



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
TEMA**

**“ANÁLISIS DEL CONTROL INTERNO DEL ÁREA DE INVENTARIO EN
LA EMPRESA DISTRICAMP S.A DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y
DISTRIBUCIÓN DE INSUMOS ACUÍCOLAS”.**

**TUTOR
MAI. FANNY LORENA CASTAÑEDA VÉLEZ**

**AUTORES
BRITNEY ANAHIS BAZURTO MARTINEZ
GINGER LILIANA VALLEJO ALVARADO**

**GUAYAQUIL
2024**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Análisis del control interno del área de inventario en la empresa "Districamp S.A" dedicada a la fabricación y distribución de insumos acuícolas

AUTOR/ES:

Bazurto Martínez Britney Anahis
Vallejo Alvarado Ginger Liliana

TUTOR:

MAI. Castañeda Vélez Fanny Lorena

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de
Guayaquil

Grado obtenido:

Licenciatura en Contabilidad y Auditoría

FACULTAD:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2024

N. DE PÁGS:

109

ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración

PALABRAS CLAVE: Control de alimentos, Inventario, Producción

RESUMEN:

El proyecto de investigación titulado "Análisis de los inventarios de la empresa Districamp S.A." examina los problemas relacionados con los inventarios de la empresa, utilizando información proveniente de informes financieros de fuentes nacionales e internacionales de reconocido prestigio. El estudio tiene como objetivos identificar, determinar y comparar aspectos relevantes para la importación de sacos de yute, considerando los intereses organizacionales.

Para alcanzar estos objetivos, se emplea una metodología mixta que combina el análisis cualitativo y cuantitativo de la información, lo que permite realizar análisis numéricos, interpretaciones, caracterizaciones y la toma de decisiones basada en los resultados obtenidos. Las conclusiones y recomendaciones presentadas en el estudio están fundamentadas en los informes analizados, respondiendo a cada uno de los objetivos planteados. En definitiva, se demuestra la gran importancia que tienen los sacos de yute

para la empresa, subrayando su valor estratégico en la importación y comercialización, y consolidándolos como una política y modelo de negocio vigente.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (Web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Bazurto Martínez Britney Anahis Vallejo Alvarado Ginger Liliana	Teléfono:	E-mail: bbazurtom@ulvr.edu.ec gvallejoa@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Decano: Mgtr. Betty Aguilar Echeverria Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: baguilare@ulvr.edu.ec Directora: Mgtr. Martha Hernández Armendáriz Teléfono: 2596500 Ext. 285 E-mail: mhernandeza@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Análisis del control interno del área de inventario

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCUENTRAS COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

2%

★ Submitted to Aliat Universidades

Trabajo del estudiante

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las estudiantes egresadas Britney Anahis Bazurto Martínez y Ginger Liliana Vallejo Alvarado, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, Análisis del control interno del área de inventario en la Empresa Districamp S.A dedicada a la fabricación y distribución de insumos acuícolas, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autores



Firma:

Britney Anahis Bazurto Martínez

C.I. 095296515-0



Firma:

Ginger Liliana Vallejo Alvarado

C.I. 095394008-7

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación “Análisis del control interno del área de inventario en la Empresa Districamp S.A dedicada a la fabricación y distribución de insumos acuícolas” designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Trabajo de Titulación, titulado: Análisis del control interno del área de inventario en la Empresa Districamp S.A dedicada a la fabricación y distribución de insumos acuícolas; presentado por las estudiantes Britney Anahis Bazurto Martínez y Ginger Liliana Vallejo Alvarado como requisito previo, para optar al Título de Licenciatura en Contabilidad y Auditoría encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

Fanny Lorena Castañeda Vélez

C.C. 0916567407

AGRADECIMIENTO

Primero que todo, expreso mi mayor agradecimiento a Dios, que con su total bendición llena mi vida de salud, paz y prosperidad. Además, quiero agradecer a mis docentes universitarios que a través de su conocimientos, guías y direcciones permitieron el desarrollo del presente proyecto.

A mí, porque también es importante reconocer mi esfuerzo, dedicación y perseverancia. Quiero agradecerme por haber asumido este reto con determinación, por cada día de trabajo arduo, por cada hora de estudio, y por la resiliencia demostrada ante cada obstáculo que se presentó. Agradezco mi compromiso con esta meta, por mantener la visión clara y por no rendirme cuando las circunstancias parecían difíciles.

Este logro es el resultado de mi capacidad de superación, de mi deseo de aprender y crecer, y de la pasión que he puesto en cada página de esta tesis. Hoy celebro no solo la culminación de un proyecto académico, sino también el crecimiento personal y profesional que he experimentado en este proceso.

Agradezco profundamente a esa parte de mí que creyó siempre en que este momento llegaría, y que trabajó incansablemente para hacerlo realidad.

No podría concluir esta etapa sin expresar mi más sincero agradecimiento a mi compañera de tesis, cuya colaboración y compromiso fueron fundamentales para la realización de este proyecto.

Agradezco profundamente su dedicación, su inquebrantable apoyo y la forma en que supo complementar mis esfuerzos con su talento y perseverancia. Juntos enfrentamos desafíos, celebramos logros y aprendimos valiosas lecciones a lo largo de este proceso.

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía, mi fortaleza y la luz que ha iluminado cada paso en este camino. Gracias por tu infinita sabiduría y por brindarme las fuerzas necesarias para alcanzar este logro. A mi amado esposo, por su amor, paciencia y apoyo incondicional, quien ha estado a mi lado en cada momento de este viaje. A mis queridas hijas, por ser mi inspiración diaria, llenando mi vida de alegría y motivación para seguir adelante. A mi madre, cuyo amor, sacrificio y ejemplo han sido el motor de mi vida. A mi tía Miriam, por su cariño constante y por estar siempre presente, brindándome su apoyo en los momentos más difíciles. A mi compañera de tesis, con quien compartí largas jornadas de trabajo y esfuerzo. Gracias por tu colaboración, amistad y por ser una parte fundamental en la culminación de este proyecto. A mis jefes, por su comprensión, apoyo y por permitirme compaginar mis responsabilidades profesionales con la dedicación a esta tesis.

Ginger Vallejo Alvarado

A mi querido padre Joseph Bazarro, por ser mi ejemplo de fortaleza y determinación, tus enseñanzas han sido mi guía, y este logro es el reflejo de los valores que me has inculcado, gracias por estar siempre a mi lado y creer en mí. A mi querida madre Gladys Martínez por su gran apoyo incondicional, por ser mi pilar, por su amor inmenso, que me han guiado a este momento.

Este logro es tan suyo como mío, y se lo dedico a ustedes que siempre han estado a mi lado, brindándome la fuerza y el ánimo necesarios para alcanzar mis metas.

Britney Bazarro Martínez

RESUMEN

El proyecto de investigación titulado "Análisis de los inventarios de la empresa Districamp S.A." examina los problemas relacionados con los inventarios de la empresa, utilizando información proveniente de informes financieros de fuentes nacionales e internacionales de reconocido prestigio. El estudio tiene como objetivos identificar, determinar y comparar aspectos relevantes para la importación de sacos de yute, considerando los intereses organizacionales.

Para alcanzar estos objetivos, se emplea una metodología mixta que combina el análisis cualitativo y cuantitativo de la información, lo que permite realizar análisis numéricos, interpretaciones, caracterizaciones y la toma de decisiones basada en los resultados obtenidos. Las conclusiones y recomendaciones presentadas en el estudio están fundamentadas en los informes analizados, respondiendo a cada uno de los objetivos planteados. En definitiva, se demuestra la gran importancia que tienen los sacos de yute para la empresa, subrayando su valor estratégico en la importación y comercialización, y consolidándolos como una política y modelo de negocio vigente.

Palabras clave: Control de alimentos, inventario, producción

ABSTRACT

The research project titled "Analysis of the inventories of the company Districamp S.A." Examine problems related to the company's inventories, using information from financial reports from national and international sources of recognized prestige. The study aims to identify, determine and compare relevant aspects for the importation of jute bags, considering organizational interests.

To achieve these objectives, a mixed methodology is used that combines qualitative and quantitative analysis of information, which allows numerical analysis, interpretations, characterizations and decision-making based on the results obtained. The conclusions and recommendations presented in the study are based on the analyzed reports, responding to each of the stated objectives. In short, it demonstrates the great importance of jute bags for the company, underlining their strategic value in importing and marketing, and consolidating them as a current policy and business model.

Keywords: *Food cost control, inventory management, production accounting*

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
ENFOQUE DE LA PROPUESTA	2
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Formulación del Problema.....	3
1.4 Sistematización Del Problema.....	3
1.5 Objetivo General	3
1.6 Objetivos Específicos	3
1.7 Justificación.....	4
1.8 Delimitación Del Problema	4
1.9 Idea a Defender	5
1.10 Línea de Investigación Institucional / Facultad.	5
CAPÍTULO II	6
MARCO REFERENCIAL.....	6
2.1 Antecedentes del problema.....	6
2.1.1. Marco Organizacional.....	7
2.1.1.1. Descripción general de la entidad.....	7
2.1.1.2. Misión	8
2.1.1.3. Visión.....	8
2.1.1.4. Propósito	8
2.1.1.5. Valores Corporativos	9
2.1.1.6. Estructura Organizacional	10
2.2 Bases teóricas.....	11
2.2.1 Inventarios físicos.....	11
2.2.2 Gestión de inventarios.....	13
2.2.3. Teoría de la Gestión de Inventarios	14
2.2.4. Tipos de costos	16
2.2.5. Elementos del costo	17
2.2.5.1 Materia prima	17
2.2.5.2 Mano de Obra	18
2.2.5.3 Mano de obra directa	18

2.2.5.4 Costos indirectos de fabricación.....	18
2.2.6. Estado de costos de producción	19
2.2.7. Estructura del informe	20
2.2.8 Análisis ABC de Inventarios	21
2.2.9. Sistema de inventarios	22
2.2.10. Sistema de inventarios periódicos.....	22
2.2.11. Sistema de inventario permanente.....	22
2.2.12. El sistema de información de costos frente al sistema de producción	23
2.2.13. Teoría Logística y Cadena de Suministro.....	24
2.2.14. Teoría de la Demanda y Pronósticos	24
2.3 Marco Conceptual	25
2.3.1Definición de Control Interno	25
2.3.2 Control Interno.....	25
2.3.3 Relevancia del Control de Inventarios.....	26
2.3.4 Objetivos del Control de Inventarios.....	27
2.3.5 Actividades de Control Específicas	27
2.3.6 Gestión de stock.....	27
2.4 Marco Legal.....	28
2.4.1 Ley de Compañías	28
2.4.2 NIC 2 Inventarios.....	29
2.4.3 Contabilidad De Los Comerciantes O Empresarios	30
2.4.4 Ley Orgánica para el Desarrollo de la Acuicultura y Pesca.....	31
CAPÍTULO III	33
MARCO METODOLÓGICO	33
3.1 Enfoque de la investigación.....	33
3.2 Alcance de la investigación	33
3.3 Técnica e instrumentos para obtener los datos.....	34
3.4 Población y muestra	35
3.4.1 Población.....	35
3.4.2 Muestra	35
3.5. Recopilación de los resultados.....	36
3.5.1 Resultado De La Entrevista Realizada Al jefe de Producción.....	36
3.6. Conclusiones de las entrevistas.	40

3.6.1 Conclusiones Entrevista al Jefe de Producción.....	40
3.6.2 Observación directa al Depat. de Producción y Dept. de Contabilidad.....	41
3.6.2.1. Análisis de los resultados de las encuestas	44
3.6.3 Conclusiones observación directa al Departamento de Contabilidad.....	69
3.6.4 Conclusiones de la observación directa al Departamento de Producción	70
3.6.5 Conclusiones Generales	70
3.7 Resultados De La Técnica De Observación.....	71
3.7.1 Observación directa al Depto. de Producción y Depto. de Contabilidad	71
3.7.2. Fases de la investigación	72
3.7.3. Muestra de toma física de inventarios.....	73
3.7.4. Productos de mayor demanda en la empresa “Districamp S.A”	73
CAPÍTULO IV	75
4.1 Antecedentes	75
4.1.1 Objetivo general	76
4.1.2 Objetivos específicos	76
4.2 Presentación y Análisis de Resultados	77
4.2.1 Presentación de Resultados.....	77
Desempeño Actual del Sistema de Inventarios:.....	77
4.2.1.1. Impacto en la Gestión Financiera:.....	78
4.2.1.2. Eficiencia Operacional:.....	78
4.2.2 Análisis de Resultados	78
4.2.2.1. Análisis de la Precisión en los Registros	78
4.2.2.2. Impacto Financiero de las Discrepancias:	79
4.2.2.3. Evaluación de la Eficiencia Operacional:.....	79
4.2.3 Análisis de los estados financieros de la empresa.	80
4.2.3.1. Análisis de los Estados Financieros	85
4.2.4 Método Fifo.....	86
4.2.5 Plan De Mejora Del Método Fifo	87
CONCLUSIONES.....	88
RECOMENDACIONES	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	9
Figura 2	10
Figura 3	13
Figura 4	14
Figura 5	15
Figura 6	16
Figura 7	23
Figura 8	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1: ¿Nuestros cliente-s prefieren Probenzy Peletizado sobre otros productos?	44
Gráfico 2: ¿Fertysoil es considerado un producto de alta calidad por nuestros clientes?	45
Gráfico 3: ¿Los clientes entienden bien las diferencias entre Probenzy y Probenzy Peletizado?	47
Gráfico 4: ¿La mayoría de los clientes están satisfechos con los resultados al usar Fertysoil?	48
Gráfico 5: ¿Los productos peletizados son más difíciles de vender que otros tipos de alimentos?	49
Gráfico 6: ¿Tengo todos los recursos necesarios para superar los obstáculos en el cierre de ventas?	51
Gráfico 7: ¿Las estrategias actuales son efectivas para que los clientes elijan nuestros productos sobre la competencia?	52
Gráfico 8: ¿La estacionalidad afecta significativamente las ventas de nuestros productos?	53
Gráfico 9: ¿Las promociones y descuentos que ofrecemos son efectivas para atraer nuevos clientes?	54
Gráfico 10: ¿Tenemos una buena relación con los clientes actuales?	55
Gráfico 11: ¿Los clientes están bien informados sobre las características de nuestros productos?	56
Gráfico 12: ¿Los clientes comprenden bien los beneficios de usar Probenzy Peletizado?	58
Gráfico 13: Pregunta	59

Gráfico 14: ¿Me siento suficientemente capacitado sobre todos los aspectos de nuestros productos?	61
Gráfico 15: ¿Nuestros productos son percibidos como superiores a los de la competencia?	62
Gráfico 16: ¿Los puntos fuertes de la competencia afectan nuestras ventas significativamente?	63
Gráfico 17: ¿Considero que algún producto de la competencia es una amenaza directa para nuestras ventas?	64
Gráfico 18: ¿El proceso de entrega de los productos a los clientes es eficiente?.....	65
Gráfico 19: ¿No he notado problemas en la cadena de suministro que afecten las ventas?.....	67
Gráfico 20: ¿Nuestra distribución actual es suficiente para llegar a todos los clientes potenciales?.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Representación De La Población	36
Tabla 2 Técnica de observación al departamento de contabilidad	42
Tabla 3 Técnica de la observación al departamento de producción	43
Tabla 4 Productos más vendidos “Districamp s.a” sobre el manejo y control de inventarios	73
Tabla 5 Productos con mayor demanda Districamp S.A	74
Tabla 6 Estado de Situación Financiera Districamp 2022	80
Tabla 7 Estado de Situación Financiera Districamp 2022	83

INTRODUCCIÓN

El mercado ecuatoriano debido a diversos factores exige la utilización e implementación de varios tipos de herramientas, que permitan el uso correcto y eficiente para el manejo de los recursos que posea la empresa, para así poder ser competitivos y poder cumplir con las expectativas que exige el mercado, en los insumos acuícolas se requieren de tres elementos básicos para que el producto sea aceptado en el mercado que son: la calidad, el precio y el servicio prestado por las mismas.

Por eso, muchas empresas basan su éxito económico en el adecuado desarrollo armonioso de sus operaciones administrativas, productivas y comerciales. Es por esto que un sólido control interno se convierte en uno de los aspectos más críticos para la empresa. Surge un nuevo concepto de control interno que ofrece una estructura común para alcanzar los objetivos y metas institucionales, especialmente para las pequeñas y medianas empresas que necesitan asesoría operativa, financiera y normativa adecuada.

En la actualidad, un buen control interno de inventarios tiene un papel crucial en las empresas independientemente de su tamaño. Entre sus responsabilidades se encuentra la custodia y la regulación de los inventarios, lo que permite un control y manejo eficaz de los mismos. Además, deben asegurarse de que los despachos se realicen de forma rápida y sin contratiempos. Por lo tanto, es fundamental que el encargado de bodega reciba información clara y precisa de la alta gerencia, para que el personal pueda enfocar sus esfuerzos y definir las funciones. El éxito en el crecimiento de una empresa depende en gran medida de cómo se gestione su inventario, ya que desempeña un papel fundamental en la planificación y ejecución de las operaciones de la empresa. Donde todas las actividades siguen un patrón calculado para lograr una acción conjunta y rigurosa en el cumplimiento de su meta específica.

CAPÍTULO I

ENFOQUE DE LA PROPUESTA

1.1 Tema

Análisis del control interno del área de inventario en la Empresa Districamp S.A dedicada a la fabricación y distribución de insumos acuícolas.

1.2 Planteamiento del Problema

Districamp S.A, una empresa situada en el Km 19.5 de la vía la costa, se ha dedicado de forma constante a la producción y distribución de productos acuícolas. En la actualidad, existe una situación en la que no se puede determinar con precisión la cantidad de productos terminados disponibles, lo que conlleva a un control deficiente e inadecuado del inventario. Esto dificulta la tarea de establecer los niveles de inventario de dichos productos.

El problema se origina en la carencia de inventario, evaluación y control del manejo de las materias primas, lo que implica a una falta de visibilidad sobre la existencia de los productos. Además, se nota desorganización en el área de bodega, ya que la mayoría de las materias primas no tienen un lugar designado para su almacenamiento, provocando un desorden y congestión en el área.

Otro motivo es la falta de un sistema de registro para controlar la entrada, salida y existencia de los materiales. Todo lo que se ha mencionado antes lleva consigo a la pérdida de clientes y dinero, ya sea por robos o por la pérdida de materias primas que lleva a desperdiciar tiempo y dificulta la fabricación del producto.

1.3 Formulación del Problema

¿Qué metodologías y técnicas de auditoría se deberían de aplicar para un sistema de control interno adecuado en la empresa Districamp S.A.?

1.4 Sistematización Del Problema

- ¿Qué fortalezas y debilidades presenta el sistema de control interno del área de inventario de Districamp S.A.?
- ¿Qué oportunidades de mejora existen para fortalecer el sistema de control interno del área de inventario de Districamp S.A.?
- ¿Qué impacto tiene el sistema de control interno del área de inventario en la confiabilidad de la información financiera de Districamp S.A.?

1.5 Objetivo General

Analizar el sistema de control interno del área de inventario en Districamp S.A., mediante la aplicación de metodologías y técnicas de auditoría.

1.6 Objetivos Específicos

- Describir la situación actual en el proceso del control interno de inventario.
- Identificar las fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora del sistema de control interno del área de inventario en Districamp S.A.
- Optimizar la gestión de inventarios, lo que se traducirá en menores costos y mayor eficiencia.

1.7 Justificación

El inventario representa una inversión significativa para la empresa, tanto en materias primas como en productos terminados. Un control interno deficiente en esta área podría exponer a la empresa a pérdidas por hurto, obsolescencia, errores de registro o fraude. La gestión del inventario afecta directamente la rentabilidad y la posición financiera de la empresa. Un control interno efectivo en esta área permitirá obtener información financiera confiable para la toma de decisiones estratégicas.

DISTRICAMP S.A. debe cumplir con diversas leyes y regulaciones relacionadas con el manejo de inventarios, como las normas de control de calidad, las disposiciones fiscales y las leyes laborales. Un control interno adecuado garantizará el cumplimiento de estas obligaciones. Un control interno eficiente en el área de inventario permitirá optimizar la gestión de los stocks, reducir los costos de almacenamiento y transporte, y mejorar la rotación de los productos.

La investigación busca brindar un aporte en los controles de inventario, para garantizar confiabilidad de la información financiera y promover el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

1.8 Delimitación Del Problema

La presente investigación analiza el control interno de inventarios en la empresa Districamp S.A. y su manejo en el área de bodega, siendo su delimitación:

Ubicación: Districamp S.A.

Tipo de empresa: Medianas

Sector: Comercial

Principal actividad: Venta y Fabricación de insumos acuícolas.

Periodo de tiempo: 2024

1.9 Idea a Defender

La efectividad del control interno actual en el área de inventario de Districamp S.A. es fundamental para garantizar la integridad y confiabilidad de la información financiera, así como la reducción de costos operativos, prevenir la obsolescencia y roturas, la empresa podrá satisfacer de manera más eficiente la demanda del mercado, incrementando su competitividad y éxito a largo plazo.

1.10 Línea de Investigación Institucional / Facultad.

Línea institucional

Línea 4. Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

Contabilidad, finanzas, auditoría y tributación

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes del problema

Para el presente proyecto se toma como referencias estudios realizados por otros autores.

El trabajo de investigación realizado por Aguilar, (2021) define el control de inventarios como el proceso mediante el cual una empresa gestiona las mercancías almacenadas en su bodega, con el objetivo de recopilar información de la entrada y salida de los productos, buscando además el ahorro de costos (pág. 1)

Estos conceptos serán aplicados y desarrollados en el presente proyecto, con el fin de proponer estrategias que optimicen la administración de inventarios y, por ende, mejoren la salud financiera de la empresa.

