

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN - HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS



**EL CONTROL DE INVENTARIOS Y SUS EFECTOS
EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS
COMERCIALES ELECTRODOMÉSTICOS EN LA
CIUDAD DE HUÁNUCO, 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE CONTADOR
PÚBLICO**

TESISTAS Gisela TUCTO GARCIA
Sandy Luz DAMIAN CABELLO
Ela CALDERON BUSTAMANTE

ASESOR: Dr. Josué CANCHARI DE LA CRUZ

HUÁNUCO - PERÚ
2019

DEDICATORIA

A Dios por darnos la vida y conservarnos la salud y que día a día con humildad, paciencia y sabiduría toda es posible.

A nuestros padres, amigos y familiares quienes con amor, apoyo y comprensión incondicional estuvieron siempre a lo largo de nuestra vida estudiantil; A ellos que siempre tuvieron una palabra de aliento en los momentos difíciles y que han sido incentivos de nuestras vidas.

AGRADECIMIENTO

Nuestro más sincero agradecimiento, reconocimiento y cariño a nuestros padres por todo el esfuerzo que hicieron para apoyarnos para culminar nuestra carrera profesional y hacer de nosotros personas de bien, gracias por los sacrificios y la paciencia que demostraron todos estos años; gracias la confianza que nos brindaron cumplimos nuestras metas.

A nuestros docentes quienes con sabiduría y profesionalismo pudieron guiarnos en esta carrera profesional e hicieron de nosotros personas capaces de solucionar problemas empresariales, crear empresas, administrar y llevar el crecimiento empresarial de nuestra ciudad, asimismo agradecemos de manera especial a nuestro asesor de tesis Dr. Josué CANCHARI DE LA CRUZ quien con su conocimiento y apoyo supo guiar el desarrollo de la presente tesis desde el inicio hasta su culminación.

Gracias a todas aquellas personas que de una u otra forma nos ayudaron a crecer como persona y como profesionales.

“ahora podemos decir que todo lo que somos es gracias a ustedes”

RESUMEN

Nuestro trabajo de investigación titulado “EL CONTROL DE INVENTARIOS Y SUS EFECTOS EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALES ELECTRODOMESTICOS EN LA CIUDAD DE HUANUCO, 2018” tiene como objetivo Analizar la manera en que el control de inventarios contribuye en la rentabilidad de empresas de electrodomésticos ubicados en la Ciudad de Huánuco, 2018, para ello se han utilizado informaciones de las empresas comerciales correspondientes al referido periodo, y que a partir de ello se han obtenido los resultados a que nos permitió llegar a las conclusiones y recomendaciones finales. Los Métodos utilizados son: Método de observación, el investigador pudo determinar las interrogantes a investigar dentro del control de inventarios que debe ser aplicado a este tipo de establecimientos; Método inductivo, permitió la correcta realización del marco teórico, especialmente el cuadro de variables para lo cual era necesario el correcto uso y entendimiento de todas las teorías relacionadas con las dimensiones de la investigación; Método de análisis, con la finalidad de analizar cada uno de los datos obtenidos para de esta forma poder obtener un resultado y poder responder cada uno de las inquietudes planteadas en los objetivos de esta investigación. Método de síntesis, en la redacción de las conclusiones y posibles recomendaciones al objeto de estudio. Se concluyó que el control interno de inventarios en las empresas comerciales de electrodomésticos está orientado a prevenir o detectar errores e irregularidades.

SUMMARY

Our research work entitled “THE CONTROL OF INVENTORIES AND ITS EFFECTS ON THE PROFITABILITY OF ELECTRODOMESTIC COMMERCIAL ENTERPRISES IN THE CITY OF HUANUCO, 2018” aims to analyze the way in which inventory control contributes to the profitability of located appliance companies In the City of Huánuco, 2018, information on the commercial companies corresponding to the aforementioned period has been used, and from that the results that allowed us to reach the final conclusions and recommendations have been obtained. The methods used are: Observation method, the researcher was able to determine the questions to investigate within the inventory control that should be applied to this type of establishments; Inductive method, allowed the correct realization of the theoretical framework, especially the table of variables for which the correct use and understanding of all theories related to the dimensions of the investigation was necessary; Method of analysis, in order to analyze each of the data obtained in order to obtain a result and be able to answer each of the concerns raised in the objectives of this research. Method of synthesis, in the writing of the conclusions and possible recommendations to the object of study. It was concluded that the internal control of inventories in commercial appliances companies is aimed at preventing or detecting errors and irregularities.

INTRODUCCIÓN

El control de inventarios en cualquier tipo de empresa comercial, es importante, puesto que la rotación de estos se convierte en dinero en efectivo de una manera inmediata, una vez que se ha concretado la venta del mismo. Las empresas de electrodomésticos manejan gran cantidad de inventarios, entre los cuales se encuentran productos de línea blanca y otras líneas. Sin embargo, la desorganización y la carencia de mecanismos de control sobre los inventarios dentro de la empresa, generan errores de control en el corto y mediano plazo, ineficiencia en el uso de recursos y reducción de la rentabilidad empresarial. Bajo este contexto, resulta interesante analizar los aspectos asociados al control de inventario que inciden en la rentabilidad de las distribuidoras farmacéuticas.

Es por ello, el presente trabajo busca encontrar explicaciones a situaciones internas que afectan a la empresa, mediante la revisión de teorías y conceptos, que permitan contrastar estos conceptos contables en una realidad concreta. Para lograr el objetivo de investigación se utilizan técnicas de investigación como la entrevista y la encuesta para medir el control existente en los inventarios.

Para la estructura obedece a la estructura que comprende los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. - que comprende; la descripción del Problema, la Formulación del Problema, el Objetivo General y Específicos, la Justificación e Importancia, las Delimitaciones, la Hipótesis General y Específica, la Variable, Dimensiones e Indicadores

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO. - comprenden los Antecedentes, y las Bases Teóricas

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO. - comprende el Tipo y Nivel de Investigación, el Método de la Investigación empleada, la Población y Muestra, las Técnicas e instrumentos Aplicados en el Trabajo, las Técnicas de análisis de datos, las Técnicas de procesamiento de datos.

CAPÍTULO IV RESULTADOS. - los Resultados de la investigación, el Análisis e Interpretación.

CAPITULO V DISCUSION DE RESULTADOS. - comprende la Contrastación de los Resultados, y la Contrastación de la Hipótesis

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	iv
Summary	v
Introducción	vi
Índice	viii

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.	Descripción del problema	10
1.2.	Formulación del problema	12
	1.2.1. Problema general	12
	1.2.2. Problemas específicos	12
1.3.	Objetivo general y específicos	13
	1.3.1. Objetivo general	13
	1.3.2. Objetivos específicos	13
1.4.	Justificación e importancia	14
	1.4.1. Justificación	14
	1.4.2. Importancia	16
1.5.	Delimitaciones	17
1.6.	Hipótesis general y específica	18
	1.6.1. Hipótesis general	18
	1.6.2. Hipótesis específicas	18
1.7.	Variable, dimensiones e indicadores	19
1.8.	Definición operacional de las variables	19
	1.8.1. Control de inventarios	19
	1.8.2. Rentabilidad	20

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes	21
2.2.	Bases teóricas	27
2.3.	Marco situacional	48

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1.	Tipo y nivel de investigación	52
3.1.1.	Tipo de investigación	52
3.1.2.	Nivel de investigación	52
3.2.	Método de la investigación	54
3.3.	Población y muestra	55
3.3.1.	Población	55
3.3.2.	Muestra	56
3.4.	Técnicas e instrumentos aplicados en el trabajo	57
3.4.1.	Técnicas de análisis de datos	57
3.4.2.	Los instrumentos	58
3.5.	Procesamiento y presentación de datos	58

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1.	Resultados	59
4.2.	Análisis e interpretación	74

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1.	Contrastación de los resultados	77
5.2.	Prueba de hipótesis	78

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

NOTAS BIOGRÁFICAS

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

En el comercio de la línea blanca, hoy en día está desarrollando sus operaciones en un contexto económico mucho más complejo y cambiante que en el de años anteriores, es por esto que muchas veces las acciones a tomar frente a esto se enfocan en la mejora y transformación de los procesos del negocio y la defensa del margen operativo.

Según estudios realizados para determinar el futuro del sector a nivel mundial para el periodo 2012-2017, se estima que las ventas del sector de electrodomésticos crecerían a una tasa media de crecimiento anual de 5.2%, de tal manera que alcanzarían un nivel de 377,326 mdd al final de dicho periodo, estos números permiten reconocer que existe un crecimiento que se debe sostener con estrategias empresariales acorde a la realidad de cada empresa.

En el Perú el año pasado la venta de electrodomésticos creció hasta 6%, respecto al mismo periodo del año 2017 en la campaña de Navidad y año nuevo. En tal sentido, Javier Butrón, presidente del Comité de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la Cámara de Comercio de Lima (CCL),

indicó que se espera registrar ventas por S/. 730 millones a nivel nacional. (Gestion.pe, 2017).

Toda empresa comercial tiene como función primordial la compra y venta de bienes o servicios, debido a esto se puede decir que la naturaleza de una entidad comercial va a girar en torno a los procedimientos y decisiones que se puedan tomar con los inventarios del negocio, la cual a nivel organizacional va a ser responsabilidad del área de logística, y para ello es necesario contar con un control adecuado de los inventarios, puesto que estos representan un papel vital en el desarrollo de las actividades de la misma, y son imprescindibles para la continuidad del negocio.

En las tiendas de electrodomésticos, uno de los principales problemas que presenta el área de Almacenes, es que no cuenta con un eficaz control interno con respecto al control de inventarios, lo cual tiene como resultado que se generen faltantes y sobrantes de inventario, caducidad de productos, que no haya rotación de los mismos, así como el deterioro de las mercaderías y con posibles contingencias tributarias, esto a su vez influyen directamente en que los índices de rentabilidad bajen como consecuencia de éstos y conlleve a que la empresa no cumpla sus metas propuestas.

Por ende cabe resaltar que es de suma importancia que las empresas cuenten con controles internos en sus operaciones, las

cuales contribuyen para conocer la situación real de la misma y así poder verificar que los controles se estén cumpliendo y se puedan obtener los resultados que se esperan.

Con este trabajo de investigación se pretende determinar la incidencia que tiene el control de inventarios en la rentabilidad de las empresas de electrodomésticos.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general:

¿Cómo control inventario incide en la rentabilidad de las empresas de electrodomésticos ubicados en la Ciudad de Huánuco, 2018?

1.2.2. Problemas específicos:

- a) ¿Cuáles son los elementos del control de inventario para establecer los saldos disponibles, en las empresas de electrodomésticos?
- b) ¿Cómo se lleva el control de registros del inventario de mercancía que permitan ver saldos reales para atender a los clientes, en las empresas de electrodomésticos?

- c) ¿Qué modelos de control de inventario son aplicadas para determinar la disponibilidad de existencias, en las empresas de electrodomésticos?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general:

Analizar la manera en que el control de inventarios contribuye en la rentabilidad de empresas de electrodomésticos ubicados en la Ciudad de Huánuco, 2018.

1.3.2. Objetivos específicos:

- a) Identificar los elementos del control de inventario que permiten establecer los saldos disponibles, en las empresas de electrodomésticos.
- b) Describir el control de registros del inventario de mercancías que permitan ver saldos reales para atender a los clientes, en las empresas de electrodomésticos.
- c) Indagar sobre los Modelos de administración control de inventario para determinar la disponibilidad de existencias, en las empresas de electrodomésticos.

1.4. justificación e importancia

1.4.1. Justificación

La presente investigación se justifica en el **aspecto teórico** por tanto se basa en la utilización de teorías y conocimientos establecidos por los autores García(2003), Guajardo(2002) quienes poseen relación directa que sustenta de manera clara y precisa las definiciones relacionadas con el control de inventarios como lo son almacén, nivel óptimo de mercancías, métodos de valuación de inventarios, los cuales nos permite manejar una gran variedad de opciones al momento de desarrollar las distintas variables de análisis, de manera de poder hallar la respuesta a cada una de las interrogantes planteadas anteriormente.

En el **aspecto metodológico** se fundamenta la investigación por lo que cumple con las normas y directrices establecidas para la realización de todos los procedimientos necesarios para poder formular, validar y desarrollar cada uno de los capítulos contenidos dentro de esta investigación lo que le permitirá responder a las interrogantes planteadas dentro del proceso investigativo, por lo tanto en un futuro se espera poder contribuir a manera de guía a las futuras investigaciones relacionadas

con el campo de análisis desarrollado en el presente trabajo.

En el **aspecto práctico** el control del inventario representa uno de los aspectos más importantes de cualquier empresa, siendo el que le permite proteger el patrimonio de las mismas, el inventario constituye el activo de mayor volumen que poseen los supermercados y es aquí donde concentran la gran parte de sus inversiones a corto plazo.

El control interno permite a dar conocer a la institución y a la administración de inventarios el nivel de cumplimiento de las políticas y normas establecidas para el manejo de dicho activo, todo esto con la finalidad de hacer los correctivos necesarios para poder controlar este importante recurso, indispensable para el buen funcionamiento de las empresas de electrodomesticos.

En el **aspecto social** el control interno de inventario es de gran importancia para las empresas electrodomésticos por que le permite garantizar a los consumidores finales mayor variedad y calidad de productos disponibles para la venta, lo que a su vez incrementaría el nivel de ingresos provenientes de la venta de sus productos, para de esta forma asegurar la

rentabilidad necesaria para cancelar todas sus obligaciones principalmente las contraídas con sus empleados quienes estarían en capacidad de cubrir sus necesidades.

1.4.2. Importancia

Las empresas comerciales de electro domésticos en la ciudad de Huánuco, necesitan información razonable para la planeación de sus actividades futuras, para tomar decisiones que tendrán incidencia en el corto, mediano y largo plazo; y, para el control de sus inventarios. Dicha información razonable solo va a ser facilitada cuando las empresas comerciales practiquen el control adecuado de sus inventarios, por que dichos controles tienen como objetivo determinar la cantidad exacta que se dispone para atender a los clientes.

El diseño del sector de empresas de electrodomésticos es fundamental para maximizar las ventas el empresario de este sector debe considerar importante mejorar tres aspectos primordiales en el diseño de tienda: la imagen, organización e iluminación, finalmente obtener una rentabilidad adecuada.

