



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACION**

**OCTUBRE 2017 – MARZO 2018**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**Ingeniería Comercial**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA**

**COMERCIAL**

**TEMA:**

**Control de stock de mínimos y máximos del comercial mini market**

**“Manantial de Vida”**

**EGRESADA:**

**Evelin Jessenia Andaluz Pulla**

**TUTORA:**

**CPA. Diana Lorena Caicedo Monserrate MAE.**

**AÑO 2018**

## INTRODUCCION

El Comercial Mini Market “Manantial de Vida” ubicada en la Provincia de Los Ríos cantón Babahoyo Parroquia El Salto, se dedica a ofrecer productos de primera necesidad a las diversas personas del sector, este es un negocio familiar el mismo que se constituyó en el año 2010, el cual es administrado por la propietaria y demás familiares, su prioridad es atender a los clientes y brindar bienes de calidad lo que ha permitido el crecimiento del mismo.

En el mini market Manantial de Vida existen falencias referentes al control de stock, esto se puede evidenciar al momento de realizar la respectiva revisión física de las mercaderías se genera inconsistencia entre el inventario físico y el registro. El comercial no cuenta con un manual de procesos en donde se indique como realizar los pedidos de las mercancías y su respectiva recepción ya que se pudo verificar que no hay coordinación en el momento de recibir los productos, debido a que en ocasiones lo que ha llegado no es lo solicitado.

El presente estudio de caso se relaciona con la línea de investigación Modelo de Gestión Administrativa, se utilizó el método descriptivo y de observación, los mismos que nos permitirá explicar y analizar las diversas situaciones que se llevan a cabo en este estudio, estas me dan la facultad de la utilización del instrumento como es la entrevista dirigida a la propietaria del negocio.

## DESARROLLO

El Comercial Mini Market “Manantial de Vida” está ubicado en la Provincia de Los Ríos, cantón Babahoyo, Parroquia El Salto, fue creada el 12 de abril del 2010, su finalidad es brindar productos de primera necesidad a las personas del sector, este es un negocio familiar, el cual es administrado por su propietaria y demás familiares, su prioridad es dar una buena atención y productos de calidad, sin embargo con el pasar del tiempo los clientes sugerían diversificación en productos, ya que la falta de los mismos provocaban que busquen en otros comerciales. Esto obligó a la propietaria a ampliar su local con mercadería de diferentes marcas, presentación y calidad, incrementó el trabajo y con ello surgió la problemática en el control de inventario el cual afecta al funcionamiento del negocio.

Cabe mencionar que una de las causas por la que se crea el problema, es la ausencia de conocimiento del manejo del control de stock, este es llevado por algunas personas que conforman el comercial, por ende, no se puede realizar un control exacto de mercancías dado que los miembros que conforman el mini market desconocen el proceso de control de inventarios.

El control de stock en las empresas es esencial, es una herramienta útil que tiene como propósito llevar de una manera ordenada la mercadería y a su vez esta permitirá tener una excelente rotación de los productos.

“El control de la empresa es fundamental para que pueda supervivir. Es evidente que, como confirman las estadísticas, una gran mayoría de empresas pequeñas y medianas mueren, bien por falta de control, bien por la existencia de un inadecuado sistema de control” (Eslava, 2013, pág. 9).

“Con respecto a los conocimientos en técnicas de gestión comercial se trata de saberes fundamentales hoy en día. Todo emprendedor ha de trabajar para mejorar sus capacidades comerciales, aunque se tenga experiencia” (Castro, 2015, pág. 15)

Concepto antes mencionado se relaciona con la problemática, este no se realiza de manera correcta pues no se lleva un registro de las mercaderías que ingresa y sale, no se conoce con exactitud cuáles son los productos que hacen falta o a su vez están por agotarse, de la misma manera no se determina la cantidad de mercancía que existe en mayor cantidad. Esto provoca que, al momento de abastecerse, este proceso no se realice de manera efectiva puesto que el comercial efectúa pedidos de mercancías que no son necesarios en ese momento, lo cual implica un gasto innecesario y en ocasiones se deriva a generar pérdidas porque los productos adquiridos poseen una fecha de caducidad no tan extensa y al existir un exceso de estos en el inventario, gran cantidad de este no se vende.

