaderías, que generalmente son de menor impacto, pero que con la información y capacitación del personal de reposición y un control adecuado, puede disminuirse este tipo de pérdidas de forma rápida y efectiva.

### ***Roturas***

Generalmente las pérdidas provocadas por las roturas pueden contemplarse también dentro de las posibles pérdidas de margen, cuando el volumen de exhibición y rotación de mercaderías son lo suficientemente acotadas como para mantener una relación entre la posible pérdida y los márgenes deseados. Cuando estas condiciones no se dan, las pérdidas provocadas por las roturas pueden tornarse un serio problema, hasta representar un alto porcentaje del total de la pérdida.

### ***Solución***

La capacitación al personal es una de las herramientas fundamentales, siempre orientada a que éstos comprendan el impacto y la importancia que tiene un trabajo bien hecho sobre la rentabilidad de la empresa para la cual trabajan y de la cual son parte. Reglamentar condiciones de trabajo en lugares de almacenamiento, en cuanto a las personas y mercaderías (capacitadas / lugares adecuados) ayudara establecer parámetros de medición de productividad y control de pérdidas.

El control adecuado y permanente de tareas de estiba, reposición y traslado de la mercadería por parte de los responsables de las distintas áreas, asegurada a cumplir con los estándares de trabajo esperados. El poder establecer el por qué y cómo se rompe la mercadería, proporcionara la información necesaria para tomar medidas correctivas, que darán solución o las minimizarán.

### ***Inseguridad detectada:***

La sustracción es más asociada a la palabra perdida, cuando no se puede determinar causas del faltante de mercaderías, el descuido es el factor predominante al momento de analizar causas, el desfallo detectado como bien dice la palabra, es todo aquel que se puede establecer como tal, tanto por que pudo observarse el momento concretado el hecho o por que se detectó de un producto, lo que dará certeza de la causa del faltante.

Los productos sensibles a la sustracción, se podrán establecer distintas modalidades de protección, tales como etiquetados anti-hurtos, encintados que refuercen los distintos envoltorios para impedir o dificultar su apertura, colocación de éstos en cajas plásticas protectoras, resguardo de éstos en vitrinas, o lugares controlados en zonas de almacenamiento cuando se trate de hurto interno, colocación de sistemas disuasivos. Cuando la sustracción se detecta en los períodos de traslado desde proveedores directos o centros de distribución hacia las sucursales de venta, se deberá implementar estrictos controles de la mercadería a su ingreso.

### **Errores Administrativos**

Encierra en éste gran grupo a todos los errores ya sean voluntarios o involuntarios que se producen durante toda la cadena de distribución y administración de mercadería dentro de un negocio, siendo los más comunes los que se mencionan a continuación:

Errores de transferencias de mercadería entre los centros de distribución, donde por falta de un control adecuado o inventarios periódicos es imposible detectar errores en el ingreso al stock de cantidades diferentes a las que realmente son recibidas físicamente. Este caso también es aplicable cuando la recepción de mercancías es de proveedores directos y que, al no contar con un nivel de control acorde, no pueden ser detectados errores provocados por el proveedor.

Malos conteos realizados del stock físico al momento de realizar inventarios de mercaderías, desvirtuando el stock teórico y generando una pérdida que en muchos casos no es real o es mayor que la real, esto es provocado generalmente por no contar con personal idóneo al momento de realizar los conteos de mercaderías.

Errores de facturación, entendiéndose por esto que existen posibilidades que la mercadería que para el sistema de administración de stock corresponde a un tipo de producto y precio y para el sistema de facturación es otro totalmente distinto o similar, generando esto que la mercadería salga del local sin registrarse debidamente, generando una pérdida en la gran mayoría de los casos.

#### **4.6. Análisis de rotación de los inventarios**

##### **4.6.1 Análisis de los resultados rotación del inventario 2016**

Con los datos obtenidos de la Distribuidora Cepeda S.A., y la Distribuidora Carmita S.A., las mismas que son dedicadas a la distribución de productos de primera necesidad, con su respectivo cálculo matemático se ha obtenido datos importantes para la comparación estadística de la rotación del producto y medir la capacidad en días necesarios para la venta del producto en su totalidad, es importante mencionar que mientras menos tiempo permanezca el inventario en las perchas, brinda mayor ganancias y la seguridad de saber el producto que me está generando mayor utilidad.

##### **Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.**

Después del cálculo y a través de la fórmula de la rotación del inventario se expresa que la distribuidora Alvarado Alvicent S.A., tiene una rotación de mercadería en este caso detergente, de 19 días para que el producto sea vendido por completo y pueda adquirir nuevos productos, esta cantidad de días representa una cantidad desfavorable que no supera a las demás distribuidoras, mientras sea menor la cantidad de días es mejor ya que esto quiere decir que el producto tiene una mayor rotación y por ende una mayor rentabilidad a la distribuidora.

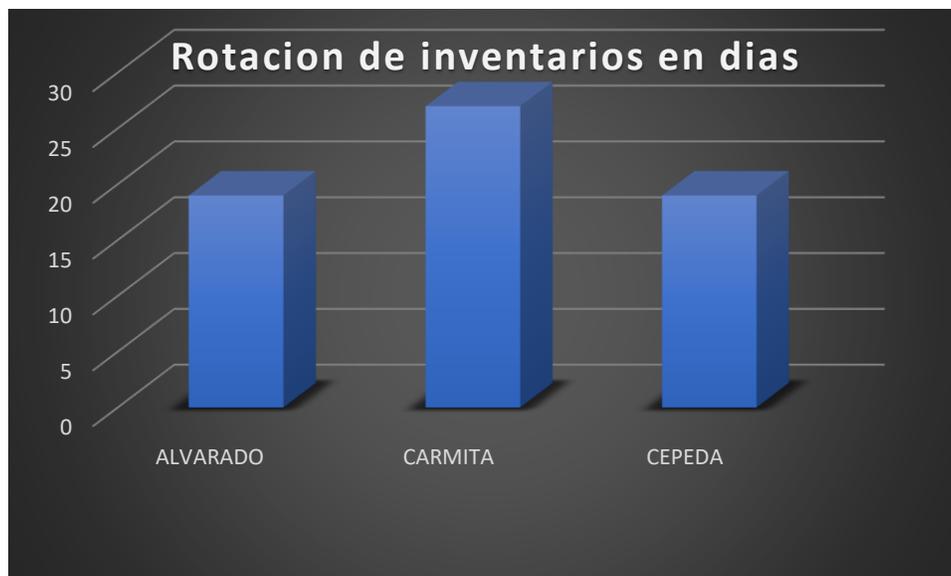
### **Distribuidora Carmita S.A.**

Por otra parte, se menciona que la distribuidora Carmita S.A., ubicada en el mercado de transferencia Montebello, la cual tiene la misma magnitud de la distribuidora Alvarado Alvicent S.A. necesitaría 27 días para que su producto sea vendido por completo, es decir su inventario permanecerá más tiempo en las perchas lo cual representa poca rotación del mismo producto en la distribuidora.

### **Distribuidora Cepeda S.A.**

La distribuidora Cepeda S.A., dedicada a la distribución de productos masivos, según los resultados necesita 19 días para la venta correspondiente de sus productos. Es importante mencionar que las distribuidora Alvarado Alvicent S.A., y la Distribuidora Cepeda S.A., necesitan la misma cantidad de días para la venta de sus productos.

Como se puede observar en el grafico estadístico en comparación de la rotación del inventario la distribuidora Carmita tuvo mayor tiempo en rotación del producto en ese periodo.



*Figura 15.* Estadística del análisis rotación de inventarios

*Fuente:* Comparación de las tres Distribuidoras

#### 4.7. Conclusiones

Se puede expresar las siguientes conclusiones:

- Se ha comprobado que el personal no guarda seguridad en cuanto a los inventarios, cual quiera pueden ingresar a la bodega.
- Se evidenció que existe deficiencia en la comunicación en los diferentes departamentos.
- Se observó la falta de control en la recepción de mercadería.
- Se pudo visualizar que las compras no se realizan con el respectivo seguimiento de los cargos, son decisiones de los directivos sin determinar la cantidad exacta que debe ser comprada.
- Se evidenció que en las tarjetas kardex no determinan las cantidades máximos - mínimos de los productos, por tal motivo existe la falencia que el cliente se acercan a pedir y no hay el producto solicitado.
- Se evidenció que el control de inventario incide positivamente en la rentabilidad de los negocios que comercializan productos de primera necesidad.
- Se confirmó que la comunicación entre los departamentos aumentara el desempeño laboral en los trabajadores.

#### **4.8. Recomendación**

Una vez que se ha planteado las conclusiones, se recomienda lo siguiente:

- Prohibir el paso al personal no autorizado de la bodega evitando tener inconvenientes en un futuro por cualquier causa.
- Realizar una junta de trabajadores dos veces a la semana en horario laboral para dar el respectivo seguimiento y tener un momento ameno con todos los colaboradores con el fin de aumentar la comunicación.
- Capacitar al personal encargado para la recepción de la mercadería, con el fin que pueda controlar los inventarios de manera eficiente evitando perdidas a futuro.
- Realizar la selección del personal de manera óptima tal que pueda, ser idónea para esta área.
- Crear una política interna para los inventarios y el formato correcto que incluya los máximos y los mínimos para el buen manejo del inventario.
- Realizar un inventario de manera semestral para tener mejores resultados en periodos posteriores y tener claro cuánto de dinero existe en mercadería.
- Incentivar a los trabajadores de manera mensual realizando el cuadro del mejor trabajador según su desempeño laboral.