- 1) Lo primero a tener en cuenta es la imagen. Se debe ofrecer productos de calidad para mejorar la experiencia de compra.
- 2) Lo segundo a considerar es la organización o categorización de productos.
- 3) El tercer y último aspecto importante de toda tienda de electrodomésticos, esta da mayor protagonismo a los productos.

1.5. Delimitación

El presente proyecto de tesis solo abarca el área de contabilidad, ya que se trata del control de inventarios en los comercios de electrodomésticos. Además no se cuenta con información suficiente ya que los estudios anteriores no dan mucho aporte al tema.

La delimitación del objeto en el espacio fisco-geográfico, corresponde a la Ciudad de Huánuco.

La delimitación en el tiempo.- corresponde al año fiscal 2018.

La delimitación semántica.- se tendrá en cuenta los siguientes conceptos:

Control interno.- Control Interno de inventarios en empresas de electrodomésticos.

Situación financiera.- La situación financiera de una empresa puede ser definida como el diagnóstico basado en un conjunto de

variables contables que miden la calidad del desempeño de una empresa

Situación económica.- La situación económica de una empresa es la capacidad que tiene la misma para generar resultados positivos, pero esto no es situación económica, esto es rentabilidad de la empresa.

Delimitación empresarial.- el estudio abarca los establecimientos de electrodomésticos de la ciudad de Huánuco

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general:

Si se describe el de control interno en los inventarios, se establecerá la rentabilidad de las empresas de electrodomésticos en la ciudad de Huánuco, 2018.

1.6.2. Hipótesis específicos:

- a) Si se Identifica los elementos del control de inventario entonces permitirá establecer los saldos disponibles, en las empresas de electrodomésticos.
- b) Si se Describe el control de registros del inventario de mercancías entonces permitirán ver saldos reales para atender a los clientes, en las empresas de electrodomésticos.

- c) Si se Indaga sobre los modelos de administración control de inventario permitirá determinar la disponibilidad de existencias, en las empresas de electrodomésticos.

1.7. Sistema de variables, dimensiones e indicadores

Variables	Dimensiones	Indicadores
Control interno en Inventarios	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> - Expectativas del cliente - Mantenimiento de inventarios - Equipo de manejo y almacenamiento
Rentabilidad Empresarial	Rendimiento de Activos	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento en un 20% de los niveles de ventas. - Incremento en un 22% del nivel de utilidades. - Disminución de un 15% de pérdidas de mercaderías.

1.8. Definición operacional de las variables

1.8.1. Control de inventarios

Es aquel que hace referencia al conjunto de procedimientos de verificación automática que se producen por la coincidencia de los datos reportados por diversos departamentos o centros operativos.

1.8.2. Rentabilidad

Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes. "la rentabilidad de los fondos puede ser perfectamente competitiva con la de otros activos del mercado"

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios realizados

A nivel nacional:

Erika L. Ramírez Marquina (2008) presento ante la Universidad Nacional de Trujillo su trabajo de grado para optar al título de Contador Público titulado **EL CONTROL DE INVENTARIOS EN EL ÁREA DE LOGÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA ELECTROTIENDAS DEL PERÚ S.A.C.** donde ha concluido lo siguiente:

1. Mediante el diagnóstico realizado para conocer el nivel del control de inventarios que tiene el área de logística, se pudo identificar las deficiencias que se vienen presentando, las cuales han sido generadas por la falta de información y conocimiento del control que deberían tener los inventarios, no estableciendo procedimientos que contribuyan a llevar un control adecuado, tal como se muestra en el Cuadro 2. Cuestionario de evaluación para diagnóstico inicial.
2. Al realizar el análisis del Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados de la empresa Electrotiendas del Perú S.A.C., se evidencia que la empresa no viene obteniendo la rentabilidad esperada, debido a que no vienen llevando un control adecuado de sus inventarios, lo cual conlleva a que no

hagan un correcto uso de los recursos con los que cuentan, y por consiguiente no logrando obtener los beneficios esperados,

3. Con la aplicación de la mejora del control de inventarios de la empresa Electrotiendas del Perú S.A.C., mediante los manuales de procedimientos propuestos, se efectuarán políticas y procedimientos, lo cual incidirán de manera positiva a obtener una mayor rentabilidad para la empresa, representados por los Diagramas de Flujos elaborados por cada procedimiento propuesto.

Juan Carlos, POMAHUACRE GAMBOA (2018). Tesis titulada. **GESTIÓN DE CONTROL DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA ONLY STAR SAC 2018.** Realizado en la Universidad Peruana de las Américas. Escuela de Contabilidad y Finanzas. Concluye en lo siguiente:

- Para la empresa queda claro que realizar un inventario es importante, desde que la contabilidad cumple con funciones técnicas de registrar, reportar y analizar los datos para medir el rendimiento que se espera como resultado una rentabilidad. A medida que la empresa crezca, deben seguir optimizando las actividades ya sea creando políticas o implementando sistemas computacionales que ayuden a mantener correctamente estos procedimientos de inventario y

contabilidad, que se basan en el ciclo básico para tener información financiera.

- En la mayoría de empresas, los reportes realizados de los inventarios, representan costo de inversión alta y, por ende, si esto se realiza permitirá tomar la mejor decisión en el estado financiero, para lo cual, la empresa no cuenta con políticas de control y al no tenerlos se vería reflejado en costos excesivos, falta de abastecimientos al área de producción y también incumplimiento con las fechas de entregas de ventas.
- Al no definir la empresa su política de control es consecuente que la gestión de la empresa con respecto a sus inventarios no sea lo esperado ya que no cuenta con una buena administración adecuada de registros. (Ingresos y salidas de inventarios) tampoco cuenta con una cantidad mínima de inventarios para hacer frente a la demanda, y por ende también se ve reflejado en la calidad del producto.

2.1.2. A nivel Internacional:

Andrea N. Pérez Alava (2016) en su tesis titulada “PROPUESTA DE UNA GUÍA QUE OPTIMICE LA GESTIÓN FINANCIERA Y CONTROL DE INVENTARIOS EN SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”, realizado en la Universidad de Guayaquil, sus conclusiones más principales fueron:

- a. Los inventarios representan el mayor rubro de los activos en una empresa comercializadora destinada a la compra y venta de bienes y artículos, además de ser considerado como un activo de alta liquidez. Por ello, la importancia de mantener una correcta administración de los mismos a fin de mantener niveles adecuados que permitan satisfacer la demanda de los consumidores.
- b. La administración de inventario se centra en cuatro aspectos básicos; como lo son: las cantidades que deberán adquirirse en un momento determinado, en qué momento debe comprar los productos parte del inventario del almacén, determinar los ítems que requieren atención especial. El control de inventario se realiza con la finalidad de desarrollar pronósticos de ventas o presupuesto, planificación de las compras, recepción, almacenaje y contabilidad.
- c. Los problemas en la administración de inventario pueden contribuir a inconvenientes de carácter financiero en los negocios. Cuando se trata de falta de los productos por mantener niveles bajos no reales de inventarios, los resultados se trasladan hacia el cliente, poniendo a la empresa en una situación vulnerable para la competencia. Por el contrario, si el problema radica en mantener niveles excesivos de inventarios, los costos pueden verse afectados.

- d. Con técnicas y procedimientos basados en normas de control interno se puede optimizar recursos, y también dar atención de calidad para sus clientes optimizando todas las actividades de la empresa.

- e. Se elaboró una guía para las etapas del proceso operativos de un supermercado de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de organizar más eficientemente y con lógica las distintas características de la mercadería a manipular. Se consideró incrementar tres etapas nuevas al ciclo logístico del supermercado las cuales son: 1) Despacho de mercadería, 2) Custodia de mercadería y 3) Calidad y Seguridad Interna. Adicional se identificaron los actores involucrados que son responsables del cumplimiento de la guía; para lo cual se consideró la estructura actual del supermercado y tan solo se consideró la vinculación de personal de seguridad física (responsable y guardias).

Rocío BOSQUE, Daniel RUIZ (2016). Tesis titulada. EL CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA CENTRO MOTOR S.A. Facultad Ciencias de la Administración. Córdoba. Argentina, concluye lo siguiente:

- En las condiciones que actualmente se encuentran los empresarios, se debe considerar al área de compras como un

área trascendental para el éxito de cualquier organización, sea esta industrial, comercial o de servicios.

- Las organizaciones que se precien de modernas y eficientes, deben tener en cuenta en su estructura formal un Departamento de Compras sobre el que recaigan las funciones de adquirir materias primas, artículos indispensables para la fabricación de los bienes a los que se dedican, o bien de productos terminados para su venta.
- Ofrecer los servicios adecuados, poniendo en juego todos los elementos necesarios para conseguirlo (datos estadísticos para evaluar a los proveedores, sistemas de información y concertación de acuerdos y negociaciones con sus proveedores).
- Uno de los aspectos primordiales que debe contemplar un empresario en relación al área de compras es el aspecto económico, debido a que esta área debe utilizar de la mejor manera posible los recursos monetarios de la empresa.
- Debe hacer un aporte significativo a la productividad de la empresa, comercialización o servicios, por medio de las negociaciones que realice, ya que cualquier ahorro en el costo de las materias primas, servicios o mercancías adquiridas, mejorará la posición competitiva de la compañía (adquisiciones a precios bajos, buenas condiciones de pago,

servicios adicionales en mantenimiento o apoyo tecnológico, entre otros).

- En consonancia con lo anteriormente manifestado, a través del desarrollo del presente Trabajo Final de Grado se logró reestructurar el sistema de control interno que permitirá reducir las debilidades y riesgos en los circuitos Compras en la empresa Centro Motor S.A.
- En relación a este objetivo, se analizó la situación actual de los circuitos estudiados y luego fueron evaluados para detectar las debilidades y fallas de dichos circuitos. Con lo cual, se finalizó, diseñando los circuitos de manera correcta, teniendo en cuenta una adecuada segregación de funciones y asignación de responsabilidades y haciendo referencia a la documentación necesaria para que funcionen eficazmente.

2.2. Bases teorías y conceptos fundamentales:

Empresas

La economía de un país está conformada por una gran cantidad de organizaciones las cuales poseen características propias que la diferencian una de las otras, pero a su vez tienen rasgos similares que permiten clasificarlas dentro de diversos grupos, uno de estos actores de gran participación en la generación de los recursos necesarios para la satisfacción de las necesidades de una población son las empresas.

Para Certo (1998:42) "...es un ente económico donde se combinan los factores productivos de una persona (s), capital y trabajo bajo una fórmula jurídica, que tiene un objetivo específico de producir bienes o servicios capaces de satisfacer necesidades colectivas". De esta manera se puede afirmar que la empresa es una entidad capaz de desarrollar diferentes actividades económicas con la ayuda de mano de obra calificada y gracias al aporte de capital necesario con la finalidad de poder cumplir sus objetivos.

De esta misma forma el autor establece que existen varios tipos de empresas y que estas se pueden clasificar de muchas formas, una de ellas es de acuerdo con la actividad que realiza, la cual se desarrolla a continuación.

Clasificación de acuerdo con la actividad que realiza

Empresas industriales: Son las empresas dedicadas a transformar la materia prima en productos terminados o semielaborados. Ejemplos fábricas de tela, fábrica de camisas, fábricas de calzados, entre otras.

Empresas de servicios: Son las empresas que buscan prestar un servicio para satisfacer las necesidades de la comunidad, ya sea salud, educación, transporte, recreación, servicios públicos, seguros y otros. Ejemplos una empresa de aviación, un centro de salud, una universidad.

Empresas comerciales: Son las que se dedican a la compra y venta de productos que se colocan en los mercados los productos naturales, semielaborados y terminados a mayor precio del comprado, para obtener así una ganancia. Ejemplos una empresa distribuidora de productos farmacéuticos, un supermercado, un almacén de electrodomésticos.

Muchas veces este tipo de empresas son denominadas como Intermediarios definidas por Stanton, Etzel y Walker (2004:458) como “Empresas comerciales que prestan servicios relacionados directamente con la venta o compra de un producto al tiempo que este fluye del productor al consumidor. Este es dueño del producto en algún punto o ayuda activamente a la transferencia de propiedad”.

De la misma forma dichos autores clasifican a los intermediarios de la siguiente manera:

- Intermediarios mayoristas: Son las instituciones de negocios que se concentran en las ventas mayoristas a negocios o empresas cuya finalidad es revender la mercancía comprada.
- Intermediarios minoristas: Son las Empresas que se dedican a la venta de productos al detalle a los consumidores finales de dichos productos.

- Todas las empresas pertenecientes al sector comercial poseen y manejan recursos necesarios para poder satisfacer a sus clientes y de esta manera cumplir con sus objetivos. Uno de estos recursos es el inventario de mercancías.

El inventario

Según Redondo (1993:81), se define como “los bienes, que tiene la empresa para comerciar con ellos; ya sea que los compra y los vende tal cual, o que los procesa primero antes de venderlos”.

De la misma manera Catacora (1998:148) lo define como “representan las partidas del activo que son generadoras de ingresos para varios tipo de empresas entre las cuales se encuentran las que tienen una actividad de transformación y las que se dedican a la compra y venta o comercialización”.

Bajo esta concepción se puede establecer que los inventarios son los activos destinados a la producción de ingresos, los cuales están presentes en todas las empresas, sin importar la actividad a la que se dediquen. En este sentido se entiende que pueden existir diferentes tipos de inventarios, según sean el tipo de productos o el tipo de empresa que lo posea.

Tipos de inventarios

Según Catacora (1998:149) afirma que existen varios tipos de inventarios y se puede clasificar de la siguiente forma:

Inventarios de mercancías: están formados por los bienes que adquiere una empresa comercializadora y de los cuales se deben incorporar todos los costos relacionados con la compra o adquisición de dichos bienes.

Inventario de mercancía en Transito: Son aquellos bienes que han sido comprados y sobre los cuales se tiene propiedad, pero que a la fecha de presentación del balance general, no habían llegado al almacén.

En lo que concierne a Inventarios de Mercancías, Rodríguez (2004) establece lo siguiente:

Inventario de mercancías: Se refieren a los productos que las empresas compran y venden, ya que para una empresa comercial esto constituye la principal actividad. Estos productos se compran a un precio y se venden a un precio distinto, dando así lugar al beneficio o la pérdida.