Para Cruz (Fernández, 2018) ,el inventario, sea cual sea la naturaleza de lo que contiene, consiste en un listado ordenado y valorado de productos de la empresa El inventario, por lo tanto, asiste a la empresa en la provisión de sus almacenes y bienes, lo cual beneficia el proceso comercial o productivo y facilita la disposición de estos recursos. (p.3)

Según Vélez Vélez & Pazmiño Linares (2022), el inventario permite poder establecer la cantidad de mercancía, productos en proceso, productos terminados, materia prima y suministros de forma equilibrada. Para alcanzar esta situación, es fundamental establecer una administración eficiente que controle las variables del inventario. Esto requiere implementar una gestión de inventarios que permita desarrollar y mantener un control de actividades dentro del almacén que mejore la disposición, la localización y un correcto orden de las entradas y salidas de los bienes. (p.3)

Por lo tanto, la gestión de inventarios permite fortalecer el almacén, darle mayor eficiencia a los asientos contables debido al registro realizado en las diversas tarjetas de inventarios que describen las acciones realizadas tanto en el despacho de almacén, como en el área de compras, de ventas, producción, mantenimiento y servicios de una organización. todo esto se traduce en un control interno del inventario.

Según Campozano (2020), es necesario que las empresas lleven algún control sobre sus inventarios para asegurar la continuidad del proceso productivo. Pero un control excesivo de todos y cada uno de los productos o materias primas tendría un costo excesivo, por lo que es necesario determinar qué control se establece para evitar la sobre valoración de los inventarios. (p.7)

Por tanto, un buen sistema de control aumenta las posibilidades de alcanzar los objetivos de la organización y desempeñan un papel importante en la gestión financiera de la empresa.

2.1.1. Marco Organizacional

2.1.1.1. Descripción general de la entidad

DISTRICAMP S.A. (Distribuciones de Campo) es una empresa joven con capital ecuatoriano, que fue fundada hace 8 años en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, como resultado de una iniciativa emprendedora enfocada en ofrecer soluciones especializadas para sectores clave del país. Desde su creación, DISTRICAMP S.A. se ha dedicado a la distribución de productos dirigidos a las industrias acuícola, agrícola y veterinaria, respondiendo a las necesidades técnicas de estos sectores con una oferta de productos innovadores y de alta calidad.

La empresa se ha consolidado en el mercado gracias a su compromiso con la excelencia y su capacidad para adaptarse a las cambiantes demandas del sector. Los

productos que distribuye son seleccionados cuidadosamente para cumplir con los más altos estándares internacionales, asegurando que los clientes reciban soluciones eficaces y confiables.

A lo largo de su trayectoria, DISTRICAMP S.A. ha trabajado estrechamente con productores, y especialistas en el área, entendiendo las particularidades de cada sector y proporcionando productos que no solo cumplen con las expectativas, sino que también mejoran la productividad y el rendimiento. Su enfoque en la calidad y la innovación ha permitido a la empresa ganar la confianza de sus clientes y posicionarse como un proveedor líder en el mercado ecuatoriano.

2.1.1.2. Misión

Mantener una relación estrecha con nuestros clientes y proveedores para cumplir los objetivos de producción.

2.1.1.3. Visión

Estar a la vanguardia en el mercado de la comercialización de productos acuícolas, agrícolas y veterinarias.

2.1.1.4. Propósito

El propósito de DISTRICAMP S.A. es impulsar el desarrollo sostenible de los sectores acuícola, agrícola y veterinario en Ecuador, proporcionando productos innovadores y de alta calidad que satisfagan las necesidades técnicas de nuestros clientes. Nos comprometemos a ser un socio confiable en el crecimiento de sus operaciones, contribuyendo a la eficiencia y productividad a través de soluciones adaptadas a las exigencias del mercado, con un enfoque constante en la excelencia y la mejora continua.

2.1.1.5. Valores Corporativos

Los valores corporativos de la entidad evaluada son los detallados de manera gráfica por la figura 7.

Figura 1

Valores organizacionales



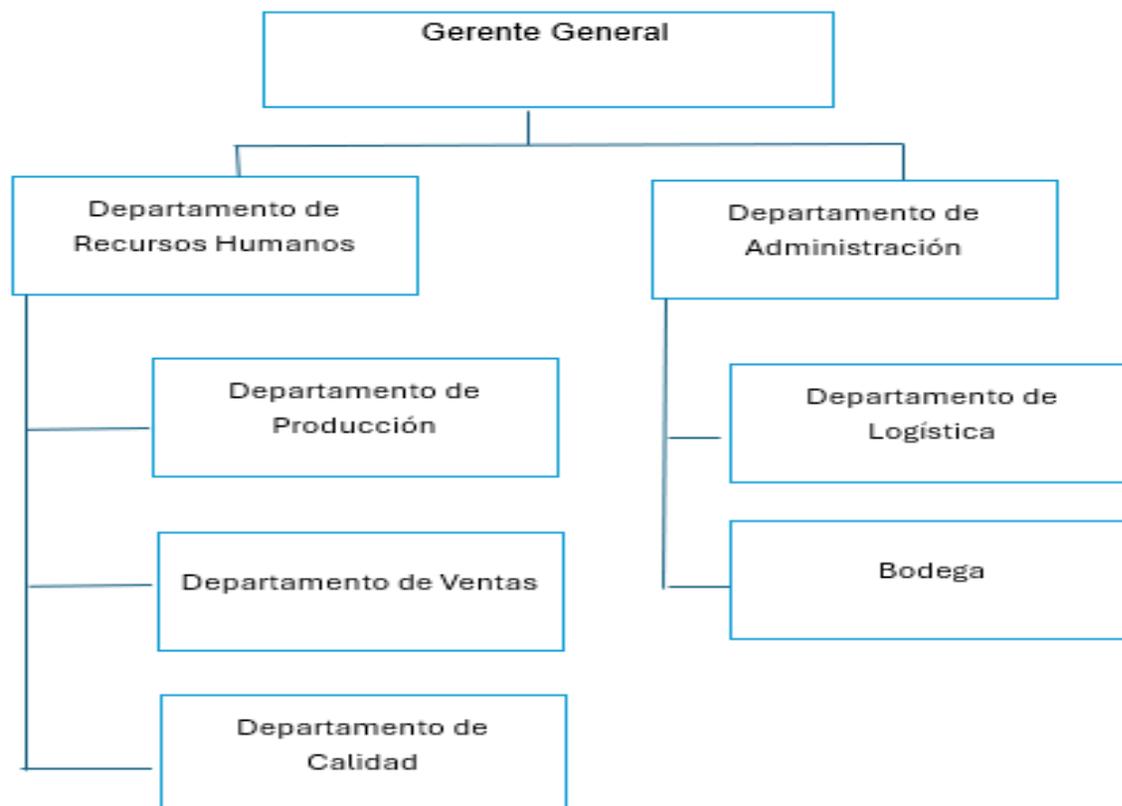
Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

2.1.1.6. Estructura Organizacional

La estructura organizacional de la entidad se detalla gráficamente en la Figura 28, donde se muestra la jerarquía y distribución de los distintos departamentos dentro de la organización, desde la Gerencia General hasta los departamentos de Recursos Humanos, Administración, Producción, Ventas, Calidad, Logística, y Bodega. Este esquema visual proporciona una representación clara de cómo se organizan y relacionan las diferentes áreas funcionales de la entidad, permitiendo una mejor comprensión de su estructura interna y flujos de comunicación.

Figura 2

Estructura organizacional



Fuente: *Districamp S.A*

Elaborado por: Bazurto y Vallejo, (2024)

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Inventarios físicos

Para Redrobán et al. (2024), sin importar el tamaño de la empresa, la gestión de inventarios es relevante, ya que representan el 50% de los activos de una empresa. Un exceso de inventario incrementa significativamente los costos. Además, es crucial tener en cuenta que los productos almacenados durante un tiempo prolongado sin rotación se vuelven obsoletos, lo que resulta en la pérdida de oportunidades de venta y de generación de utilidades (p.1).

Por otro lado, no contar con un pronóstico adecuado de la demanda real puede resultar en la falta de stock para satisfacerla, afectando los tiempos de respuesta y generando insatisfacción en los clientes. Esto no solo puede ocasionar problemas financieros, sino también llevar a la quiebra a la empresa es indispensable que las compañías cuenten con un inventario controlado, vigilado y ordenado, porque la finalidad es distribuir y abastecer de forma adecuada el material del que se dispone y cumplir con la promesa al cliente. (Camacho Zapata et al, 2020, p.4)

Para Esmena (2020), el inventario físico se realiza periódicamente sobre la mercancía y los bienes materiales para conocer las existencias físicas contables de las cuales dispone determinada organización.

El inventario físico proporciona una evaluación precisa de los suministros a nivel de inventario de materia prima y se aproxima al consumo real. Una vez hecho esto, se deben revisar los productos que allí aparecen, y confrontar con los que hay en stock.

Según Tello et al. (2020), los inventarios físicos nos ayudan a reconocer si tenemos productos con mayor stock que la demanda, podemos encontrar diferencia que existen en el almacén los cuales pueden deberse a productos en mal estado o deteriorados, robos, errores administrativos, entre otros factores. El inventario físico confirma la rotación de los productos, que es la rapidez con la que se vende la mercadería, corroborar que lo anotado en la contabilidad efectivamente existe y también permite saber el stock real del almacén. (p.28)

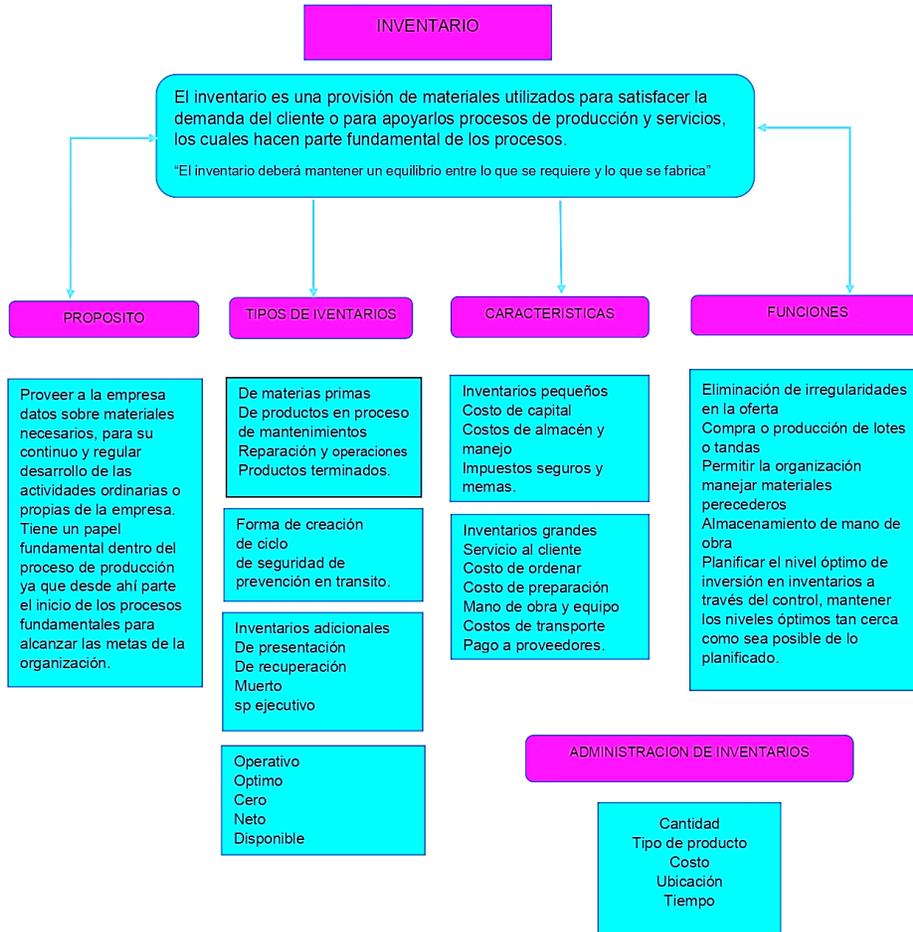
De acuerdo con Cruz (2017), todas las ventajas que contribuye el sistema de inventario físico en determinadas organizaciones son:

- Establecer la realidad en la institución
- Ponderar de manera positiva las existencias,
- Corregir las disconformidades de la información de los inscriptos y los reales”

La Norma Internacional de Contabilidad 2 (NIC 2), define los inventarios como activos que se mantienen con la intención de ser vendidos en el curso normal de las operaciones, en proceso de producción, o en forma de materiales o suministros destinados a ser utilizados en el proceso de producción, así como los que son necesarios para realizar la venta. (Escandon y otros, 2021, pág. 2)

Figura 3

Funciones y propósitos de los inventarios



Fuente: Moreno, (2021)

2.2.2 Gestión de inventarios

Para Antonia (2018), una vez establecida la necesidad de almacenar la mercancía en la empresa, se hace necesario establecer el modelo o modelos que se van a llevar a cabo en la gestión del inventario del almacén, para su elección, se deben tener en cuenta una serie de cuestiones previas.

- Los tipos de mercancías que se almacenan.
- Mantener siempre equilibrada la demanda y el almacenamiento del producto para no aumentar los costes del almacenamiento de forma innecesaria.
- La inversión en el inventario como el personal, transporte, gestión de perecederos, seguridad, mantenimiento del almacén, etc.
- La demanda del producto, la entrega de los proveedores, la entrega al cliente, el ciclo de vida del producto, entre otros factores.

Figura 4.
Proceso para la gestión de inventarios



Fuente: Camacho Zapata et al. (2020)

2.2.3. Teoría de la Gestión de Inventarios

2.2.3.1. Modelo EOQ (Economic Order Cantidad): Para Quispe (2019), el modelo EOQ (Economic Order Quantity) o en español cantidad económica de pedido, calcula la cantidad que debe pedirse “Q”, el control continuo del inventario, el punto de reorden y minimizar los costos de colocación de pedido y costos de mantenimiento de inventarios. La siguiente fórmula calcula “Q” la cantidad óptima a pedir.

Figura 5
Formula Modelo EOQ

$$Q = \sqrt{\frac{2DCP}{CMI}}$$

Q= cantidad óptima de pedido

D= la demanda anual

CP= costo de pedido (S/)

CMI= costo de mantenimiento (S/)

Fuente: Quispe Quispe, (2019)

2.2.3.2. Modelo de punto de reorden: Según Corvo (2021), el punto de reorden es la cantidad mínima de existencia de un artículo, de modo que cuando el stock llegue a esa cantidad, el artículo debe reordenarse. Este término hace referencia al nivel de inventario que desencadena una acción para reabastecer ese inventario específico. El punto de reorden puede variar para cada artículo, dado que estos pueden presentar una demanda distinta y requerir diferentes tiempos de entrega, para recibir su reposición de parte del proveedor. (pág. 1)

2.2.3.3. Stock de seguridad: La imprevisibilidad de la demanda y los tiempos de entrega hace que el cálculo del punto de reorden sea una estimación. El stock de seguridad funciona como un respaldo frente a estas variaciones. Determinar el nivel óptimo de stock de seguridad requiere un análisis cuidadoso de los costos y beneficios, considerando el riesgo de perder ventas por falta de inventario y los costos asociados a mantener un exceso de inventario.

La demanda de productos y los tiempos que tardan los proveedores en entregarlos son impredecibles. Por eso, calcular el momento exacto para hacer un nuevo pedido es una estimación. El stock de seguridad nos ayuda a protegernos de estas fluctuaciones. Decidir la cantidad ideal de este stock extra requiere analizar

cuidadosamente los costos y beneficios. Por un lado, tener muy poco stock puede llevar a quedarnos sin productos y perder ventas. Por otro lado, tener demasiado stock aumenta los costos de almacenamiento

Figura 6

Formula punto de reorden

Punto de reorden

$$P_r = B + \bar{D}L$$

B = Inventario de seguridad

P = Punto de reorden

L = Tiempo de entrega

D = Demanda

Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

2.2.3.4. Método justo a tiempo: JIT es una filosofía de producción japonesa que se enfoca en eliminar el desperdicio. La idea es que los componentes lleguen a la línea de producción en el momento exacto en que se requieren, evitando así tener grandes almacenes de materia prima o productos terminados. Esto conduce a una mayor eficiencia y menores costos.

2.2.4. Tipos de costos

El análisis de inventarios implica comprender los diferentes tipos de costos asociados con los inventarios:

Costos de Adquisición: Los costos de adquisición de la materia prima comprenden el precio de compra, aranceles de importación, impuestos que no pueden recuperarse (o que no generen crédito fiscal), así como los gastos relacionados con el transporte, almacenamiento, servicios y otros desembolsos que se pueden atribuir a la adquisición. También se deben deducir los descuentos correspondientes. (Acosta de Mavárez et al., 2021, p. 496)

Costos de Mantenimiento: El mantenimiento reduce los costos y prolonga la vida útil de la maquinaria y el equipo hasta un 50%. (Arroyo Vaca & Obando Quito, 2022)

Costos de Ruptura de Stock: Este es el costo que la empresa enfrenta cuando no puede satisfacer la demanda debido a la falta de inventario en el almacén o establecimiento. (Larreatigue Solórzano, 2019)

2.2.5. Elementos del costo

Al referirnos a los elementos, hablamos de los componentes de un producto que se aplican a cada etapa de producción. La naturaleza de cada componente determina cómo será inventariado, controlado y, en consecuencia, contabilizado. Así, cada elemento tendrá su correspondiente asignación de costos. Los elementos que forman parte del costo son:

- Materia prima
- Mano de obra directa
- Costos indirectos de fabricación

2.2.5.1 Materia prima

El primer elemento del costo es la materia prima, que se compone de "materiales" divididos en directos e indirectos según su relevancia. Para fines de estudio, cuando hablamos de materia prima, solo nos referimos a los materiales directos; los materiales indirectos se incluyen dentro de los costos indirectos de fabricación. Los materiales directos son aquellos que se someterán a procesos de manufactura o transformación para cambiar sus características físicas o químicas y que no se pueden identificar con los productos terminados.

2.2.5.2 Mano de Obra

El primer elemento del costo es la materia prima, que se compone de "materiales" divididos en directos e indirectos según su relevancia. Para fines de estudio, cuando hablamos de materia prima, solo nos referimos a los materiales directos; los materiales indirectos se incluyen dentro de los costos indirectos de fabricación. Los materiales directos son aquellos que se someterán a procesos de manufactura o transformación para cambiar sus características físicas o químicas y que no se pueden identificar con los productos terminados.

2.2.5.3 Mano de obra directa

La mano de obra se refiere al esfuerzo humano utilizado en la conversión de la materia prima en un producto terminado. Al igual que la materia prima, se clasifica en mano de obra directa e indirecta. Para fines de estudio, al hablar de mano de obra, nos referimos a la mano de obra directa, mientras que la mano de obra indirecta se incluye en los costos indirectos de fabricación. La mano de obra directa son los salarios pagados a las personas que participan directamente en la transformación de la materia prima y que se pueden identificar o cuantificar claramente con los productos terminados.

La mano de obra indirecta abarca el tiempo invertido en mantener en funcionamiento la planta productiva, pero no se relaciona directamente con los productos. Por lo tanto, este elemento del costo, al igual que la materia prima indirecta, se contabiliza dentro de los costos indirectos de fabricación.

2.2.5.4 Costos indirectos de fabricación

El tercer elemento del costo se identifica después de haber considerado la materia prima y la mano de obra directa, que son partes esenciales en la fabricación del producto. Ahora se procede a identificar los costos indirectos de fabricación, los cuales no se

pueden cuantificar de manera individual en relación con el costo de los productos, ya que incluyen todos los gastos necesarios para mantener una planta productiva en operación.

Los costos indirectos de fabricación comprenden todos los insumos, servicios, talento humano y equipos utilizados de forma indirecta para fabricar el producto. Entre ellos se incluyen las depreciaciones de propiedades, planta y equipo, así como los seguros.

Entre los principales conceptos que conforman los costos indirectos de fabricación, se encuentran los siguientes:

- Mano de obra indirecta
- Energía eléctrica de fábrica
- Seguros consumidos en fábrica
- Combustibles y lubricantes de fábrica
- Repuestos y accesorios de fábrica
- Depreciación de edificios de fábrica

2.2.6. Estado de costos de producción

Para Chagolla Farias et al. (2019), el estado de costos de producción y ventas es un reporte interno resultante de la información contenida en la Contabilidad administrativa. Este reporte le va mostrando al usuario, paso a paso en términos monetarios, como va fluyendo el costo de los productos manufacturados. Comenzando con lo que se tenía de mercancía, así como de producción en proceso y artículos terminados al inicio del periodo. Posteriormente, muestra cuánto se utilizó de materia prima directa, mano de obra directa y gastos indirectos de fabricación, para trabajar las unidades pertenecientes al lapso anterior, así como las que se introdujeron en este periodo (la suma de materiales directos, mano de obra directa y gastos indirectos de fabricación da como resultado el costo de producción del periodo). (pág. 47)

Al final se analiza cuánto quedo en los inventarios finales de los materiales, producción en proceso y artículos terminados. Al importe del costo de producción del periodo se le adiciona el valor del inventario inicial de producción en proceso y se le resta lo que no se terminó durante ese período, se obtiene el valor de las unidades finalizadas. De igual forma, si al monto de las unidades terminadas se le suma el valor del inventario inicial de artículos terminados y se resta lo que permanece en el almacén, se obtiene el resultado correspondiente de estos productos, es decir, el valor del inventario final de artículos terminados se obtiene el valor de las unidades vendidas.