La capacitación es una herramienta principal para el desarrollo del personal, este busca perfeccionar todas actividades que se realice dentro del negocio, es importante recalcar que teniendo conocimiento se puede desarrollar de una manera adecuada los procesos que se deben llevar dentro de la empresa.

La escasez de comprensión concerniente al manejo de control de stock surge incumplimiento de las tareas de manera adecuada, ya que dejan actividades sin concluir, como la revisión de la mercadería que se ha solicitado a los proveedores, inspeccionar de forma adecuada los productos, esto ocasiona que el comercial tenga una baja rentabilidad.

Otro factor predominante es que, al no controlar el inventario de manera correcta, se incurre en uno de los errores que es pasar por alto el tiempo de rotación de inventario. Esto ocasiona que el negocio tenga en su inventario una cantidad considerable de productos de venta esporádica, por ejemplo (Fideos para lasaña, yogurt natural, papel de aluminio), este tipo de productos no generan liquidez a corto plazo esto genera una debilidad que afecta al progreso de este. Por otra parte, es necesario manifestar que al no tomar en cuenta el tiempo de rotación del inventario, al adquirir productos de venta escasa, estos se deterioran y evidentemente ya no se puede realizar la venta de estos a los clientes.

“La rotación del inventario es la cantidad de veces que el inventario debe ser reemplazado durante un determinado período de tiempo, generalmente un año. Uno de los indicadores más comúnmente utilizados en la gestión de inventarios, ya que refleja la eficacia general de la cadena de suministro, desde el proveedor hasta el cliente” (Vermorel, 2012)

Se puede decir que la rotación de los productos es favorable para las empresas ya que se obtiene un aumento en las ganancias, si esto no sucede pues va a existir productos que no circulen y por lo tanto habrá mercadería estancada no generando un aumento relativo en lo que concierne a las utilidades del negocio.

Se realiza un control ineficiente en el negocio, esto sucede cuando llega la mercadería por parte del mayor proveedor no se realiza la respectiva verificación, es decir, el comercial efectúa el pedido de manera general de todos los productos que se consideran necesarios, este llega en cartones. Normalmente se debería revisar cada uno de los productos para constatar si están todos los manifestados en la factura, pero esto no es lo que sucede, puesto que se receipta la mercadería pero los cartones se quedan en un espacio determinado y se procede a ubicar en las perchas correspondientes cuando existe tiempo disponible para hacerlo. Las repercusiones de esto son que, por no verificar la mercadería, en ocasiones el proveedor incluye productos que no se han solicitado.

La propietaria recuerda que antes podía realizar las compras de la mercadería personalmente y percatarse de las promociones, además podía adquirir siempre los productos que necesitaba y no otros parecido o poco conocidos. Pero desde que decidió incrementar su negocio el tiempo se ha convertido en algo muy valioso, por ese motivo opto por realizar las compras a través de los distintos proveedores, los mismo que llegan al local a tomar pedido y despachan al siguiente día, permitiendo el ahorro del tiempo y el pago del transporte de la mercadería, ya que los mismos distribuidores se encargan de llevar el pedido al negocio.

Este método de suministro, aunque ahorra tiempo y dinero también produjo otro problema, los distribuidores al despachar la mercadería facturaban otros productos que

el comerciante no solicitaba, pues el propósito de esa anomalía era introducir al mercado productos nuevos ofreciendo promociones o supuestos regalos, causando inconvenientes con los pagos de las facturas y muchas veces pérdida de los productos por motivo de caducidad.

Por no realizar la verificación que corresponde de la mercadería adquirida de los proveedores y recibir productos no solicitados o que no cumplen con las especificaciones manifestadas en el pedido, por ejemplo; se realiza el pedido de 12 unidades de aceite de en botella, pero el proveedor no provee el aceite en botella y en su defecto lo hace en funda, por ello, se tiene que realizar un proceso de devolución del producto mediante una nota de crédito.