Es necesario destacar que dentro de las empresas industriales se manejan los siguientes tipos de inventarios:

- Inventario de Materia Prima
- Inventario de Suministro de Fábrica
- Inventario de Material de Empaque

- Inventarios de Productos en Proceso
- Inventarios de Productos Terminados

Observándose lo descrito anteriormente se puede definir que cada uno de los inventarios puede pertenecer a una empresa, según su actividad. Las empresas comerciales manejan los inventarios de mercancías y el inventario de mercancías en tránsito y las empresas manufactureras poseen los inventarios de productos en proceso, inventarios de materia prima, los inventarios de productos terminados y los inventarios de mercancías en tránsito, este último el único utilizado por ambos tipos de empresas.

Cabe destacar que el inventario es muypreciado para la empresa ya que por lo general se invierte gran cantidad de recursos para su adquisición y gracias a este se pueden obtener los ingresos necesarios para poder cubrir los costos y gastos de la empresa. A partir de lo antes expresado nace la necesidad de poder administrar este activo de forma eficaz y lo más eficiente posible.

Administración de los inventarios.

Para Moyer, Mcguigan Y Kretlow (2000). La administración de Inventarios comprende la elección y utilización de los Modelos para el control de los Inventarios; para de esta forma controlar los costos relacionados con el inventario, tales

como: El costo de Pedido, De Acarreo, y por el agotamiento de inventario.

La administración de inventarios representa la mejor manera de poder incrementar la utilidad de la empresa, por lo que sus acciones ocasionan una disminución de los costos ocasionados por el inventario, los cuales se desarrollan en el próximo párrafo

Costos relacionados con el inventario

Según Moyer, Mcguigan Y Kretlow (2000). Representan todas las erogaciones realizadas con la finalidad de adquirir, mantener, y almacenar, todos aquellos productos que una empresa posee, para su posterior venta. Estos Costos se Clasifican de la siguiente manera:

- **Costos de pedido:** Son todos aquellos relativos a la realización y recepción de un pedido. Cuando una compañía efectúa un pedido a una fuente externa, incluyen costos de elaboración de la requisición de la compra, emisión del pedido, y cartas de recordatorios, recepción del embarque y tramitación del pago.
- **Costos de acarreo:** Son todos los resultantes de la posesión de artículos en inventario durante cierto periodo. Se les expresa en unidades monetarias por unidad o como porcentaje del valor del inventario por periodo.
- Los componentes de este costo incluyen a los costos de almacenamiento y manejo, costos por obsolescencia o

deterioro, seguro, impuestos y costos de los fondos invertidos en inventario.

- **Costos por agotamiento de inventario:** Son aquellos en los que incurre una compañía cuando se ve imposibilitada de cumplir con sus pedidos a causa de que la demanda de un artículo es mayor que a su inventario disponible. Al ocurrir por ejemplo, un agotamiento de inventario de materias primas, los respectivos costos incluyen en la realización y emisión de pedidos especiales, así como los costos de toda la demora resultante de producción.

De esta manera se evidencia lo importante que es para la empresa poder tener una buena administración de inventarios, con la finalidad de manejar recursos. En este sentido, se aprecia que cualquier error en el cálculo de los inventarios necesarios puede tener consecuencias nefastas para una empresa, ya que pueden aumentar los costos antes descritos de manera descontrolada, lo cual podría ocasionar una disminución de la utilidad neta de las operaciones.

Modelos para el control de inventario

Moyer, Mcguian y Kretlow (2000) definen los modelos para control de inventario como el conjunto de técnicas y métodos cuya finalidad es poder administrar y controlar de manera eficiente y eficaz, un recurso tan importante para la

empresa como lo es el inventario. Los autores describen los siguientes métodos como los más comunes y usados actualmente.

Sistema ABC: Este sistema analiza y divide las partidas de inventarios de una compañía con base en su costo en tres grupos. El grupo A se descompone de aquellas partidas con un valor monetario relativamente elevado pero que representa un porcentaje relativamente menor de las partidas totales, mientras que el grupo C contiene a las partidas con valor monetario reducido pero que constituyen un gran porcentajes de las partidas totales. El grupo B contiene los artículos que agrupan una posición intermedia entre los grupos A y C.

Los artículos "A" que son aquellos en los que la empresa tiene la mayor inversión, estos representan aproximadamente el 20% de los artículos del inventario que absorben el 90% de la inversión. Estos son los más costosos o los que rotan más lentamente en el inventario.

Los artículos "B" son aquellos que les corresponde la inversión siguiente en términos de costo. Consisten en el 30% de los artículos que requieren el 8% de la inversión.

Los artículos "C" son aquellos que normalmente en un gran número de artículos correspondientes a la inversión más pequeña. Consiste aproximadamente el 50% de todos los

artículos del inventario pero sólo el 2% de la inversión de la empresa en inventario.

De esta forma el sistema ABC trata de realizar la clasificación de los artículos de cada inventario conforme a su costo y así prestarle mucha atención y de mayores cuidados a los artículos que sean más costosos para el proceso productivo.

Modelo básico de la cantidad económica solicitada (EQQ): En su modalidad más simple, el modelo EQQ se basa en el supuesto de que la demanda de usos anuales de un artículo específico se conoce con certeza.

También supone que esta demanda es estacionara o es uniforme a lo largo del año, es decir, se excluye la posibilidad de fluctuaciones estacionales en la tasa de la demanda. Finalmente, en este modelo también se parte del supuesto de que los pedidos para reabastecer el inventario de un artículo se surte al instante. La misma se halla a través de la siguiente formula:

$$Q^* = \sqrt{2SD/C}$$

Dónde:

Q= cantidad pedida, en unidades.

D=demanda anual del artículo, en unidades.

S=costo de colocación y recepción de un pedido, o costo de preparación.

C= costo de acarreo anual de 1 unidad del artículo en inventario.

$$T^* = \frac{Q^*}{D/365}$$

T^* = Tiempo del Ciclo de Vida de Inventario.

Extensiones del modelo básico EQQ

Tiempo de espera diferente de cero: En el modelo básico EQQ se parte del supuesto de que los pedidos para restablecer el inventario de un artículo se surten al instante; esto es, que el tiempo de espera es igual a cero. Sin embargo, en la práctica suele transcurrir cierto lapso entre el momento en que se realiza un pedido y el momento en que se recibe. Este tiempo de esperase compone del periodo de fabricación del articulo, del empaque y embarque de ambos. Si el tiempo de espera es constante y se le conoce con certeza, la cantidad optima de pedido Q^* , no se ve afectada; pero si el momento en que debe realizarse el pedido. En concreto, para efectuar un pedido, la empresa no debe esperar hasta el final del ciclo de inventario, debido al tiempo de espera para la reposición, medido en días.

El Punto de Reabastecimiento: es el nivel de inventario en el que debe realizarse en pedido para reponer un artículo.

$$Q_r = n^* \frac{D}{365}$$

Para condiciones en que las ventas y el reabastecimiento varían constantemente Weston y Brigham (1994:565) sugieren

una extensión del Modelo EQQ, denominado Inventarios de Seguridad.

Inventarios de seguridad: Es un inventario adicional que se mantiene para protegerse contra los cambios en la tasas de ventas o en las demoras de producción/embarque o abastecimiento. El Inventario de Seguridad varía de situación en situación pero, en general aumenta cuando: con la incertidumbre de los pronósticos de las demandas, con los costos y con la probabilidad de que ocurran demoras en la recepción de los embarques. El Inventario de Seguridad óptimo disminuye a medida en que aumenta el costo de mantenimiento de dicho inventario adicional.

Sistemas computarizados: Weston y Brigham (1994:569) establecen que, Un sistema de control de inventarios en el cual se usa una computadora para determinar los puntos de reorden y para ajustar los saldos del inventario. La computadora empieza con un conteo del inventario en su memoria, a medida de que se realizan retiros estos son registrados por la computadora, debido a que cada producto contiene un código de barras que cuando un artículo sale del almacén, la computadora lo registra.

Los métodos descritos desarrollan de manera sencilla la forma en que se pueden controlar el inventario, con la finalidad

de evitar los costos a consecuencia del mal cálculo de la mercancía que se debe adquirir y en qué momento deben hacer el respectivo pedido de manera que se aproveche mejor este recurso. De la misma manera a continuación se presentan los para la valoración del inventario de mercancía

Métodos de valoración de inventarios:

Guajardo (2002) considera que los métodos de evaluación de inventario, son aquellos que nos permiten valorar las mercancías que se encuentran a disposición para la venta, para de esta forma conocer de manera real el valor de esa mercancía. En tal sentido, agrega que los objetivos de los métodos de evaluación son los siguientes:

El objetivo de los métodos de valuación es determinar el costo que será asignado a las mercancías vendidas y el costo de las mercancías disponibles al terminar el periodo. Se debe seleccionar el que brinde al negocio la mejor forma de medir la utilidad neta del periodo y el que sea más representativo de su actividad.

En relación a la valoración de inventarios Rodríguez (2004:98) establece que existen cuatro bases principales.

Costo real: Se llama costo real, al precio del artículo según factura, más todos los gastos incurridos en él, hasta estar

disponible para la venta. Cabe destacar que el costo real también es conocido como costo histórico, el cual es el utilizado para el registro de los movimientos o transacciones en los libros de contabilidad. Un ejemplo de ello es cuando se adquiere cualquier cantidad de artículos para pertenecer al rubro del inventario disponible para la venta, el cual será registrado al precio que se encuentre expresado en la factura de compra. Entre algunos métodos que utilizan esta base de Valuación tenemos a: PEPS, UEPS, Método del Costo Promedio Simple o Aritmético, Método del Promedio Ponderado, Método del Costo Promedio Móvil.

Costo de reposición: Es el costo en términos de precios normales de mercado, como base para la valoración de mercancías. Es el costo real actual neto; según factura de la mercancía, más los costos de transporte, gastos de manejo y todos los demás gastos que sean aplicables a las mercancías a base de lo que estos elementos adicionales costarían en la actualidad. También se entiende como el costo que habría que desembolsar para reponer o fabricar el inventario existente a una fecha determinada. El Método del Último Costo es uno de los métodos de valuación que utiliza esta base del Costo de Reposición.

Costo o mercado, el más bajo de los dos: Es una combinación del precio de costo y del precio del mercado, significa que se escoge uno de los dos precios, o el precio de costo o el de

mercado, el que sea más bajo de los dos y tiene la ventaja importante de ser una base conservadora. Esta base de valuación es de difícil adaptación en economías que sufren los efectos de la inflación y de déficit para cubrir las necesidades de la demanda.

La inflación es conocida como el incremento del nivel general de precios de un país determinado, que afecta a las partidas no monetarias y a las empresas que poseen partidas monetarias, ambos fenómenos hacen que todos los artículos aumenten considerablemente su precio de adquisición, lo cual debe ser considerado para la valoración de inventarios. Uno de los métodos que utiliza esta base de valuación es el Método del Costo Básico.

Precio de venta: Es el precio de los artículos o mercancías, por el cual son vendidos. Valorar a un Inventario a precios de venta no ajustados, equivale a reconocer las utilidades antes de que se hayan incurrido en los costos y de que se hayan prestado los servicios por los cuales pueda decirse que se perciben las utilidades, aparte de que el importe de la compensación por dichos servicios no está determinado aún. Entre los métodos que utilizan esta base de valuación están: Método del Precio al Detal, Método de Valuación al Precio de Ventas menos Gastos, Método de la Utilidad Bruta en Ventas.

Según Redondo (1993) los métodos para la evaluación de inventarios son los siguientes:

Método PEPS: Este método de valoración de inventarios supone que las existencias están formadas por las últimas compras; ya que lo primero que se compro fue lo primero que se vendió. Ofrece la ventaja de ajustarse más a la realidad, en cuanto a las tendencias de los precios; puesto que se adapta más a la situación actual del mercado, al emplear una valoración basada en los costos más recientes.

Método UEPS: En este método se utiliza una mecánica un tanto similar al anterior; pero se supone que el último que compras es lo primero en venderse. De allí los cálculos se tratan de agotar las últimas compras, para satisfacer los pedidos. Ofrece la ventaja de que, cuando hay tendencia al alza de precios, el inventario tiende a mantenerse con un valor estabilizado.

Método del costo promedio simple o aritmético: El promedio aritmético lo da la media aritmética de los precios unitarios de los artículos. Se suman todos los precios de los productos para luego dividir el total entre el número de precios de los artículos, para por último multiplicarlo por total de las unidades.

Para Rodríguez (2004:106), La aplicación de este método es muy simple, basta sumar los Costos Unitarios de todas las compras incluyendo el del Inventario Inicial, y la suma de ellos se divide por los números de los Costos Unitarios, el precio unitario

simple que resulta, se multiplica por las unidades del inventario final para obtener el costo del inventario.

Método del promedio ponderado: Este promedio se obtiene ponderando los precios con las unidades compradas, para luego dividir los importes totales entre el total de las unidades, para de esta forma poder obtener un costo unitario igual para cada artículo, sin que pudiera afectar el momento en que se adquirió.

Rodríguez (2004:106) establece que el Promedio Ponderado se determina dividiendo el total de los costos del Inventario disponible, incluyendo lo que quede del Inventario Inicial, por el número total de las Unidades. Este método tiene como ventaja principal la sencillez de su aplicación, especialmente en aquellas empresas que manejan gran diversidad de artículos. La desventaja que presenta es que los inventarios no están actualizados.

Método de costo promedio móvil: Expresa el valor de los artículos en existencia, de acuerdo con las variaciones producidas por las entradas y salidas, o sea las compras y las ventas; de acuerdo con las cuales se van obteniendo promedios sucesivos.

En lo que respecta a este método para Rodríguez (2004:107) consiste en calcular el Costo por Unidad, cada vez que entran nuevas Unidades al Inventario. Cuando hay nuevas Compras cambia el Costo Promedio, las Unidades vendidas se

sacan del Inventario al último Costo Promedio por Unidad que ha sido calculado anteriormente. Bajo este método el Inventario Final se valora al último costo Promedio por Unidad Calculado.

Método del costo básico: Sabemos que, para que una empresa pueda atender con premura y seguridad a los pedidos de su clientela, necesita mantener una existencia de mercancías o productos terminados, de una cantidad mínima determinable. La valuación del inventario mediante este método atribuye a estas existencias mínimas de un valor fijo, el de su costo original, o al del costo más bajo experimentado en el periodo,

Método del precio al detal: Este método consiste en realizar la valoración de los inventarios al precio de venta, relegando a un segundo lugar las unidades de los artículos. Al efecto es indispensable fijar un porcentaje de ganancias brutas en ventas, perfectamente determinado; el cual debe ser mantenido a toda costa. A los precios de costo se les sumaran estos porcentajes y así se obtendrá el inventario al precio de venta. De esta forma el inventario estará estimado al valor del mercado.