El Informe de producción incluye el costo de los tres elementos durante un periodo específico, que puede ser una semana o un mes. Este informe detalla cada uno de los procesos, la cantidad de unidades en fabricación y los resultados al final del periodo, como producción en proceso, terminada, averiada, defectuosa, y pérdidas normales (merma) y anormales.

También se indica, salvo en el caso de los artículos terminados, el grado de avance en la elaboración de los productos. Aunque no se considera un estado básico, ya que no todas las empresas pueden prepararlo, es crucial para aquellas que se dedican a la producción de bienes. Al igual que el estado de resultados, este estado es dinámico, lo que significa que se refiere a un periodo de la vida de la entidad y no a una fecha específica, como ocurre con el balance general.

2.2.7. Estructura del informe

El informe se compone de un encabezado, un cuerpo y las firmas correspondientes. El encabezado incluye el nombre de la compañía, el título del informe, que en este caso es “Estado de costo de producción”, y el periodo de información.

El cuerpo del informe está formado por las cuentas que revelan información, que en resumen son los inventarios de materias primas, los inventarios de productos en proceso y los costos indirectos. A través de fórmulas se calculará el costo de producción.

Las firmas de responsabilidad son necesarias en el documento, indicando quién lo elabora y quién lo aprueba.

Los inventarios de materiales comienzan con un saldo inicial al que se suman las compras de materiales. Esto da como resultado los materiales disponibles para la producción. Luego, restando el inventario final de materiales, se obtienen los materiales consumidos. La diferencia entre los materiales disponibles para la producción y el inventario final de materiales son los materiales que se cargan al inventario de productos en proceso, tanto contable como productivamente.

En el área de la mano de obra directa y los cargos indirectos, es importante recordar que estas cuentas deben quedar en saldo cero al final del ejercicio. Estas cuentas se cargan al inventario de productos en proceso al igual que la materia prima. Así, partiendo de la materia prima consumida, más la mano de obra directa y los cargos indirectos, se obtiene el costo incurrido (cargos a producción).

En la parte final del informe, en el área de productos en proceso, se toma el costo incurrido y se le resta el inventario final de productos en proceso, lo que da como resultado el costo de la producción terminada, equivalente al producto terminado.

De esta manera, el estado de costo de producción se puede entender como un resumen de las cuentas mayores que intervienen en el proceso contable de la producción.

2.2.8 Análisis ABC de Inventarios

Clase A: Son artículos críticos que requieren una gestión meticulosa debido a su elevado impacto financiero. Aunque son pocos en número, representan una gran parte del costo total del inventario, por lo que necesitan un control riguroso y una rotación frecuente.

Clase B: Estos artículos tienen un valor medio y, aunque no son tan críticos como los de Clase A, aún necesitan una atención significativa. La frecuencia de su revisión y el nivel de gestión se sitúan entre los artículos de Clase A y Clase C.

Clase C: Incluyen artículos de menor valor unitario, que constituyen la mayoría de los ítems del inventario en términos de cantidad. Estos artículos tienen un impacto financiero bajo y suelen gestionarse con un control menos estricto y revisiones menos frecuentes.

2.2.9. Sistema de inventarios

Un sistema de inventarios es un conjunto organizado de reglas, métodos y procesos implementados de forma sistemática para planificar y gestionar los materiales y productos utilizados en una organización. Es una herramienta que permite a las entidades, ya sean públicas o privadas, llevar un control administrativo más eficiente sobre la disponibilidad de materiales y bienes.

2.2.10. Sistema de inventarios periódicos

Según Manosalvas (2020), el sistema de inventario periódico se ejecuta por conteos físicos, de este modo el método del sistema de inventario periódico permite calcular el costo de Las mercaderías, al dividir el saldo entre el número de unidades en el momento en que se produce una salida del almacén, requieren realizar un conteo físico para establecer las cantidades disponibles. (pág. 289)

2.2.11. Sistema de inventario permanente

Según Mayo et al. (2017), el sistema de inventarios permanente permite a la empresa conocer en cualquier momento el valor de los inventarios y el costo. Se emplean tarjetas Kárdex para registrar la adquisición, valoración y evaluación de inventarios.

Este sistema es utilizado por grandes empresas, ya que la información sobre inventarios es crucial para la toma de decisiones. (pág. 258)

Figura 7

Cuadro comparativo inventario periódico, inventario permanente

Inventario Periódico	Inventario Permanente
Inventario contabilizado en intervalos específicos.	Inventario actualizado continuamente.
Al final de un período determinado (mensual, trimestral, anual).	Continuamente, en tiempo real.
Conteo físico realizado en intervalos regulares.	Monitoreo constante con conteos físicos periódicos para verificación.
No se registran continuamente; se ajusta al final del período.	Se registran todas las transacciones inmediatamente.
Menos preciso en tiempo real.	Altamente preciso y controlado.

Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

2.2.12. El sistema de información de costos frente al sistema de producción

Para Rincón-Soto (2019), el sistema de información contable de costos presenta datos que permiten realizar un seguimiento a la entrada, el proceso y la salida de información, esta última está constituida por los informes en los que se describe cómo se presentó y cómo, finalmente, resultó el valor financiero después de las transacciones -entradas- desarrolladas en el sistema de producción esto se debe a que abarca el proceso de gestión de los valores, y cada vez que se lleva a cabo una transacción de compra, venta, fabricación o transformación se genera una salida y una entrada de valores que se registran en el sistema de información. (pág. 197)

El sistema de producción está compuesto por elementos y acciones tangibles que se reflejan en información. Este sistema gestiona la compra de materiales, su recepción en el almacén, su traslado a la fábrica, la fabricación de productos, la salida de los productos terminados y su venta. Esto permite comparar con los ingresos y determinar la utilidad de la empresa.

El sistema de información clasifica y organiza los datos del sistema de producción según diversas características. Estos elementos facilitan su representación y proporcionan información a los usuarios, quienes analizan y toman decisiones basadas en estos datos. Los informes generados por el sistema de información se convierten en un conjunto de indicadores que se utilizan para representar las variaciones y el estado de los recursos.

2.2.13. Teoría Logística y Cadena de Suministro

La teoría de la logística y la cadena de suministro se centra en la gestión eficaz del flujo de bienes desde el proveedor hasta el cliente final. Incluye estrategias como:

- Gestión de la Cadena de Suministro (SCM) Implica la coordinación y optimización de todas las actividades relacionadas con la producción, el manejo y la distribución de productos.
- Tecnologías de Información Utiliza sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) y otros softwares de gestión de inventarios para mejorar la visibilidad y el control de los inventarios.

2.2.14. Teoría de la Demanda y Pronósticos

El análisis de inventarios también requiere un sólido entendimiento de las teorías de la demanda y técnicas de pronóstico para prever las necesidades futuras de inventario. Esto incluye:

- Modelos de Pronóstico Cuantitativo: Métodos estadísticos como el promedio móvil, la suavización exponencial y la regresión.
- Modelos de Pronóstico Cualitativo: Basados en la opinión de expertos y el análisis de mercado.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Definición de Control Interno

El control interno se refiere al conjunto de políticas, procedimientos y prácticas diseñadas para proporcionar una seguridad razonable de que los objetivos de la empresa se alcanzan en tres áreas principales:

- Eficiencia y efectividad operativa.
- Fiabilidad de los informes financieros.
- Cumplimiento de leyes y normativas aplicables.

2.3.2 Control Interno

Según Cabrera Encalada et al. (2021),

El control interno es favorable para la entidad por cuanto permite la consecución de objetivos en base a los cambios que se implementan. Entre los principales beneficios se puede mencionar: promueve la optimización de gestión institucional tanto a nivel administrativo como de otros espacios de la entidad, evitar la corrupción, fortalece a la institución para conseguir sus objetivos evitando la pérdida de recursos, asegura que la entidad cumpla con la normativa vigente permitiendo mantener la imagen institucional positiva ante el usuario interno y externo. (pág. 700)

El modelo COSO es el más ampliamente aceptado para el control interno, identificando cinco componentes esenciales:

- **Ambiente de Control:** La cultura y entorno de control dentro de la empresa.
- **Evaluación de Riesgos:** Identificación y análisis de riesgos relevantes.
- **Actividades de Control:** Políticas y procedimientos que aseguran la implementación de las directrices de gestión.
- **Información y Comunicación:** Sistemas que permiten la recopilación y el intercambio de información relevante.
- **Monitoreo:** Evaluaciones continuas o periódicas del sistema de control interno.

2.3.3 Relevancia del Control de Inventarios

Se debe tener en cuenta que los ingresos de un negocio son generados por las ventas. Por lo que, teniendo un inventario controlado, se puede obtener información indispensable para conocer a ciencia cierta la disponibilidad y el estado de los productos. Esta es una de las razones más importantes del control de inventarios. (Prieto, 2023)

El control de inventarios es crítico en empresas manufactureras y de distribución, como Districamp S.A., ya que:

- Afecta directamente el costo de los bienes vendidos.
- Incide en la gestión del efectivo y la liquidez.
- Influye en la capacidad de cumplir con los pedidos de los clientes.

2.3.4 Objetivos del Control de Inventarios

Samaniego (2019), señala que el objetivo principal en el control del inventario es optimizar las actividades de la empresa, basándose en tres aspectos fundamentales:

servicio al cliente, la gestión de inventarios y costos operativos permite a las organizaciones obtener una visión clara sobre la disponibilidad de los materiales e insumos que utilizan para la producción de sus diversos productos o servicios. (pág. 140)

- Minimizar los costos asociados con almacenamiento y obsolescencia.
- Detectar y prevenir fraudes y pérdidas.

2.3.5 Actividades de Control Específicas

Recepción de Inventarios Procedimientos para verificar y registrar adecuadamente los bienes recibidos.

Almacenamiento Prácticas para mantener los inventarios organizados y protegidos.

Despacho de Inventarios Controles para asegurar que los despachos se registren correctamente.

Reconciliación de Inventarios Comparación regular entre los registros contables y los inventarios físicos.

2.3.6 Gestión de stock

La gestión de inventarios es crucial para el funcionamiento de las organizaciones, ya que tanto la producción como el suministro a los clientes dependen de ella. Un control eficiente de los inventarios permite a las empresas equilibrar la oferta y la demanda, evitando tanto la falta de productos que podría afectar la satisfacción del cliente, como el exceso de inventario que podría generar costos innecesarios. Así mismo, una gestión adecuada de inventarios facilita la planificación de la producción y la toma de decisiones

estratégicas, permitiendo a las empresas adaptarse rápidamente a las variaciones del mercado y mejorar su eficiencia operativa. (Pacheco, 2019)

Es fundamental determinar con exactitud la cantidad adecuada de cada producto que debe mantenerse en la empresa, de modo que los costos de almacenamiento se mantengan al mínimo. Igualmente, es crucial saber cuándo adquirir los materiales para evitar situaciones de desabastecimiento. (Moreno & Jurado, 2019)

Mantener un inventario excesivo puede causar problemas operativos, como demoras en la búsqueda de productos y errores en el conteo. Además, tener más cantidad de lo necesario incrementa los riesgos de daños y otros inconvenientes. Sin embargo, disponer de altos niveles de inventario también puede ser estratégico, ya que permite acelerar las entregas, mejorar la confiabilidad y ofrecer un mejor servicio al cliente.

2.4 Marco Legal

2.4.1 Ley de Compañías

Art. 289.- Los administradores de la empresa tienen la obligación de elaborar, dentro de un plazo máximo de tres meses a partir del cierre del ejercicio económico anual, el balance general, el estado de resultados y la propuesta de distribución de utilidades. Estos documentos deben ser presentados a la consideración de la junta general, junto con un informe explicativo sobre la gestión y la situación económica y financiera de la empresa. (2023)

El balance general, el estado de resultados y sus anexos mostrarán con precisión la situación financiera de la compañía a la fecha de cierre del ejercicio social correspondiente, así como el resultado económico de las operaciones realizadas durante ese ejercicio. Esta información se basará en las anotaciones registradas en los libros de

la empresa y se ajustará a lo establecido en este párrafo, en consonancia con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

Art. 290.- Todas las empresas están obligadas a llevar su contabilidad en idioma español y a expresarla en moneda nacional. Solo aquellas que estén bajo la supervisión de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros podrán llevar su contabilidad en una localidad distinta del domicilio principal de la empresa, siempre que cuenten con la autorización de dicha Superintendencia. (2023)

Art. 293.- Cada empresa debe ajustar sus métodos contables, sus libros y sus balances a lo estipulado por las leyes aplicables y a las normas y regulaciones establecidas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros para estos fines. (2023)

Art. 294.- El Superintendente de Compañías, Valores y Seguros establecerá, a través de una resolución, los principios contables que serán obligatorios para la elaboración de los balances de las empresas bajo su supervisión. (2023)

Art. 295.- La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros podrá regular la implementación de los artículos de este párrafo y desarrollar formularios para los balances y el estado de resultados que incluyan los elementos mencionados, organizados y nombrados de la manera que se considere más adecuada. (2023)

2.4.2 NIC 2 Inventarios

(Escandon y otros, 2021) Para “La norma internacional contable 2 (NIC 2) define a los inventarios como activos poseídos para ser vendidos en el curso normal de explotación en proceso de producción, venta o en forma de materiales o suministros para ser consumidos en el proceso de producción para llevar a cabo la venta.”

La norma establece los requisitos de información que deben incluirse en los estados financieros, con el objetivo de mejorar y armonizar las prácticas contables.

2.4.3 Contabilidad De Los Comerciantes O Empresarios

Art. 24.- En el libro de actos y objetos mercantiles del Registro Mercantil, se deberá inscribir la siguiente información o actos relacionados con los sujetos mercantiles descritos en este Código:

- a) La apertura y cierre de sucursales o establecimientos de comercio, así como cualquier acto relacionado con la enajenación o gravamen sobre estos.
- b) La declaración sobre la transferencia total de activos, créditos y asunción de pasivos en la adquisición de empresas o sociedades, indicando el monto y porcentaje transferido o adquirido; la inscripción se realizará con la entrega de una copia del acto o actos correspondientes o de la declaración respectiva.
- c) En el caso de empresas, las capitulaciones matrimoniales, disoluciones de la sociedad conyugal y sus liquidaciones.

Igualmente, en relación con empresas, los inventarios solemnes, testamentos, particiones, sentencias firmes o actos de adjudicación.

Los documentos que acrediten los derechos sobre una o más empresas pertenecientes a personas bajo patria potestad, tutela o curaduría de un comerciante. (Codigo De Comercio, 2019, p. 8).

“Art. 36.- Los registros y los asientos que realicen los encargados de la contabilidad en los libros de sus principales, tendrán el mismo valor que si fueran realizados por sus titulares.” (Codigo De Comercio, 2019, p. 9)

El Contrato De Operación Logística

Art. 686.- Cuando el operador logístico asuma los deberes de organización, planificación, control y ejecución de inventarios y distribución, es responsable de las pérdidas, faltas, averías, daños y/o retrasos en la entrega, salvo que acredite su ausencia de culpa, fuerza mayor o caso fortuito. (Codigo De Comercio, p. 96)

2.4.4 Ley Orgánica para el Desarrollo de la Acuicultura y Pesca

Artículo 1.- Tiene por objeto establecer el régimen jurídico para el desarrollo de las actividades acuícolas y pesqueras en todas sus fases de extracción, recolección, reproducción, cría, cultivo, procesamiento, almacenamiento, la distribución y comercialización, tanto interna como externa, junto con actividades relacionadas como el impulso a la producción de alimentos saludables; la protección, conservación, investigación, explotación y uso de los recursos hidrobiológicos y sus ecosistemas, se llevarán a cabo mediante la aplicación de un enfoque ecosistémico pesquero. De esta forma, se busca lograr un desarrollo sustentable y sostenible que garantice el acceso a la alimentación, en armonía con el medio ambiente principios y derechos establecidos en la Constitución de la República, y respetando los conocimientos y formas de producción tradicionales y ancestrales. (Ley Orgánica para el Desarrollo de la Acuicultura , 2020, p. 7)

2.4.5 Del Sistema Nacional de Acuicultura y Pesca

Artículo 10.- Sistema Nacional de Acuicultura y Pesca. Es un sistema integrado por organismos, entidades públicas y privadas, así como personas naturales y jurídicas, destinado a la coordinación, cooperación, supervisión y monitoreo de las políticas públicas y las normativas necesarias para gestionar los sectores acuícola y pesquero, conforme a los principios establecidos en la presente Ley. (Ley Orgánica para el Desarrollo de la Acuicultura , 2020, pág. 18)

Artículo 187.- Regulación. Son actividades conexas:

b) En la actividad acuícola, se incluyen el transporte de productos y subproductos acuícolas, almacenamiento, producción, importación, distribución y comercialización de alimentos balanceados para uso acuícola, alimentos complementarios y suplementarios, premezclas, productos veterinarios, productos medicados, aditivos y químicos de uso o aplicación en la acuicultura, así como vitaminas, minerales, probióticos, prebióticos, fertilizantes y otros insumos orgánicos e inorgánicos aplicables en la acuicultura, además de cualquier otra actividad establecida en la normativa. (Ley Orgánica para el Desarrollo de la Acuicultura , 2020, p. 69)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación

El proyecto de investigación tiene un enfoque cuantitativo mediante la recopilación de información para comprobar ideas mediante mediciones numéricas y análisis estadístico.

Los métodos cuantitativos se caracterizan por comenzar con una idea desarrollada gradualmente, identificar objetivos y preguntas de investigación, explorar la literatura o bibliografía y crear un marco teórico y crítico. Con base en la pregunta de investigación, definir objetivos y variables detalladas, diseñar una muestra, medir variables en un contexto específico, analizar las mediciones resultantes y sacar algunas conclusiones sobre los objetivos planteados

3.2 Alcance de la investigación

El propósito de esta investigación es descriptivo, centrado en identificar las características clave del fenómeno estudiado. Su objetivo es detallar las tendencias dentro de un grupo o población. El investigador busca describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos, mostrando cómo existen y se desarrollan. La investigación descriptiva se enfoca en establecer características, atributos y perfiles de individuos, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno analizado. En otras palabras, se trata de medir y recopilar información de manera independiente o colectiva sobre los conceptos y variables relacionadas, sin mostrar cómo se interrelacionan.

En este contexto, la investigación actual tiene como objetivo describir la gestión de inventarios en la entidad evaluada, así como los productos o activos fijos que forman parte de ella. A través de estas descripciones, el autor y los interesados en el tema

podrán comprender el contexto o la situación actual, con el fin de posteriormente proponer una gestión de inventarios enfocada en la mejora organizacional y la optimización de recursos. Es importante destacar que el nivel descriptivo permitirá detallar las bases teóricas sobre las cuales se desarrolla la investigación.

3.3 Técnica e instrumentos para obtener los datos

Las técnicas empleadas para la recolección de datos incluirán la observación directa y la revisión bibliográfica, esta última abarcando la inspección de documentos y la información proporcionada por la entidad evaluada. La observación directa ofrecerá datos precisos para la investigación, ya que permitirá registrar la gestión actual de inventarios que la entidad emplea como parte de su estructura organizacional y funcional.

La observación directa se dividirá en cinco etapas: primero, la observación; segundo, la recolección de información; tercero, el análisis de la información recopilada; cuarto, la presentación de resultados; y finalmente, la elaboración de conclusiones. Durante el estudio, se observarán detalladamente los procesos en el almacén o bodega, examinando cómo se lleva a cabo la gestión de existencias y stocks. Se planea realizar la observación en diferentes días a lo largo de tres semanas consecutivas (lunes, miércoles y viernes) para evitar sesgos en la evaluación.

Simultáneamente, se aplicará la encuesta como técnica de investigación. Esta técnica se centrará en desvelar los detalles de la gestión de inventarios, cómo se ejecuta, la frecuencia con la que se realiza, los instrumentos empleados y las metodologías utilizadas para llevar a cabo esta acción de manera efectiva.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

“Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernández & Mendoza, 2020, p. 18).

La población es el conjunto de todos los elementos a las cuales se refiere la investigación. La población de la presente investigación son todos los trabajadores de Districamp S.A (área de producción, área administrativa, área de seguridad industrial, área de inventario, área de laboratorio y área de calidad).

En este estudio, se establece una población finita que será cuantificada, incluyendo a todos aquellos que, de alguna forma, influyen en la gestión de inventarios. Esto abarca a directores generales, supervisores y empleados que participan directamente en los procesos regulares de inventarios de la empresa, sumando un total de 30 personas.

3.4.2 Muestra

Conociendo que la población es finita, la muestra de esta investigación será a juicio del autor, las muestras por investigaciones pueden ser determinados a través de criterios conceptuales conociendo los niveles que impliquen el desarrollo de la investigación.

Tabla 1
Representación De La Población

Muestra	Total
Contador	1
Jefe de Producción	1
TOTAL	2

Fuente: Districamp S.A (2024)

Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

3.5. Recopilación de los resultados

3.5.1 Resultado De La Entrevista Realizada Al jefe de Producción

1. ¿Cuáles son las líneas de producción?

Las líneas que posee la empresa son: Fertysoil, Probenzy, Probenzy peletizado y Peletizado 22%, 35% y 1.2%.

2. ¿Para los traspasos de inventarios, que mecanismos, herramientas o proceso es utilizado?

Se realiza movimientos internos, el traspaso de producto terminada a las bodegas existentes en este caso, son dos, bodega costa, bodega vía Daule, en el momento de realizar el traspaso, se elige el producto dentro del sistema actual, contífico y se envía a la bodega de destino final.