## Bibliografía

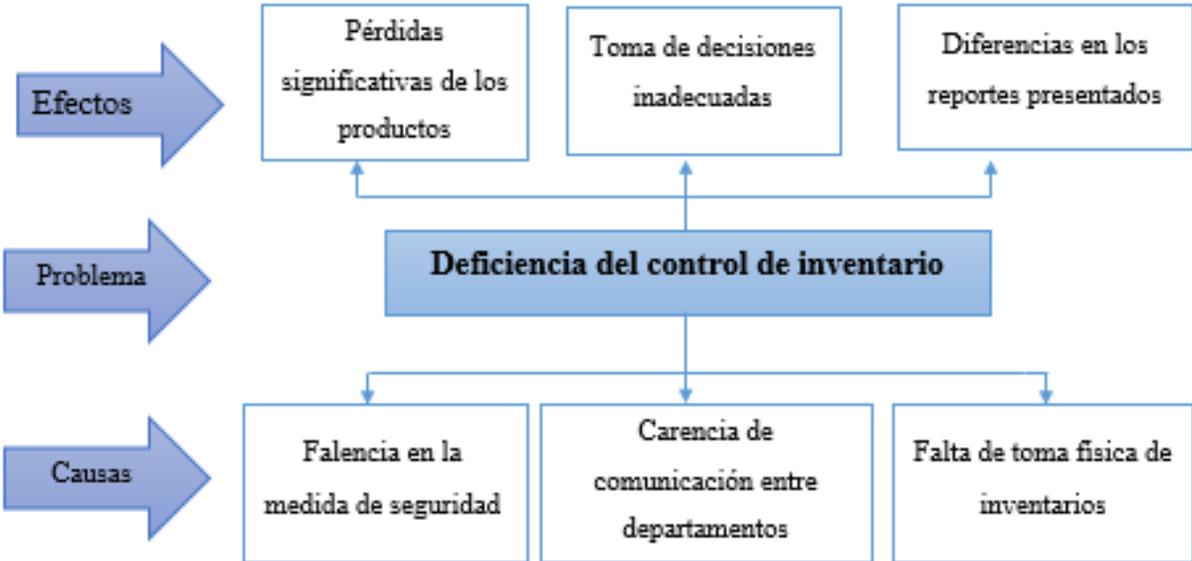
- (NIC, N. I. (1993). *Existencias*. <http://www.normasinternacionalesdeconta.es.pdf>
- Argandoña, M. A. (2014). <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22008/capitulo2.pdf>
- Arias, F. G. (2012). *Tipos y Diseños de Investigacion*.
- AulaFacil. (10 de Septiembre de 2012). *Gestion de Stock*. Obtenido de Aula Facil:  
<http://www.aulafacil.com/cursos/t2269/empresa/organizacion/gestion-de-stock>
- Baena. (1985). *Tipos y diseño de la investigacion*. Caracas: Episteme.
- Bravo. (2014). *Principios de Administracion Financiera*. Mexico: Pearson Educacion.
- Bruzzi, M. (s.f). *La merma en el mercado retail*.
- Buchele, R. B. (2 de mayo de 2013). Project. Obtenido de  
<https://www.proyectos.com/trabajos14/control/control.shtml>
- Business, T. (10 de 06 de 2016). *Metodos del Control de Inventarios*. Obtenido de Tigo business: <http://minegocio.tigobusiness.com.gt/blog/cuales-son-los-metodos-de-control-de-inventarios-aprende-a-valorarlos>
- Carmona. (2014). <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22008/capitulo2.pdf>
- Chauvel, A. (1995). *Tipos y diseño de la investigacion*. Caracas: Episteme.
- Chiavenato. (2011). *Administracion de Materiales*.
- clickbalance. (28 de agosto de 2017). Obtenido de contabilidad y administracion :  
<https://clickbalance.com/blog/contabilidad-y-administracion/inventarios-de-mercancias-sistemas-de-inventarios-parte-1-de-3/>
- conceptodefinition.de. (8 de Marzo de 2011). *conceptodefinition.de*. Obtenido de definicion de observacion : <http://conceptodefinition.de/observacion/>
- Conceptodefinition.de. (22 de Febrero de 2015). *General M*. Obtenido de Definicion de Metodo Cualitativo: <http://conceptodefinition.de/metodo-cualitativo/>
- Correa, D. y. (2015). *Tipos y diseño de la investigacion*. Caracas: Episteme.
- Cortez, J. A. (2014). *Fundamentos de la Gestion de Inventarios*. Medellin: Esumer.
- Decreto 2640. (28 de 12 de 1993). Obtenido de Gerencie.com:  
<https://www.gerencie.com/disminucion-del-inventario-final-por-faltantes-de-mercancias.html>

- Escudero. (02 de 05 de 2014). *bligoo*. Obtenido de <http://escudero.bligoo.com/content/view/52514/Las-Microempresas-y-sus-problemas.html#.WabiNLLyjIU>
- Espinoza, O. (2013).
- Farol, H. (13 de Julio de 2010). Administración. Obtenido de *Principios de Administracion Financiera*. Mexico: Pearson Educacion.
- Fernandez. (s.f). *Manual para el estudio y vision al futuro*.
- Ferrer. (2014). *Guia de Observacion*. Mexico: Pearson.
- FIAEP. (2014). Glosario de Terminos. *Manual de control y manejo del inventario y almacen*.
- Gomez. (2014). Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-fundamentoscostos/diferentes-conceptos-costo-diferentes-propositos>
- Haimann, T. (01 de 08 de 2010). *Zona Economica*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/control>
- Herrera. (2014). Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-fundamentoscostos/diferentes-conceptos-costo-diferentes-propositos>
- manual de procedimientos para el control de inventarios. (2004). *alcance del manual*, 6.
- Martins, S. p. (2010). *Tipos de Investigación*.
- Melinkoff. (1990). *Proceso Administrativo*. Mexico.
- Mora, G. S. (2015). *Introducción a los sistemas de inventarios*.
- O'Donnell, K. &. (2015). <https://catedrafinancierags.com/2014/09/fvan-horne.pdf>
- Ortega, P. L. (2017). *Lote o Cantidad Economica de Pedido*.
- República., S. C. (2015). *Subgerencia Cultural del Banco de la República*. . Obtenido de Biblioteca Luis Ángel Arango: [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta\\_y\\_demanda](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda)
- Robbins, S. y. (1996). *Fundamentos de administración*. Mexico.
- Rodriguez, P. (2010). *Metodologia Cuantitativa*.
- Saavedra. (2014). *Manual para el estudio y vision al futuro*.
- Salinas. (2014). *Estadistica*. DF: Electronica.
- Santoyo. (2014). *Consultoria Albe*. Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/docs/capitulo2.pdf>
- Tamayo, M. T. (2010). *El Proceso de la Investigación Científica*. Mexico: Grupo Noriega Editores.

- Terry, G. R. (s.f.). *Consultoria Albe*. Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22008/capitulo2.pdf>
- Terry, G. y. (1999). *Principios de administración*. Mexico: Editorial Continental.
- Toyota, 5. (02 de 09 de 1960). *Project.org*. Obtenido de METODOLOGÍA DE LAS 5S: <https://es.project.org/wiki/5S>
- Valencia. (2014). Inventarios y su Importancia. 5.
- Vermorel, E. ( 2013). *Costes de Inventarios*.
- Vermorel, J. (2012). *Punto de Reorden*. LOKAD.
- Viciano, A. (2014). Aprovisionamiento y Almacenaje en la venta. 00.
- Vilela. (2014). Inventario. *Inventario y su Importancia*, 05.
- Villafuerte, D. B. (s.f). *eumed.net*. Obtenido de BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/TECNICAS%20DE%20INVESTIGACION.htm>
- Virtuales, F. e. (s.f). Almacenamiento e Inventario. *Virtuales, Fomacion en Ambientes*, 5.
- Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). *Metodologia de la Investigacion*. Obtenido de Blogger.com: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

# **ANEXOS**

**Anexo 1. Árbol de problemas**



## Anexo 2. Registro Único de Contribuyente RUC

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES		SRI ...Je hace bien al país!	
	<b>NÚMERO RUC:</b> 0992946784001		
<b>RAZÓN SOCIAL:</b>	DISTRIBUIDORA ALVARADO ALVICENT S.A.		
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b>	ALVARADO PARRA LAURO VICENTE		
<b>REPRESENTANTE LEGAL:</b>	REGATO SANCHEZ COTTY MIREYA		
<b>CONTADOR:</b>	OTROS		
<b>CLASE CONTRIBUYENTE:</b>	OTROS	<b>OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:</b>	SI
<b>CALIFICACIÓN ARTESANAL:</b>	S/N	<b>NÚMERO:</b>	S/N
<b>FEC. NACIMIENTO:</b>		<b>FEC. INICIO ACTIVIDADES:</b>	17/11/2015
<b>FEC. INSCRIPCIÓN:</b>	17/11/2015	<b>FEC. ACTUALIZACIÓN:</b>	30/03/2017
<b>FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:</b>		<b>FEC. REINICIO ACTIVIDADES:</b>	
<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL</b>			
VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO			
<b>DOMICILIO TRIBUTARIO</b>			
Provincia: GUAYAS Canton: GUAYAQUIL Parroquia: TARQUI Calle: KM 11.5 VIA DAULE Numero: H2 Interseccion: PARQUE CALIFORNIA 1 Edificio: PARQUE INDUSTRIAL CALIFORNIA 1 Piso: 0 Oficina: 2 Referencia ubicacion: A 200 MTRS DE LA GASOLINERA Email: laurovicentealvarado@gmail.com Celular: 0988812775			
<b>DOMICILIO ESPECIAL</b>			
SN			
<b>OBLIGACIONES TRIBUTARIAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>* ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES * ANEXO DE DIVIDENDOS, UTILIDADES O BENEFICIOS - ADI</li> <li>* ANEXO RELACION DEPENDENCIA</li> <li>* ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO</li> <li>* DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA, SOCIEDADES</li> <li>* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA</li> </ul>			
<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS</b>			
<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS</b>	1	<b>ABIERTOS</b>	1
<b>JURISDICCIÓN</b>	ZONA 8: GUAYAS	<b>CERRADOS</b>	0
			
Código: RIMRUC2017000730220			
Fecha: 18/05/2017 10:33:27 AM			

### Anexo 3. Modelo de encuesta aplicada

#### Encuesta sobre las necesidades de los clientes de la distribuidora Alvarado Alvicent

S.A.