Método de valuación al precio de ventas menos gastos: Es muy parecido al método de valuación anterior; pero aquí se le asigna al inventario un precio de venta; y, para no anticipar ganancias, se le resta un estimado por concepto de los gastos de la distribución y venta.

Método de la utilidad bruta en ventas: Según Brito (2007) este método se basa en la experiencia que la empresa haya tenido en periodos anteriores, en relación con el margen de utilidad bruta. El precio de venta esta dividido en dos partes, el costo de compra y la utilidad bruta que el empresario quería ganar. Con esta información se puede obtener la cantidad de inventario a partir de la totalidad de las ventas de mercancías.

Método del ultimo costo: No debe confundirse los métodos de “Últimos Costos” con “PEPS”. Este método consiste en valuar los inventarios de acuerdo al precio de la factura de la última compra realizada en el ejercicio económico. Es aconsejable solamente cuando los inventarios rotan con la misma celeridad que las compras; en cuyo caso, el inventario resultara a su valor real de reposición.

Método de identificación específica: Es el de la valuación de los artículos correspondiente a que se ha comprado cada uno. Esto sólo es posible en muy pocas empresas, que comercializan con artículos suficientemente grandes e identificables cada uno de ellos con la factura con que se compraron.

La mayoría de los métodos anteriormente descritos se desarrollan mediante la utilización de una herramienta manual que les permite desglosar los datos necesarios para su correcta aplicación, esta herramienta es conocida como Tarjeta Kardex.

Tarjeta kardex: Es una tarjeta de identificación de cada artículo del inventario de mercancías y que contiene información concerniente al método de valuación utilizado, detalles de los movimientos de entrada y salida de ese producto del almacén o depósito, así como también el número de unidades existentes y su valor monetario.

Empresas electrodomésticos

Un **electrodoméstico** es una máquina o aparato que permite realizar y agilizar algunas tareas domésticas de rutina diaria. Ayudan a preparar y cocinar alimentos, sirven para la limpieza del hogar y pueden ser utilizados por las instituciones, industrias y negocios, entre otros. Además de aquellos que preparan nuestros alimentos, también se consideran como electrodomésticos los televisores y equipos de sonido, pero estos pertenecen a otra línea.

Línea marrón

Hace referencia al conjunto de electrodomésticos de vídeo y audio. Este tipo de electrodoméstico se distribuye en un 44% del total del mercado en comercios afiliados. El comportamiento de compra sigue las líneas del sector en general, seguido por grandes superficies (27%) e hipermercados (22%). El sector está viviendo un auténtico auge debido a la continua aparición de novedades tecnológicas que mejoran las ofertas anteriores. Así, los mayores crecimientos en ventas de los últimos años se han producido en reproductores de DVD y *Home cinema*. La aparición

de las pantallas de televisión de plasma prometen una revolución similar en los próximos años.

Esta categoría incluye:

- Televisor / Televisión
- Reproductor de audio
- Reproductor de vídeo
- Equipo de música
- Reproductor de DVD
- Home cinema
- Telefonía fija
- Videojuegos
- Computador personal

Línea blanca

Refrigerador, ejemplo de electrodoméstico perteneciente a la línea blanca

Se refiere a los principales electrodomésticos vinculados a la cocina y limpieza del hogar. En el comercio afiliado es donde más electrodomésticos son adquiridos con un 48% sobre el total del mercado, seguido de las grandes superficies especializadas con un 25% sobre el total. Incluye:

- Estufa doméstica
- Horno/microondas
- Lavadora / lavarropas
- Lavaplatos / lavavajillas
- Refrigerador / nevera / heladera y congelador

- Campana extractora / Campana
- Secadora / secarropas
- Boiler / Termotanque
- Calefactor
- Aire acondicionado

Los grandes electrodomésticos pueden ser divididos, en grandes rasgos, en equipos de refrigeración, calefacción, equipamiento de lavado y mixtos.

2.3. Marco situacional.

La proyección de las empresas de electrodomésticos para este año es alcanzar una facturación de S/ 200 millones de soles aproximadamente.

El mercado de línea blanca se ha recuperado con un crecimiento entre 4% y 5%, por lo que las empresas de electrodoméstico prevé cerrar el año en 5.5%..

Javier Ugarte Taboada, gerente general de Indurama, sostuvo que la empresa está pasando de una participación de mercado de 12.8% a 14.0%, lo cual la ubica como la tercera marca en línea blanca.

“Este crecimiento se está dando sobretodo en refrigeración donde hemos ganado 3.5% de participación alcanzando el 12%, y nos hemos mantenido en cocinas con un share de 39%”, comentó.

A pesar que se esperaba que el 2018 sea un año negativo para línea blanca debido al mundial de fútbol, esta creció 5% en el acumulado de enero a octubre, según datos de GFK.

Por tanto, el estimado es que el total del mercado electro proyectado hacia fin de año sume alrededor de S/ 5,500 millones de soles. Y el mercado total de línea blanca en Perú alrededor de S/ 1.650 millones de soles.

Actualmente, Indurama tiene como objetivo ser reconocida como una empresa de electrodomésticos de línea blanca en el retail peruano, por lo que quieren fortalecer sus categorías de refrigeración y lavado.

“El objetivo principal de Indurama es ser percibida como una marca de línea blanca, y para esto hemos complementado y fortalecido nuestro mix de productos”, explicó Ugarte Taboada.

Lee también: Perú: Televisores lideran venta online en la categoría electro

CAMPAÑA DE FIN DE AÑO

La campaña navideña para Indurama es el 20% de la facturación anual y de igual manera lo es importante para todas las tiendas.

El estimado de venta entre noviembre y diciembre es de S/ 285 millones de soles con un crecimiento de 10% sobre el año pasado.

Actualmente, Indurama se consolida como la tercera marca de línea blanca con el 13.3% con un proyectado de 14% de participación de mercado creciendo 12% en ventas.

“Somos el tercer jugador del mercado peruano detrás de las firmas coreanas, siendo las únicas marcas que estamos ganando en participación”, declaró el ejecutivo.

A lo cual agregó que la venta online con respecto al 2017 ha pasado de 6% a 8% gracias a los Cybers y al impulso del comercio electrónico.

“El mercado de internet esta moviéndose cada vez con más fuerza y hay más retailers que están apostando por este canal”, enfatizó.

Finalmente, resaltó que esperan cerrar el año con una facturación de S/ 200 millones, lo que representa un 15% más sobre el 2017.

Definición de términos básicos.

Control interno del sistema de inventario: Un elemento del control que se basa en procedimientos y métodos, adoptados por una organización de manera coordinada a fin de proteger sus inventarios de mercancías contra pérdida, fraude o ineficiencia.

Elementos de control interno: Son los subsistemas de control administrativo y financieros, orientados a proteger los recursos de una empresa.

Bases principales para la valuación de inventarios: Constituyen cada una de las bases en las cuales se fundamentan cada uno de los métodos de valuación de inventario utilizados por las empresas.

Sistema de inventarios: Los Sistemas de Inventario se han concebido debido a que el periodo entre ellos varía mucho según la

circunstancia. Se refiere principalmente en la forma en que serán registradas las operaciones relacionadas con el inventario de mercancías.

Modelos de administración de inventario: es el conjunto de técnicas y métodos cuya finalidad es poder administrar y controlar de manera eficiente y eficaz, un recurso tan importante para la empresa como lo es el inventario.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO.

3.1. Nivel y tipo de investigación.

3.1.1. Nivel de investigación.

Investigación descriptiva: En el presente proyecto se empleó el nivel de investigación descriptivo ya que hemos tratado de describir los hechos más importantes, características y principales actividades en el control de inventarios.

Investigación explicativa: La investigación fue de nivel explicativa, ya que representa una investigación analítica, que implica la reinterpretación de lo analizado en función de algunos criterios dependiendo de los objetivos de los análisis

3.1.2. Tipo de investigación.

La presente investigación busca de forma general la descripción del comportamiento de una variable específica, que en la misma se refiere al control de inventario de mercancías y su comportamiento dentro de las empresas de electrodomésticos, que constituye el objeto o población de estudio.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2003:185) “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se ha sometido a análisis”. De la misma forma Méndez (2001:137) establece lo siguiente:

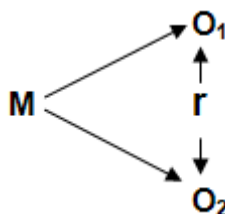
El propósito de los estudios descriptivos es la delimitación de los hechos que conforman el problema de la investigación, así como también identifica características del universo de la investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.

Diseño de la investigación.

Hernández, Fernández y Baptista (2006:205) establecen que una investigación con diseño No Experimental “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de las variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”.

Esto permite definir el presente estudio como del tipo No experimental, ya que dentro de sus objetivos se planteó el estudio de las variables sin realizar ningún tipo de manipulación.

El esquema es el siguiente:



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la variable 1.

O₂ = Observación de la variable 2.

r = Correlación entre dichas variables

3.2. Método de investigación

Método de observación

Según Méndez (2001:143) lo define de la siguiente manera “el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar”. Por medio de este método los investigadores pudieron determinar las interrogantes a investigar dentro del control de inventarios que debe ser aplicado a este tipo de establecimientos.

Método inductivo

Méndez (2006:144) establece que el método de inducción “es el proceso de raciocinio o argumentación Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas”. La utilización de este método permitió la correcta realización del marco teórico, especialmente el cuadro de variables para lo cual era necesario el correcto uso y entendimiento de todas las teorías relacionadas con las dimensiones de la investigación, a partir de fenómenos particulares.

Método de análisis

Méndez (2006:146) conceptualiza el método de análisis como el “proceso que permiten al investigador conocer la realidad, dicha realidad se obtiene mediante un procedimiento de identificación de cada una de las partes que conforma el todo”.El método de análisis fue utilizado con

la finalidad de analizar cada uno de los datos obtenidos para de esta forma poder obtener un resultado y poder responder cada uno de las inquietudes planteadas en los objetivos de esta investigación. También se utilizó en la descomposición del marco teórico y para poder realizar correctamente el cuadro operativo de variables.

Método de síntesis

Méndez (2006:147) define el método de síntesis de la siguiente manera “la síntesis implica que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno de ellos pueda relacionarse con el conjunto en la función que desempeñan como referencia al problema de investigación”. Este método se utilizó en la redacción de las conclusiones y posibles recomendaciones al objeto de estudio acerca de los resultados obtenidos con respecto a cada una de las variables que conforman cada uno de los objetivos de esta investigación.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.3.1. Población:

Una población, según Hernández, Fernández y Baptista (2006:239). “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.” Así mismo Ramírez (1999:87) define el término como “un conjunto limitado por el ámbito del estudio a realizar”. Esto significa que la población representa el conjunto de empresas comerciales de electrodomésticos. Dicha

población está compuesta por 14 empresas comerciales de electrodomésticos, los cuales están ubicados a lo largo del territorio de la Ciudad de Huánuco y cuya cifra se obtuvo a través de los datos suministrados por los investigadores.

Méndez (2001:184) es “aquel que selecciona los elementos de acuerdo con el criterio de quien determina la muestra y considera que son los más representativos de la población”. Este método permitió al investigador seleccionar los elementos de la muestra que le permitan reflejar las características y propiedades pertenecientes a la población de estudio, así como los elementos que permitan el acceso de la información requerida en el cuestionario.

3.3.2. Muestra:

Méndez (2001:181) establece que una muestra comprende el estudio de una parte de los elementos de una población. Acerca de esto Hernández, Collado y Baptista (2002: 302) lo definen como el subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población.

La muestra fue seleccionada intencionalmente debido a las condiciones de la población y que la información solicitada es calificada como información privada por su repercusión en los ingresos de estas empresas.

Así pues se distribuyó el instrumento al total de la población presente para el momento de la aplicación del instrumento, que consta la empresa **Tiendas EFE**, quien Accede a dar la información necesaria para la realización de esta investigación lo que representa. La información se tuvo un total de 75 clientes potenciales en Huánuco, cuya muestra se procedió calcular online en la dirección <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Calcula el tamaño de la muestra

Tamaño de la población	75
<input type="text" value="75"/>	
Nivel de confianza (%)	90
	<input type="text" value="95"/> ▼
Margen de error (%)	10
<input type="text"/>	
Tamaño de la muestra	36

3.4. Técnicas e instrumentos empleados

3.4.1. Técnicas:

Las técnicas usadas en la presente investigación será la entrevista, el fichaje, las de observación y el análisis de documentos (estados financieros).

Según **Oseda, Dulio (2008:128)** sostiene que el fichaje “consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación”.

3.4.2. Los instrumentos:

Los instrumentos usados en la presente investigación serán el fichaje las fichas de resumen; de las entrevistas la guía de entrevista; de la observación se tiene a las fichas de observación.

Según **Ary, Donald y otros, (2002:189)** “las fichas deben cumplir una serie de requisitos formales que tienen como objetivo, facilitar su utilización posterior”.

3.5. Procesamiento y presentación de datos.

Los procedimientos de recolección de datos fueron en función al cronograma establecido del proyecto de tesis que se indica más adelante.

3.5.1. Procesamiento.

La interpretación de la rentabilidad se realizó aplicando el Control de inventarios.

3.5.2. Presentación.

Se presentó bajo el sistema de un propuesta modelo del Control de los inventarios de los negocios de electrodomésticos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados

Descripción de tiendas efe

Dirección

Jr. Dos Mayo 1151, Frente a la Plaza Principal, Huánuco 10001

Su historia se inicia en el año 1961 con la venta de electrodomésticos como una división comercial de Enrique Ferreyros S.A., posteriormente Tiendas EFE S.A.

Su oficina principal se implementó en la ciudad de Chiclayo (desde donde se fue implementando la red de Tiendas).

En el año 1993 contábamos con 8 tiendas ubicadas en 8 ciudades del Perú.

En el año 2008 contábamos con 40 tiendas.

Continuando en crecimiento, desde el año 2016 contamos con 82 tiendas a nivel nacional, dividido en 8 regiones.

Tiendas EFE es una cadena de electrodomésticos peruana. Es la red de tiendas más antigua del norte del país. En Tiendas EFE, locales, teléfono y trabajadores están a su entera disposición.