3. ¿Cuáles son las etapas para la producción?

La producción de balanceado para camarón en una empresa generalmente sigue un proceso bien definido que garantiza la calidad y eficiencia del producto final. Las etapas de producción suelen ser las siguientes:

1. Recepción y almacenamiento de materias primas

Las materias primas (harinas de pescado, aceites, proteínas vegetales, minerales, vitaminas, etc.) se reciben y almacenan en condiciones adecuadas para preservar su calidad.

2. Dosificación y mezcla

Las materias primas se dosifican según la formulación específica del balanceado. Luego, se mezclan para asegurar una distribución uniforme de los nutrientes.

3. Molido

La mezcla se somete a un proceso de molido para reducir el tamaño de las partículas, lo cual facilita la digestión del alimento por parte del camarón.

4. Reacondicionado:

La mezcla molida se trata con vapor para hidratarla y reacondicionarla, lo que mejora su cohesión y facilita el posterior proceso de extrusión o peletización.

5. Secado

Los pellets recién formados se secan para reducir su contenido de humedad a niveles óptimos para el almacenamiento y para evitar el crecimiento de microorganismos.

6. Enfriado

Después del secado, los pellets se enfrían para estabilizar su estructura y evitar que se deterioren durante el almacenamiento.

7. Recubrimiento

En esta etapa, se puede aplicar un recubrimiento de aceites, vitaminas u otros aditivos para mejorar el valor nutricional y la palatabilidad del balanceado.

8. Empaque

Los pellets terminados se empaquetan en sacos o bolsas adecuadas para su transporte y almacenamiento.

9. Almacenamiento y distribución

El producto empacado se almacena en condiciones controladas hasta que se distribuye a los clientes.

4. ¿Cuáles son los tipos de inventarios utilizados?

1. Inventario inicial
2. Inventario de materias primas
3. Inventarios de productos terminados.
4. Inventario final

5. ¿Qué método de valoración se aplica en los inventarios?

Se usa el método fifo ya que al aplicar el método FIFO correctamente asegura una valoración adecuada de los inventarios y una representación fiel de los costos en los estados financieros de la empresa.

6. ¿Cómo describiría el ciclo de producción?

1. Adquisición de materias primas
2. Preparación de la producción
3. Producción
4. Empaque
5. Almacenamiento y distribución
6. Venta y postventa

7. ¿Cuál es el método de costeo para los productos en general?

1. Costeo por Procesos
2. Costeo por Órdenes de Trabajo

8. ¿Cómo están controlados los costos de producción?

Están controlados por los Presupuestos y Planeación Financiera

9. ¿Qué dificultades se presentan al costear un producto?

Variabilidad de los Costos de Materias Primas

Factores Externos

Costos de Mano de Obra

Complejidad en Procesos de Producción

10. ¿Existen procesos contables para las etapas de los costos de producción?

Adquisición de Materias Primas. - Registro de las compras de materias primas en las cuentas de inventario

Almacenamiento de Materias Primas. - Mantenimiento de registros precisos de las entradas y salidas de materias primas.

Producción en Proceso. - Registro de los costos de materiales directos y mano de obra directa utilizados en la producción.

Venta de Productos Terminados. - Registro de las ventas de productos terminados y el costo de los productos vendidos.

3.6. Conclusiones de las entrevistas.

3.6.1 Conclusiones Entrevista al Jefe de Producción.

La empresa tiene un proceso de producción bien definido para el balanceado de camarón, que incluye nueve etapas clave: recepción y almacenamiento de materias primas, dosificación y mezcla, molido, reacondicionado, secado, enfriado, recubrimiento, empaque, y almacenamiento y distribución. Esta estructura asegura la calidad y eficiencia del producto final, garantizando que cada etapa se lleve a cabo en condiciones óptimas.

La empresa utiliza movimientos internos y el sistema Contífico para gestionar el traspaso de productos terminados a las bodegas finales. Este sistema permite una selección precisa del producto y su envío a las bodegas correspondientes, mejorando la eficiencia y precisión en la gestión de inventarios.

La utilización del método FIFO para la valoración de inventarios asegura que los costos reflejen adecuadamente los precios más antiguos, proporcionando una representación fiel en los estados financieros. Además, la combinación de costeo por procesos y costeo por órdenes de trabajo permite una adecuada asignación de costos a los productos, lo que facilita el control y la planificación financiera.

La empresa enfrenta dificultades significativas en el costeo de productos debido a la variabilidad de los costos de materias primas, factores externos y costos de mano de obra. Estas variables pueden afectar negativamente la precisión del costeo y la planificación financiera, requiriendo una gestión proactiva y adaptativa.

3.6.2 Observación directa al dpto. de Producción y dpto. de Contabilidad

Durante la aplicación de la técnica instrumental, se realizó una observación del departamento de producción mientras ejecutaba sus tareas diarias, así como del departamento de contabilidad en su rutina habitual. El objetivo fue identificar la relación existente entre ambos departamentos y comprender cómo se lleva a cabo el proceso contable en el área de producción

Tabla 2*Técnica de observación al departamento de contabilidad*

DISTRICAMP S.A.	SI	NO
1. ¿Se realiza un registro diario de todas las transacciones financieras?	X	
2. ¿Se lleva un control detallado de las cuentas por cobrar y por pagar?	X	
3. ¿Existen procedimientos establecidos para la conciliación bancaria?	X	
4. ¿El sistema de contabilidad está integrado con el sistema de facturación?	X	
5. ¿Se realiza un análisis mensual de los estados financieros?	X	
6. ¿El departamento de contabilidad sigue un calendario de cierres mensuales y anuales?	X	
7. ¿Existen auditorías internas para verificar la precisión de los registros contables?		X
8. ¿Se revisan y aprueban todas las facturas antes de su pago?	X	
9. ¿El departamento utiliza software especializado para la gestión contable?	X	
10. ¿Se mantiene un archivo ordenado y actualizado de todos los documentos contables?	X	

Fuente: Districamp S.A (2024)**Elaborado por:** Bazurto y Vallejo (2024)

Tabla 3*Técnica de la observación al departamento de producción*

DISTRICAMP S.A.			
1. ¿Existe un orden en la bodega por separación de los productos terminados?			
Si	X	No	
2. ¿Se puede presenciar la existencia de pérdida del producto dentro de la bodega?			
Si	X	No	
3. ¿Existe el uso de las respectivas ordenes de despacho?			
Si		No	X
4. Las facturas de compras de inventario son revisadas por contabilidad previo al ingreso de stock en el sistema			
Si	X	No	
5. El departamento de producción recibe una solicitud para la elaboración de un determinado producto.			
Si	X	No	
6. Se lleva un control o registro de los productos que han sido devueltos.			
Si	X	No	

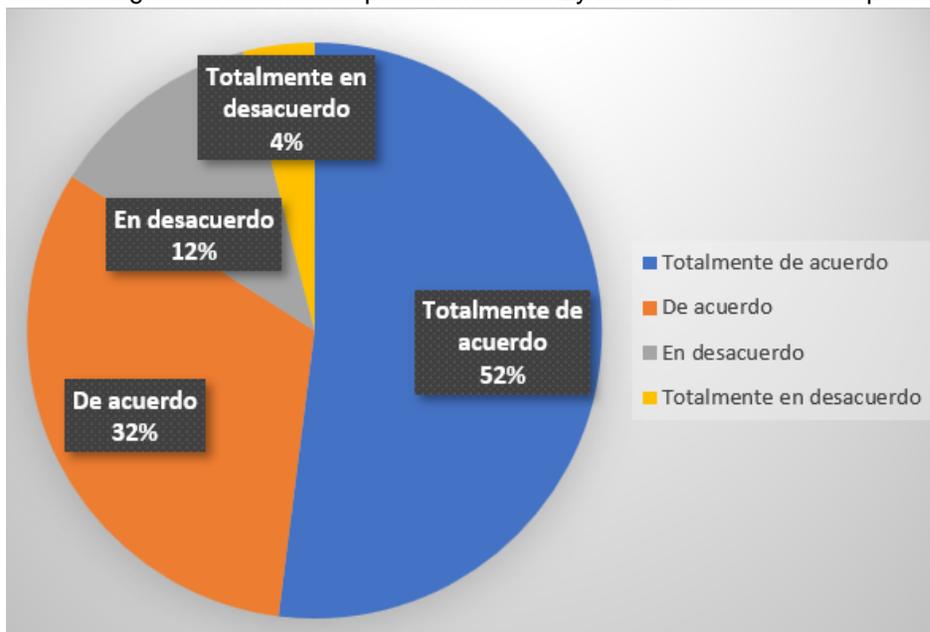
Fuente: Districamp S.A (2024)**Elaborado por:** Bazurto y Vallejo (2024)

3.6.2.1. Análisis de los resultados de las encuestas

Basado en los valores obtenidos en este estudio, se detallan todos los aspectos relacionados con el análisis de inventarios realizado en la empresa Districamp S.A., dedicada a la venta de comida para camarón, incluyendo productos como Fertysoil, Probenzy, Probenzy Peletizado y Peletizado. En este sentido, se presentan de manera gráfica los valores obtenidos, acompañados del análisis correspondiente para cada una de las preguntas planteadas a los empleados de la organización, quienes constituyen la totalidad de la muestra, dado el tamaño reducido de la misma, siguiendo las recomendaciones de expertos metodológicos en la materia.

Pregunta No. 1

Gráfico 1: ¿Nuestros cliente-s prefieren Probenzy Peletizado sobre otros productos?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

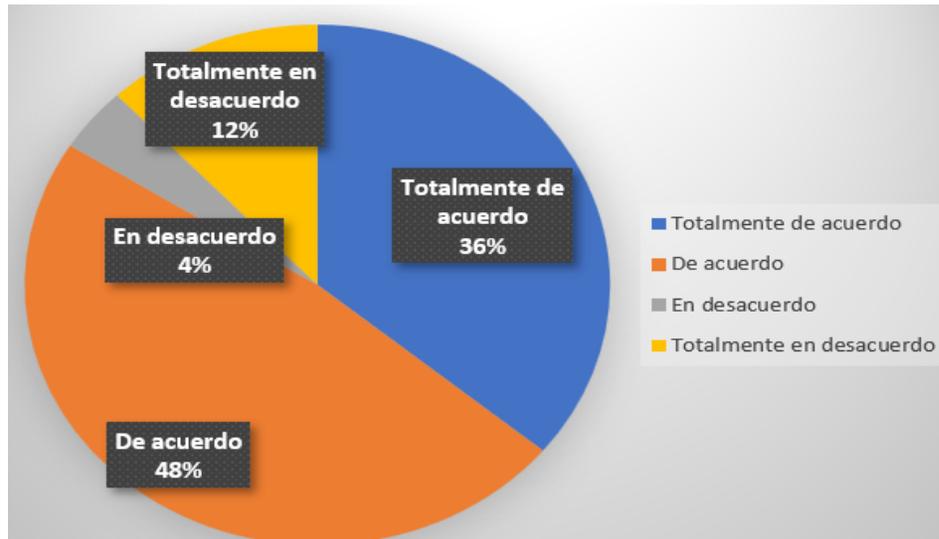
En la pregunta número 1 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados sobre si los clientes prefieren Probenzy Peletizado en comparación con otros productos. Los resultados muestran una variedad de opiniones, con una mayoría que apoya la afirmación.

El 52% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que los clientes prefieren Probenzy Peletizado sobre otros productos. Además, un 32% señaló estar "de acuerdo", lo que refuerza la percepción de que existe una preferencia notable por este producto en particular. En conjunto, el 84% de los encuestados considera que Probenzy Peletizado es preferido por los clientes, lo cual es un indicador positivo para la empresa.

Por otro lado, el 12% de los encuestados manifestó estar "en desacuerdo" con la afirmación, mientras que un 4% está "totalmente en desacuerdo". Aunque estos porcentajes representan una minoría, sugieren que no todos los clientes comparten la misma preferencia por Probenzy Peletizado, lo que podría indicar la presencia de competencia fuerte o la necesidad de fortalecer las estrategias de marketing para este producto

Pregunta No. 2

Gráfico 2: ¿Fertysoil es considerado un producto de alta calidad por nuestros clientes?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 2 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados sobre si los clientes consideran que Fertysoil es un producto de alta calidad. Los resultados muestran una diversidad de opiniones, con una tendencia general hacia una percepción positiva.

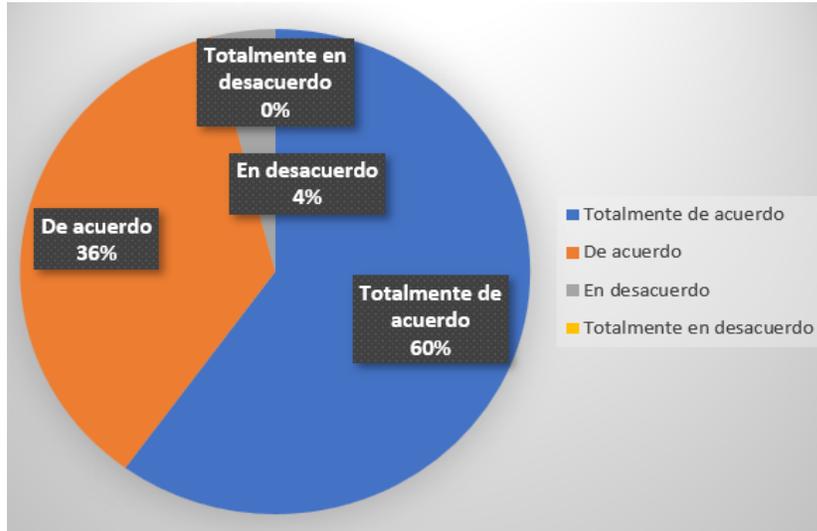
El 36% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que Fertysoil es considerado un producto de alta calidad por los clientes. Además, un 48% de los encuestados señaló estar "de acuerdo", lo que sugiere que, en conjunto, el 84% de los encuestados percibe que Fertysoil es valorado como un producto de alta calidad por sus clientes. Esta mayoría es un indicativo favorable para la empresa y refuerza la reputación del producto en el mercado.

Sin embargo, un 4% de los encuestados expresó estar "en desacuerdo" con esta afirmación, y un 12% indicó estar "totalmente en desacuerdo". Aunque estos porcentajes representan una minoría, señalan que existe una percepción menos favorable sobre la calidad de Fertysoil entre algunos encuestados, lo cual podría ser motivo de preocupación y de atención para la empresa.

Estos resultados subrayan la importancia de continuar fortaleciendo la percepción de calidad de Fertysoil en el mercado. Si bien la mayoría de los encuestados tiene una percepción positiva, la empresa debería investigar las razones detrás de las opiniones menos favorables y trabajar en áreas específicas para mejorar la imagen del producto entre todos los clientes.

Pregunta No. 3

Gráfico 3: ¿Los clientes entienden bien las diferencias entre Probenzy y Probenzy Peletizado?

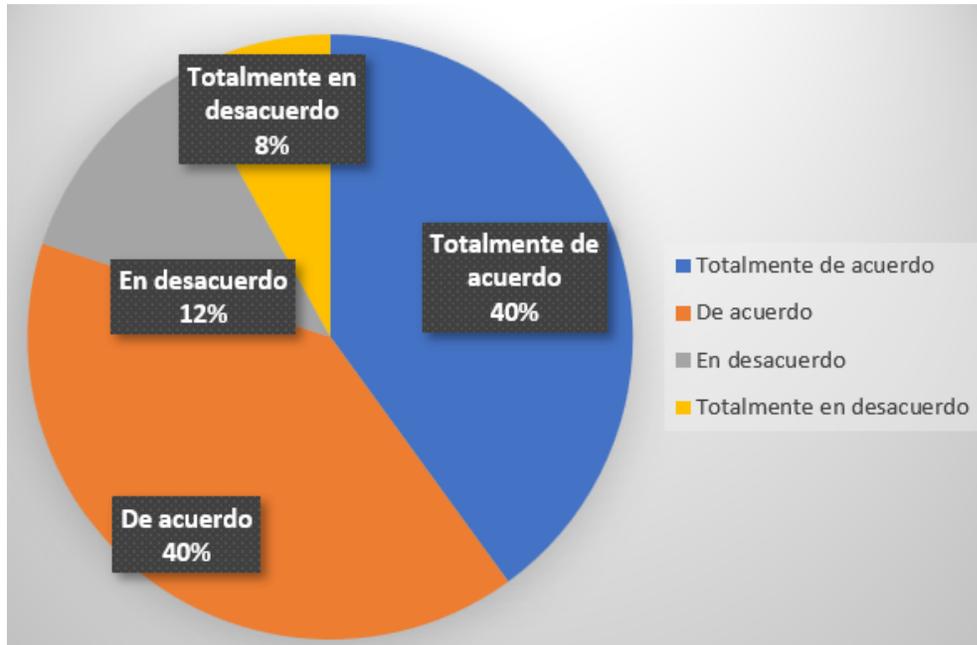


Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

Los resultados son mayoritariamente positivos, con un 96% de los encuestados (60% totalmente de acuerdo y 36% de acuerdo) que creen que los clientes entienden bien las diferencias entre Probenzy y Probenzy Peletizado. El 4% que está en desacuerdo indica que, aunque el entendimiento general es alto, podría haber margen para mejorar la comunicación sobre las diferencias entre estos productos para asegurar que todos los clientes tengan una comprensión clara. Esto podría involucrar un refuerzo en la capacitación de ventas o en la información proporcionada al cliente.

Pregunta No. 4

Gráfico 4: ¿La mayoría de los clientes están satisfechos con los resultados al usar Fertysoil?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 4 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados sobre si la mayoría de los clientes están satisfechos con los resultados obtenidos al usar Fertysoil. Los resultados muestran una distribución mixta de opiniones, con una tendencia general hacia una percepción positiva, pero con una porción significativa de opiniones negativas.

El 40% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que la mayoría de los clientes están satisfechos con los resultados de Fertysoil, y un 40% adicional señaló estar "de acuerdo". En conjunto, el 80% de los encuestados considera que los clientes están satisfechos con el producto, lo que es un indicador favorable para la empresa.

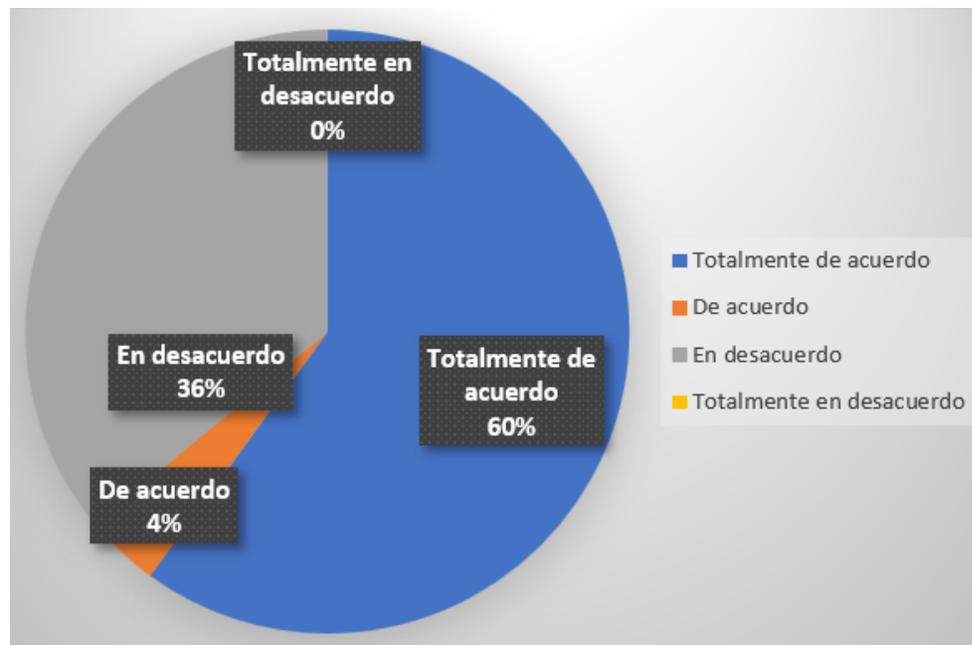
Sin embargo, un 12% de los encuestados expresó estar "en desacuerdo" con esta afirmación, y un 8% indicó estar "totalmente en desacuerdo". Aunque estos porcentajes son menores en comparación con las opiniones positivas, sugieren que existe un grupo

de clientes que no está satisfecho con los resultados de Fertysoil. Esto podría indicar la necesidad de investigar más a fondo las causas de esta insatisfacción para mejorar la percepción del producto.

Estos resultados subrayan la importancia de monitorear y abordar cualquier aspecto que pueda estar generando insatisfacción entre los clientes. Si bien la mayoría de los encuestados percibe satisfacción, la existencia de una minoría que no comparte esta percepción podría influir negativamente en la reputación del producto si no se toman medidas correctivas.

Pregunta No. 5

Gráfico 5: ¿Los productos peletizados son más difíciles de vender que otros tipos de alimentos?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 5 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados sobre si los productos peletizados son más difíciles de vender en comparación con otros tipos de alimentos. Los resultados reflejan una diversidad de opiniones, con una tendencia hacia la percepción de mayor dificultad en la venta de productos peletizados.