Entrevistador/a: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

1. ¿Con que frecuencia visita la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A.?

Diariamente	Varias veces a la semana	Una vez al mes	Solo domingos
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Al comprar en esta distribuidora, ¿Usted opta por su economía o por su calidad del producto?

Calidad de producto	Economía	Total
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. ¿El producto suministrado, fue entregado con satisfacción?

Si	No
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. ¿En qué estado fue entregado el producto al realizar la compra?

Bueno	Malo	Regular
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. ¿Qué fuente le sirvió para llegar a distribuidora Alvarado Alvicent S.A. a realizar sus respectivas compras?

Amigos	No la conozco	Radio, TV	Redes, Sociales
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. ¿Considera usted que el diseño organizacional de mercaderías que mantiene la distribuidora es correcto?

Si	No	A veces	Nunca
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. ¿Cómo considera usted el control de las mercaderías en la Distribuidora?

Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

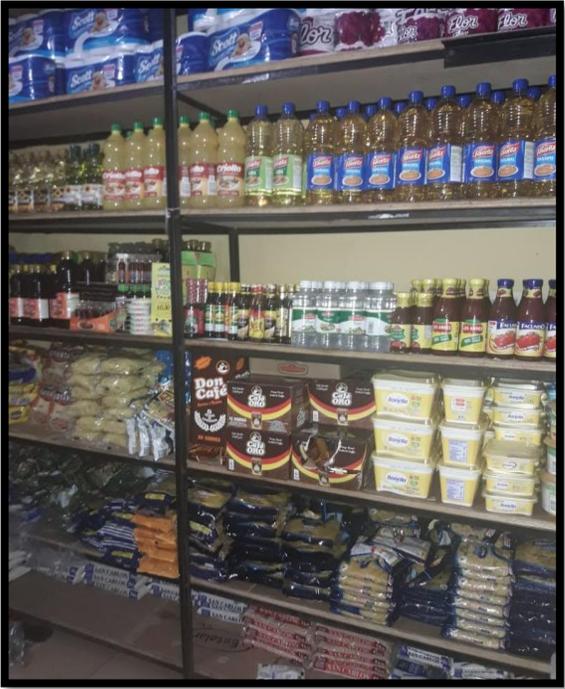
8. ¿Se puso en contacto con usted alguna persona de la distribuidora al poco tiempo de haberle entregado su pedido?

Si	No
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Basándose en la experiencia de compra y entrega que Ud. ha tenido, ¿recomendaría a la Distribuidora Alvarado Alvicent S.A. a un amigo o pariente?

Si	No	Tal vez
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anexo 4. Clasificación de inventarios



**Anexo 5. Formatos de actas de apertura y cierre de Inventarios**

**ACTA DE APERTURA DE CONTEO FÍSICO.**

En la ciudad de Guayaquil, el \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del 201\_ siendo las \_\_\_\_\_ en las instalaciones de \_\_\_\_\_ de la Distribuidora \_\_\_\_\_, ubicada en \_\_\_\_\_, una vez realizado la respectiva inspección, corte de documentos se procede a dar inicio a la toma física de los Grupos de inventarios, de:

_____	
_____	
_____	
_____	
_____	

Contando con la participación del Contador \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_, asistentes de bodega \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ y el responsable de Bodega \_\_\_\_\_.

Para lo cual firman la presente acta y dan inicio al mencionado inventario.

\_\_\_\_\_  
Cargo: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Cargo: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Cargo: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Responsable de Bodega

## ACTA DE CIERRE DE CONTEO FÍSICO

Siendo las \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 201\_ se termina el conteo físico de los **Grupos de inventarios** citadas en el acta de apertura en las instalaciones de \_\_\_\_\_ de la Distribuidora \_\_\_\_\_, ubicada en \_\_\_\_\_, quedando todas las observaciones encontradas en dicho inventario, documentadas y discutidas con el personal participante.

Para lo cual firman los involucrados.

\_\_\_\_\_  
Cargo: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Cargo: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Cargo: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Responsable de Bodega

Anexo 6. Acta de apertura de Inventario aplicado

**ACTA DE APERTURA DE CONTEO FÍSICO.**

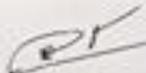
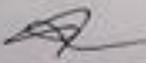
En la ciudad de Guayaquil, el 28 del mes de Diciembre del 2017 siendo las 10:30 AM en las instalaciones de bodega principal de la Distribuidora Ahorado Alveol S.A. ubicada en Parque California 2, una vez realizado la respectiva inspección, corte de documentos se procede a dar inicio a la toma física de los Grupos de inventarios, de:

<u>Lactas</u>	<input checked="" type="checkbox"/>
<u>Vivero no parecido</u>	<input checked="" type="checkbox"/>
<u>Puntadas y muletería</u>	<input checked="" type="checkbox"/>
<u>Problemas sin procesar</u>	<input checked="" type="checkbox"/>
<u>Suministro de la empresa</u>	<input checked="" type="checkbox"/>

Contando con la participación del Contador Juan -  
Castro asistentes de bodega Enrique Gomez -  
Luigi Arvelos Alfredo Heza -

y el responsable de Bodega Jorge Luiz Arzube

Para lo cual firman la presente acta y dan inicio al mencionado inventario.

 Cargo: <u>Asistente de Bodega 1</u>	 Cargo: <u>Asistente de Bodega 2</u>
 Cargo: <u>Contador</u>	 Responsable de Bodega

## Anexo 7. Inventario Global 2017

DISTRIBUIDORA ALVARADO ALVICENT S.A.

INVENTARIO BODEGA

28 diciembre del 2017

Código	Nombres	grupo	Subgrupo	INVENTARIO SALDO JUAN				INVENTARIO			DIFERENCIA DE INVENTARIO		
				Saldo Actual	unidad	costo actual	valor total	FISICO	DIFER.I NV.	valor total	DIF.UNI D.	costo actual	Val_Dif.I nv.
00254	QUESO HOLANDES	LACTE OS	NO PERECIBLES	98,00	G	10,3000	1.009,40	98,00	10,3000	1.009,40	-	10,3000	-
00402	LECHE CONDENSADA X 397 GR	LACTE OS	NO PERECIBLES	96,00	G	4,7103	452,19	3,18	4,7103	14,98	-92,82	4,7103	-437,21
01882	LECHE EN POLVO 25 KG	LACTE OS	NO PERECIBLES	675,00	G	6,5600	4.428,00	19,30	5,9400	126,61	-655,70	5,9400	-3.894,86
03053	QUESO FRESCO SAN NICOLAS	LACTE OS	PERECIBLES	567,45	G	2,7000	1.532,12	567,45	2,7000	1.532,12	-	2,7000	-
03118	CREMA DE LECHE TILA 1 LT	LACTE OS	PERECIBLES	65,54	T	3,1000	203,17	65,54	3,1000	203,17	-	3,1000	-
03177	MARGARINA ALESINA NEUTRO 15 KG	VIVERE S NO PERECIBLES	GRASA S Y ACEITES	98,00	G	2,0400	199,92	98,00	2,0400	199,92	-	2,0400	-
03180	MARGARINA GIRASOL 3 KG	VIVERE S NO PERECIBLES	GRASA S Y ACEITES	89,00	G	3,2500	289,25	89,00	3,2500	289,25	-	3,2500	-
03208	ACEITE DE OLIVA SNOB 500 ML	VIVERE S NO PERECIBLES	GRASA S Y ACEITES	90,00	N	6,6100	594,90	90,00	6,6100	594,90	-	6,6100	-
03214	ACEITE SABROFRITO BIDON 20 LT	VIVERE S NO PERECIBLES	GRASA S Y ACEITES	275,00	T	1,2140	333,85	275,00	1,2140	333,85	-	1,2140	-
00180	PASTA DE TOMATE LOS ANDES 4 KG	VIVERE S NO PERECIBLES	ENLATADOS Y CONSERVA	67,00	G	1,9675	131,82	67,00	1,9675	131,82	-	1,9675	-
00495	TORTILLAS MAMA PFANY 400 GR	VIVERE S NO PERECIBLES	ENLATADOS Y CONSERVA	225,00	N	0,1616	36,35	225,00	0,1616	36,35	-	0,1616	-
00739	CREMA DE CHAMPIGNONES MAGGI 70 GR	VIVERE S NO PERECIBLES	ENLATADOS Y CONSERVA	87,00	G	16,2857	1.416,86	87,00	16,2857	1.416,86	-	16,2857	-
03043	ATUN POUCH 1 KG (60 LOMO/40 MIGA)	VIVERE S NO PERECIBLES	ENLATADOS Y CONSERVA	124,67	G	5,6000	698,15	124,67	5,6000	698,15	-	5,6000	-
03150	PEPINILLO ENTALDE 4.1 KG SNOB	VIVERE S NO PERECIBLES	ENLATADOS Y CONSERVA	79,56	G	4,0000	318,24	79,56	3,0610	318,24	-	3,0610	-
03227	PALMITO ENTERO 800 GR ACAPULCO	VIVERE S NO PERECIBLES	ENLATADOS Y CONSERVA	123,56	G	4,5600	563,43	123,56	3,0000	563,43	-	3,0000	-
03293	JARABE DE FRUTILLA SNOB 680GR	VIVERE S NO PERECIBLES	ENLATADOS Y CONSERVA	123,45	G	4,5441	560,97	123,45	4,5441	560,97	-	4,5441	-
00004	CANELA EN RAMA	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECIAS Y CONDIMENT	196,45	G	18,9417	3.721,10	196,45	18,9417	3.721,10	-	18,9417	-
00006	COMINO MOLIDO	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECIAS Y CONDIMENT	125,65	G	4,9519	622,21	125,65	4,9519	622,21	-	4,9519	-
00007	HOJA DE LAUREL	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECIAS Y CONDIMENT	98,45	G	7,5670	744,97	9,70	6,2500	73,40	-88,75	6,2500	-554,69
00013	PIMIENTA PICANTE MOLIDA	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECIAS Y CONDIMENT	76,56	G	9,2200	705,88	0,90	9,2200	8,30	-75,66	9,2200	-697,59
00015	PIMIENTA DE OLOR	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECIAS Y CONDIMENT	98,56	G	6,9548	685,47	5,60	6,9548	38,95	-92,96	6,9548	-646,52