Conociendo a tiendas EFE

En Tiendas EFE, los electrodomésticos ofrecidos son de alta rotación y las tiendas se ubican en la periferia de Lima y provincias. Esta estrategia capturó a un público distinto y es uno de los logros de la compañía.

La idea es acercar productos a personas que no tienen un acceso habitual y así generar una identificación con la marca. En Tiendas EFE, ofertas y descuentos también apuntan a este fin. Además, tiene un catálogo diverso, utilitario para la población. Uno de los productos que genera más internet en Tiendas EFE son motos, tienen más de 40 en tipos distintos en stock es uno de los productos más comercializados por la empresa.

Los orígenes de tiendas EFE

La empresa la funda Enrique Ferreyros S.A. en 1961 y se constituye, en 1966, en Tiendas EFE. En Perú se pueden encontrar hasta 80 tiendas de la compañía. Esto presupone una expansión veloz de la tienda, ya que en 1993 solo había 8 Tiendas EFE. Lima vio por primera vez un local de la empresa en 2009. Gracias a los años que tiene en el mercado, la compañía posé una considerable cartera de clientes.

Los consejos EFE

En su página de Facebook la empresa ofrece consejos a sus usuarios. Se trata de provechosos tips para mejorar tu vida en el hogar. ¿Cuál es el juguete favorito de tus hijos?, dice uno de ellos; otro pregunta cómo remodelarías la cocina de tu casa y otro propone divertidos juegos que tecnológicos como: ¿quién te da una respuesta más divertida? Siri (de Apple) o una caracola mágica. Es así como interactúa Tiendas EFE con su público virtual.

Su propósito:

"Mejorar la calidad de vida de las familias peruanas brindándoles productos y servicios de calidad y con el financiamiento accesible." Sus Valores:

- Actuamos con integridad siempre

- Trabajamos con responsabilidad
- Tratamos a las personas con respeto
- Brindamos la mejor experiencia a nuestros clientes

Beneficios de comprar en www.efe.com.pe

www.efe.com.pe te dará los mejores beneficios para hacer de tu compra la mejor:

- En **[efe.com.pe](http://www.efe.com.pe)** todas tus compras online pueden ser enviadas a todo el Perú. Además, puedes hacerles seguimiento mediante el siguiente enlace [Click Aquí](#)
- Si no estás contento con tu compra, puedes devolverlo en cualquiera de nuestras 82 tiendas a nivel nacional dentro de los 7 primeros días de haber recibido el producto, sin ningún problema. Ver [como devolver un producto](#) para más detalles.
- En **[efe.com.pe](http://www.efe.com.pe)** te ofrecemos una gran variedad de productos, las mejores ofertas y promociones por internet. El precio que se muestra en la web es la oferta online, no siempre los precios online son iguales a las tiendas físicas.
- Tu compra online es rápida y segura.
- Te damos bastantes formas de pago: puedes comprar directamente con la tarjeta Única, tarjeta visa, mastercard, American Express, o Diners Club. Aceptamos tarjetas de débito y crédito. También ofrecemos Pago Efectivo, que te permite reservar tu pedido durante 24 horas, mientras pagas a través de internet o en cualquier oficina del BBVA Continental, BCP, Interbank, Scotiabank, Banbif, Kasnet,

Western Unión, Full Carga y en establecimientos autorizados que tengan el logo de Pago Efectivo.

- Si quieres comprar en una tienda física, puedes navegar en la web, y ver si los productos que más te gustan están disponibles en la tienda más cercana a ti. Solo tienes que hacer click en “seleccionar tienda” en cualquier ficha de producto y seleccionar la tienda más cercana. También, puedes seleccionar “localizador de tiendas” en la parte de arriba de la página. No te olvides que si el producto que quieres adquirir no está disponible en la tienda que deseas, puedes comprarlo en nuestra página web y te lo enviamos a tu casa.

Los resultados de la encuesta luego de la tabulación de los datos obtenidos de la investigación se utilizaron como herramienta estadística el programa SPSS. Los resultados obtenidos mediante la investigación cuantitativa efectuada a los treinta y seis (36) clientes de la empresa, tiendas EFE son los siguientes:

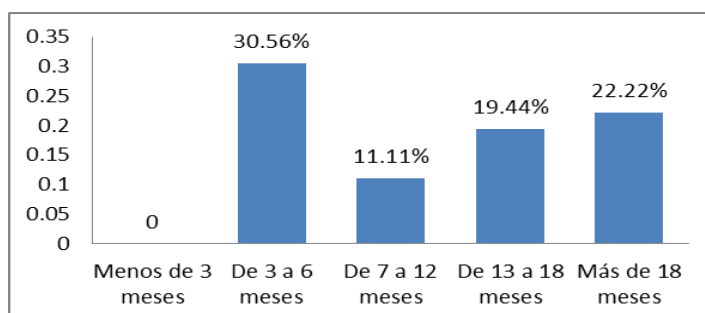
1.- ¿Desde cuándo es usted cliente de nuestra empresa?

TABLA N° 01

N°	Alternativas	fi	ni
a	Menos de 3 meses	6	16.67%
b	De 3 a 6 meses	11	30.56%
c	De 7 a 12 meses	4	11.11%
d	De 13 a 18 meses	7	19.44%
e	Más de 18 meses	8	22.22%
Total		36	100%

Fuente: elaboración de los tesis

GRAFICO N° 01



Fuente: elaboración de los testistas

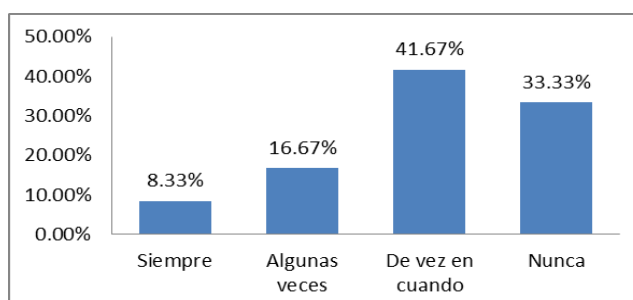
2.- Cuando efectúa los pedidos, usted los recibe en la fecha fijada:

TABLA N° 02

N°	Alternativas	fi	ni
a	Siempre	3	8.33%
b	Algunas veces	6	16.67%
c	De vez en cuando	15	41.67%
d	Nunca	12	33.33%
Total		36	100%

Fuente: elaboración de los testistas

GRAFICO N° 02



Fuente: elaboración de los testistas

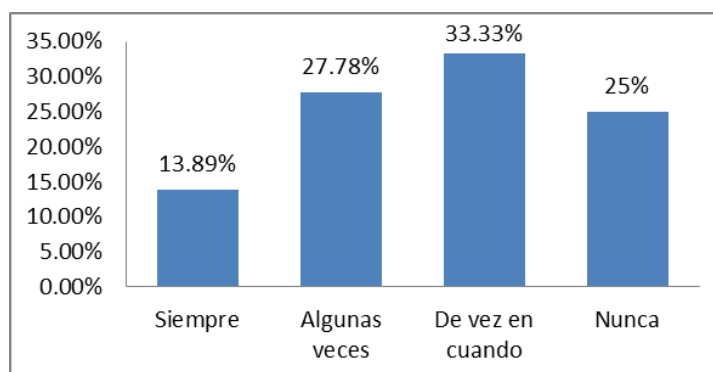
3.- La mercadería que usted solicita, suele estar en existencias.

TABLA N° 03

N°	Alternativas	fi	ni
a	Siempre	5	13.89%
b	Algunas veces	10	27.78%
c	De vez en cuando	12	33.33%
d	Nunca	9	25%
Total		36	100%

Fuente: elaboración de los testistas

GRAFICO N° 03



Fuente: elaboración de los tesisas

4.- La mercadería que le despachan cumple con sus requerimientos, que usted fijó:

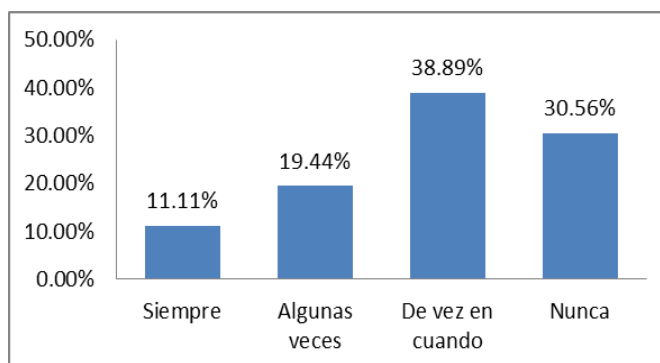
TABLA N° 04

N°	Alternativas	fi	ni
a	Siempre	4	11.11%
b	Algunas veces	7	19.44%
c	De vez en cuando	14	38.89%
d	Nunca	11	30.56%
Total		36	100%

Fuente: elaboración de los tesisas

GRAFICO N° 0

GRAFICO N° 04



Fuente: elaboración de los tesisas

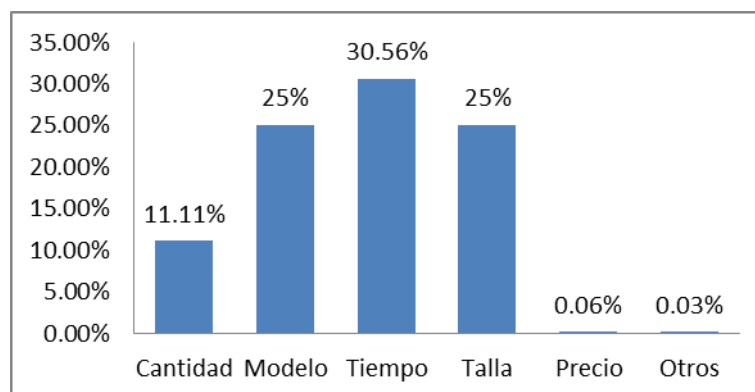
5.- En caso de haber tenido inconvenientes con la recepción de mercadería, detallar los motivos.

TABLA N° 05

N°	Alternativas	fi	ni
a	Cantidad	4	11.11%
b	Modelo	9	25%
c	Tiempo	11	30.56%
d	Talla	9	25%
e	Precio	2	0.06%
f	Otros	1	0.03%
Total		36	100%

Fuente: elaboración de los testistas

GRAFICO N° 05



Fuente: elaboración de los testistas

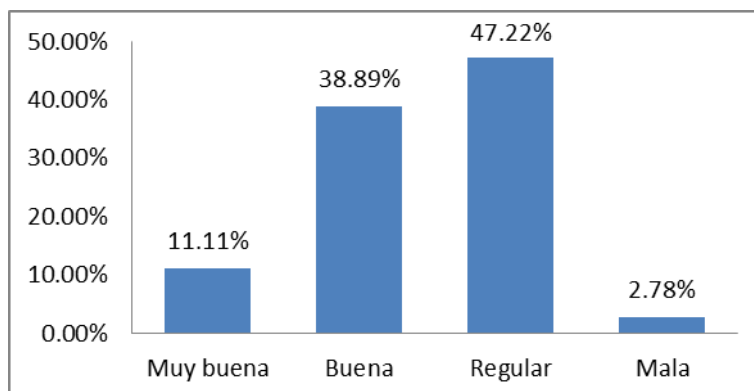
6.- ¿Cómo calificaría su relación comercial con Tiendas EFE?

TABLA N° 06

N°	Alternativas	fi	ni
a	Muy buena	4	11.11%
b	Buena	14	38.89%
c	Regular	17	47.22%
d	Mala	1	2.78%
Total		36	100%

Fuente: elaboración de los testistas

GRAFICO N° 06



Fuente: elaboración de los tesisistas

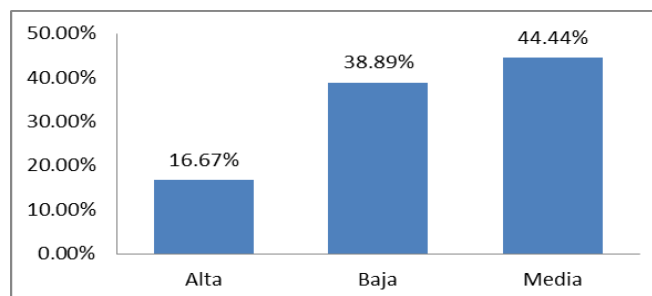
7.- Para usted, la calidad de los productos que ofrecemos es:

TABLA N° 07

N°	Alternativas	fi	ni
a	Alta	6	16.67%
b	Baja	14	38.89%
c	Media	16	44.44%
Total		36	100%

Fuente: elaboración de los tesisistas

GRAFICO N° 07



Fuente: elaboración de los tesisistas

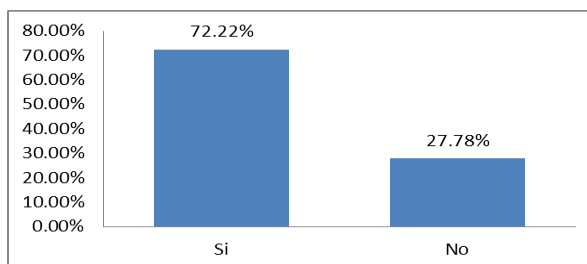
8.- ¿Cree usted que le ofrecemos variedad de productos?

TABLA N° 08

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	26	72.22%
b	No	10	27.78%
Total		36	100%

Fuente: elaboración de los tesisistas

GRAFICO N° 08



Fuente: elaboración de los tesisas

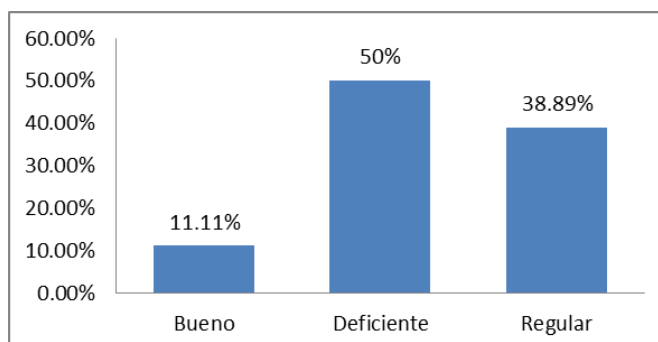
9.- El sistema que se emplea para la entrega de mercadería, lo considera:

TABLA N° 09

N°	Alternativas	fi	ni
a	Bueno	4	11.11%
b	Deficiente	18	50%
c	Regular	14	38.89%
Total		36	100%

Fuente: elaboración de los tesisas

GRAFICO N° 09



Fuente: elaboración de los tesisas

Las encuestas aplicadas a los 15 trabajadores de la empresa tiendas EFE fueron los siguientes:

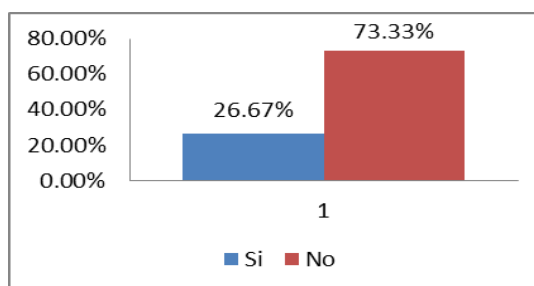
1.- ¿Ha fijado la Gerencia políticas de control para los inventarios?