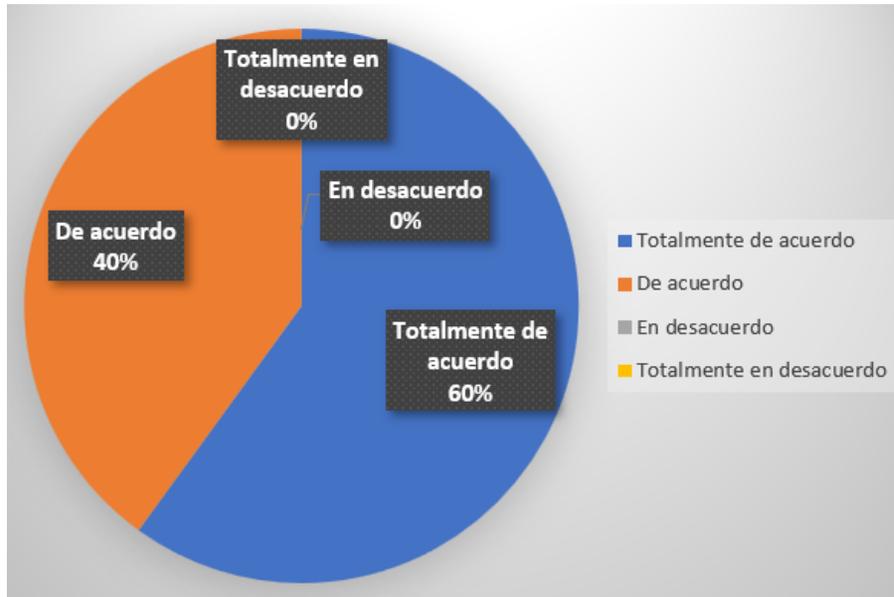
El 60% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que los productos peletizados son más difíciles de vender. Además, un 36% señaló estar "en desacuerdo", lo que sugiere que, aunque una mayoría percibe dificultad, existe un grupo significativo que no comparte esta opinión. Solo un 4% indicó estar "de acuerdo", lo que refuerza la idea de que la percepción de dificultad es real para una parte considerable de los encuestados.

Por otro lado, no se registraron respuestas en la categoría de "totalmente en desacuerdo", lo que refuerza la validez de la percepción de que, en general, los productos peletizados pueden presentar desafíos particulares en el proceso de venta.

Estos resultados subrayan la importancia de que la empresa investigue más a fondo las razones detrás de la percepción de dificultad en la venta de productos peletizados. Puede ser necesario revisar las estrategias de marketing, mejorar la formación del personal de ventas o ajustar el posicionamiento del producto en el mercado para superar estas barreras.

Pregunta No. 6

Gráfico 6: ¿Tengo todos los recursos necesarios para superar los obstáculos en el cierre de ventas?

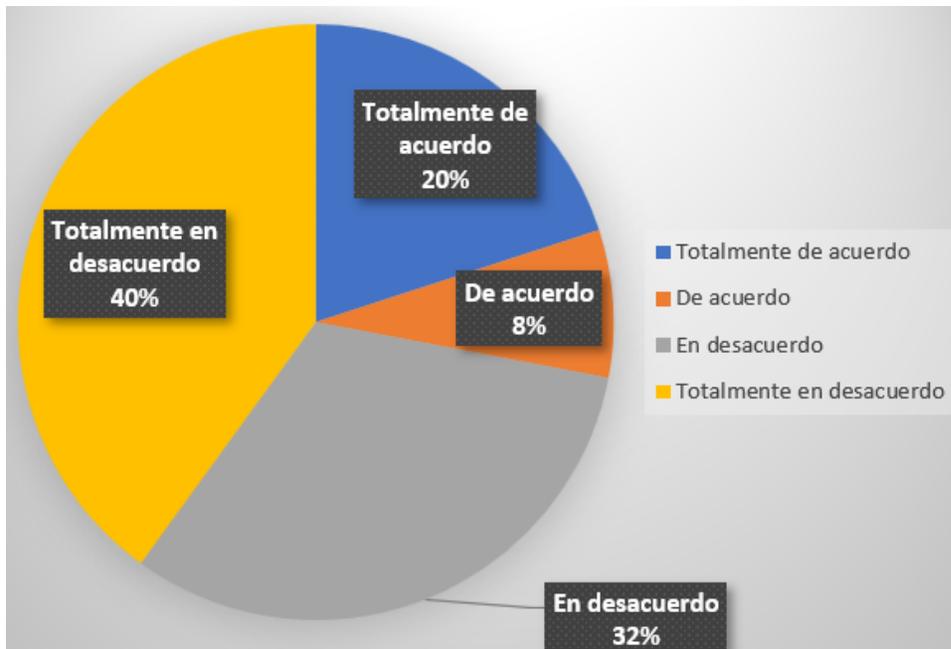


Elaborado por: *Bazurto y Vallejo (2024)*

Todos los encuestados están de acuerdo en que tienen los recursos necesarios para superar los obstáculos en el cierre de ventas. El 60% está completamente seguro de ello, mientras que el 40% está de acuerdo, aunque con menor intensidad. No hay ninguna persona que piense lo contrario, lo que indica una fuerte percepción positiva sobre la disponibilidad de recursos para enfrentar los desafíos en ventas. Esto puede interpretarse como un buen indicador para la empresa, ya que sus equipos de ventas consideran que están bien equipados para lograr sus objetivos.

Pregunta No. 7

Gráfico 7: ¿Las estrategias actuales son efectivas para que los clientes elijan nuestros productos sobre la competencia?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 6 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados respecto a si cuentan con todos los recursos necesarios para superar los obstáculos en el cierre de ventas. Los resultados reflejan una percepción mayoritariamente positiva, aunque con algunas opiniones que sugieren áreas de mejora.

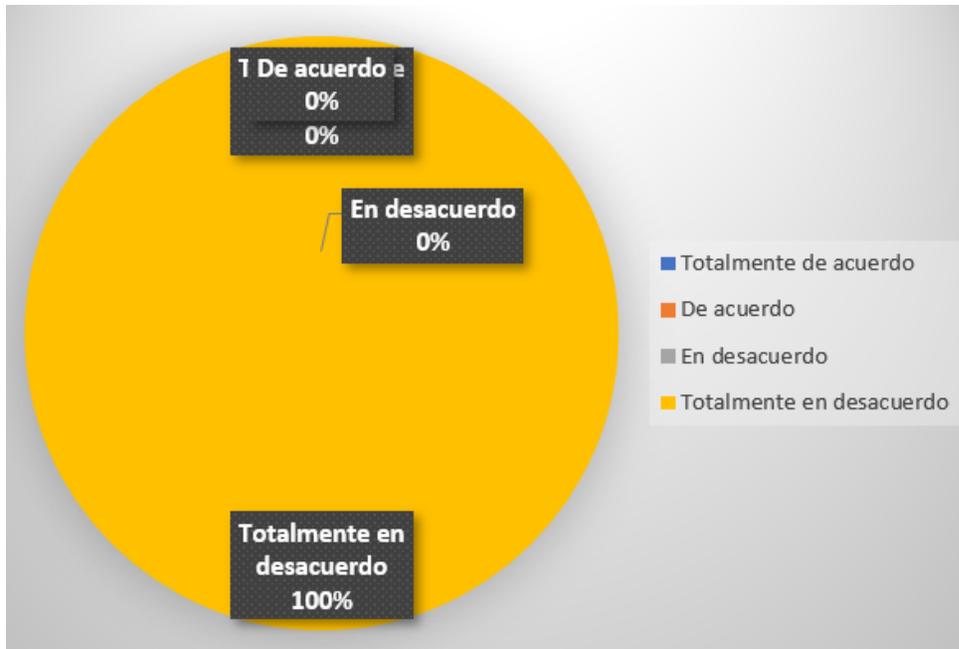
El 60% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que tienen todos los recursos necesarios para superar los obstáculos en el cierre de ventas. Además, un 40% señaló estar "de acuerdo" con la afirmación. No se registraron respuestas en las categorías de "en desacuerdo" o "totalmente en desacuerdo", lo que sugiere que, en general, los encuestados sienten que tienen un buen apoyo en términos de recursos para realizar su trabajo de manera efectiva.

Estos resultados son positivos, ya que indican que la mayoría de los encuestados percibe que cuenta con los recursos adecuados para superar desafíos durante el proceso

de cierre de ventas. Sin embargo, el hecho de que un 40% solo esté "de acuerdo" y no "totalmente de acuerdo" sugiere que puede haber oportunidades para mejorar aún más el acceso a recursos o la efectividad de los mismos.

Pregunta No. 8

Gráfico 8: ¿La estacionalidad afecta significativamente las ventas de nuestros productos?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

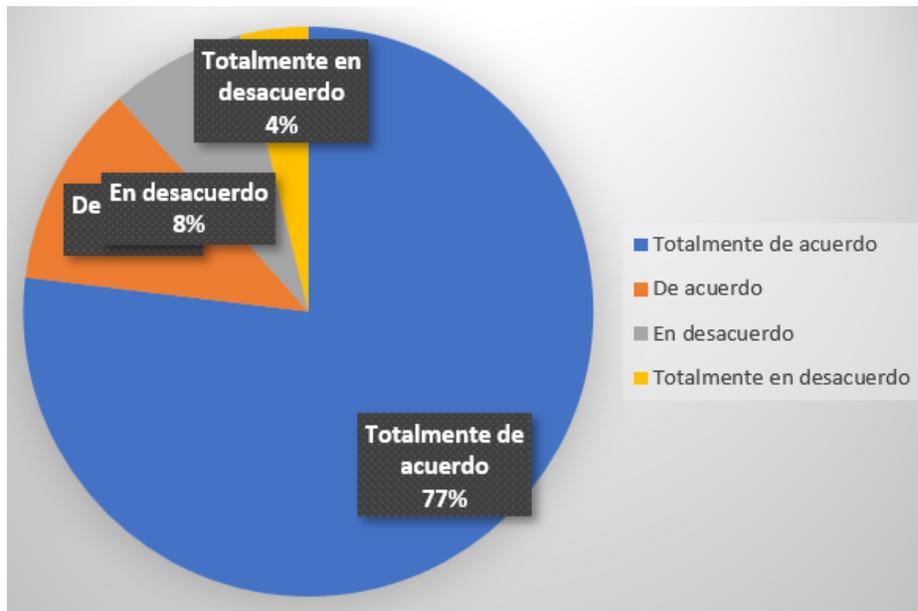
En la pregunta número 8 de la encuesta, se exploró la percepción de los encuestados sobre si la estacionalidad afecta significativamente las ventas de los productos de la empresa. Los resultados muestran una opinión unánime entre los encuestados.

El 100% de los participantes indicó estar "totalmente en desacuerdo" con la afirmación de que la estacionalidad afecta significativamente las ventas de los productos. Este resultado sugiere que, según la percepción de los encuestados, las ventas de la empresa no se ven influenciadas por factores estacionales, lo que indica una estabilidad en la demanda de los productos a lo largo del año.

No se registraron respuestas en "de acuerdo", "en desacuerdo" o "totalmente de acuerdo", lo que refuerza la conclusión de que la estacionalidad no es un factor determinante para las ventas de la empresa. Este hallazgo es positivo, ya que sugiere que la empresa puede mantener un nivel de ventas constante, independientemente de las variaciones estacionales que podrían afectar a otros sectores o productos.

Pregunta No. 9

Gráfico 9: ¿Las promociones y descuentos que ofrecemos son efectivas para atraer nuevos clientes?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 9 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados sobre la efectividad de las promociones y descuentos que ofrece la empresa para atraer nuevos clientes. Los resultados reflejan una percepción mayoritariamente positiva, aunque con algunas opiniones divergentes.

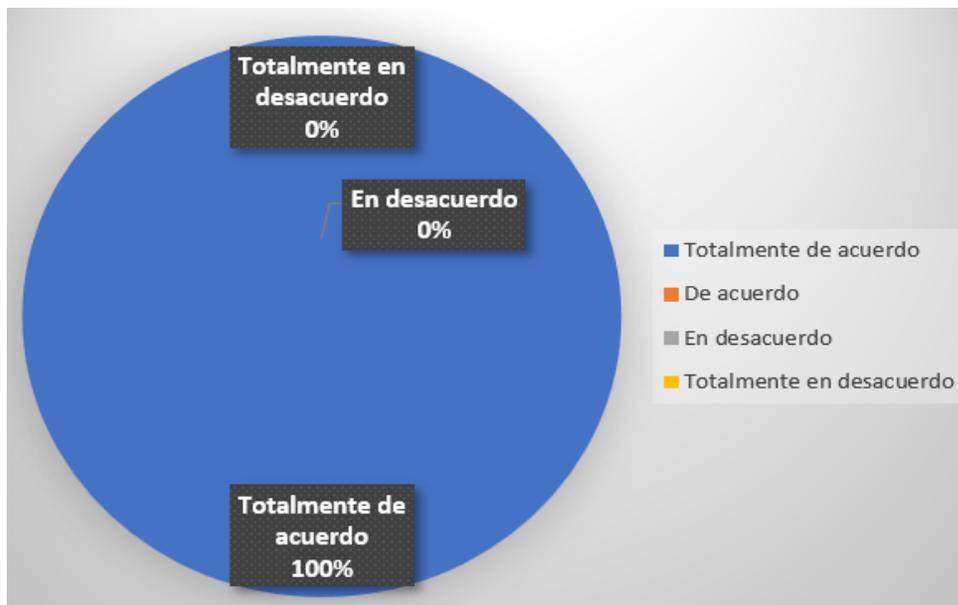
El 77% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que las promociones y descuentos son efectivas para atraer nuevos clientes. Este dato sugiere que la mayoría de los encuestados percibe que estas estrategias promocionales están cumpliendo su objetivo principal de captar nuevos clientes, lo cual es un indicativo favorable para la empresa.

Sin embargo, un 8% de los encuestados expresó estar "en desacuerdo" y un 4% manifestó estar "totalmente en desacuerdo" con la efectividad de estas promociones y descuentos. Además, un 8% señaló estar "de acuerdo" con la afirmación. Aunque estos porcentajes representan una minoría, resaltan la existencia de algunas percepciones negativas sobre la eficacia de las promociones actuales.

Estos resultados indican que, si bien la mayoría considera que las promociones y descuentos son efectivos, hay una porción de los encuestados que no comparte esta percepción. Esto sugiere la necesidad de realizar una revisión más detallada de las estrategias promocionales para identificar posibles áreas de mejora y asegurar que las promociones sean atractivas y efectivas para todos los segmentos de clientes.

Pregunta No. 10

Gráfico 10: ¿Tenemos una buena relación con los clientes actuales?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

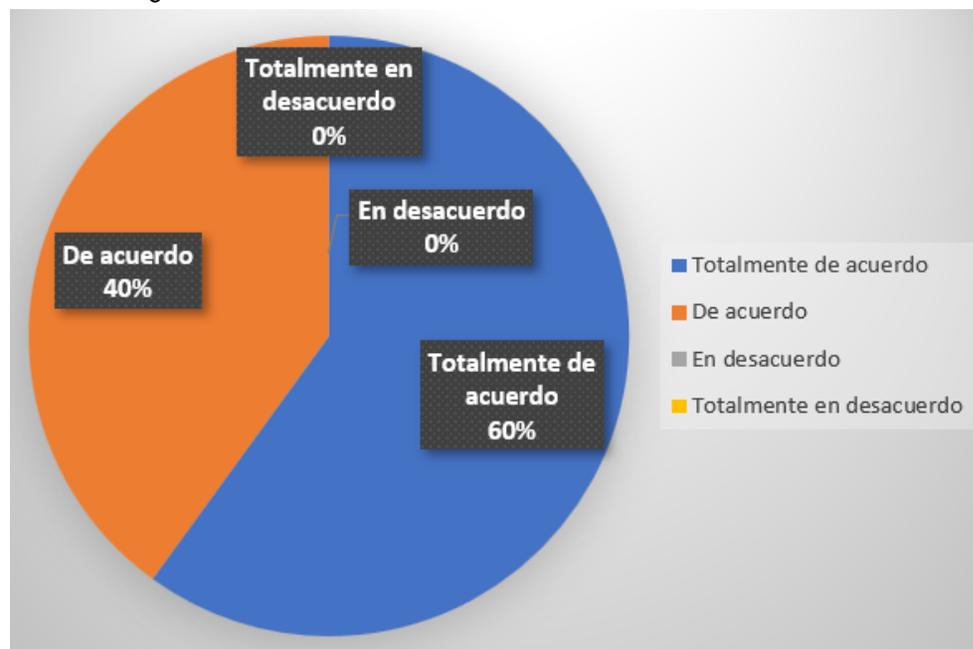
En la pregunta número 10 de la encuesta, se indagó sobre la percepción de los encuestados respecto a si la empresa mantiene una buena relación con sus clientes actuales. Los resultados obtenidos reflejan una opinión unánime y positiva.

El 100% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que la empresa tiene una buena relación con sus clientes actuales. No se registraron respuestas en "desacuerdo" ni en "totalmente en desacuerdo", lo que sugiere que existe un consenso absoluto entre los encuestados sobre la calidad de la relación con los clientes.

Este resultado es extremadamente positivo, ya que indica que los esfuerzos de la empresa por mantener y fortalecer las relaciones con sus clientes han sido exitosos. La unanimidad en la percepción destaca la efectividad de las estrategias de fidelización, servicio al cliente y comunicación continúa implementadas por la empresa.

Pregunta No. 11

Gráfico 11: ¿Los clientes están bien informados sobre las características de nuestros productos?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 11 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados sobre si los clientes están bien informados respecto a las características de los productos de la empresa. Los resultados muestran una percepción mayoritariamente positiva.

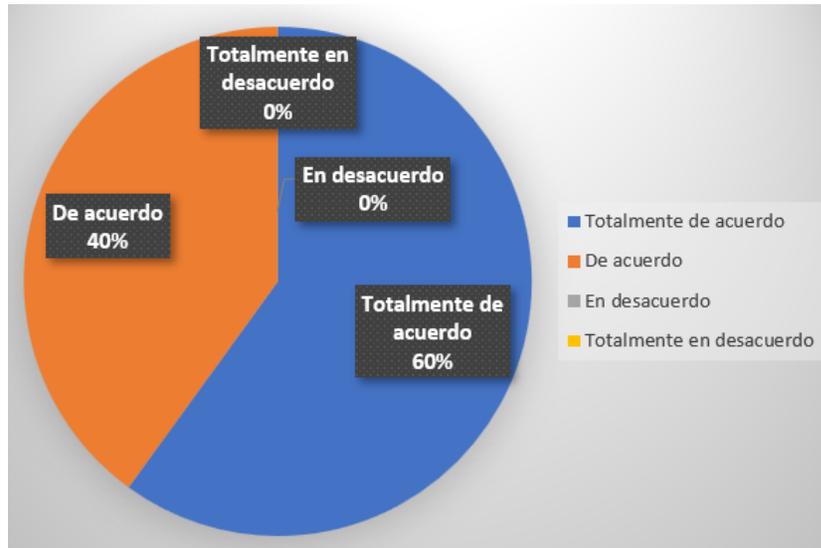
El 60% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que los clientes están bien informados sobre las características de los productos. Este resultado sugiere que una mayoría considerable de los encuestados percibe que los esfuerzos de comunicación de la empresa han sido efectivos en transmitir la información relevante a los clientes.

Por otro lado, el 40% de los encuestados señaló estar "de acuerdo" con la afirmación, lo que indica que, si bien reconocen que los clientes están informados, consideran que podría haber margen para mejorar la claridad o el alcance de la información proporcionada. Es importante destacar que no hubo respuestas en "desacuerdo" o "totalmente en desacuerdo", lo que refuerza la percepción positiva generalizada.

Estos resultados son favorables y sugieren que la empresa ha logrado comunicar las características de sus productos de manera efectiva a sus clientes. No obstante, el hecho de que el 40% de los encuestados solo esté "de acuerdo" subraya la necesidad de seguir mejorando las estrategias de comunicación para asegurar que la información sobre los productos sea aún más accesible y comprensible para todos los clientes.

Pregunta No. 12

Gráfico 12: ¿Los clientes comprenden bien los beneficios de usar Probenzy Peletizado?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 12 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados respecto a si los clientes comprenden bien los beneficios de usar Probenzy Peletizado. Los resultados reflejan una percepción predominantemente positiva.

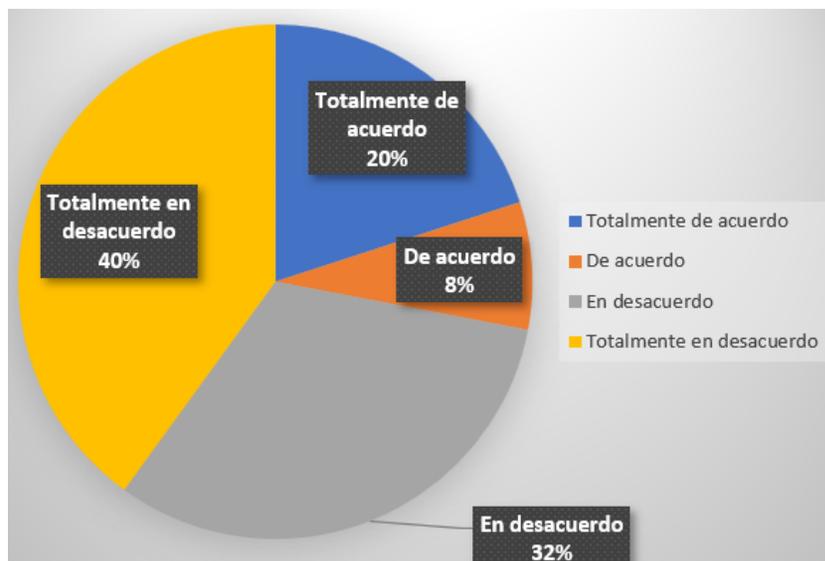
El 60% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que los clientes comprenden bien los beneficios del producto. Este resultado sugiere que una mayoría significativa de los encuestados percibe que la comunicación sobre las ventajas del Probenzy Peletizado ha sido efectiva y que los clientes tienen un buen entendimiento de su valor.