00160	MANI	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECI AS Y CONDIMENT	454,45	G	3,5100	1.595,12	13,10	3,5100	45,98	-441,35	3,5100	-1.549,14
00389	CANELA MOLIDA	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECI AS Y CONDIMENT	98,45	G	14,8366	1.460,66	4,10	14,8366	60,83	-94,35	14,8366	-1.399,83
00481	VINAGRE BALSAMICO 250 ML SNOB	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECI AS Y CONDIMENT	609,00	N	7,2500	4.415,25	0,25	7,2500	1,81	-608,75	7,2500	-4.413,44
00611	CALDO DE GALLINA MAGGI	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECI AS Y CONDIMENT	123,45	G	7,9200	977,72	5,00	7,9200	39,60	-118,45	7,9200	-938,12
00708	SAL VALDEZ 2 KG	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECI AS Y CONDIMENT	225,56	G	5,6700	1.278,93	180,40	0,2800	1.022,87	-45,16	0,2800	-12,64
01118	ANIS	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECI AS Y CONDIMENT	343,45	G	5,4300	1.864,93	0,30	5,4300	1,63	-343,15	5,4300	-1.863,30
02107	CALDO COSTILLA MAGGI 504 GR	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECI AS Y CONDIMENT	375,56	G	12,4405	4.672,15	0,50	12,4405	6,27	-375,06	12,4405	-4.665,88
03139	VINAGRE BLANCO JOHNNY GL	VIVERE S NO PERECIBLES	ESPECI AS Y CONDIMENT	67,00	T	3,7650	252,26	52,00	0,4200	195,78	-15,00	0,4200	-6,30
00871	FIDEO BOLONIA CODITO 10 KG	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	86,76	G	2,6500	229,91	20,00	0,9300	53,00	-66,76	0,9300	-62,09
	FIDEO TALLARIN 400 GR. SUMESA	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	67,34	G	2,0190	135,96	10,00	2,0190	20,19	-57,34	2,0190	-115,77
02815	FIDEO PARA LASAGNA SUMESA 400 GR	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	98,45	G	8,7250	858,98	98,45	8,7250	858,98	-	8,7250	-
03162	FIDEO TALLARIN CAYAMBE	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	75,45	G	1,3700	103,37	75,45	1,3700	103,37	-	1,3700	-
03163	FIDEO TORNILLO CAYAMBE	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	89,56	G	1,6540	148,13	89,56	0,8700	148,13	-	0,8700	-
03165	FIDEO CHINO ORIENTAL AL GRANEL	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	98,45	G	3,4300	337,68	98,45	3,4300	337,68	-	3,4300	-
03243	FIDEO PLUMA CAYAMBE	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	98,27	G	1,5430	151,63	98,27	0,7235	151,63	-	0,7235	-
03282	FIDEO PLUMITA SUMESA 400 GR	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	99,45	G	1,6798	167,06	99,45	1,6798	167,06	-	1,6798	-
03283	FIDEO CABELLINI SUMESA 400 GR	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	67,87	G	3,0500	207,00	67,87	3,0500	207,00	-	3,0500	-
03288	FIDEO LAZO CAYAMBE	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	65,76	G	0,8700	57,21	65,76	0,8700	57,21	-	0,8700	-
04157	FIDEO CODITO SUMESA 400 GR	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	99,67	G	1,6250	161,96	99,67	1,6250	161,96	-	1,6250	-
04158	FIDEO LAZO SUMESA 400 GR	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	475,00	G	1,6250	771,88	475,00	1,6250	771,88	-	1,6250	-
04159	FIDEO MACARRON SUMESA 400 GR	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	675,00	G	1,6250	1.096,88	675,00	1,6250	1.096,88	-	1,6250	-
04160	FIDEO TORNILLO SUMESA 400 GR	VIVERE S NO PERECIBLES	PASTA S Y FIDEOS	86,00	G	1,6250	139,75	86,00	1,6250	139,75	-	1,6250	-
00157	MAICENA (25 KG)	VIVERE S NO PERECIBLES	HARIN AS	78,60	G	0,8800	69,17	10,50	0,8800	9,24	-68,10	0,8800	-59,93
00159	MAIZ SABROSA 1 KG	VIVERE S NO PERECIBLES	HARIN AS	96,78	G	2,2100	213,88	96,00	2,2100	212,16	-0,78	2,2100	-1,72

00181	POLVO DE ALVERJA	S NO PERECIBLES	VIVERE	HARIN	AS	67,67	G	1,1600	78,50	55,00	1,1600	63,80	-12,67	1,1600	-14,70
00702	HARINA REPOSTERIA PAN DE ORO	S NO PERECIBLES	VIVERE	HARIN	AS	67,46	G	0,7300	49,24	66,56	0,7300	48,59	-0,90	0,7300	-0,65
01035	HARINA DE PLATANO	S NO PERECIBLES	VIVERE	HARIN	AS	65,56	G	1,3600	89,16	0,90	1,3600	1,22	-64,66	1,3600	-87,93
03164	APANADURA MODERNA AL GRANEL	S NO PERECIBLES	VIVERE	HARIN	AS	96,56	G	0,7700	74,35	11,60	0,7700	8,93	-84,96	0,7700	-65,42
03239	HARINA ESTRELLA 50 KG	S NO PERECIBLES	VIVERE	HARIN	AS	125,67	G	0,7500	94,25	125,67	0,7500	94,25	-	0,7500	-
00116	AVENA AL GRANEL / QUAKER	S NO PERECIBLES	VIVERE	GRAN OS SECOS Y CEREAL	G	189,45	G	0,7700	145,88	189,45	0,7700	145,88	-	0,7700	-
00122	CANGUIL AL GRANEL	S NO PERECIBLES	VIVERE	GRAN OS SECOS Y CEREAL	G	99,56	G	1,2800	127,44	99,56	1,2800	127,44	-	1,2800	-
00147	FREJOL BAYO BOLON	S NO PERECIBLES	VIVERE	GRAN OS SECOS Y CEREAL	G	87,45	G	2,9800	260,60	87,45	2,9800	260,60	-	2,9800	-
00155	LENTEJA	S NO PERECIBLES	VIVERE	GRAN OS SECOS Y CEREAL	G	121,50	G	1,6700	202,91	121,50	1,6700	202,91	-	1,6700	-
00183	QUINUA	S NO PERECIBLES	VIVERE	GRAN OS SECOS Y CEREAL	G	90,56	G	2,2000	199,23	90,56	2,2000	199,23	-	2,2000	-
00507	FREJOL NEGRO CARAOTA	S NO PERECIBLES	VIVERE	GRAN OS SECOS Y CEREAL	G	123,45	G	1,9700	243,20	123,45	1,9700	243,20	-	1,9700	-
02230	AZUCAR LA TRONCAL AL GRANEL	S NO PERECIBLES	VIVERE	GRAN OS SECOS Y CEREAL	G	265,00	G	0,7500	198,75	265,00	0,7500	198,75	-	0,7500	-
03171	AZUCAR LA TRONCAL 2 KG	S NO PERECIBLES	VIVERE	GRAN OS SECOS Y CEREAL	G	125,45	G	0,8400	105,38	125,45	0,8400	105,38	-	0,8400	-
03301	ARROZ ENVEJECIDO LULU	S NO PERECIBLES	VIVERE	GRAN OS SECOS Y CEREAL	G	1.363,50	G	0,9118	1.243,20	1.363,50	0,9118	1.243,20	-	0,9118	-
00163	MAYONESA 4 KG LOS ANDES	S NO PERECIBLES	VIVERE	SALSA S Y ADEREZOS	G	123,00	G	2,3825	293,05	20,00	2,3825	47,65	-103,00	2,3825	-245,40
00189	SALSA CHINA ORIENTAL 3,79 LT	S NO PERECIBLES	VIVERE	SALSA S Y ADEREZOS	T	123,00	T	1,9792	243,44	18,95	1,9792	37,51	-104,05	1,9792	-205,93
00190	SALSA DE AJI ORIENTAL 3,79 LT	S NO PERECIBLES	VIVERE	SALSA S Y ADEREZOS	T	56,98	T	1,7388	99,08	11,37	1,7388	19,77	-45,61	1,7388	-79,31
00191	SALSA DE TOMATE LOS ANDES 4,2 KG	S NO PERECIBLES	VIVERE	SALSA S Y ADEREZOS	G	98,45	G	1,2262	120,72	98,45	1,2262	120,72	-	1,2262	-
00712	MOSTAZA LOS ANDES 4 KG	S NO PERECIBLES	VIVERE	SALSA S Y ADEREZOS	G	76,98	G	1,7725	136,45	76,98	1,7725	136,45	-	1,7725	-
00728	SALSA DE AJI 100 GR. ORIENTAL	S NO PERECIBLES	VIVERE	SALSA S Y ADEREZOS	N	454,00	N	0,7100	322,34	454,00	0,7100	322,34	-	0,7100	-
03205	SALSA INGLESA ORIENTAL 3,79	S NO PERECIBLES	VIVERE	SALSA S Y ADEREZOS	T	98,45	T	2,5066	246,77	98,45	2,5066	246,77	-	2,5066	-
03209	SALSA CESAR LOS ANDES 370 GR	S NO PERECIBLES	VIVERE	SALSA S Y ADEREZOS	N	98,45	N	2,4400	240,22	98,45	2,4400	240,22	-	2,4400	-
00132	DISCO DE EMPANADAS X 24 REBANADAS	ERIA Y PASTELERI	PANAD	PANES	N	98,56	N	0,0541	5,34	32,00	0,0541	1,73	-66,56	0,0541	-3,60
04161	PAN DE PASCUA 420 GR LA MODERNA	ERIA Y PASTELERI	PANAD	PANES	N	124,00	N	2,6000	322,40	6,00	2,6000	15,60	-118,00	2,6000	-306,80