De acuerdo al autor (Castañeda, 2014)“Las notas de crédito pueden utilizarse para aplicar un descuento por pronto pago o para documentar las devoluciones de mercadería previamente facturadas”. Las notas de créditos es un documento que elimina a una factura emitida ya que en ocasiones el producto que llegan no es el solicitado o se encuentra deteriorado, esta permite a las empresas modificar errores generando un saldo a favor al cliente, el mismo que es utilizado en otras facturas o muchas veces reembolsado.

Es decir, generalmente el tiempo que transcurre para obtener el producto especificado (mediante la nota de crédito) es de por lo mínimo una semana, pero se da casos en los que los clientes requieren el producto faltante y al no tener disponible para la venta, este acude a tiendas y comerciales cercanos, perdiendo así la posibilidad de venta y exponiéndose al riesgo de perder clientes por carecer del producto solicitado.

Es necesario mencionar que otras de las dificultades que se ha encontrado en el comercial es que al momento de colocar la mercadería en las perchas, por hacerlo de una manera rápida, se coloca los productos recién suministrados en la parte delantera y la mercancía anterior va quedando atrás, esto ha provocado que varias mercancías perezcan y ocasionen pérdidas al Mini Market.

La mala ubicación de la mercadería ha ocasionado que el cliente se lleve una mala impresión del local, se puede manifestar en el Merchandising no se está aplicando de manera efectiva, el Merchandising según el autor:

(Muñoz, 2013) “Es la parte de Marketing que engloba las técnicas comerciales que permiten presentar ante el posible comprador final el producto o servicio en las mejores condiciones materiales y psicológicas, el merchandising tiende a sustituir la presentación pasiva del producto o servicio por una presentación activa, apelando a todo lo que pueda ser más atractivo”

Muchos clientes compran influenciados por la ubicación y presentación de los productos, ya que al no contar con una buena organización no se podrá vender lo que realmente se desearía. La visualización del producto hace que el cliente se enamore del mismo y lo adquiera, porque este ha llenado sus expectativas. Ya que ha ocurrido, también en ocasiones los clientes llegan al local sin saber que comprar, pero como no se tiene una buena exhibición de los productos no facilitan la compra e incluso recordar al consumidor las cosas que le faltan en casa.



Por esta razón al no tener una buena organización no se logra encontrar la mercadería de una manera rápida y esto ocasiona pérdida de tiempo ya que se tarda al buscarla, podemos decir que el cliente al notar este tipo de inconvenientes se sienta insatisfecho con lo requerido y esto hace a que el consumidor ya no desee comprar o por el general se lleve una mala impresión del comercial, porque el cliente requiere ser atendido de una forma inmediata y correcta.

Por otro lado, se puede también mencionar que otro de los problemas asociados a la problemática principal es que la comunicación no se realiza eficientemente, y como la manifiesta (Arru, 2014) “Gran parte de los problemas en las organizaciones están directamente relacionados con una mala o no planificada gestión de esa comunicación interna. No resolver estos problemas a tiempo por falta de conocimiento, análisis, herramientas adecuadas o abordaje profesional compromete a la organización y acabara teniendo consecuencias en los resultados”.

Se ha podido observar que no existe una comunicación adecuada entre la persona que realiza el pedido de la mercadería y la que recepta la misma, pues en múltiples ocasiones la persona que realiza el pedido no es la que recepta el mismo.

Al no haber una comunicación eficiente entre estas dos personas, al momento de receptar la mercadería no se tiene conocimiento de los requerimientos reales de los productos y las especificaciones manifestadas en el pedido por lo que esto ocasiona que los proveedores incluyan productos no deseados y consecuentemente estos no se pueden

vender con facilidad porque a menudo son desconocidos o poco apetecidos por los clientes.

Es preciso señalar que otro factor influyente en la problemática del control inadecuado del inventario es el desconocimiento real de la demanda efectiva, y, como lo expresa (Lozada, 2016) "La demanda agregada es lo que Keynes llamó "Demanda efectiva" es una agregación de expectativas sobre las ventas futuras, lo que establece el nivel de producción existente". Se ha podido observar un caso puntual, al estar ubicado el negocio en la calle principal de la parroquia el Salto, y al ser este sitio el lugar donde se realizan las festividades de carnaval del cantón Babahoyo,

Hay que reconocer que la ubicación geográfica del local comercial es considerado muy importante para el crecimiento, ya que se ha convertido en un lugar turístico en ciertas fechas, donde una gran multitud de personas se destinan y se reúnen en ese lugar con el propósito de disfrutar del evento que organiza la Alcandía de Babahoyo que tiene por duración 3 días.