TABLA N° 10

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	4	26.67%
b	No	11	73.33%
c	N/A	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los tesisas

GRAFICO N° 10



Fuente: elaboración de los tesisas

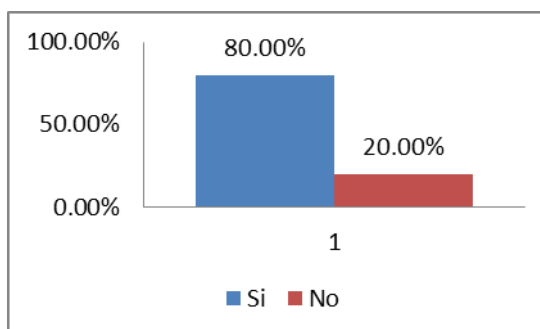
2.- ¿En Almacén se suele dar de baja ciertas mercaderías?'

TABLA N° 11

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	12	80%
b	No	3	20%
c	N/A	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los tesisas

GRAFICO N° 11



Fuente: elaboración de los tesisas

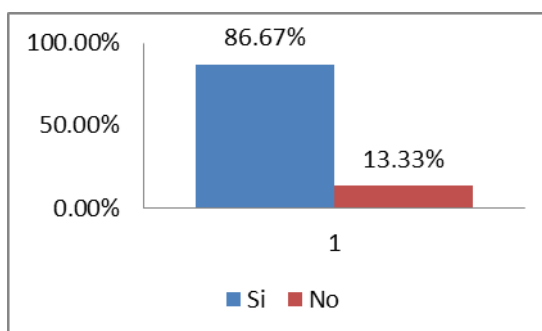
3.- ¿Las bajas de mercaderías son por motivos definidos?'

TABLA N° 12

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	13	86.67%
b	No	2	13.33%
c	N/A	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los tesisas

GRAFICO N° 12



Fuente: elaboración de los tesistas

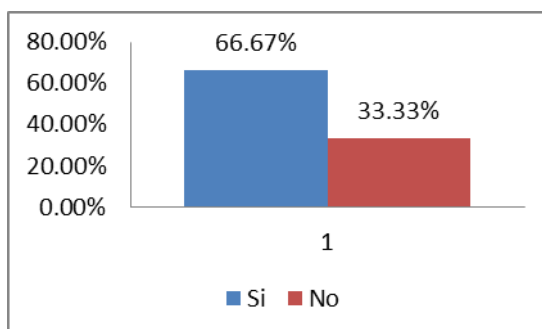
4.- ¿Le piden información sobre los productos en existencia de Almacén, al momento de efectuar nuevos catálogos?

TABLA N° 13

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	10	66.67%
b	No	5	33.33%
c	N/A	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los tesistas

GRAFICO N° 13



Fuente: elaboración de los tesistas

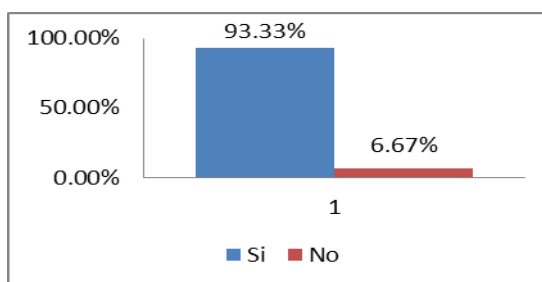
5.- ¿Se presentan faltantes de mercaderías para despachar pedidos (no hay existencias de esa mercadería):?

TABLA N° 14

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	14	93.33%
b	No	1	6.67%
c	N/A	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los tesistas

GRAFICO N° 14



Fuente: elaboración de los tesisas

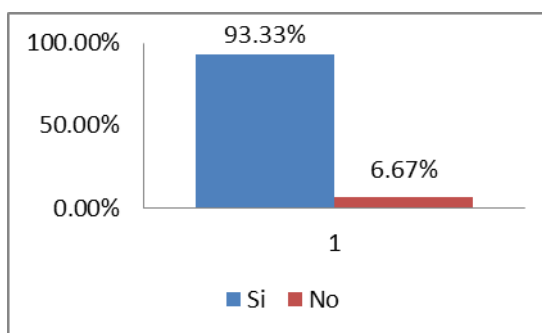
6.- ¿Se ha dejado de despachar un pedido por motivo de no tener en existencias la mercadería requerida por el cliente?

TABLA N° 15

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	9	60%
b	No	6	40%
c	N/A	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los tesisas

GRAFICO N° 15



Fuente: elaboración de los tesisas

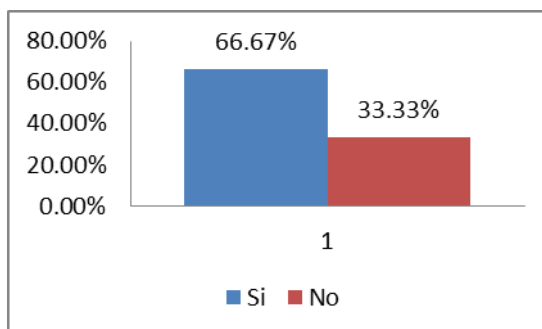
7.- ¿Han efectuado despachos de mercaderías con retraso a sus clientes, como consecuencia de faltantes o inexistencias de artículos en Almacén?

TABLA N° 16

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	10	66.67
b	No	5	33.33%
c	N/A	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los tesisas

GRAFICO N° 16



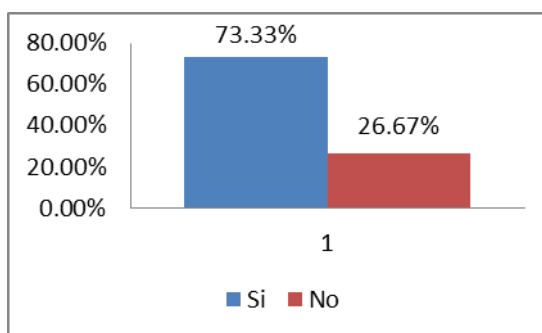
Fuente: elaboración de los tesistas

8.- ¿Ha recibido usted quejas por despachar mercaderías que no corresponden con las características de los pedidos?

TABLA N° 17

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	11	73.33%
b	No	4	26.67%
c	N/A	0	0%
Total		15	100%

GRAFICO N° 17



Fuente: elaboración de los tesistas

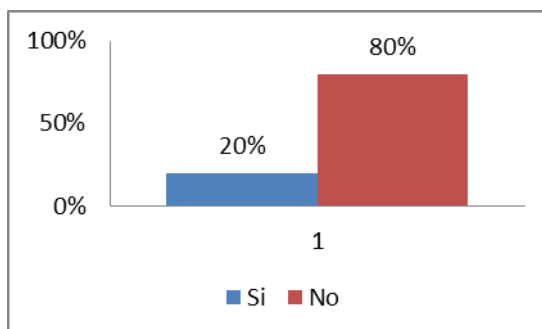
9.- ¿Sus proveedores cumplen con el periodo de entrega establecido?

TABLA N° 18

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	3	20%
b	No	12	80%
c	N/A	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los tesistas

GRAFICO N° 18



Fuente: elaboración de los tesisas

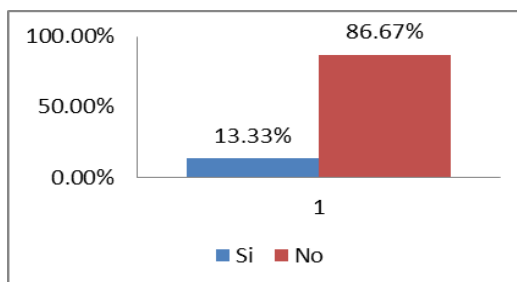
10.- ¿Considera usted que los han capacitado lo suficiente para la labor que desempeña?

TABLA N° 19

N°	Alternativas	fi	ni
a	Si	2	13.33%
b	No	13	86.67%
c	N/A	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los tesisas

GRAFICO N° 19



Fuente: elaboración de los tesisas

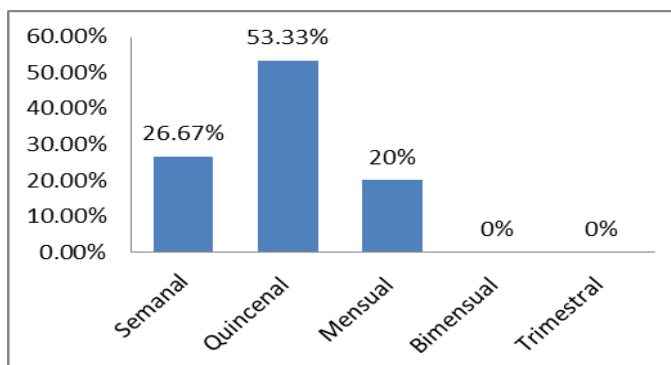
11.- Cada qué tiempo se realiza el inventario en Almacén:

TABLA N° 20

N°	Alternativas	fi	ni
a	Semanal	4	26.67%
b	Quincenal	8	53.33%
c	Mensual	3	20%
e	Bimensual	0	0%
f	Trimestral	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los tesisas

GRAFICO N° 20



Fuente: elaboración de los testistas

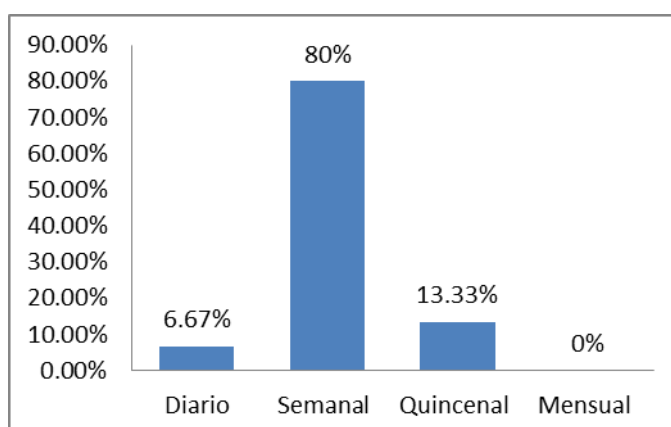
12.- ¿Con qué frecuencia efectúa usted reposición de mercadería en su Almacén?

TABLA N° 21

N°	Alternativas	fi	ni
a	Diario	1	6.67%
b	Semanal	12	80%
c	Quincenal	2	13.33%
e	Mensual	0	0%
Total		15	100%

Fuente: elaboración de los testistas

GRAFICO N° 21



Fuente: elaboración de los testistas

4.2. Análisis e interpretación

Del tratamiento de datos obtenidos de los clientes de la empresa y de los trabajadores se han determinado lo siguiente:

De la Tabla N° 01 y el Grafico N° 01, podemos indicar u los encuestados se mantienen como clientes desde los 3 a 6 meses en un 30.56% y a partir de los 14 meses representan el 22.22% de la muestra.

De la Tabla N° 02 y el Grafico N° 02, podemos indicar que los encuestados afirman que la mercadería solicitada es recepcionada de vez en cuando en un 41.67% y 33.33% indicaron nunca s recepcionado en el periodo establecido.

De la Tabla N° 03 y el Grafico N° 03, podemos indicar que el 34% de los encuestados indican que la mercadería que requieren es entregada de vez en cuando generando disgusto a los intermediarios, seguido de que un 27.78% manifestaron algunas veces.

De la Tabla N° 04 y el Grafico N° 04, podemos indicar que el 38.89% de los intermediarios afirma que solo de vez en cuando reciben la mercadería con las características solicitadas al momento del pedido, y un 30.56 % indicaron que nunca reciben con las características solicitadas.

De la Tabla N° 05 y el Grafico N° 05, podemos indicar que el motivo principal por el cual los intermediarios presentan inconvenientes es el tiempo de recepción de mercadería, el mismo que representa el 30.56% de la muestra. Adicional a ello; podemos observar que también incide la talla en el calzado, prendas de vestir y el modelo en cuanto a varios productos.

De la Tabla N° 06 y el Grafico N° 06, podemos indicar que el 47.22% de los clientes regular relaciones comerciales con la empresa, y un 38.89% manifestaron una buena relación comercial.

De la Tabla N° 07 y el Grafico N° 07, podemos indicar que debido a la importancia que tiene la calidad de los productos para los consumidores, el 44.44% de los encuestados afirma que los artículos adquiridos son de

calidad media lo cual no es favorable para la empresa, y un 38.89% indicaron que son de calidad baja.

De la Tabla N° 08 y el Grafico N° 08, podemos indicar que el 72.22% de los encuestados consideran que el almacén se caracteriza por ofrecer una gran variedad de productos.

De la Tabla N° 09 y el Grafico N° 09, podemos indicar que el 50% de los encuestados indican que el método de entrega de mercadería de modo semanal es deficiente, y un 38.89% indicaron que es regular.

De la Tabla N° 10 y el Grafico N° 10, podemos indicar que el 73.33% del personal administrativo indica que la empresa no mantiene políticas de control para los inventarios.

De la Tabla N° 11 y el Grafico N° 11, podemos indicar que el 80% de los encuestados afirman que registran la salida de existencias en almacén de las bajas realizadas.

De la Tabla N° 12 y el Grafico N° 12, podemos indicar que el 86.67% de los encuestados afirman que las bajas de las mercaderías son por motivos definidos.

De la Tabla N° 13 y el Grafico N° 13, podemos indicar que el 66.67% del personal indica que el departamento de publicidad y marketing no solicitan información sobre la cantidad de mercadería disponible que tienen en Almacén antes de generar nuevos listados según la temporada

De la Tabla N° 14 y el Grafico N° 14, podemos indicar que el 93.33% de los encuestados confirman que existen inconvenientes al momento de despachar los artículos por la inexistencia de los mismos.

De la Tabla N° 15 y el Grafico N° 15, podemos indicar que el 93.33% de los encuestados confirman que existen

inconvenientes al momento de despachar los artículos por la inexistencia de los mismos.