00203	FLAN CAPRY 10 KG	PANAD ERIA Y PASTELERI	PREME ZCLAS	98,65	G	2,8977	285,86	58,80	2,8977	170,39	-39,85	2,8977	-115,48
00210	GELATINA CAPRY FRESA 10KG	PANAD ERIA Y PASTELERI	PREME ZCLAS	124,45	G	2,8960	360,41	30,00	2,8960	86,88	-94,45	2,8960	-273,53
03284	FRESCO SOLO FRAMBUESA 15 GR	PANAD ERIA Y PASTELERI	PREME ZCLAS	75,89	G	11,7548	892,07	75,89	11,7548	892,07	-	11,7548	-
03285	FRESCO SOLO FRESA 15 GR	PANAD ERIA Y PASTELERI	PREME ZCLAS	99,80	G	11,7067	1.168,33	99,80	11,7067	1.168,33	-	11,7067	-
03286	FRESCO SOLO FRUTOS ROJOS 15GR	PANAD ERIA Y PASTELERI	PREME ZCLAS	89,98	G	11,6647	1.049,59	89,98	11,6647	1.049,59	-	11,6647	-
00400	COLORANTE ROJO	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	67,98	G	13,8400	940,84	67,98	13,8400	940,84	-	13,8400	-
01363	PANELA GRANDE	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	78,98	G	1,2500	98,73	78,98	1,2500	98,73	-	1,2500	-
01894	MARGARINA CREMAPAN 15 KG	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	91,65	G	1,6327	149,63	38,30	1,6327	62,53	-53,35	1,6327	-87,10
01895	MANTEQUILLA MANTEPAN 15 KG	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	56,78	G	1,5147	86,00	45,00	1,5147	68,16	-11,78	1,5147	-17,84
01898	COCO RALLADO 500 GR	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	125,34	G	10,0000	1.253,40	125,34	10,0000	1.253,40	-	10,0000	-
01904	YEMO POLVO 500 GR COLORANTE VEGETAL	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	123,45	G	10,7890	1.331,91	123,45	10,7890	1.331,91	-	10,7890	-
01905	AZUCAR MICROPULVERIZADA 500 GR	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	124,56	G	2,0600	256,59	124,56	2,0600	256,59	-	2,0600	-
01906	LEVADURA FRESCA 500 GR	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	175,45	G	4,6000	807,07	10,50	4,6000	48,30	-164,95	4,6000	-758,77
01907	MARGARINA OJALDRINA 2.5 KG PASTELPAN	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	98,87	G	1,7720	175,20	17,50	1,7720	31,01	-81,37	1,7720	-144,19
01908	GRAJEAS DE COLORES 250 GR	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	34,76	G	3,9100	135,91	0,25	3,9100	0,98	-34,51	3,9100	-134,93
02433	POLVO DE HORNEAR 1 KG	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	98,65	G	3,6200	357,11	4,00	3,6200	14,48	-94,65	3,6200	-342,63
03138	ESENCIA DE MANTEQUILLA 500ML JOHNNY	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	87,65	T	2,6600	233,15	2,50	2,6600	6,65	-85,15	2,6600	-226,50
03235	ESENCIA DE NARANJA 500 CC JOHNNY	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	65,87	T	2,6800	176,53	1,00	2,6800	2,68	-64,87	2,6800	-173,85
03259	COCOA RICOCHO 440 GR	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	87,98	G	4,5682	401,91	9,24	4,5682	42,21	-78,74	4,5682	-359,70
03279	ESENCIA DE COCO 500 ML JOHNNY	PANAD ERIA Y PASTELERI	CONSE RVAS DULCES Y C	125,45	T	2,6600	333,70	125,45	2,6600	333,70	-	2,6600	-
00534	FRITADA S/P	PROTEI NAS SIN PROCESA	CERDO Y DERIVADOS	78,98	G	5,7593	454,87	78,98	5,7593	454,87	-	5,7593	-
00221	CHORIZO AHUMADO/SUIZO	PROTEI NAS SIN PROCESA	EMBU TIDOS	98,76	G	2,2000	217,27	98,76	2,2000	217,27	-	2,2000	-
00230	JAMON DE ESPALDA	PROTEI NAS SIN PROCESA	EMBU TIDOS	98,87	G	7,0000	692,09	6,00	7,0000	42,00	-92,87	7,0000	-650,09
01739	SALAMI AHUMADO DON GUILLO	PROTEI NAS SIN PROCESA	EMBU TIDOS	98,56	G	10,8000	1.064,45	5,10	10,8000	55,08	-93,46	10,8000	-1.009,37

02403	CHORIZO ESPADOL	PROTEI NAS SIN PROCESA	EMBU TIDOS	58,89	G	4,2000	247,34	5,00	4,2000	21,00	-53,89	4,2000	-226,34
02756	SALCHICHA FRAILE	PROTEI NAS SIN PROCESA	EMBU TIDOS	98,87	G	4,1800	413,28	4,00	4,1800	16,72	-94,87	4,1800	-396,56
00247	CALAMAR CUERPO	PROTEI NAS SIN PROCESA	MARIS COS	85,76	G	4,4000	377,34	-	4,4000	-	-85,76	4,4000	-377,34
00759	CAMARON 51/60 IQF	PROTEI NAS SIN PROCESA	MARIS COS	75,87	G	9,1000	690,42	75,87	9,1000	690,42	-	9,1000	-
00224	DORADO S/P	PROTEI NAS SIN PROCESA	PESCA DOS	87,98	G	5,6765	499,42	87,98	5,6765	499,42	-	5,6765	-
00241	PICUDO S/P	PROTEI NAS SIN PROCESA	PESCA DOS	65,45	G	6,3800	417,57	65,45	6,3800	417,57	-	6,3800	-
00535	ALBACORA S/P	PROTEI NAS SIN PROCESA	PESCA DOS	56,65	G	5,0634	286,84	56,65	5,0634	286,84	-	5,0634	-
00246	POLLO VACIO S/P	PROTEI NAS SIN PROCESA	POLLO Y DERIVADOS	427,51	G	2,4806	1.060,48	427,50	2,4806	1.060,46	-0,00	2,4806	-0,01
00214	ATRAVESADO S/P.	PROTEI NAS SIN PROCESA	RES Y DERIVADOS	67,87	G	7,3500	498,84	18,00	7,3500	132,30	-49,87	7,3500	-366,54
00223	COSTILLA DE RES	PROTEI NAS SIN PROCESA	RES Y DERIVADOS	98,00	G	2,8660	280,87	26,03	2,8660	74,60	-71,97	2,8660	-206,27
00229	HUESO CARNUDO	PROTEI NAS SIN PROCESA	RES Y DERIVADOS	54,00	G	1,3200	71,28	22,30	1,3200	29,44	-31,70	1,3200	-41,84
00235	LOMO FINO SIN CORBATA	PROTEI NAS SIN PROCESA	RES Y DERIVADOS	10,00	G	13,7500	137,50	10,00	13,7500	137,50	-	13,7500	-
00513	HUESO BLANCO	PROTEI NAS SIN PROCESA	RES Y DERIVADOS	45,00	G	0,5500	24,75	9,00	0,5500	4,95	-36,00	0,5500	-19,80
00538	CARNE FILETE S/P	PROTEI NAS SIN PROCESA	RES Y DERIVADOS	54,00	G	6,0600	327,24	63,00	6,0600	381,78	9,00	6,0600	54,54
00539	ESTOFADO ESPECIAL S/P	PROTEI NAS SIN PROCESA	RES Y DERIVADOS	174,40	G	4,5194	788,18	174,60	4,5194	789,09	0,20	4,5194	0,90
01351	CARNE MOLIDA ESPECIAL	PROTEI NAS SIN PROCESA	RES Y DERIVADOS	67,00	G	4,4092	295,42	3,00	4,4092	13,23	-64,00	4,4092	-282,19
03220	MONDONGO LOCACIONES	PROTEI NAS SIN PROCESA	RES Y DERIVADOS	132,80	G	4,9200	653,38	132,80	4,9200	653,38	-	4,9200	-
01607	HUEVOS	PROTEI NAS SIN PROCESA	PERECI BLES	1.500,00	N	0,1117	167,50	1.500,00	0,1117	167,50	-	0,1117	-
00612	JUGO DELI PERSONAL	BEBID AS	AS ARTIFICIALES	98,00	N	0,4761	46,66	18,00	0,4761	8,57	-80,00	0,4761	-38,09
00289	ROLLO STRECH FILM #38	SUM. DE OPERACION	EMBA LAJE	87,00	N	8,1053	705,16	15,00	8,1053	121,58	-72,00	8,1053	-583,58
03232	PAPEL DE ALUMINIO 150 MT ALUMIFLEX	SUM. DE OPERACION	EMBA LAJE	175,00	N	14,7500	2.581,25	1,00	14,7500	14,75	-174,00	14,7500	-2.566,50
00170	PALILLOS DE DIENTES. CAJA	SUM. DE OPERACION	VARIO S	560,00	N	0,2358	132,05	25,00	0,2358	5,90	-535,00	0,2358	-126,15
02415	LAMINAS PEGANTES ROEDORES ALAGOMA	SUM. DE OPERACION	VARIO S	643,00	N	4,0000	2.572,00	8,00	4,0000	32,00	-635,00	4,0000	-2.540,00
03169	PALILLO BROCHETA 25 CM X 100	SUM. DE OPERACION	VARIO S	5.000,00	N	0,0110	55,00	5.000,00	0,0110	55,00	-	0,0110	-
03305	LAMINAS PEGANTES MOSCAS 22X43CM	SUM. DE OPERACION	VARIO S	225,00	N	4,5000	1.012,50	22,00	4,5000	99,00	-203,00	4,5000	-913,50