En estas fechas las personas solicitan en gran manera todo lo que tiene que ver con bebidas gaseosas, jugos hidratantes, aguas los mismos que son demandados para estas fechas. Otros de las festividades a celebrarse son los rodeos montubios a vísperas de las festividades del cantón. Sin olvidar la quema de los monigotes gigantes el 6 de enero de cada año.

En los días mencionados existe una gran afluencia de personas, por lo que las ventas se incrementan considerablemente, pero el problema radica en que no se realiza

un análisis detallado de la demanda efectiva, por lo que se ha observado casos en los que se realiza un exceso de aprovisionamiento de productos considerando que se venderán todos, más esto no es lo que sucede, porque que no se toman en cuenta las amenazas externas.

Sin duda estas fechas alteran en gran manera las ventas en el comercial y son las que han ayudado al crecimiento de este, pero en ocasiones ha pasado de que muchos productos no han tenido la demanda considerada ya que han aparecido múltiples puestos de vendedores informales y en esto ha disminuido las ventas considerablemente.

Las amenazas externas provienen de una de las 5 fuerzas de mercados de PORTER, “Amenaza de nuevos competidores”.

(Minutos, 2016)“Los nuevos competidores irrumpen en el mercado al alcanzar una posición hasta entonces desocupada, y entregándoles un mayor valor a nuevos consumidores” Ocorre que por lo general existen personas que hacen uso del comercio informal, que como lo define:

(Gutierrez, 2015) “El comercio informal se define como aquel intercambio económico que se realiza de manera irregular y oculto. Irregular porque no sigue los procesos fiscales y de permisos requeridos por las autoridades para ejercer esa actividad. Y oculto porque es precisamente esa irregularidad la que provoca que esos intercambios sean difíciles de cuantificar para su estudio”

Las personas que se dedican al comercio informal se ubican en las aceras de la calle y comercializan productos que se ofertan en el Mini Market “Manantial de Vida”, por lo que las ventas disminuyen y esto ocasiona que el inventario se mantenga elevado pues las ventas fueron inferiores a las proyectadas en ese mes, esto se da a causa de no elaborar un análisis minucioso de las amenazas externas en cuanto a la competencia.

Otro de los problemas observados en el comercial Mini Market Manantial de Vida está relacionado con la administración, como lo menciona (Stephen P. Robbins, 2013) “La administración constituye el proceso de conseguir que las cosas se hagan, de manera eficiente y eficaz, con o a través de las personas”. La administración no es más que la utilización de herramientas que deben ser aplicadas al comercial.

También lo describe (Ramirez, 2016) “La administración considerada como arte, se refiere a las habilidades del administrador para lograr resultados óptimos” Se ha observado que el comercial no está llevando una correcta administración, se puede decir que en la actualidad “Manantial de Vida” no coordina sus actividades de manera adecuada y esto ha ocasionado problemas consecutivos, que han generado consecuencias graves al local, y por lo tanto esto repercute en la caída de la rentabilidad. También se hace necesario mencionar que Manantial de vida en la actualidad es administrada por los miembros de la familia, los cuales no tienen tareas asignadas, pues realizan las funciones de acuerdo con la disponibilidad de tiempo que posean, los mismo que no cumplen con lo planeado.

La carencia de las capacidades o conocimientos para llevar una buena administración dentro de cualquier negocio, puede originar una disminución en sus ingresos. Si la persona que está a cargo del comercial no define estándares o no realiza un seguimiento de todas las operaciones que se ejecutan en el comercial provocará inconvenientes.

La mala administración de diferentes empresas y negocios ha llevado al fracaso a varias empresas generando grandes pérdidas, carecer de experiencia en los procesos que se deberían llevar en un negocio ha ocasionado que multitudes empresas decaigan.

Debido a la ausencia de experiencia o conocimientos ha llevado a la propietaria del Mini Market “Manantial de Vida” a no establecer correctamente los objetivos que desea alcanzar, por otro lado, desconocer el entorno, puede sentirse amenazada ante posibles mercados. Es de importancia fundamental conocer las necesidades y demandas de los clientes y estar al tanto para cubrirlas, satisfaciendo lo requerido.