De la Tabla N° 16 y el Grafico N° 16, podemos indicar que el 66.67% del personal han efectuado despachos de mercaderías con retraso a sus clientes, como consecuencia de faltantes o inexistencias de artículos en Almacén.

De la Tabla N° 17 y el Grafico N° 17 podemos indicar que el 73.33% de los encuestados indican que han recibido quejas por despachar mercaderías que no corresponden con las características de los pedidos.

De la Tabla N° 18 y el Grafico N° 18, podemos indicar que el 80% del personal encuestado expresa que los proveedores no cumplen con el tiempo establecido al momento de la compra de mercadería

De la Tabla N° 19 y el Grafico N° 19, podemos indicar que el 86.67% de los encuestados manifiestan que la empresa no los capacita al momento de establecer las tareas a realizar

De la Tabla N° 20 y el Grafico N° 20, podemos indicar que el 53.33% del personal administrativo indica que el conteo físico de mercadería se realiza cada quincena, mientras que el 26.67% afirma que lo hace semanal y un 20% mensualmente en sus respectivas bodegas

De la Tabla N° 21 y el Grafico N° 21, podemos indicar que el 80% de los encuestados sostiene que la reposición de mercadería en la bodega se realiza semanalmente sin identificar la rotación de cada artículo, lo que no permite la entrega de los mismos por no tener existencias físicas.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Contratación de los resultados

Referente al objetivo general, de que el control de inventarios contribuye en la rentabilidad de empresas de electrodomésticos ubicados en la Ciudad de Huánuco, luego del análisis concuerda lo que manifestó:

Rocío BOSQUE, Daniel RUIZ (2016). *“Debe hacer un aporte significativo a la productividad de la empresa, comercialización o servicios, por medio de las negociaciones que realice, ya que cualquier ahorro en el costo de las materias primas, servicios o mercancías adquiridas, mejorará la posición competitiva de la compañía (adquisiciones a precios bajos, buenas condiciones de pago, servicios adicionales en mantenimiento o apoyo tecnológico, entre otros)”*

Por otro lado referente a los objetivos específicos, donde los elementos del control de inventario permiten establecer los saldos disponibles, que el control de registros del inventario de mercancías permitan ver saldos reales para atender a los clientes, que los Modelos de administración control de inventario determinan la disponibilidad de existencias, es corroborado, y nos indicar:

Juan Carlos, POMAHUACRE GAMBOA (2018). Para la empresa queda claro que realizar un inventario es importante, desde que la contabilidad cumple con funciones técnicas de registrar, reportar y

analizar los datos para medir el rendimiento que se espera como resultado una rentabilidad. A medida que la empresa crezca, deben seguir optimizando las actividades ya sea creando políticas o implementando sistemas computacionales que ayuden a mantener correctamente estos procedimientos de inventario y contabilidad, que se basan en el ciclo básico para tener información financiera.

5.2. Prueba de hipótesis

Chi cuadrado X^2

Hipótesis alterna

Ha. Si se describe el de control interno en los inventarios, si se establecerá la rentabilidad de las empresas de electrodomésticos en la ciudad de Huánuco, 2018

Hipótesis nula

Ho. Si se describe el de control interno en los inventarios, no se establecerá la rentabilidad de las empresas de electrodomésticos en la ciudad de Huánuco, 2018

	Ítem	Valores			
		a	b	c	
1	Ha fijado la Gerencia políticas de control para los inventarios	4	11	0	
2	En Almacén se suele dar de baja ciertas mercaderías	12	3	0	
3	Las bajas de mercaderías son por motivos definidos	13	2	0	
4	Le piden información sobre los productos en existencia de Almacén, al momento de efectuar nuevos catálogos	10	5	0	
5	Se presentan faltantes de	14	1	0	

	mercaderías para despachar pedidos (no hay existencias de esa mercadería)				
6	Se ha dejado de despachar un pedido por motivo de no tener en existencias la mercadería requerida por el cliente	9	6	0	
7	Han efectuado despachos de mercaderías con retraso a sus clientes, como consecuencia de faltantes o inexistencias de artículos en Almacén	10	5	0	
8	Ha recibido usted quejas por despachar mercaderías que no corresponden con las características de los pedidos	11	4	0	
9	Sus proveedores cumplen con el periodo de entrega establecido	3	10	2	
10	Considera usted que los han capacitado lo suficiente para la labor que desempeña	2	10	3	
Total		88	57	5	150

Opc.	a	b	c	N
f_o	88	57	5	150
f_e	50	50	50	150
χ²	28.88	0.98	40.5	70.36

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

$$\chi^2 = 70.36$$

Número de Filas (r) = 10

Número de Columnas (C) = 3

Probabilidad **a** = 0.05

Grado de Libertad, **gl** = 18

El valor crítico de la prueba, considerando 18 grados de libertad y la probabilidad $\alpha = 0.05$ es **9,390**.

Como la $X^2 = 70.36 > X^2_c = 9,390$ entonces se rechaza la **Ho**

Interpretación:

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 , a la probabilidad de $\alpha = 0.05$ **$H_1 > H_0$** de los 10 datos extraídos de la unidad de análisis; revelaron que “Si se describe el de control interno en los inventarios, se establecerá la rentabilidad de las empresas de electrodomésticos en la ciudad de Huánuco, 2018”.

CONCLUSIONES

1. El control interno de inventarios en las empresas comerciales de electrodomésticos está orientado a prevenir o detectar errores e irregularidades, las diferencias entre estos dos es la intencionalidad del hecho; que los controles internos brindan una confianza razonable de que los informes financieros han sido elaborados bajo un esquema de controles que disminuyan la probabilidad de tener errores sustanciales en los mismos, generando rentabilidad.
2. Los elementos del control de inventario permite establecer los saldos disponibles, en las empresas, con la elaboración y aplicación de los manuales administrativo y contable, son piezas para proteger los recursos,, garantizar la eficacia, eficiencia y economía en todas las operaciones promoviendo y facilitando la correcta ejecución de las operaciones y punto de partida, para conocer la eficiencia del sistema de control interno y poder evaluarlo.
3. Los manuales que se elaboran están orientados a las políticas administrativas, los métodos y procedimientos que están relacionados, en primer lugar, con el debido acatamiento de las disposiciones legales, reglamentarias y la adhesión a las políticas de los niveles de dirección y administración y, con la eficiencia de las operaciones.
4. Los Modelos de administración control de inventario permite determinar la disponibilidad de existencias, en las empresas de electrodomésticos. El costo de un sistema de control interno se debe diferenciar por el beneficio general que produce al minimizar los riesgos y el impacto que tiene en el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

RECOMENDACIONES

1. Se debe diseñar un sistema de control interno que se recomienda realizar un análisis de los procesos y funciones de cada una de las áreas o departamentos integrantes de la organización con el fin de identificar las debilidades inherentes, conocer los riesgos y, derivado de ello, generar mayores resultados.
2. Proponer que la unidad de Inventarios evalúe periódicamente los manuales de control de inventarios, para establecer la correcta ejecución de las operaciones con el fin de preservar la eficacia, eficiencia y economía de la administración de los inventarios.
3. Elaborar manuales actualizados orientados a las políticas administrativas, con los métodos y procedimientos que están relacionados, en primer lugar, con las políticas de los niveles de dirección y administración y, con la eficiencia de las operaciones.
4. Establecer Modelos de administración control de inventario que se oriente al cumplimiento de los objetivos de la empresa, en el proceso de diseño del sistema de control interno a fin de obtener información exacta de la disponibilidad de inventarios.

BIBLIOGRAFÍA.

1. **Apaza, Mario. 2006.** *Gestión Financiera Empresarial. Análisis, modelos y programas en Excel. Tomo II.* Editorial Entrelíneas 2006.
2. **Castellanos, Andrés. 2015.** *Logística Comercial Internacional.* Ecoe Ediciones 2015.
3. **Claros, Roberto y León, Oscar. 2012.** *El control interno como herramienta de gestión y evaluación.* Instituto Pacífico, 2012. Primera Edición.
4. **Douglas, Emery y otros. 2000.** *Fundamentos de Administración Financiera.* México:Prentice Hall. 2000.
5. **Eslava, Jaime. 2003.** *Análisis Económico – Financiero de las decisiones de gestión empresarial.* Esic Editorial. Madrid 2003.
6. **Flores, Jaime. 2015.** *Análisis Financiero para contadores y su incidencia en las NIFF.* Instituto Pacífico. Primera Edición. Julio 2015.
7. **Pingo, Rolando. 2006.** *Manual de Control de inventarios.* Tercera Edición. Febrero 2006.
8. **Rodríguez, Joaquín. 2009.** *Control Interno. Un efectivo sistema para la empresa.* México: Trillas. 2da Edición. Febrero 2009.
9. **Vizcarra, Jaime. 2010.** *Auditoría Financiera. Riesgos, control interno, gobierno corporativo y normas de información financiera.* Pacíficos Editores, 2010.

ANEXO N° 01

Encuesta a clientes potenciales de Tiendas EFE

1.- ¿Desde cuándo es usted cliente de nuestra empresa?

N°	Alternativas	Respuestas
a	Menos de 3 meses	()
b	De 3 a 6 meses	()
c	De 7 a 12 meses	()
d	De 13 a 18 meses	()
e	Más de 18 meses	()

2.- Cuando efectúa los pedidos, usted los recibe en la fecha fijada:

N°	Alternativas	Respuestas
a	Siempre	()
b	Algunas veces	()
c	De vez en cuando	()
d	Nunca	()

3.- La mercadería que usted solicita, suele estar en existencias.

N°	Alternativas	Respuestas
a	Siempre	()
b	Algunas veces	()
c	De vez en cuando	()
d	Nunca	()

4.- La mercadería que le despachan cumple con sus requerimientos, (mercadería con las características que usted fijó):

N°	Alternativas	Respuestas
a	Siempre	()
b	Algunas veces	()
c	De vez en cuando	()
d	Nunca	()

5.- En caso de haber tenido inconvenientes con la recepción de mercadería, detallar los motivos.

N°	Alternativas	Respuestas
a	Siempre	()
b	Algunas veces	()
c	De vez en cuando	()
d	Nunca	()

6.- ¿Cómo calificaría su relación comercial con Tiendas EFE?

N°	Alternativas	Respuestas
a	Siempre	()
b	Algunas veces	()
c	De vez en cuando	()
d	Nunca	()

7.- Para usted, la calidad de los productos que ofrecemos es:

N°	Alternativas	Respuestas
a	Alta	()
b	Baja	()
c	Media	()

8.- ¿Cree usted que le ofrecemos variedad de productos?

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

9.- El sistema que se emplea para la entrega de mercadería, lo considera:

N°	Alternativas	Respuestas
a	Bueno	()
b	Deficiente	()
c	Regular	()

ANEXO N° 02

Encuesta a trabajadores de Tiendas EFE

1.- ¿Ha fijado la Gerencia políticas de control para los inventarios?

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

2.- En Almacén se suele dar de baja ciertas mercaderías:

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

3.- ¿Las bajas de mercaderías son por motivos definidos?

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

4.- Le piden información sobre los productos en existencia de Almacén, al momento de efectuar nuevos catálogos.

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

5.- Se presentan faltantes de mercaderías para despachar pedidos (no hay existencias de esa mercadería):

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

6.- Se ha dejado de despachar un pedido por motivo de no tener en existencias la mercadería requerida por el cliente

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

7.- Han efectuado despachos de mercaderías con retraso a sus clientes, como consecuencia de faltantes o inexistencias de artículos en Almacén.

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

8.- ¿Ha recibido usted quejas por despachar mercaderías que no corresponden con las características de los pedidos?

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

9.- Sus proveedores cumplen con el periodo de entrega establecido

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

10.- Considera usted que los han capacitado lo suficiente para la labor que desempeña

N°	Alternativas	Respuestas
a	Si	()
b	No	()

11.- Cada qué tiempo se realiza el inventario en Almacén:

N°	Alternativas	Respuestas
a	Semanal	()
b	Quincenal	()
c	Mensual	()
e	Bimensual	()
f	Trimestral	()

12.- ¿Con qué frecuencia efectúa usted reposición de mercadería en su Almacén?

N°	Alternativas	Respuestas
a	Diario	()
b	Semanal	()
c	Quincenal	()
e	Mensual	()

ANEXO N° 03

TABLA CHI CUADRADO

K \ P	0,01	0,05	0,10	0,20	0,25	0,30	0,40	0,50	0,60	0,70	0,75	0,80	0,90
1	0,000	0,004	0,016	0,064	0,102	0,148	0,275	0,455	0,708	1,074	1,323	1,642	2,706
2	0,020	0,103	0,211	0,446	0,575	0,713	1,022	1,386	1,833	2,408	2,773	3,219	4,605
3	0,115	0,352	0,584	1,005	1,213	1,424	1,869	2,366	2,946	3,665	4,108	4,642	6,251
4	0,297	0,711	1,064	1,649	1,923	2,195	2,753	3,357	4,045	4,878	5,385	5,989	7,779
5	0,554	1,145	1,610	2,343	2,675	3,000	3,656	4,351	5,132	6,064	6,626	7,289	9,236
6	0,872	1,635	2,204	3,070	3,455	3,828	4,570	5,348	6,211	7,231	7,841	8,558	10,64
7	1,239	2,167	2,833	3,822	4,255	4,671	5,493	6,346	7,283	8,383	9,037	9,803	12,02
8	1,647	2,733	3,490	4,594	5,071	5,527	6,423	7,344	8,351	9,524	10,22	11,03	13,36
9	2,088	3,325	4,168	5,380	5,899	6,393	7,357	8,343	9,414	10,66	11,39	12,24	14,68
10	2,558	3,940	4,865	6,179	6,737	7,267	8,295	9,342	10,47	11,78	12,55	13,44	15,99
11	3,053	4,575	5,578	6,989	7,584	8,148	9,237	10,34	11,53	12,90	13,70	14,63	17,28
12	3,571	5,226	6,304	7,807	8,438	9,034	10,18	11,34	12,58	14,01	14,85	15,81	18,55
13	4,107	5,892	7,041	8,634	9,299	9,926	11,13	12,34	13,64	15,12	15,98	16,98	19,81
14	4,660	6,571	7,790	9,467	10,17	10,82	12,08	13,34	14,69	16,22	17,12	18,15	21,06
15	5,229	7,261	8,547	10,31	11,04	11,72	13,03	14,34	15,73	17,32	18,25	19,31	22,31
16	5,812	7,962	9,312	11,15	11,91	12,62	13,98	15,34	16,78	18,42	19,37	20,47	23,54
17	6,408	8,672	10,09	12,00	12,79	13,53	14,94	16,34	17,82	19,51	20,49	21,61	24,77
18	7,015	9,390	10,86	12,86	13,68	14,44	15,89	17,34	18,87	20,60	21,60	22,76	25,99
19	7,633	10,12	11,65	13,72	14,56	15,35	16,85	18,34	19,91	21,69	22,72	23,90	27,20
20	8,260	10,85	12,44	14,58	15,45	16,27	17,81	19,34	20,95	22,77	23,83	25,04	28,41
21	8,897	11,59	13,24	15,44	16,34	17,18	18,77	20,34	21,99	23,86	24,93	26,17	29,62
22	9,542	12,34	14,04	16,31	17,24	18,10	19,73	21,34	23,03	24,94	26,04	27,30	30,81
23	10,20	13,09	14,85	17,19	18,14	19,02	20,69	22,34	24,07	26,02	27,14	28,43	32,01
24	10,86	13,85	15,66	18,06	19,04	19,94	21,65	23,34	25,11	27,10	28,24	29,55	33,20
25	11,52	14,61	16,47	18,94	19,94	20,87	22,62	24,34	26,14	28,17	29,34	30,68	34,38
26	12,20	15,38	17,29	19,82	20,84	21,79	23,58	25,34	27,18	29,25	30,43	31,79	35,56
27	12,88	16,15	18,11	20,70	21,75	22,72	24,54	26,34	28,21	30,32	31,53	32,91	36,74
28	13,56	16,93	18,94	21,59	22,66	23,65	25,51	27,34	29,25	31,39	32,62	34,03	37,92
29	14,26	17,71	19,77	22,48	23,57	24,58	26,48	28,34	30,28	32,46	33,71	35,14	39,09
30	14,95	18,49	20,60	23,36	24,48	25,51	27,44	29,34	31,32	33,53	34,80	36,25	40,26