00484	ACEITE LA FAVORITA	SUM. DE OPERACION	EQUIP O	820,00	T	0,7092	581,54	75,00	0,7092	53,19	-745,00	0,7092	-528,35
00726	DETERGENTE SURF 200 GR	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	DESEN GRASANTES Y JAB	876,00	N	0,4000	350,40	67,00	0,4000	26,80	-809,00	0,4000	-323,60
02011	DEGREASE CHEM D GL	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	DESEN GRASANTES Y JAB	454,00	T	1,4100	640,14	12,00	1,4100	16,92	-442,00	1,4100	-623,22
02014	BRILLACHEM D GL	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	DESEN GRASANTES Y JAB	164,00	T	1,2950	212,38	164,00	1,2950	212,38	-	1,2950	-
03186	LAVAVAJILLA ESTRELLA 450 GR	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	DESEN GRASANTES Y JAB	150,00	N	1,2300	184,50	42,00	1,2300	51,66	-108,00	1,2300	-132,84
02013	DESINBACT D GL	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	DESIN FECTANTES	89,00	T	1,3075	116,37	28,00	1,3075	36,61	-61,00	1,3075	-79,76
02015	YODOCLIN D GALON	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	DESIN FECTANTES	65,00	T	1,0294	66,91	4,00	1,0294	4,12	-61,00	1,0294	-62,79
02017	CHEMLOK CY2 GL	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	DESIN FECTANTES	125,00	T	6,2325	779,06	12,00	6,2325	74,79	-113,00	6,2325	-704,27
02106	ALCOHOL 90% INDUSTRIAL	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	DESIN FECTANTES	125,00	T	2,0600	257,50	125,00	2,0600	257,50	-	2,0600	-
00386	WYPALL X-80 X 25 H	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	97,76	N	0,3904	38,17	97,76	0,3904	38,17	-	0,3904	-
00419	RECOGEDOR MANGO LARGO	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	123,00	N	1,7600	216,48	123,00	1,7600	216,48	-	1,7600	-
00792	BASTON DE ALUMINIO DE 150CM PARA ESCURRI	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	95,87	N	9,0000	862,83	95,87	9,0000	862,83	-	9,0000	-
02259	ESPONJA MIXTA ESTRELLA	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	90,00	N	0,4300	38,70	90,00	0,4300	38,70	-	0,4300	-
02314	REPUESTO DE HULE VERDE 600 MM	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	123,00	N	16,3500	2.011,05	123,00	16,3500	2.011,05	-	16,3500	-
03178	P.H. JUMBO 250 MT DOLLY 2H	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	765,00	N	2,3800	1.820,70	765,00	2,3800	1.820,70	-	2,3800	-
03181	CEPILLO DE ROPA ESTRELLA	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	250,00	N	0,7800	195,00	250,00	0,7800	195,00	-	0,7800	-
03187	LIMPION INDUSTRIAL BIO 600 MT	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	675,00	N	12,4800	8.424,00	675,00	12,4800	8.424,00	-	12,4800	-
03191	CABO DE METAL PARA ESCOBA	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	567,00	N	0,8400	476,28	567,00	0,8400	476,28	-	0,8400	-
03194	ESCOBA PLASTICA SUPREMA	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	655,00	N	1,3700	897,35	567,00	1,3700	776,79	-88,00	1,3700	-120,56
03213	TOALLA MEGAROLL ELITE 160 MT 1 H	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	564,00	N	6,5500	3.694,20	10,00	6,5500	65,50	-554,00	6,5500	-3.628,70
03215	CABO METALICO PARA ESCOBA ESTRELLA	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	343,00	N	0,8400	288,12	343,00	0,8400	288,12	-	0,8400	-
03228	BASTON ALUMINIO Y SUJETADOR	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	453,00	N	7,9400	3.596,82	453,00	7,9400	3.596,82	-	7,9400	-
03304	TOALLA Z BSOL.TNS PAQ 150 UND	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	ARTIC ULOS DE LIMPIEZ	90,00	N	1,9200	172,80	90,00	1,9200	172,80	-	1,9200	-
02217	DESTAPA CADERIA SOLIDO 1 KG	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	VARIO S	98,87	G	3,5300	349,01	2,00	3,5300	7,06	-96,87	3,5300	-341,95

01395	CLORO LIQUIDO AL 10%	SUM. DE LIMPIEZA Y SA	E. LIMPIEZA	87,00	T	0,5725	<b>49,81</b>	<b>40,00</b>	0,5725	<b>22,90</b>	<b>-47,00</b>	0,5725	<b>-26,91</b>
02086	ENVASE BOTELLON PLASTICO 5 GL	INDUM ENTARIA PERSONAL	AGUAS	125,00	N	4,4643	<b>558,04</b>	<b>23,00</b>	4,4643	<b>102,68</b>	<b>-102,00</b>	4,4643	<b>-455,36</b>
00342	COFIAS BLANCAS PAQ.X 100	INDUM ENTARIA PERSONAL	DESEC HABLES	3.453,00	N	0,0496	<b>171,27</b>	<b>3.056,00</b>	0,0496	<b>151,58</b>	<b>-397,00</b>	0,0496	<b>-19,69</b>
00348	GUANTE DE VINIL TALLA L-M PAQ.X100	INDUM ENTARIA PERSONAL	DESEC HABLES	3.300,00	N	0,0672	<b>221,76</b>	<b>3.300,00</b>	0,0672	<b>221,76</b>	-	0,0672	-
02434	MASCARILLA TRANSPARENTE	INDUM ENTARIA PERSONAL	DESEC HABLES	545,00	N	0,9230	<b>503,04</b>	<b>550,00</b>	0,9230	<b>507,65</b>	<b>5,00</b>	0,9230	<b>4,62</b>
03141	MASCARILLA 3 CAPAS	INDUM ENTARIA PERSONAL	DESEC HABLES	543,00	N	0,0664	<b>36,06</b>	<b>500,00</b>	0,0664	<b>33,20</b>	<b>-43,00</b>	0,0664	<b>-2,86</b>
03221	GUANTE IND.FINE CAL #35 T #8	INDUM ENTARIA PERSONAL	DESEC HABLES	323,00	N	2,4000	<b>775,20</b>	<b>5,00</b>	2,4000	<b>12,00</b>	<b>-318,00</b>	2,4000	<b>-763,20</b>
00299	CUCHILLO APILABLE PLASTLIT PAQX50	SUM. DE SERVICIO	CUBIE RTOS DESECHABLE	5.567,00	N	0,0155	<b>86,29</b>	<b>5.500,00</b>	0,0155	<b>85,25</b>	<b>-67,00</b>	0,0155	<b>-1,04</b>
00321	TENENDOR APILABLE PLASLIT PAQX50	SUM. DE SERVICIO	CUBIE RTOS DESECHABLE	769,00	N	0,0168	<b>12,92</b>	<b>650,00</b>	0,0168	<b>10,92</b>	<b>-119,00</b>	0,0168	<b>-2,00</b>
01139	CUCHARITA BLANCA OXF	SUM. DE SERVICIO	CUBIE RTOS DESECHABLE	1.650,00	N	0,0068	<b>11,22</b>	<b>1.650,00</b>	0,0068	<b>11,22</b>	-	0,0068	-
03174	CUCHARA SOPERA LA EXCELENCIA	SUM. DE SERVICIO	CUBIE RTOS DESECHABLE	1.200,00	N	0,0144	<b>17,28</b>	<b>1.100,00</b>	0,0144	<b>15,84</b>	<b>-100,00</b>	0,0144	<b>-1,44</b>
03211	TENEDOR BL LA EXCELENCIA	SUM. DE SERVICIO	CUBIE RTOS DESECHABLE	1.350,00	N	0,0127	<b>17,15</b>	<b>1.350,00</b>	0,0127	<b>17,15</b>	-	0,0127	-
03236	CUCHILLO APILABLE VIKINGO	SUM. DE SERVICIO	CUBIE RTOS DESECHABLE	2.750,00	N	0,2543	<b>699,33</b>	<b>2.750,00</b>	0,0151	<b>699,33</b>	-	0,0151	-
03253	CUCHARA SOPERA APILABLE PLASLIT	SUM. DE SERVICIO	CUBIE RTOS DESECHABLE	340,00	N	0,0249	<b>8,47</b>	<b>50,00</b>	0,0189	<b>1,25</b>	<b>-290,00</b>	0,0189	<b>-5,48</b>
00271	FUNDA 39X55 INDUSTRIAL COLOR NEGRO PAQX1	SUM. DE SERVICIO	FUNDA S	1.160,00	N	0,2500	<b>290,00</b>	<b>1.100,00</b>	0,1830	<b>275,00</b>	<b>-60,00</b>	0,1830	<b>-10,98</b>
00279	FUNDA HOT DOG AMARILLO X 100	SUM. DE SERVICIO	FUNDA S	1.200,00	N	0,0064	<b>7,72</b>	<b>650,00</b>	0,0054	<b>4,18</b>	<b>-550,00</b>	0,0054	<b>-2,99</b>
00807	FUNDA 3X10 POLIFAN	SUM. DE SERVICIO	FUNDA S	15.200,00	N	0,2800	<b>4.256,00</b>	<b>15.200,00</b>	0,0045	<b>4.256,00</b>	-	0,0045	-
01304	FUNDA ROLLO 5 X 10 NAT INPLASTIC	SUM. DE SERVICIO	FUNDA S	75,00	N	2,9000	<b>217,50</b>	<b>8,00</b>	2,1100	<b>23,20</b>	<b>-67,00</b>	2,1100	<b>-141,37</b>
02271	DINA 5 BLANCA INPLASTIC X100	SUM. DE SERVICIO	FUNDA S	1.800,00	N	0,3450	<b>621,00</b>	<b>1.800,00</b>	0,0147	<b>621,00</b>	-	0,0147	-
02997	FUNDA DINA 6 BLANCA EXCELENTE	SUM. DE SERVICIO	FUNDA S	700,00	N	0,4500	<b>315,00</b>	<b>650,00</b>	0,0232	<b>292,50</b>	<b>-50,00</b>	0,0232	<b>-1,16</b>
00303	PLATO 6 BLANCO PLASTIUTIL PAQX25	SUM. DE SERVICIO	PLATO S DESECHABLES	2.700,00	N	0,4500	<b>1.215,00</b>	<b>2.500,00</b>	0,0115	<b>1.125,00</b>	<b>-200,00</b>	0,0115	<b>-2,30</b>
00429	SERVILETA DANNY 24 X 25	SUM. DE SERVICIO	SORBE TES Y SERVILETA	575,00	N	1,2300	<b>707,25</b>	<b>550,00</b>	0,3400	<b>676,50</b>	<b>-25,00</b>	0,3400	<b>-8,50</b>
00323	VASO 10OZ TRANSPARENTE BPP PAQ.X50	SUM. DE SERVICIO	VASOS DESECHABLES	800,00	N	0,9850	<b>788,00</b>	<b>750,00</b>	0,0106	<b>738,75</b>	<b>-50,00</b>	0,0106	<b>-0,53</b>
00330	VASO 5OZ TRANSPARENTE BPP PAQ.X50	SUM. DE SERVICIO	VASOS DESECHABLES	4.150,00	N	0,5640	<b>2.340,60</b>	<b>4.250,00</b>	0,0059	<b>2.397,00</b>	<b>100,00</b>	0,0059	<b>0,59</b>
00334	VASO 7OZ PP NATURAL PAQ.X50	SUM. DE SERVICIO	VASOS DESECHABLES	272,00	N	0,6543	<b>177,97</b>	<b>50,00</b>	0,0067	<b>32,72</b>	<b>-222,00</b>	0,0067	<b>-1,49</b>
00290	BANDEJA HOT- DOG BLANCA 4X81/2 PAQX25	SUM. DE SERVICIO	CONTE NEDORES/VIA NDAS	252,00	N	0,4500	<b>113,40</b>	<b>199,00</b>	0,0351	<b>89,55</b>	<b>-53,00</b>	0,0351	<b>-1,86</b>