Otro problema derivado del manejo inadecuado del inventario es la falta de actualización de costos de diferentes productos, ocurre que al no tener un control de la mercancía que ingresa al negocio no se puede definir con exactitud los nuevos precios que estos poseen, pues es de considerarse de que estos no se mantienen estáticos ya que tiende a cambiar con regularidad y al no percibir el cambio generado en las facturas, se continua vendiendo al precio anterior, esto también afecta al cliente cuando adquiere un producto a un costo excesivo, lo que suele generar insatisfacción a quienes realizan sus compras y optan por comprar en otros comerciales.

El precio es una variable de la economía que no puede pasar por desapercibido, pues influye directamente en la rentabilidad del negocio, por lo tanto, es necesario estar atento a las variaciones que este tenga. Como lo afirma (Diaz, 2013) “el precio del mercado debe ser uniforme en cada momento del tiempo y flexible a lo largo de un periodo de tiempo, de manera que pueda adaptarse a los cambios de las condiciones de oferta y demanda.”

Otra de las definiciones que nos da a conocer este autor sobre el manejo del precio (Moreno, 2017) “las políticas de los precios tienen que ver mucho en cada producto para ver cada uno de los valores que se le va a imponer al producto para que sea mucho mejor rentable que salga al mercado”. En definitiva, el precio es un valor que se le da al producto que se va a vender, con el fin de que el mismo este acorde a lo que el cliente requiere, tomando en cuenta en consideración los precios que ofrecen nuestros competidores para así poder establecer el manejo adecuado de los precios.

Por otro lado, la planificación del tiempo de llegada de los productos es decir la logística que el comercial lleva es otro de los problemas que existe en el comercial, pues no se estima con efectividad los días que transcurren entre la realización del pedido y la llegada de este.

Además, no se toma en cuenta posibles dificultades externas como ha ocurrido en las fechas festivas, se puede decir que su cronograma de entrega tiende alterarse por la gran demanda que en estos días existe, muchos proveedores tienen retrasos en la entrega

de la mercadería por lo tanto se constituyan limitantes para que la mercadería llegue en el tiempo estipulado.

Esto en ocasiones provoca que existan faltantes en el negocio, ya que ocurre que productos solicitados por los clientes ya no se encuentren en stock por el simple hecho no haber calculado el tiempo de realización del pedido o a su vez por no conocer el tiempo de entrega de este.

Por lo expuesto se ha evidenciado que la logística del comercial Mini Market Manantial de Vida no es óptimo, y como lo afirma (Orrego, 2014) “la logística es la parte de la gestión de la cadena de suministro encargada de satisfacer las necesidades del cliente, proporcionándole los productos en el momento, lugar cantidad en que los demande”.

Dando a conocer que la logística no es más que los procesos que se deben realizar para que se trabaje de manera coordinada en el negocio y de esta manera los productos lleguen a tiempo al consumidor. De acuerdo con lo mencionado, estas son las causas por la cual se da un control de stock ineficiente, información que se obtuvo a través de las personas que forman parte del comercial, en donde se visualizó varios inconvenientes que afecta al comercial Manantial de Vida.

## CONCLUSIONES

El Comercial Mini Market “Manantial de Vida” posee un control de stock de inventarios deficiente, al realizar las actividades no son efectuadas de manera correcta, causando otros inconvenientes, como es la falta de productos o exceso de los mismos, deficiencia de comunicación afectando negativamente en el negocio. En definitiva, el control de las existencias es uno de los factores importantes, ya que por medio de este se puede llevar un registro de todo lo que se realiza y así tener un mayor desenvolvimiento conociendo los saldos del negocio.

Sin embargo, en el mini Market Manantial de vida se ha visualizado carencia de conocimientos respecto al control ya que no poseen un manual de procesos y otros factores que han causado que el negocio no prospere, esto ha afectado de forma directa a la rentabilidad, todo lo expuesto conlleva a que no se dé una adecuada revisión de inventario de mercadería y exista una descoordinación total. Cabe mencionar que el comercial no está efectuando un control de una manera adecuada y esto ha ocasionado que no haya rentabilidad.