Por otro lado, el 40% de los encuestados señaló estar "de acuerdo" con la afirmación, lo que refuerza la percepción general de que los clientes comprenden los beneficios del producto. Cabe destacar que no hubo respuestas en "desacuerdo" o "totalmente en desacuerdo", lo que indica que no existen percepciones negativas significativas sobre la comprensión de los beneficios del Probenzy Peletizado.

Estos resultados son favorables, ya que indican que las estrategias de comunicación y marketing utilizadas para promover el Probenzy Peletizado han logrado transmitir con claridad sus beneficios a los clientes. Sin embargo, el hecho de que un 40% de los encuestados solo esté "de acuerdo" sugiere que aún podría haber espacio para mejorar la comprensión total de los clientes sobre los beneficios del producto. La empresa podría considerar la implementación de acciones adicionales, como campañas educativas o demostraciones más detalladas, para consolidar aún más este entendimiento.

Pregunta No. 13

Gráfico 13: ¿Las preguntas o dudas de los clientes sobre Fertysoil son fáciles de responder?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 13 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados respecto a si las preguntas o dudas de los clientes sobre Fertysoil son fáciles de responder. Los resultados reflejan una notable diversidad de opiniones, con una tendencia predominante hacia la dificultad en la respuesta a estas preguntas.

El 40% de los encuestados indicó estar "totalmente en desacuerdo" con la afirmación de que las preguntas de los clientes son fáciles de responder, lo que sugiere

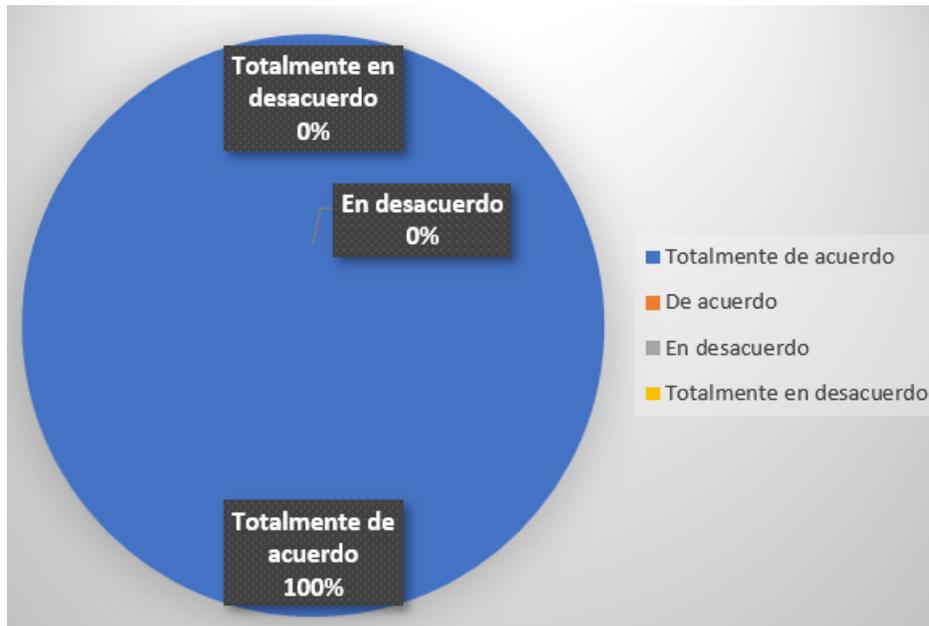
que una parte significativa del personal encuentra dificultades al abordar las dudas de los clientes. Un 32% adicional expresó estar "en desacuerdo", elevando al 72% la proporción de encuestados que considera que responder a las preguntas de los clientes sobre Fertysoil no es una tarea sencilla.

Por otro lado, solo el 20% de los encuestados señaló estar "totalmente de acuerdo" con la facilidad de responder las preguntas de los clientes, y un 8% expresó estar "de acuerdo". Esto sugiere que un total del 28% de los encuestados considera que la tarea es fácil, lo que es un porcentaje relativamente bajo en comparación con aquellos que encuentran dificultades.

Estos resultados indican una necesidad de mejorar la formación y los recursos disponibles para que el personal pueda responder con mayor facilidad y seguridad a las inquietudes de los clientes sobre Fertysoil. El alto porcentaje de desacuerdo subraya la importancia de proporcionar una mayor capacitación específica sobre el producto, así como de desarrollar guías o herramientas de apoyo que faciliten la resolución de dudas y preguntas comunes.

Pregunta No. 14

Gráfico 14: ¿Me siento suficientemente capacitado sobre todos los aspectos de nuestros productos?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 14 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados en cuanto a si se sienten suficientemente capacitados sobre todos los aspectos de los productos de la empresa. Los resultados muestran una opinión unánime y positiva entre los participantes.

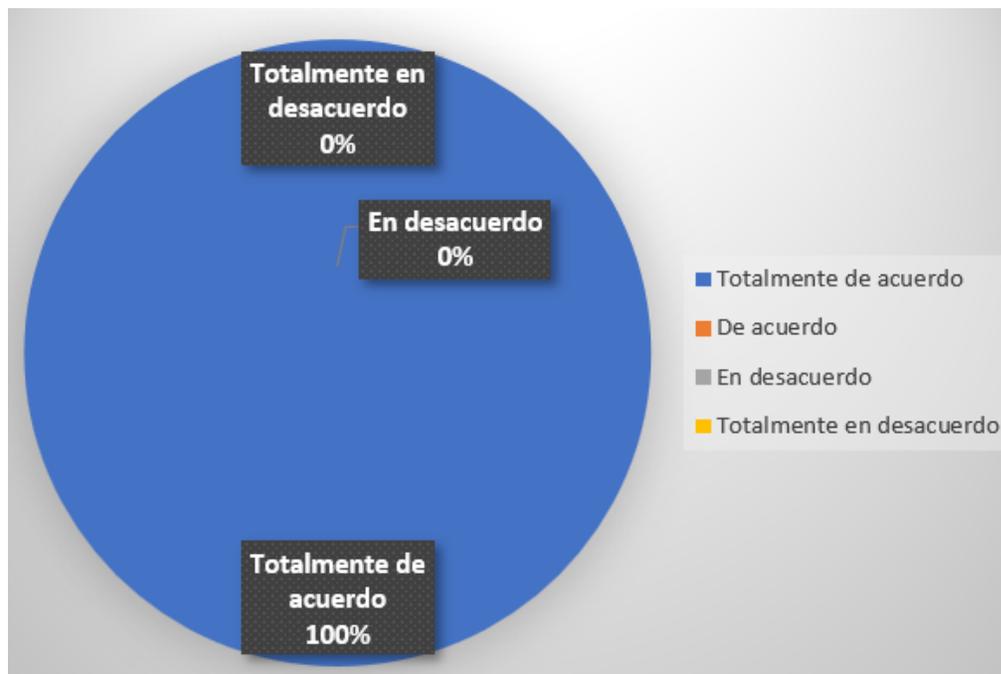
El 100% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que se sienten suficientemente capacitados sobre todos los aspectos de los productos. No se registró ningún desacuerdo en esta cuestión, lo que sugiere que la empresa ha implementado con éxito programas de capacitación efectivos que permiten a los empleados estar bien informados sobre los productos que ofrecen.

Este resultado es altamente positivo, ya que indica que el personal de la empresa se siente seguro y competente en su conocimiento sobre los productos, lo cual es fundamental para la efectividad en las ventas y la satisfacción del cliente. La unanimidad de las respuestas también sugiere que la capacitación es consistente y accesible para

todos los empleados, lo que puede contribuir a un servicio al cliente más cohesivo y de alta calidad.

Pregunta No. 15

Gráfico 15: ¿Nuestros productos son percibidos como superiores a los de la competencia?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

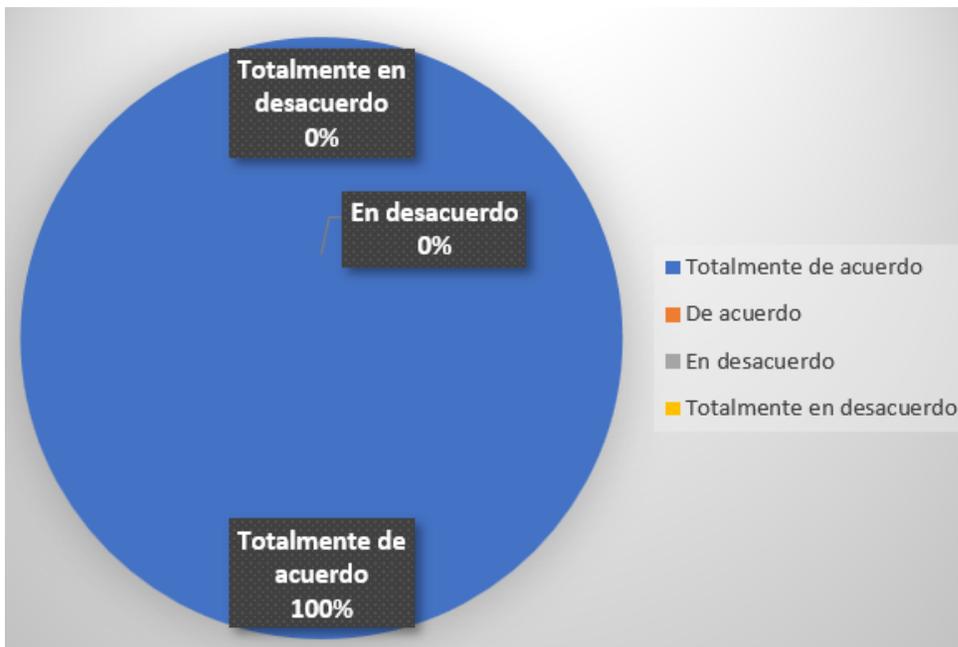
En la pregunta número 15 de la encuesta, se exploró la percepción de los encuestados respecto a si los productos de la empresa son considerados superiores a los de la competencia. Los resultados muestran una percepción completamente positiva y unánime.

El 100% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que los productos de la empresa son percibidos como superiores a los de la competencia. No se registró ningún desacuerdo entre los encuestados, lo que sugiere una fuerte confianza en la calidad y el valor de los productos ofrecidos por la empresa en comparación con los de sus competidores.

Este resultado es extremadamente favorable, ya que implica que, desde la perspectiva de los encuestados, los productos de la empresa gozan de una reputación superior en el mercado. Esta percepción de superioridad es un activo clave que la empresa puede aprovechar en sus estrategias de marketing y ventas para fortalecer su posición competitiva. Además, esta unanimidad indica que los esfuerzos de la empresa en mantener altos estándares de calidad y en diferenciarse de la competencia están siendo exitosos y reconocidos por los stakeholders.

Pregunta No. 16

Gráfico 16: ¿Los puntos fuertes de la competencia afectan nuestras ventas significativamente?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 16 de la encuesta, se investigó la percepción de los encuestados sobre si los puntos fuertes de la competencia afectan significativamente las ventas de la empresa. Los resultados muestran una opinión unánime.

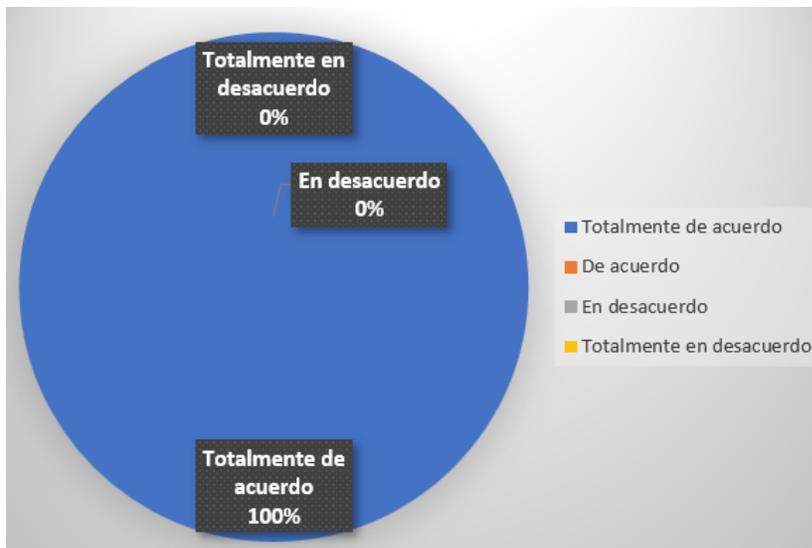
El 100% de los encuestados indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que los puntos fuertes de la competencia impactan de manera significativa las ventas

de la empresa. No se registró ningún desacuerdo entre los encuestados, lo que subraya una percepción generalizada y preocupante respecto al poder competitivo de las empresas rivales.

Este resultado sugiere que la competencia posee ventajas que están influyendo negativamente en el rendimiento comercial de la empresa. La unanimidad de las respuestas indica que es imperativo que la empresa analice en profundidad estos puntos fuertes de la competencia para entender en qué áreas están superando a la empresa. Esta comprensión es crucial para diseñar estrategias que mitiguen este impacto, como la mejora de la propuesta de valor, el fortalecimiento de las áreas débiles de la empresa, o la innovación en productos y servicios que puedan diferenciarse de la competencia.

Pregunta No. 17

Gráfico 17: ¿Considero que algún producto de la competencia es una amenaza directa para nuestras ventas?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

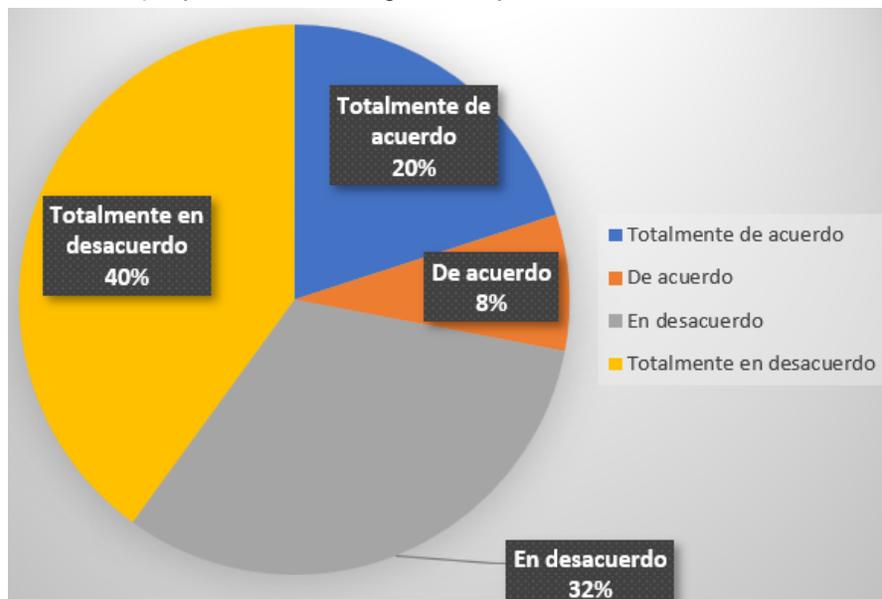
En la pregunta número 17 de la encuesta, se buscó entender si los encuestados consideraban que algún producto de la competencia representaba una amenaza directa para las ventas de la empresa. Los resultados reflejan una percepción unánime y contundente entre los encuestados.

El 100% de los participantes indicó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación, lo que revela una preocupación compartida sobre el impacto de productos competidores en las ventas de la empresa. Este consenso sugiere que, desde la perspectiva de los encuestados, existen productos en el mercado que tienen el potencial de erosionar la cuota de mercado de la empresa, afectando sus resultados financieros y su posición competitiva.

Ninguno de los encuestados expresó desacuerdo con la afirmación, lo que subraya la gravedad con la que se percibe esta amenaza. Este resultado pone de relieve la necesidad urgente de realizar un análisis competitivo profundo para identificar estos productos amenazantes y desarrollar estrategias efectivas que contrarresten su impacto. Estas estrategias podrían incluir la mejora de la propuesta de valor, la diferenciación de productos, ajustes en precios, o campañas de marketing enfocadas en resaltar las fortalezas del producto de la empresa frente a los competidores.

Pregunta No. 18

Gráfico 18: ¿El proceso de entrega de los productos a los clientes es eficiente?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 18 de la encuesta, se indagó sobre la percepción de los encuestados respecto a la eficiencia en el proceso de entrega de productos a los clientes. Los resultados obtenidos reflejan una notable división de opiniones, con una tendencia predominante hacia la insatisfacción.

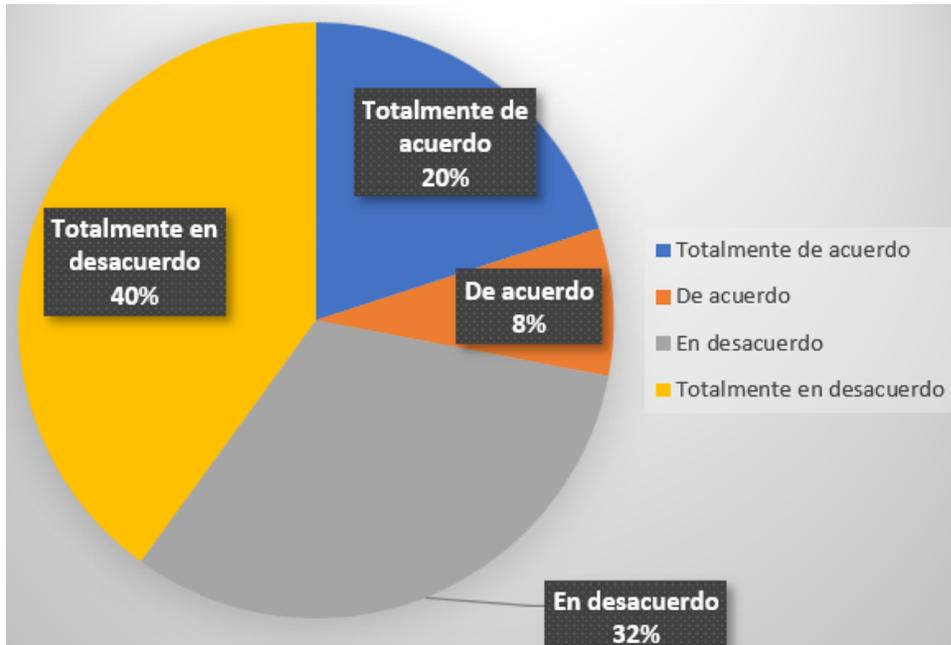
El 40% de los encuestados indicó estar "totalmente en desacuerdo" con la afirmación de que el proceso de entrega es eficiente, lo que revela una importante percepción de ineficiencia. Sumado a esto, un 32% de los encuestados señaló estar "en desacuerdo", lo que eleva al 72% la proporción de participantes que no considera eficiente el proceso de entrega actual.

Por otro lado, un 20% de los encuestados expresó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación, lo que denota que una minoría significativa percibe el proceso de entrega como eficiente. Adicionalmente, un 8% manifestó estar "de acuerdo", sugiriendo que solo un 28% del total percibe eficiencia en el proceso.

Estos resultados destacan una preocupación generalizada por la eficiencia del proceso de entrega, evidenciada por la clara mayoría de encuestados que expresaron desacuerdo con su eficiencia. Esta percepción negativa sugiere la necesidad de revisar y mejorar los procesos logísticos y operativos relacionados con la entrega de productos, para garantizar que estos se realicen de manera más ágil y efectiva, con el objetivo de satisfacer las expectativas de los clientes y mejorar la competitividad de la empresa.

Pregunta No. 19

Gráfico 19: ¿No he notado problemas en la cadena de suministro que afecten las ventas?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 19 de la encuesta, se evaluó la percepción de los encuestados respecto a la existencia de problemas en la cadena de suministro que puedan estar afectando las ventas. El gráfico circular muestra una distribución diversa de opiniones entre los encuestados.

El 40% de los encuestados indicó estar "totalmente en desacuerdo" con la afirmación de que no se han notado problemas en la cadena de suministro, lo que sugiere que este grupo percibe claramente que existen problemas que están impactando negativamente en las ventas. Además, un 32% de los encuestados señaló estar "en desacuerdo", lo que refuerza esta percepción negativa, sumando un 72% de desacuerdo total entre los participantes.

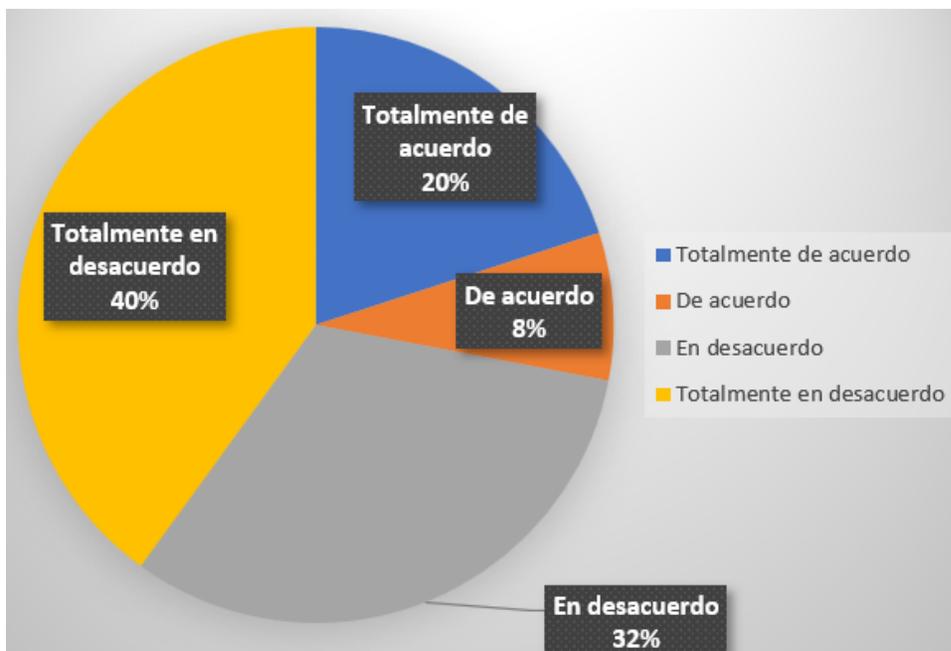
Por otro lado, un 20% de los encuestados expresó estar "totalmente de acuerdo" con la afirmación, lo que indica que una minoría significativa no percibe problemas en la

cadena de suministro. Finalmente, un 8% está "de acuerdo" con la afirmación, lo que, aunque es un porcentaje bajo, también sugiere una percepción positiva en este aspecto.