00312	TARRINAS 0.5 LT GRIS BPP	SUM. DE SERVICIO	CONTE NEDORES/VIA NDAS	1,400,00	N	0,0424	<b>59,36</b>	<b>1,400,00</b>	0,0424	<b>59,36</b>	-	0,0424	-
00338	VIANDA AMARILLA CON CLIP X 25	SUM. DE SERVICIO	CONTE NEDORES/VIA NDAS	506,00	N	0,0650	<b>32,89</b>	<b>500,00</b>	0,0650	<b>32,50</b>	<b>-6,00</b>	0,0650	<b>-0,39</b>
00392	CONTENEDOR NO COMPARTIDO 8 1/2 X 8 1/4	SUM. DE SERVICIO	CONTE NEDORES/VIA NDAS	1.250,00	N	0,8900	<b>1.112,50</b>	<b>1.250,00</b>	0,0878	<b>1.112,50</b>	-	0,0878	-
00463	CHAROL RECTANGULAR BLANCO	SUM. DE SERVICIO	CONTE NEDORES/VIA NDAS	6.751,00	N	0,7450	<b>5.029,50</b>	6.751,00	0,1220	<b>5.029,50</b>	-	0,1220	-
01024	CONTENEDOR BLANCO 5X5 (FUNDA DE 25)	SUM. DE SERVICIO	CONTE NEDORES/VIA NDAS	1.000,00	N	0,6750	<b>675,00</b>	1.000,00	0,0619	<b>675,00</b>	-	0,0619	-
01031	LONCHERA LLANA X 25	SUM. DE SERVICIO	CONTE NEDORES/VIA NDAS	2.000,00	N	0,0886	<b>177,20</b>	2.000,00	0,0886	<b>177,20</b>	-	0,0886	-
01135	CONTENEDOR 5X5 CREMA X 25 UNIDS	SUM. DE SERVICIO	CONTE NEDORES/VIA NDAS	3.500,00	N	0,0495	<b>173,35</b>	3.500,00	0,0495	<b>173,35</b>	-	0,0495	-
03294	PORTA TORTA REDONDO 10 1/2	SUM. DE SERVICIO	CONTE NEDORES/VIA NDAS	251,00	N	0,8970	<b>225,15</b>	251,00	0,7552	<b>225,15</b>	-	0,7552	-
04156	CUBIERTOS EMP BL TEN+CUCH+SERV	SUM. DE SERVICIO	CONTE NEDORES/VIA NDAS	451,00	N	1,2320	<b>555,63</b>	<b>351,00</b>	0,0990	<b>432,43</b>	<b>-100,00</b>	0,0990	<b>-9,90</b>
							<b>121.550,59</b>			<b>76.903,96</b>			<b>-</b>
													<b>43.252,30</b>

D

según  
contabilidad

total  
fisico

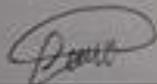
iferenci  
a

Anexo 8. Acta de cierre de inventario aplicado

### ACTA DE CIERRE DE CONTEO FÍSICO

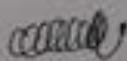
Siendo las 18:00pm del 30 de Diciembre del 2017 se termina el conteo físico de los Grupos de inventarios citadas en el acta de apertura en las instalaciones de la bodega principal de la Distribuidora Alvarado Alvarado S.A. ubicada en Rosque California S., quedando todas las observaciones encontradas en dicho inventario, documentadas y discutidas con el personal participante.

Para lo cual firman los involucrados.

  
Cargo: Asistente de bodega 1.

  
Cargo: Asistente de Bodega 2.

  
Cargo: Contador.

  
Responsable de Bodega

## Anexo 9. Lista de Clientes

Cliente	Nombre	Dirección
1	BENAVIDES ARDILA HERMES WILSON	URB. GRANDA CENTENO CALLE GUAYAQUIL No 34 Y AMBATO
2	COVER PLAS DISTRIBUCIONES CIA	AV. DE LOS FRESNOS 56 A Y GUAYACANES
3	CARRERA ESPINOZA MIGUEL ANGEL	LOMAS DE PROSPERINA SOL.17 MZ.10 URB. SAN FELIPE - MONTEB. A
4	VERDEZOTO GAROFALO MARIANA DE	CDLA. VERNAZA NORTE MZ. 18 SOLAR 26
5	MAURAPLAST S.A.	AYACUCHO 1607 Y GARCIA MORENO
6	W.F.C. SOLUCIONES IMPORTACION	AYACUCHO 1610 Y AV. DEL EJERCITO
7	RIVAS MALLA SILVANA LORENA	AV. MAX UHLER S/N Y JOSE DONOSO
8	BRAVO CEDILLO WILSON VICENTE	CALLE DE LAS ALDEAS S/N VIA A SAN MIGUEL
9	INTRIAGO ALCIVAR JANETH JACQUE	PARROQUIA 7 DE OCTUBRE CALLE 6TA Y LA B
10	ALVARADO VILLALTA NORBERTO MEL	AVDA. CUARTA S/N CALLE 21
11	MALLA PLASENCIA ESTHER SUSANA	GUAYAS 6-98 Y TUNGURAHUA
12	PLASDEC PLASTICOS DEL ECUADOR	VIA BALOSA #31-3 INTERSECCION GUARDARRAYA P.B.
13	NAVARRETE NAVARRETE JOHNIS PAT	LOS PARACAIDISTAS MZ 0863 SL17
14	LOPEZ CORONEL SEGUNDO ROBERTO	RIO NEGRO S/N - PASAJE
15	NAULA GUACHO MARIA CELIA	ANTEPARA 1806-A Y ALCEDO
16	CABRERA SALAZAR CECILIA ELIZAB	MANABI 317 Y ELOY ALFARO PAS.COM.SUR LOCAL 317
17	VALENCIA LOPEZ ROSA MARGARITA	ATAHUALPA 6079 Y BOLIVAR
18	MARTINEZ ERAZO RAUL GEOVANNY	ATAHUALPA 6-089 Y BOLIVAR BARRIO CENTRO
19	MALATAY LEMA JESUS NAZARENO	COOP. BASTION POPULAR MZ.583 SL. 17 BLOQUE 1-A
20	HANDYPLAST S.A.	CHILE 1236 Y MANABI PRIMER PISO OFC 2
21	ZAMBRANO MONCAYO CINTHYA MAGDA	BASTION POLULAR BLOQ 1-A MZ 609 SL11
22	JIMENEZ MARTINEZ & ASOCIADOS	OROZCO 17-22 Y ALVARADO
23	CAJO MOYOTA GLORIA MERCEDES	CLEMENTE BALLEEN 926 Y 6 DE MARZO
24	FAJARDO CANGA JORGE LUIS	MIGUEL VALVERDE Y 24 DE MAYO
25	VALENCIA NARANJO CHRISTIAN JON	MONTEBELLO TERMINAL TRANS. VIVERES ANDEN 18 LOCAL 31-32
26	PURUNCAJAS CAJAS MARIA HIPATIA	ANTISANA 110 Y COTACACHI
27	OCHOA LAVAYEN DARWIN JOHN	URB. LA JOYA MZ 6 VILLA 39 VIA A LA AURORA- PASCUALES
28	DUQUE TOAPANTA MONICA NARCISA	2 DE MAYO 9-127 Y CALIXTO PINO
29	RIVAS ASTUDILLO LIDIA MARIANA	SUCRE 913 Y LORENZO DE GARAICOA
30	MARKELITE S.A.	PARQUE INDUSTRIAL INMACONSA C/ PECHICHES MZ14 SL5 Y TECA
31	PICO PICO AMELIA MARGOT DE LOU	VERSALLES N22-59 Y CARRION
32	MOREJON NUÑEZ CESAR IVAN	CDLA. COMEGUA MZ. O SOLAR 3
33	MALATAY MONAR AURORA ALICIA	GUASMO SUR COOP. LAS BRISAS MZ.F S.14