Es preciso mencionar que el área administrativa no está realizando su trabajo de manera eficaz y eficiente como debería de ejecutarlo, este tipo de inconvenientes ocasiona pérdidas para el comercial. Las estrategias que están utilizando para mejorar esta situación no están dando resultados, ya que la afluencia de consumidores está



decaendo considerablemente, por lo cual el local no tiene la demanda tradicional y a la cual estaba acostumbrada.

En el comercial no existe una sola persona encargada de la revisión e inspección de la mercadería que hay en stock y como consecuencia de aquello existen mercaderías faltantes, esto provoca insatisfacción por parte de los clientes.

## ANEXOS

**MODELO DE ENTREVISTA REALIZADO A LA ADMINISTRADORA DEL  
NEGOCIO**

PREGUNTA	SI	NO	OBSERVACIONES
¿El comercial dispone de un sistema para controlar el stock de inventario?			
¿Existen falencias en el manejo de stock de inventarios?			
¿Se verifica que la mercadería sea entregada en su totalidad por parte de los proveedores?			
¿Existe un registro de control para la mercadería que ingresa al negocio?			
¿A qué se basan para clasificar los productos?			
¿Existen vacíos sobre el control y manejo adecuado de stock de mercaderías?			
¿El comercial tiene establecido niveles mínimos y máximos del stock inventarios para la adquisición de mercaderías?			
¿Considera que debería haber mayor atención al momento de ejecutar el pedido a los proveedores?			
¿En algún momento el comercial ha realizado pedidos de mercaderías en exceso y esto ha provocado el deterioro de los productos?			
. ¿usted cree que es importante que el comercial cuente con un modelo de control de inventarios?			

## BIBLIOGRAFIA

- Arru, M. (2014). *Los conflictos que generan la ausencia de comunicacion interna*.
- Castañeda, A. (11 de Agosto de 2014). *Contabilidad*. Obtenido de <http://www.nunezdubonyasociados.com/sitio/index.php/noticias/368-administracion>
- Castro, P. J. (2015). *Actitud Emprendedora y oportunidades de negocio*. España: Ideaspropias Editorial S.L.,.
- Diaz, R. D. (2013). *Gestion de precios* . España: Esic sexta edicion.
- Eslava, J. d. (2013). *La gestion de control de la empresa*. Esic Editorial,.
- Gutierrez, P. L. (21 de Abril de 2015). *Del comercio informal y los espacios publicos*. Recuperado el 22 de ENERO de 2018, de <https://labrujula.nexos.com.mx/?p=309>
- Lozada, C. R. (6 de septiembre de 2016). *Teoria economica Keynesiana*. Recuperado el 22 de ENERO de 2018, de [http://keyneseconomiaunicauca.blogspot.com/2016/09/demanda-efectiva\\_6.html](http://keyneseconomiaunicauca.blogspot.com/2016/09/demanda-efectiva_6.html)
- Minutos. (2016). *Las 5 fuerzas de porter: como distanciarse de la competencia con éxito*. [https://books.google.com.ec/books?id=mWLyCwAAQBAJ&dq=Amenaza+de+nuevos+c+competidores&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=mWLyCwAAQBAJ&dq=Amenaza+de+nuevos+c+competidores&hl=es&source=gbs_navlinks_s).
- Moreno, Z. M. (2017). *¿Yo? Como gerente*. Area de innovacion 3Ciencias, 2017 PAG 145.
- Muñoz, M. A. (2013). *Merchandising "Como mejorar la imagen de un establecimiento o comercial"*. Madrid: Esic editorial.
- Orrego, J. J. (2014). *Logistica de aprovisionamiento*. España: Ediciones Paraninfo.
- Ramirez, C. R. (2016). *Fundamentos de la administracion*. Colombia: Ecoe.
- Stephen P. Robbins, D. A. (2013). *Fundamentos de administracion*. Mexico: Pearson education octava edicion.
- Vermorel, N. M. (Febrero de 2012). *Rotacion del inventario (ciclo del inventario)*. Obtenido de <https://www.lokad.com/es/definicion-rotacion-del-inventario>