Estos resultados evidencian una preocupación mayoritaria por la cadena de suministro, ya que más del 70% de los encuestados percibe problemas que podrían estar afectando las ventas. Esto pone de manifiesto la necesidad de realizar un análisis profundo y detallado de los procesos logísticos para identificar y mitigar los posibles cuellos de botella o deficiencias que puedan estar comprometiendo la eficiencia de la cadena de suministro y, por ende, las ventas de la empresa.

Pregunta No. 20

Gráfico 20: ¿Nuestra distribución actual es suficiente para llegar a todos los clientes potenciales?



Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

En la pregunta número 20 de la encuesta realizada, se consultó a los encuestados si consideraban que la distribución actual era suficiente para llegar a todos los clientes potenciales. Los resultados reflejaron una significativa insatisfacción entre los encuestados. El 40% de los participantes indicó estar "totalmente en desacuerdo" con la afirmación, mientras que un 32% señaló estar "en desacuerdo". Esto implica que un total

del 72% de los encuestados considera que la distribución actual no es suficiente para cubrir el mercado de manera efectiva.

Por otro lado, únicamente el 20% de los encuestados expresó estar "totalmente de acuerdo" con que la distribución actual es adecuada, y un reducido 8% indicó estar "de acuerdo". Estas cifras sugieren que solo el 28% de los encuestados percibe la distribución como suficiente para alcanzar a todos los clientes potenciales.

Estos resultados indican una percepción mayoritaria negativa sobre la capacidad de la empresa para llegar a su mercado objetivo a través de su red de distribución actual. Esta insatisfacción mayoritaria resalta la necesidad urgente de evaluar y rediseñar la estrategia de distribución, con el fin de mejorar la cobertura de mercado y la satisfacción del cliente. Es imperativo identificar las deficiencias y optimizar los procesos logísticos para aumentar la eficiencia y eficacia en la llegada a los clientes potenciales, lo que en última instancia podría traducirse en un mejor desempeño comercial.

3.6.3 Conclusiones observación directa al Departamento de Contabilidad

Se observó que el departamento de producción entrega sus facturas de compras a medida que las reciben. Antes de entregar las facturas, el departamento revisa los productos recibidos para verificar si cumplen con los estándares acordados con el proveedor; en caso de que algún producto no cumpla con dichos estándares, se procede a devolver únicamente el producto defectuoso.

Las provisiones de facturas son registradas dentro del plazo establecido. Aunque las mermas no están registradas contablemente, se lleva un registro en una bitácora de las mermas que resultan de la producción. Las devoluciones y las órdenes de despacho, por otro lado, sí están contabilizadas.

Un dato importante es que el área de producción, junto con el jefe de bodega, se encargan de supervisar la rotación de productos durante los despachos, para evitar que se envíen productos dañados.

3.6.4 Conclusiones de la observación directa al Departamento de Producción

El manejo físico de los inventarios es ordenado y permite diferenciar claramente entre los inventarios de productos terminados, la materia prima pendiente de producción, y la materia prima destinada a devoluciones debido a que no cumple con los estándares acordados con el proveedor. La bodega está bajo la supervisión de un jefe de bodega, quien se encarga del orden y es responsable tanto de los despachos de pedidos a los puntos de venta como de la materia prima que está en espera de ser devuelta.

Se observa que el área de producción no decide qué productos se van a fabricar durante la semana; en su lugar, sigue un cronograma que detalla las actividades en función de las necesidades de los puntos de venta, garantizando un suministro constante y seguro de los productos terminados.

Para el control de las facturas de inventario, estas son revisadas y aceptadas por el jefe de producción. Se verifica que el producto cumpla con lo acordado con el proveedor y que la factura contenga la información correcta, antes de proceder al ingreso del material a bodega y enviar un reporte correspondiente al departamento de compras.

3.6.5 Conclusiones Generales

La empresa posee una infraestructura sólida para la gestión de producción e inventarios, con una clara separación de inventarios iniciales, de materias primas, productos terminados y finales. La implementación de herramientas tecnológicas como Contífico y métodos de control financiero robustos, incluyendo presupuestos y planificación financiera, refuerzan la capacidad de la empresa para gestionar

eficientemente sus recursos y mantener la precisión en sus operaciones contables y de inventario.

Los procesos contables bien definidos para las etapas de costos de producción, desde la adquisición de materias primas hasta la venta de productos terminados, aseguran un registro preciso y una gestión efectiva de los costos. Esto incluye el mantenimiento de registros detallados de compras, entradas y salidas de materias primas, costos de producción y ventas, lo que proporciona una base sólida para la toma de decisiones financieras.

Aunque la empresa está bien estructurada y organizada, debe continuar adaptándose a los desafíos externos, como la variabilidad de los costos de materias primas y otros factores externos. La capacidad para manejar estos desafíos de manera efectiva es crucial para mantener la competitividad y la precisión en la planificación y ejecución de sus operaciones.

La dedicación a mantener altos estándares de calidad en cada etapa del proceso de producción, junto con una gestión eficiente de inventarios y costos, posiciona a la empresa como un competidor fuerte en su industria. La mejora continua en la gestión de costos y la adaptación a los cambios en el entorno económico y del mercado son esenciales para su éxito sostenido.

3.7 Resultados De La Técnica De Observación

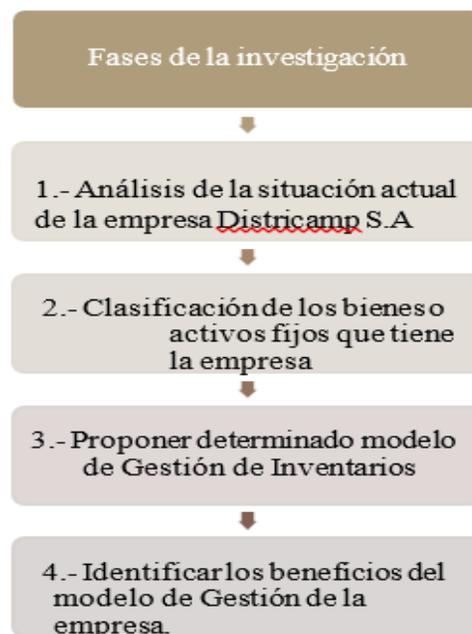
3.7.1 Observación directa al Depto. de Producción y Depto. de Contabilidad

En los resultados de la técnica instrumental, se observó tanto al departamento de producción en el desempeño de sus actividades diarias como al departamento de contabilidad en sus operaciones habituales. El objetivo es analizar la relación entre ambos departamentos y comprender cómo se lleva a cabo el proceso contable en el área de producción.

3.7.2. Fases de la investigación

Las etapas de esta investigación, que sigue un enfoque cualitativo y tiene un nivel descriptivo, se basarán en los datos obtenidos del comportamiento del inventario actual de la empresa que comercializa productos de consumo masivo, la cual es objeto de estudio. Estos datos servirán como base para evaluar la gestión del inventario, identificando sus fortalezas y debilidades, así como el proceso de control del mantenimiento y la producción que la empresa lleva a cabo a través de dicho inventario. Las fases en mención se detallan por la figura 6.

Figura 8
Fases de la investigación



Fuente: Districamp S.A

Elaborado por: (Bazurto y Vallejo, 2024)

3.7.3. Muestra de toma física de inventarios

A continuación, se presenta un detalle de los productos que conforman el inventario de “Districamp S.A.”, clasificados según su producto, presentación, y descripción. Este listado incluye exclusivamente los productos con mayor nivel de comercialización en la empresa.

Tabla 4

Productos más vendidos “Districamp s.a” sobre el manejo y control de inventarios

PRODUCTOS MÁS VENDIDOS		
Productos	Presentación	DESCRIPCIÓN
Fertysoil	30 Kg	Fertilizante para las piscinas de camarón
Probenzy plus	30 Kg	Aporta nutrientes requeridos en la pesca de camarones.
Probenzy peletizado 35%	25Kg	Alimento peletizado con porcentaje de proteína del 35%
Probenzy peletizado 1.2	25 Kg	Peletizado para camarones en desarrollo.

Fuente: Districamp S. A

Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

3.7.4. Productos de mayor demanda en la empresa “Districamp S.A”

Se ha realizado la técnica de observación y posteriormente se ha determinado que los productos con mayor demanda en la empresa “Districamp S.A” son los que se detallan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 5
Productos con mayor demanda Districamp S.A

PRODUCTOS MÁS DEMANDADOS	
Fertysoil	
Probenzy plus	
Probenzy Peletizado 1.2	

Fuente: *Districamp S.A*
Elaborado por: *Bazurto y Vallejo (2024)*

CAPÍTULO IV

4.1 Antecedentes

Dentro de la empresa Districamp S.A. se identificaron procedimientos que evidencian la falta de control en el manejo de inventarios. Al evaluar los métodos actuales de control de inventarios, se demuestra el riesgo que enfrenta la compañía al no tener una visibilidad precisa y actualizada de sus existencias.

Por otro lado, a partir de los análisis realizados mediante entrevistas y técnicas de observación aplicadas en el caso, se pudo comprender en profundidad la problemática mencionada, respondiendo a los objetivos planteados.

Como objetivo general, se propuso analizar el control y gestión de inventarios que intervienen en la administración de los productos, con el fin de diseñar un sistema de control más eficiente que pueda servir como herramienta en la toma de decisiones.

En relación con los objetivos específicos, el primer punto fue analizar la importancia de los procesos de inventario, para posteriormente dejar como recomendación la metodología ideal para mejorar dichos procesos.

Se llevó a cabo un análisis de los procesos actuales para la determinación de los inventarios, con énfasis en los puntos críticos que afectan la precisión y eficiencia del sistema.

Finalmente, el objetivo fue determinar un método de control de inventarios que permita realizar comparaciones precisas entre los niveles de inventario teóricos y reales, optimizando así la gestión de recursos de la empresa.

4.1.1 Objetivo general

Este detallado análisis está alineado con el objetivo general previamente definido, el cual ha sido abordado mediante una serie de objetivos específicos cuidadosamente diseñados.

Estos objetivos específicos han sido formulados para explorar aspectos clave que, en conjunto, proporcionarán una visión clara de la pregunta central de esta investigación. De este modo, los objetivos específicos actúan como herramientas esenciales que permiten descomponer la pregunta de investigación en partes más manejables y tratables. Estos elementos, delineados de manera precisa y detallada, constituyen la base sobre la cual se sostiene la validez y solidez de este informe. A medida que avancemos en la presentación de los puntos siguientes, veremos cómo cada objetivo específico desempeña su función única, pero interrelacionada, para contribuir a una comprensión completa de la pregunta de investigación en toda su amplitud y complejidad.

4.1.2 Objetivos específicos

Optimizar la gestión de inventarios, lo que se traducirá en menores costos y mayor eficiencia: Este objetivo busca mejorar la administración de los inventarios dentro de la empresa, con el fin de reducir los costos operativos asociados a la gestión de existencias. Al optimizar este proceso, se espera lograr una mayor eficiencia en el uso de los recursos, evitando tanto el exceso de stock como la falta de productos, lo que podría llevar a una mejor rentabilidad y competitividad de la empresa.

Describir la situación actual en el proceso del control interno de inventario: Tiene como finalidad analizar y documentar cómo se está llevando a cabo actualmente el control interno de los inventarios en la empresa. A través de una descripción detallada, se pretende identificar los procedimientos que se siguen, los mecanismos de supervisión

que se utilizan y las prácticas implementadas para garantizar la precisión y confiabilidad en la gestión de los inventarios.

Identificar las fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora del sistema de control interno del área de inventario en Districamp S.A.: Este objetivo se enfoca en evaluar el sistema de control interno existente en el área de inventarios de Districamp S.A. Se pretende identificar las áreas en las que el sistema es fuerte y efectivo, así como las debilidades que podrían estar afectando la eficiencia del control de inventarios. Además, se busca detectar oportunidades de mejora que permitan fortalecer el sistema y, en consecuencia, mejorar la gestión general de los inventarios dentro de la empresa.

4.2 Presentación y Análisis de Resultados

En esta sección se presentan y analizan los resultados obtenidos tras la evaluación del sistema de control de inventarios en **Districamp S.A.**. Se utilizaron diferentes métodos de recolección de datos, incluyendo entrevistas con el personal clave, observaciones directas de los procesos de inventario, y análisis documental de los registros actuales de inventario.

4.2.1 Presentación de Resultados

Desempeño Actual del Sistema de Inventarios:

Se identificaron inconsistencias significativas en la precisión de los registros de inventario. Los datos indicaron que, en múltiples ocasiones, la cantidad registrada en el sistema no coincidía con las cantidades reales observadas en el almacén.

Las entrevistas revelaron que el personal de almacén carece de capacitación específica para el manejo del sistema de inventarios, lo que contribuye a errores frecuentes en el ingreso de datos.

La falta de un sistema automatizado, como RFID, limita la capacidad de la empresa para realizar un seguimiento eficiente de sus productos, especialmente en situaciones de alta rotación de inventarios.

4.2.1.1. Impacto en la Gestión Financiera:

El análisis de la documentación mostró que las discrepancias en los inventarios han generado problemas en la valoración de los activos, afectando la precisión de los estados financieros de la empresa.

La falta de control riguroso sobre los inventarios ha resultado en pérdidas económicas debido a productos obsoletos o extraviados que no fueron detectados a tiempo.

4.2.1.2. Eficiencia Operacional:

Los tiempos de procesamiento para la gestión de inventarios son altos debido a la dependencia de procesos manuales. Se observó que el inventario físico se realiza de manera esporádica, lo que impide una supervisión continua.

Las entrevistas con el personal operativo revelaron que la ausencia de un control estricto sobre el inventario genera demoras en la producción, ya que la falta de materiales o productos no se detecta hasta el momento en que son necesarios.

4.2.2 Análisis de Resultados

4.2.2.1. Análisis de la Precisión en los Registros

La falta de precisión en los registros de inventario se debe principalmente a la ausencia de un sistema automatizado y a la insuficiente capacitación del personal. Esta situación expone a la empresa a riesgos operativos y financieros considerables.

Comparado con el estándar de la industria, **Districamp S.A.** presenta un margen de error elevado en sus registros de inventario, lo que sugiere la necesidad de una intervención inmediata para mejorar la exactitud de sus datos.

4.2.2.2. Impacto Financiero de las Discrepancias:

Las discrepancias identificadas no solo afectan la operatividad diaria de la empresa, sino que también tienen un impacto directo en la rentabilidad. La incorrecta valoración de los inventarios ha llevado a una subestimación de los costos reales y a decisiones financieras basadas en información incorrecta.

Este problema también afecta la capacidad de la empresa para tomar decisiones estratégicas informadas, como la planificación de compras y la gestión de la producción, lo que podría estar obstaculizando su crecimiento.

4.2.2.3. Evaluación de la Eficiencia Operacional:

El análisis de los procesos operacionales reveló que la ineficiencia en la gestión de inventarios está generando cuellos de botella que afectan la cadena de suministro. La falta de visibilidad sobre las existencias disponibles ocasiona interrupciones en la producción y retrasa las entregas a los clientes.

La implementación de tecnología moderna podría reducir significativamente estos tiempos y mejorar la eficiencia operacional general de la empresa, lo que, a su vez, incrementaría la competitividad de **Districamp S.A.** en el mercado.

La presentación deberá corresponder a las técnicas de análisis de la metodología utilizada. Es importante la presentación ordenada de los resultados según los instrumentos utilizados, pudiendo representarse mediante tablas, gráficos, esquemas y

otro que se considere pertinente. Énfasis en el análisis que hace el investigador de cada resultado.

4.2.3 Análisis de los estados financieros de la empresa.

Los estados financieros de la empresa se reconocen como una fuente esencial de información en lo que respecta a los inventarios. Utilizando los datos contenidos en los estados financieros, junto con la información proporcionada por el contador de la empresa, se lleva a cabo un análisis detallado de los niveles de inventario. A continuación, se presentan en las tablas los estados de situación financiera de la empresa correspondientes a los períodos 2022 y 2023.

Tabla 6
Estado de Situación Financiera Districamp 2022

DISTRICAMP S.A		Total
Estado de Situación Financiera		
Hasta el 31/12/2022		
		-
1	Activos	467.050,60
1.1	Activo Corriente	711.767,82
		-
1.1.1	Efectivo y Equivalentes a Efectivo	989.012,82
		-
1.1.1.1	311Caja General	972.537,88
1.1.1.2	Caja Chica Administrativa	-59.530,24
1.1.1.3	311Banco Bolivariano Cta. 0035054449	805.681,26
		-
1.1.1.7	Caja Chica Interna	762.625,96
1.1.2	Activos Financieros	204.259,68
1.1.2.2	Activos Financieros Disponibles para la Venta	139,50
1.1.2.5	Cuentas por Cobrar	207.839,74

1.1.2.5.1	316 Clientes Comerciales	207.839,74
1.1.2.6	Documentos por Cobrar	-3.719,56
1.1.2.6.3	Funcionarios y/o Empleados	-3.719,56
1.1.3	Inventario	14.167,65
1.1.3.1	330 Materia Prima	108.170,96
1.1.3.2	331 Producto en Proceso	25,00
	Suministros o materiales a ser consumidos en el proceso de	
1.1.3.3	producción	1.632,46
	Suministros o materiales a ser consumidos en la prestación de	
1.1.3.4	servicios	780,00
1.1.3.5	333 Productos terminados y mercadería producidos por la compañía	-76.400,00
1.1.3.6	333 Productos terminados y mercadería comprados a terceros	-20.040,77
1.1.4	Servicios y otros Pagos Anticipados	0,00
1.1.5	Activos por Impuestos Corrientes	58.817,67
1.1.5.1	IVA sobre Compras	4.222,38
1.1.5.1.1	IVA sobre Compras	4.222,38
1.1.5.2	Retenciones del IVA	28,82
1.1.5.2.1	30% Bienes	13,86
1.1.5.2.2	70% Servicios	2,36
1.1.5.2.4	100% Exportadores	12,60
1.1.5.3	Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta	54.566,47
1.1.5.3.1	1% Bienes Muebles de Naturaleza Corporal	54.566,47
1.2	Activos No Corrientes	244.717,22
1.2.1	Propiedad, Planta y Equipos	244.717,22
1.2.1.1	350 Terrenos	18.000,00
1.2.1.8	357 Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	319.364,33
1.2.1.15	361 (-) Depreciación acumulada Vehículos	-92.647,11
1.2.2	Propiedades de Inversión	0,00
1.2.3	Activos Biológicos	0,00
1.2.4	Intangibles	0,00
1.2.6	Activos Financieros No Corrientes	0,00
		-
2	Pasivos	821.341,33
		-
2.1	Pasivo Corriente	821.341,33
		-
2.1.3	Cuentas y Documentos por Pagar	852.768,76
		-
2.1.3.1	Cuentas por Pagar	852.768,76
		-
2.1.3.1.1	513 Proveedores	852.768,76
2.1.4	Obligaciones Con Instituciones Financieras	3.431,59
2.1.4.3	521 Tarjeta de crédito (Pago)	3.431,59

2.1.5	Provisiones	0,00
2.1.7	Otras Obligaciones Corrientes	27.995,84
2.1.7.1	Retenciones del I.E.S.S.	8.486,30
2.1.7.1.1	528.9.45% Aportes Individuales	8.436,30
2.1.7.1.2	528 Prestamos Quirografarios	50,00
2.1.7.2	Retenciones en la Fuente de Impuestos a la Renta	636,55
2.1.7.2.1	1% Bienes Muebles de Naturaleza Corporal	636,45
2.1.7.2.5	10% Honorarios Profesionales y Dietas	0,10
2.1.7.4	IVA Sobre Ventas	237,34
2.1.7.4.1	IVA sobre Ventas	237,34
2.1.7.6	Beneficios Sociales por Pagar	18.635,65
2.1.7.6.1	530 Décimo Tercer Sueldo	6.116,65
2.1.7.6.2	530 Décimo Cuarto Sueldo	3.601,03
2.1.7.6.4	530 11.15% Aportes Patronales I.E.S.S.	8.917,97
2.1.8	Cuentas por Pagar Diversas/Relacionadas	0,00
2.1.12	Porción Corriente de Provisiones por Beneficios a Empleados	0,00
2.2	Pasivo No Corriente	0,00
2.2.2	Cuentas y Documentos por Pagar	0,00
2.2.3	Obligaciones con Instituciones Financieras	0,00
2.2.4	Cuenta por Pagar Diversas/Relacionadas	0,00
2.2.7	Provisiones por Beneficios a Empleados	0,00
2.2.8	Pasivo Diferido	0,00
3	Patrimonio	354.290,73
3.1	Patrimonio Atribuible a Propietarios	354.290,73
3.1.1	Capital Social	0,00
3.1.4	Reservas	0,00
3.1.5	Otros Resultados Integrales	0,00
3.1.6	Resultados Acumulados	354.290,73
3.1.6.1	Resultados Acumulados	354.290,73
3.1.7	Resultado del Ejercicio	0,00
3.2	Participación No Controladas	0,00
	Resultado del Ejercicio	392.004,05