34	RIVAS MALLA LUIS ALBERTO	JUAN JARAMILLO 10- 90 Y GENERAL TORRES
35	DISTRIBUIDORA ALVARADO ALVICEN	PARQUE CALIFORNIA 1 OFC :2
36	VINCES PEREZ SANDRA LEONOR	MANABI 505 Y AMBATO - DURAN
37	RIVAS CAJO ARACELY PATRICIA	6 DE MARZO 839 Y CLEMENTE BALLEEN
38	CASCO HINOJOSA ELVIA CECILIA	1ERA IMPRENTA 512 Y 5 DE JUNIO
39	BRIONES PALMA YUDI VICTORIA	ESMERALDAS 218 Y PEDRO PABLO GOMEZ
40	QUINAUCHO CALO MARIA DOLORES	SILVA 347 E INCLANA
41	BARBA VALENCIA YOLANDA ANABELA	AV AMAZONAS 630 Y LUIS CORDERO
42	RIVAS ASTUDILLO MIGUEL ANGEL	HUANCAVILCA 219 Y ELOY ALFARO
43	AGUILAR AVILES ALCIDES VINICIO	AV. 24 DE MAYO 654 Y CHIMBORAZO
44	DISTRIBUIDORA ECUATORIANA DE P	VIA A DAULE KM. 10.5 PLAZA SAN JORGE BODEGA 3
45	COMPAÑIA DE COMERCIALIZACION H	URB. LAS CUADRAS CALLE D NUMERO S 33-68 Y PASAJE C
46	RIVAS CAJO MIGUEL ANGEL	CHIMBORAZO 1313-B ENT.CAPITAN NAJERA Y HUANCAVILCA
47	PILCO RIVAS DAVID ISRAEL	CLEMENTE BALLEEN 1107 ENTRE PIO MONTUFAR Y PEDRO MONCAYO
48	CAJAMARCA ARMIJOS ERMILA BEATR	AV. AJAVI 190 Y AV. MARISCAL SUCRE
49	SUMIAGROCORP S.A.	CDLA SIMON BOLIVAR
50	PARRA MALDONADO CESAR GILBERTO	CDLA. MONTEBELLO MZ 1 V 44
51	RIVAS ASTUDILLO JORGE LUIS	LORENZO DE GARAYCOA 1606 Y COLON
52	ILLICACHI GUAMBO LUIS ALBERTO	LA 37 Y LA B
53	RIVAS CAJO MARCELA JOHANNA	LORENZO DE GARAICOA 1121 ENTRE LUQUE Y AGUIRRE
54	ALVARADO PARRA RAUL OSWALDO	MERCADO MONTEBELLO ANDEN 19 LOCAL 42
55	BRAVO CORNEJO CARLOS JOVANI	GENERAL VERNAZA SOLAR18 Y COLON Y GUAYAQUIL- DAULE
56	CAJO GADVAY MARTHA CECILIA	PIO MONTUFAR 306 Y 10 DE AGOSTO
57	SIGCHO TORRES NELY CORINA	CDLA LAS PITAS MERCADO PQ. PRODUCTOR LOCAL 43
58	RIVAS CAJO VICTOR FERNANDO	CLEMENTE BALLEEN 938 Y 6 DE MARZO
59	RIVAS CAJO VANESSA CAROLINA	HUANCAVILCA 214-A ENTRE ELOY ALFARO Y CHILE
60	POVEDA BRIONES LAURA ARGENTINA	NAZACOTA PUENTO No OE2-219 Y CHANDUI-EL ROSARIO
61	ROMERO MUÑOZ JOSE PEDRO	SUCRE 1035 Y PIO MONTUFAR
62	CAMPAÑA HIDALGO CECILIA ISABEL	LAS CATILINARIAS AV. ATAHUALPA 14 Y EL ESPECTADOR
63	CAJO MOYOTA ANA LUISA	HUANCAVILCA 219 Y ELOY ALFARO
64	CALDERON CARRILLO JORGE GREGOR	VIA A DAULE KM 16.5
65	REYES CEVALLOS JUAN CARLOS	MERCADO JOSE MASCOTE PLANTA ALTA LOCAL # 206
66	FIBRAS NACIONALES FIBRANAC S.A	KM 7.5 VIA A DAULE LOTIZACION SANTA BEATRIZ MZ O3 SL4
67	REYES TOMALA ANDREA STEFANIA	MERCADO JOSE MASCOTE PLANTA ALTA LOCAL # 206
68	PALACIOS ALMEIDA MONICA JEANNE	GENERAL ENRIQUEZ 1339 Y BOLIVAR
69	ANDRADE GOMEZ ROSA VALENTINA	GARCIA MORENO Y 12 DE FEBRERO

70	PALACIOS MERA GERMANICA ALBERT	KM. 1 LOTIZACION BUENOS AIRES VIA A CHONE S/N Y MARGEN DERECH
71	BEJARANO GUAMBAÑA BERTHA MATIL	ROCAFUERTE 182 E IMBABURA
72	YANCHATIPAN SANCHEZ SILVIA MAR	AV. SIMON BOLIVAR S/N Y MANUELA SAENZ
73	OCHOA GUERRERO DORILA NARCISA	AV. DEL CHOFER Y ABELARDO J. ANDRADE
74	RODRIGUEZ DE LA CUEVA EDISON G	CALLE GUAYAQUIL 2 Y CUENCA-COOP PADRES DE FAMILIA DIAG C LA
75	MERO PARRALES SONIA LIDILIA	COOP. DIGNIDAD POPULAR SOLAR 45
76	FERNANDEZ GARCIA MARIA DIOSELI	CALLE GUAYAQUIL S/N INTE PIEDRAHITA- GRAL.VERNAZA DAUL
77	MOREIRA SALCEDO JAHAIRA	SAUCES 8 MZ. 454 VILLA 6
78	ANDRADE GOMEZ SANDRA TATIANA	JUAN MONTALVO Y 12 DE FEBRERO
79	CHAMORRO SORIA LIZETH ALEXAND	PRENSA OE 4525 Y SABANILLA ESQ. QUITO COTOCOLLAO
80	CORREA CORREA JORGE TULIO	MADRID E12-73 Y ANDALUCIA
81	MOSQUERA RODRIGUEZ EDINSON JUL	MERCADO CASUARINAS
82	UBILLUS BRIONES FERNANDO JEFFE	CDLA LIBERTAD 2 CALLE 4 DE MAYO Y 2DA. TRANSVERSAL
83	AVILA SARMIENTO BLANCA NUBE DE	10 DE AGOSTO S/N Y IGNACIO NEIRA
84	CUENCA TENORIO CHRISTIAN WILFR	LAS ORQUIDEAS -quito
85	AGUAGALLO JANETA MAURA NARCIZA	PROGRESO VELASCO IBARRA ESQUINA
86	CASTILLO DIAZ VICTOR HUGO	CDLA. TOLITA UNO PRINCIPAL CALLE PRINC.10 - REF.A MZ.5 - ESM
87	CHANALATA YUNGA YULY NATALY	ABEL CASTILLO 412 E/ MALDONADO Y GOMEZ RENDON
88	DUFFLART PLATON JOSE OCTAVIO	COOP. NUEVA PROSPERINA MZ.706 SL. 1
89	FLORES ELIZALDE JOSE MIGUEL	AV. NUEVA LOJA S/N Y GUARANDA
90	HUILCATOMA ALAJO MILTON RODRIG	CDLA. NUEVA AURORA C27 N.1403 Y CALLE M
91	LINDAO BORJA BARRY ROBERTH	AV. JUAN TANCA MARENGO CDLA. MARTHA DE ROLDOS MZ. M3 V.6
92	LOJAN MERINO TATIANA VANESSA	AV MANUEL AGUSTIN AGUIRRE 0885 INTERSECCION ROCAFUERTE- LOJA
93	MAXISECTOR S.A.	KM 11.5 VIA A DAULE. PARQUE CALIFORNIA 1- BOD F7-8
94	NUÑEZ MALATAY MARCOS ALFREDO	GUASMO SUR COOP. LAS BRISAS MZ. F SL.24
95	PARRA TORRES ALBA ISABEL	AV. PRINCIPAL CDLA. LOS ALMENDROS
96	PLASTICABAS CIA LTDA.	ESMERALDAS 1903 INTERSECCION P.P. GOMEZ Y AYACUCHO
97	QUINAUCHO RUIZ MAYRA ELIZABETH	S22 AYAPAMBA S/N Y OE-3 TENT.HUGO ORTIZ-MERCADO MAYORISTA
98	ROCANO ROCANO RAMILET MARITZA	JUAN JARAMILLO 10-46 Y GRAL. TORRES