Fuente: Contífico 2024

Elaborado por: (Bazurto y Vallejo, 2024)

Tabla 7
Estado de Situación Financiera Districamp 2023

Districamp S.A		Total
Estado de Situación Financiera		
Hasta el 31/12/2023		
1	Activos	1.312.080,64
1.1	Activo Corriente	993.364,16
1.1.1	Efectivo y Equivalentes a Efectivo	176.793,37
1.1.1.1	311Caja General	-2.529,38
1.1.1.3	311Banco Bolivariano Cta. 0035054449	916.061,96
1.1.1.5	311Banco Pichincha 2100298339	26.130,68
1.1.1.7	Caja Chica Interna	-762.869,89
1.1.2	Activos Financieros	491.690,82
1.1.2.5	Cuentas por Cobrar	491.690,82
1.1.2.5.1	316Clientes Comerciales	233.644,82
1.1.2.5.5	314Ctas por cobrar Districamp	258.046,00
1.1.3	Inventario	215.628,97
1.1.3.1	330Materia Prima	215.920,51
1.1.3.2	331Producto en Proceso	708,46
1.1.3.5	333Productos terminados y mercadería producidos por la compañía	-1.000,00
1.1.4	Servicios y otros Pagos Anticipados	6.996,50
1.1.4.3	Anticipo a Proveedores	6.996,50
1.1.5	Activos por Impuestos Corrientes	102.254,50
1.1.5.1	IVA sobre Compras	6.407,00
1.1.5.1.1	IVA sobre Compras	6.407,00
1.1.5.2	Retenciones del IVA	28,82
1.1.5.2.1	30% Bienes	13,86
1.1.5.2.2	70% Servicios	2,36
1.1.5.2.4	100% Exportadores	12,60
1.1.5.3	Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta	95.818,68
1.1.5.3.1	1% Bienes Muebles de Naturaleza Corporal	95.498,02
1.1.5.3.2	2% Servicios	0,05
1.1.5.3.3	8% Honorarios, Arrendamientos, Docencia, Deportistas	147,83
1.1.5.3.5	10% Honorarios Profesionales y Dietas	137,78
1.1.5.3.9	1.75% Bienes Muebles de Naturaleza Corporal	35,00
1.2	Activos No Corrientes	318.716,48
1.2.1	Propiedad, Planta y Equipos	318.716,48
1.2.1.1	350Terrenos	36.000,00
1.2.1.5	353Muebles y Enseres	5.490,93

1.2.1.6	354Maquinarias y Equipos	99.309,65
1.2.1.7	356Equipos de Computación	6.365,29
1.2.1.8	357Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	289.720,57
1.2.1.11	361 (-) Depreciación Acumulada Propiedades, Planta y Equipo	-3.326,70
1.2.1.15	361 (-) Depreciacion acumulada Vehiculos	-114.843,26
1.2.2	Propiedades de Inversion	0,00
1.2.3	Activos Biológicos	0,00
1.2.4	Intangibles	0,00
1.2.6	Activos Financieros No Corrientes	0,00
2	Pasivos	453.982,66
2.1	Pasivo Corriente	453.982,66
2.1.3	Cuentas y Documentos por Pagar	426.641,24
2.1.3.1	Cuentas por Pagar	426.641,24
2.1.3.1.1	513Proveedores	399.257,84
2.1.3.1.3	511Cuentas por pagar Maria Cristina Lopez	27.383,40
2.1.4	Obligaciones Con Instituciones Financieras	0,00
2.1.5	Provisiones	0,00
2.1.7	Otras Obligaciones Corrientes	27.341,42
2.1.7.1	Retenciones del I.E.S.S.	511,14
2.1.7.1.1	528.9.45% Aportes Individuales	511,14
2.1.7.2	Retenciones en la Fuente de Impuestos a la Renta	3.357,99
2.1.7.2.1	1% Bienes Muebles de Naturaleza Corporal	2.994,39
2.1.7.2.2	2% Servicios	113,20
2.1.7.2.5	10% Honorarios Profesionales y Dietas	0,10
2.1.7.2.8	2.75% Servicios	9,80
2.1.7.2.9	1.75% Bienes Muebles de Naturaleza Corporal	240,50
2.1.7.3	Retenciones del Impuesto al Valor Agregado	577,19
2.1.7.3.1	30% Bienes	124,00
2.1.7.3.2	70% Servicios	453,19
2.1.7.4	IVA Sobre Ventas	4.500,00
2.1.7.4.1	IVA sobre Ventas	4.500,00
2.1.7.6	Beneficios Sociales por Pagar	7.176,02
2.1.7.6.1	530Décimo Tercer Sueldo	450,73
2.1.7.6.2	530Décimo Cuarto Sueldo	2.705,00
2.1.7.6.3	530Vacaciones	3.000,02
2.1.7.6.4	53011.15% Aportes Patronales I.E.S.S.	657,18
2.1.7.6.6	530Fondos de Reservas	363,09
2.1.7.8	Participación de Trabajadores	11.219,08
2.1.7.8.1	10% Trabajadores en General	11.219,08
2.1.8	Cuentas por Pagar Diversas/Relacionadas	0,00
2.1.12	Porción Corriente de Provisiones por Beneficios a Empleados	0,00
2.2	Pasivo No Corriente	0,00
2.2.2	Cuentas y Documentos por Pagar	0,00

2.2.3	Obligaciones con Instituciones Financieras	0,00
2.2.4	Cuenta por Pagar Diversas/Relacionadas	0,00
2.2.7	Provisiones por Beneficios a Empleados	0,00
2.2.8	Pasivo Diferido	0,00
3	Patrimonio	858.097,98
3.1	Patrimonio Atribuible a Propietarios	858.097,98
3.1.1	Capital Social	0,00
3.1.4	Reservas	0,00
3.1.5	Otros Resultados Integrales	0,00
3.1.6	Resultados Acumulados	858.097,98
3.1.6.1	Resultados Acumulados	858.097,98
3.1.7	Resultado del Ejercicio	0,00
3.2	Participación No Controladas	0,00
	Resultado del Ejercicio	62.574,77

Fuente: Contífico 2024

Elaborado por: Bazurto y Vallejo (2024)

4.2.3.1. Análisis de los Estados Financieros

Como se puede observar tanto en el estado financiero des 2022 y 2023

Al comparar el Estado de Situación Financiera de 2022 con el de 2023, se observan varios cambios significativos en las cuentas de inventarios, mercadería en tránsito y cuentas por pagar:

Inventarios

- **2022:** El valor total de los inventarios fue de \$14,167.65, con ajustes significativos que llevaron a saldos negativos en los productos terminados y mercadería.
- **2023:** El valor de los inventarios aumentó considerablemente a \$215,628.97. La materia prima, que en 2022 estaba valorada en \$108,170.96, ahora está en \$215,920.51. Esto indica una reposición y aumento de inventarios. Los productos terminados aún muestran un saldo negativo, pero mucho menor (-\$1,000.00), lo que sugiere una mejor gestión o menor deterioro en comparación con el año anterior.

Cuentas por Pagar

- **2022:** Las cuentas por pagar mostraban un saldo considerable de - \$852,768.76.
- **2023:** El saldo de cuentas por pagar es de \$426,641.24, lo que representa una reducción significativa. Esto podría indicar que la empresa ha pagado una gran parte de sus deudas o ha reestructurado sus obligaciones.

La empresa ha mejorado notablemente la gestión de sus inventarios y ha reducido su deuda a corto plazo, como lo reflejan las cuentas por pagar. Sin embargo, aún persisten desafíos, como la presencia de saldos negativos en los productos terminados, aunque estos han disminuido. Esto indica una mejoría en la salud financiera de la empresa, aunque se deben continuar monitoreando y optimizando estas áreas para asegurar la estabilidad a largo plazo.

4.2.4 Método Fifo

El proyecto ha optado por utilizar el método FIFO, que ofrece criterios y directrices para definir y evaluar los resultados. Este método organiza la producción de manera que el primer producto en ingresar es el primero en salir, lo cual es ideal para empresas que manejan productos de consumo masivo con fechas de caducidad. Se utilizará este enfoque para determinar la efectividad, exposición, probabilidad y solidez, y posteriormente se analizarán estos procesos con el fin de mejorarlos.

La metodología se basa en etapas clave. La primera, y más crucial, es la inspección del riesgo junto con la recolección sistemática de información relacionada, incluyendo actividades como procesamiento, instalación, protección y organización de la seguridad. A continuación, se procede a la estimación y evaluación del nivel de riesgo, que puede realizarse de manera cualitativa o cuantitativa. Finalmente, se emite una

opinión técnica sobre la situación, consolidada en un informe detallado que presenta los resultados del análisis.

4.2.5 Plan De Mejora Del Método Fifo

Cuando se ha examinado todo el proceso de las instalaciones, se analizan las medidas a tomar en todas las áreas: desde la empresa se determina el camino más rápido y eficiente al recibir los productos del pedido durante el movimiento de mercancías.

Verificar la mercancía con el código del producto y la fecha que llegan a la empresa. Realizar un programa de capacitación para los gerentes de inventario en los que el conocimiento general de la importancia de la logística y la sostenibilidad directa de las actividades, que proporcionan actividades de la gestión de la existencia y tiendas, en su entrenamiento. Para identificar los métodos y la gestión de la práctica del inventario con eficiencia, implementar el control de lotes para saber lo que tienen de stock para no mantener acciones desfavorables para las empresas, utilizando métodos de clasificación de valores y sugerencias de sus mejores técnicas de gestión de acciones.

CONCLUSIONES

Se concluye que, aunque la empresa en estudio cuenta con un modelo de gestión de inventarios, existen ineficiencias en la entrada y salida de productos en bodega, y los inventarios se realizan de manera desordenada.

Al mejorar el modelo de gestión de inventarios utilizando el método FIFO y el programa Tera Terminal, se logra categorizar los productos de la empresa, lo que permite definir políticas y controles específicos para cada categoría. Esto facilita una gestión de inventario más eficiente y ayuda a evitar que productos caducados permanezcan en la bodega y las perchas, mediante el uso de un formato detallado de productos físicos.

Aunque el grupo estudiado incluye procedimientos para el manejo y control de inventarios, la organización deficiente genera pérdidas por daños, deterioros y, como consecuencia, menores ganancias. Por lo tanto, se propone mejorar la distribución y categorización de los productos en bodega.

RECOMENDACIONES

Es recomendable que Districamp S.A. adopte el sistema contífico de manera gradual, comenzando con un proyecto piloto en una de sus áreas de almacenamiento de mayor rotación. Esto permitirá identificar posibles obstáculos y ajustar el sistema antes de extender su uso a toda la empresa.

La empresa debe desarrollar un plan de capacitación continua para asegurar que todos los empleados involucrados en la gestión de inventarios estén familiarizados con el nuevo sistema y con las mejores prácticas de manejo de inventarios. Este plan debe incluir evaluaciones periódicas para garantizar la efectividad de la formación.

Una vez implementado, se recomienda realizar un monitoreo constante y evaluaciones periódicas del nuevo sistema de gestión de inventarios. Esto ayudará a identificar áreas de mejora y asegurar que el sistema esté funcionando de manera óptima.

Districamp S.A. debe actualizar sus procedimientos y políticas internas relacionadas con la gestión de inventarios para reflejar los cambios introducidos por el nuevo sistema. Esto incluye la documentación de nuevos procesos, la asignación de responsabilidades claras y la creación de protocolos de respuesta ante posibles discrepancias.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta de Mavárez, A., Bonomie, M., Urdaneta, M., & Rincón, L. (2021). Costos de producción en unidades. *27(3)*, págs. 491-507. Recuperado el 28 de jul de 2024, de <file:///C:/Users/liliana/Downloads/Dialnet-CostosDeProduccionEnUnidadesProductivasFamiliaresD-8090635.pdf>
- Aguilar, J. (08 de jul de 2021). Control de Inventario. Recuperado el 23 de julio de 2024, de <https://es.scribd.com/document/514764524/Control-de-Inventarios>
- Antonia, C. (2018). *Gestión de inventarios*. COML0210. IC editorial. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=s1cpEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=concepto+de+gestion+de+inventarios&ots=mDdhmP9ZVv&sig=LpHKZa0rgm1qUEdDY4L0kFcZeCU#v=onepage&q=concepto%20de%20gestion%20de%20inventarios&f=false>
- Arroyo Vaca, C. S., & Obando Quito, R. (30 de jun de 2022). Importancia de la implementación de mantenimiento preventivo en las plantas de producción para optimizar procesos. *10*, págs. 59-69. <https://doi.org/https://doi.org/10.53734/esci.vol4.id240>
- Bazurto, B., & Vallejo, G. (2024).
- Bowersox, C. (2019). *Gestión Logística de la Cadena de Suministro*. McGraw-Hill. Recuperado el 25 de julio de 2024
- Cabrera Encalada , S., Erazo Alvarez, Narváez-Zurita, & Rodríguez-Pillaga. (2021). El control interno en la Gestion Administrativa de las Unidades Desconcentradas del Ejecutivo. *7(12)*, 696-724. Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología. Recuperado el 15 de Julio de 2024, de <https://mail.cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/446/621>
- Cabrera Pardo, C. .. (2022). *Análisis del control de inventarios en el proceso productivo de una empresa camaronera del cantón Machala*. Obtenido de Análisis del control de inventarios en el proceso productivo de una empresa camaronera del cantón Machala.: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/21152>
- Camacho Zapata, A. s., Ríos Baldovino, J. P., Mojica Herazo, J., & Rojas Milán, R. (Dic de 2020). Importancia de la gestión de inventario en empresa de Manufacura. *2(2)*. Recuperado el 27 de jul de 2024, de boletín de innovación, logística y

- operaciones, 2(2), 37-42.:
<https://revistascientificas.cuc.edu.co/bilo/article/view/3472/3223>
- Campozano Baquerizo, N. G. (2020). Control de inventario de la empresa “Fernández”. Babahoyo. Recuperado el 23 de jul de 2024, de
<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11850>
- Chagolla Farias, M., & Flores Romero, M. B. (2019). Propuesta de una aplicación multiforma basado en lectura de códigos de respuesta rápida para museos de la ciudad de morelia. pág. 47. Recuperado el 30 de jul de 2024, de El estado de costos de producción y ventas, y su análisis en las grandes empresas, una herramienta estratégica para las PYMES.:
<https://iaidres.org.mx/assets/revistacsempresariales34.pdf#page=32>
- Christopher. (2018). *Gestión de logística y cadena de suministro*. Pearson. Pearson.
- Codigo De Comercio. (2019). Art. 28. Obtenido de
https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Codigo De Comercio Del Ecuador. (2019). Art. 13. Obtenido de
https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Corvo, H. (2021). Punto de reorden. Recuperado el 25 de Julio de 2024, de Punto de reorden: <https://diquis.cloud/wp-content/uploads/2022/08/9.-PUNTO-DE-REORDEN.pdf>
- Cruz Fernandez, A. (2018). *Gestión de inventarios*. IC. Recuperado el 26 de julio de 2024, de
https://books.google.com.ec/books?id=s1cpEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Escandon, R., Guerrero, J., Campos, H., Espinoza, R., & Espinoza, W. (30 de mar de 2021). IC 2 y su efecto en la presentación razonable de los Estados Financieros de la Empresa Macoser SA. (R. Espacios, Ed.) 42(6), págs. 1-13.
<https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n06p01>

- Esmena, M. (01 de dic de 2020). *mecalux.es*. Recuperado el 25 de jul de 2024, de El inventario físico: control real de la mercancía en el almacén:
<https://www.mecalux.es/blog/inventario-fisico>
- Fernández, A. C. (2018). Gestión de inventarios. COML0210. págs. 3-4.
<https://doi.org/www.iceditorial.com>
- Franco, m. &. (2019). Obtenido de
<https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/5639/GESTI%C3%93N%20DE%20INVENTARIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. *McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.*, 1- 753. Recuperado el 26 de jul de 2024, de
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64591365/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n._Rutas_cuantitativa__cualitativa_y_mixta-libre.pdf?1601784484=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMETODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA.pdf&Expires=
- Horngren, C. T. (2020). *Contabilidad de Costos: Un Enfoque Gerencial*. . Pearson.
- Larreatigue Solórzano, C. (2019). DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE INVENTARIOS PARA REDUCIR COSTOS LOGÍSTICOS EN LA EMPRESA EL COMERCIO S.A. – CHICLAYO 2018. Perú. Recuperado el jul de 2024, de
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6441/Larreatigue%20Sol%c3%b3rzano%20Cristian.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Ley De Compañías. (2023). Registro Oficial. Obtenido de
https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2023/04/ECLEX-PRO-MERCANTI-LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- Ley De Regimen Tributario . (s.f.). Obtenido de
<https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,%20LRTI.pdf>
- Ley Orgánica para el Desarrollo de la Acuicultura . (2020). Obtenido de
https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2022-05/Documento_Ley-Org%C3%A1nica-para-Desarrollo-Acuicultura-y-Pesca.pdf

- Manosalvas Gómez, L. R. (jul de 2020). Estrategia de control interno para el área de inventarios en la empresa Ferricortez comercializadora de productos ferreteros en el cantón Santo Domingo. *12(04)*, págs. 288-293. Recuperado el 30 de jul de 2024, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-288.pdf>
- MAYO, V. P., HEREDIA, I. R., & SOLÓRZANO, B. F. (2017). Los inventarios y el costo de producción en las empresas industriales del ecuador. *13(4)*, págs. 254 - 264. Obtenido de [file:///C:/Users/liliana/Downloads/Dialnet-LosInventariosYEICostoDeProduccionEnLasEmpresasInd-6759713%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/liliana/Downloads/Dialnet-LosInventariosYEICostoDeProduccionEnLasEmpresasInd-6759713%20(1).pdf)
- Mendoza Zambrano, Dilia María. (38 de 8 de 2018). *Propuesta de un sistema de gestión de inventarios en la empresa APRACOM S.A.* Obtenido de Propuesta de un sistema de gestión de inventarios en la empresa APRACOM S.A.: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9292>
- Moreno, J. (15 de Mayo de 2021). *Control de Inventarios*. Obtenido de Control de Inventarios: <https://es.scribd.com/document/507943859/Mapa-Conceptual-Control-de-Inventarios>
- Moreno, K., & Jurado, D. (2019). Logística y control de stock. Caso de estudio en librerías y papelerías. *25(88)*, págs. 1304-1315. Recuperado el 26 de jul de 2024, de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051020/29062051020.pdf>
- Muñoz Chalen, K., & Toapanta Cedeño, F. (2022). PROPUESTA DE MEJORA EN LA GESTIÓN DE INVENTARIO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO. 1-89. Universidad Politecnica Salesiana Sede Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23938/1/UPS-GT004123.pdf>
- Pacheco, D. (2019). Gestión de inventario en empresas distribuidoras de materia prima del sector panadero en el estado Zulia. (R. d. ENFOQUES, Ed.) *3(11)*, págs. 188 - 201. Recuperado el 26 de jul de 2024, de <https://www.redalyc.org/journal/6219/621968032003/621968032003.pdf>
- Prieto, E. (31 de ago de 2023). *¿Por qué es importante el control de inventarios?* (S. N. University, Ed.) Recuperado el 20 de jul de 2024, de <https://es.snhu.edu/blog/por-que-es-importante-el-control-de-inventarios>
- Quispe Quispe, J. (2019). Gestión de abastecimiento de medicamentos aplicando el modelo EOQ (Economic Order Quantity) para la farmacia de un hospital

categoría III. Recuperado el 25 de julio de 2023, de Gestión de abastecimiento de medicamentos aplicando el modelo EOQ:

https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2811/Julio%20Quispe_Trabajo%20de%20investigaci%c3%b3n_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Redrobán Huayamave, M. D., & Vallejo Martillo, D. R. (2024). almacenados, al permanecer sin rotación durante un período prolongado, pueden volverse. 1-88. Ecuador. Recuperado el 26 de jul de 2024, de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27858/1/UPS-GT005349.pdf>

Rincón-Soto, C. A.-M.-R. (jul de 2019). Clasificación teórica de los costos. *Revista EAN*(87), págs. 193-206. Recuperado el 26 de jul de 2024, de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/2448/1992>

Samaniego, H. (6 de jun de 2019). Un modelo para el control de inventarios utilizando dinámica de sistemas. (R. i. administración, Ed.) *06*, págs. 134-154. Recuperado el 31 de jul de 2024, de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/1305/1190>

Tello, C., Donatila, M., & Maldonado Cabello, J. (2020). La gestión de almacenes y el control de inventarios en la empresa Inversiones GKS. Lima - Perú: Repositorio de la Universidad Privada Del Norte. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11537/26447>

Vélez Vélez, S. M., & Pazmiño Linares, S. A. (feb de 2022). Importancia de los sistemas de inventarios en las organizaciones a través de una revisión bibliográfica. *Alfa*, *4*(11), 342–357. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/ap.v4i1.1.163>

Zapata, A. S., & al., e. (2020). Importancia de la gestión de inventario en empresa de Manufacura. *2(02)*, *Boletín de innovación, logística y operaciones*, 37-42.