NOTA BIOGRAFICA

CALDERON BUSTAMANTE, ELA

DATOS PERSONALES

NOMBRE: Ela
APELLIDOS: CALDERON
BUSTAMANTE
DNI: 47220094
FECHA DE NACIMIENTO: 04/06/1991
DOMICILIO: JR. JAVIER PULGAR VIDAL 689 –
HUANUCO –HUANUCO - HUANUCO
CELULAR: 935785227 - MOVISTAR
E-MAIL: elacalderonbustamante.260@GMAIL.COM
ESTUDIOS REALIZADOS



✎ Educación primaria

Lugar : Tocache – Tocache – San Martin
Año : 1997-2002
Centro Educativo : N° 0417. Nuevo Bambamarca

✎ Educación secundaria

Lugar : Tocache – Tocache – San Martin
Año : 2003-2007
Centro Educativo : “Victor Andres Velaunde”

✎ Educación superior

Lugar : Huánuco
Año : 2012-2019
Universidad : UNHEVAL

EXPERIENCIA LABORAL

01/01/2019 – 26/12/2019 “GOBIERNO REGIONAL HUANUCO”

AREA: LOGISTICA

CARGO: APOYO ADMINISTRATIVO

- ✓ Elaboración de O/S de acuerdo a los contratos.
- ✓ Cotizaciones y cuadros comparativos.

FORMACION ACADEMICA

INSTITUCION: UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN -
UNHEVAL - HUANUCO

NIVEL ALCANZADO: BACHILLER

CARRERA: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

CONOCIMIENTOS DE INFORMATICA

- ✓ Microsoft Office a nivel intermedio (Word, Excel, Power Point)
- ✓ Conocimientos en programa contable FOXCONT, CONCAR.
- ✓ Conocimientos en SIGA, SIAF.

NOTA BIOGRAFICA

TUCTO GARCIA, GISELA

DATOS PERSONALES

NOMBRE: GISELA
APELLIDOS: TUCTO GARCIA
DNI: 46181976
FECHA DE NACIMIENTO: 07/02/1990
DOMICILIO: AV. PILLCO MARCA N° 267–HUANUCO
CELULAR: 932929199 - MOVISTAR
E-MAIL: tggisela22@GMAIL.COM



ESTUDIOS REALIZADOS

- ✎ **Educación primaria**
 - Lugar** : Huánuco
 - Año** : 1996-2000
 - Centro Educativo** : I.E José Carlos Mariátegui “El Amauta”
- ✎ **Educación secundaria**
 - Lugar** : Huánuco
 - Año** : 2001-2005
 - Centro Educativo** : Colegio Nacional Cesar Vallejo.
- ✎ **Educación superior**
 - Lugar** : Huánuco
 - Año** : 2013-2018
 - Universidad** : UNHEVAL

FORMACION ACADEMICA

INSTITUCION: UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN - UNHEVAL - HUANUCO
NIVEL ALCANZADO: BACHILLER
CARRERA: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

CONOCIMIENTOS DE INFORMATICA

- ✓ Microsoft Office a nivel intermedio (Word, Excel, Power Point)
- ✓ Conocimientos en programa contable FOXCONT, CON

CERTIFICADOS:

Certificado de Asistencia en el Estudio Contable TORRES.

NOTA BIOGRAFICA

DAMIAN CABELLO, SANDY LUZ

DATOS PERSONALES

NOMBRE: SANDY LUZ
APELLIDOS: DAMIAN CABELLO
DNI: 48278556
FECHA DE NACIMIENTO: 05/08/1993
DOMICILIO: JR. MARABAMBA L16
PILLCO MARCA –HUANUCO - HUANUCO
936729256 - CLARO
CELULAR:
E-MAIL: sandydamian2000@GMAIL.COM



ESTUDIOS REALIZADOS

✎ Educación primaria

Lugar : Huánuco
Año : 1999-2004
Centro Educativo : Hermilio Valdizan

✎ Educación secundaria

Lugar : Huánuco
Año : 2005-2009
Centro Educativo : Nuestra Señora de las Mercedes

✎ Educación superior

Lugar : Huánuco
Año : 2013-2018
Universidad : UNHEVAL

EXPERIENCIA LABORAL

01/08/2019 – 26/12/2019 “CAJA TRUJILLO”

AREA: VENTAS

CARGO: ASESOR COMERCIAL

- ✓ Elaboración de Ratios Financieros.
- ✓ Elaboración del Balance General.

FORMACION ACADÉMICA

INSTITUCION: UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN -
UNHEVAL - HUANUCO

NIVEL ALCANZADO: BACHILLER

CARRERA: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

CONOCIMIENTOS DE INFORMATICA

- ✓ Microsoft Office a nivel intermedio (Word, Excel, Power Point)
- ✓ Conocimientos en SIAF-SP, SIGA Y SEACE.

CERTIFICADOS:

- Certificado de Asistencia en el Estudio Contable TORRES.



"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
HUÁNUCO-PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
DECANATO



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

En la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, sito en Cayhuayna - Pillco Marca, a los 23 días del mes diciembre 2019, a horas 3:00 p.m., se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, ubicada en el Pabellón N° 4, Segundo Piso, el Jurado de Tesis de la Tesis titulada: "EL CONTROL DE INVENTARIOS Y SUS EFECTOS EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALES ELECTRODOMESTICOS EN LA CIUDAD DE HUANUCO, 2018"; de la bachiller Sandy Luz DAMIAN CABELLO, designado con la Resolución N° 996-2019-UNHEVAL-FCCyF-D, del 24.OCT.19, procedieron a dar inicio el acto público de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público; siendo los miembros del Jurado de Tesis los siguientes docentes:

Dr. Elmer Jaimes Omonte	Presidente
Mg. Teodomiro Arias Flores	Secretario
Dr. Alemnber Angulo Chávez	Vocal

Finalizada la sustentación de la tesis, se procedió a evaluar y calificar al tesista, obteniendo el resultado siguiente:

APROBADO POR

Unanimitad

DESAPROBADO POR

En consecuencia, de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL, y al Art. 30° del Reglamento Interno de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, la sustentante ha obtenido la nota de Distintos (16), considerándose el calificativo de: Bueno.

Finalmente se dio por concluido el acto público de sustentación a horas 5:30 pm, firmando el presente en señal de conformidad.

[Signature]
PRESIDENTE
DNI N° 20412273

[Signature]
SECRETARIO
DNI N° 20713453

[Signature]
VOCAL
DNI N° 25808885



"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN
HUÁNUCO-PERÚ



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

DECANATO

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

En la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, sito en Cayhuayna - Pillco Marca, a los 23 días del mes diciembre 2019, a horas 3:00 p.m., se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, ubicada en el Pabellón N° 4, Segundo Piso, el Jurado de Tesis de la Tesis titulada: "EL CONTROL DE INVENTARIOS Y SUS EFECTOS EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALES ELECTRODOMESTICOS EN LA CIUDAD DE HUANUCO, 2018"; de la bachiller Ela CALDERON BUSTAMANTE, designado con la Resolución N° 996-2019-UNHEVAL-FCCyF-D, del 24.OCT.19, procedieron a dar inicio el acto público de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público; siendo los miembros del Jurado de Tesis los siguientes docentes:

Dr. Elmer Jaimes Omonte	Presidente
Mg. Teodomiro Arias Flores	Secretario
Dr. Alembor Angulo Chávez	Vocal

Finalizada la sustentación de la tesis, se procedió a evaluar y calificar al tesista, obteniendo el resultado siguiente:

APROBADO POR

Unanimidad

DESAPROBADO POR

En consecuencia, de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL, y al Art. 30° del Reglamento Interno de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, la sustentante ha obtenido la nota de Decise's (16), considerándose el calificativo de: Bueno.

Finalmente se dio por concluido el acto público de sustentación a horas 5:30 p.m. firmando el presente en señal de conformidad.

Eg. Jaimes
PRESIDENTE
DNI N° 22412223

Teodomiro Arias Flores
SECRETARIO
DNI N° 20713478

Alembor Angulo Chávez
VOCAL
DNI N° 25808885



"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
HUÁNUCO-PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
DECANATO



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

En la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, sito en Cayhuayna - Pillco Marca, a los 23 días del mes diciembre 2019, a horas 3:00 p.m., se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, ubicada en el Pabellón N° 4, Segundo Piso, el Jurado de Tesis de la Tesis titulada: "EL CONTROL DE INVENTARIOS Y SUS EFECTOS EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALES ELECTRODOMESTICOS EN LA CIUDAD DE HUANUCO, 2018"; de la bachiller Gisela TUCTO GARCIA, designado con la Resolución N° 996-2019-UNHEVAL-FCCyF-D, del 24.OCT.19, procedieron a dar inicio el acto público de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público; siendo los miembros del Jurado de Tesis los siguientes docentes:

Dr. Elmer Jaimes Omonte	Presidente
Mg. Teodomiro Arias Flores	Secretario
Dr. Aember Angulo Chávez	Vocal

Finalizada la sustentación de la tesis, se procedió a evaluar y calificar al tesista, obteniendo el resultado siguiente:

APROBADO POR

DESAPROBADO POR

Unanimidad

En consecuencia, de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL, y al Art. 30° del Reglamento Interno de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, la sustentante ha obtenido la nota de Dieciséis (16), considerándose el calificativo de:

Bueno

Finalmente se dio por concluido el acto público de sustentación a horas 5-30 pm firmando el presente en señal de conformidad.

Espinoza
PRESIDENTE
DNI N° 22412023

[Signature]
SECRETARIO
DNI N° 20713458

[Signature]
VOCAL
DNI N° 25808885



"AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL"
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
HUÁNUCO-PERÚ



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
DECANATO
RESOLUCIÓN N° 1124-2018-UNHEVAL-FCCyF-D

Cayhuayna, 21 de diciembre de 2018.

VISTO, la Solicitud de fecha 20.DIC.2018, *Reg. 3181*, presentada por los egresados en Ciencias Contables y Financieras, señores Gisela TUCTO GARCIA, Ela CALDERON BUSTAMANTE y Sandy Luz DAMIAN CABELLO, pidiendo nombramiento de Asesor de Tesis para la elaboración de la tesis colectiva;

CONSIDERANDO:

Que, mediante la Resolución N° 052-2016-UNHEVAL-CEU, del 26.AGO.2016, se proclama y acredita al Dr. Cayto Didí MIRAVAL TARAZONA, como Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la UNHEVAL, a partir del 02.SET.2016 hasta el 01.SET.2020;

Que, en mérito al Reglamento de Grados y Títulos, en el Capítulo IV, DE LA MODALIDAD DE TESIS, Artículo 13° refiere: "El alumno que va a obtener el título profesional por la modalidad de tesis debe presentar, en el último año de estudios de su carrera profesional, el Proyecto de Tesis, con el visto bueno del profesor de la asignatura de tesis o similar, solicitando al Decano de la Facultad el nombramiento de un Asesor de Tesis";

Que, con la Solicitud de fecha 20.DIC.2018, por los egresados en Ciencias Contables y Financieras, señores Gisela TUCTO GARCIA, Ela CALDERON BUSTAMANTE y Sandy Luz DAMIAN CABELLO, piden nombramiento de Asesor de Tesis para la elaboración de su Tesis Colectiva;

Que, revisado el cumplimiento de los requisitos estipulados en el Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL y en el Reglamento Interno de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, el Decano de la Facultad considera procedente atender la petición de los recurrentes y dispone el nombramiento del Asesor de Tesis al docente Mg. Josué Canchari de la Cruz;

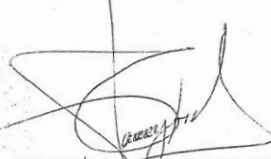
Estando a las atribuciones conferidas al Decano de Facultad de Ciencias Contables y Financieras por la Ley Universitaria N° 30220, y a los reglamentos internos;

SE RESUELVE:

- 1° **NOMBRAR** al docente Mg. Josué Canchari de la Cruz como **ASESOR de TESIS**, de los egresados en Ciencias Contables y Financieras, señores Gisela TUCTO GARCIA, Ela CALDERON BUSTAMANTE y Sandy Luz DAMIAN CABELLO, encargado de asesorar la elaboración de la tesis colectiva; por lo expuesto en los considerandos de la presente Resolución.
- 2° **DAR A CONOCER** a las instancias correspondientes y a los interesados.


Regístrese, comuníquese y archívese.




DR. CAYTO DIDÍ MIRAVAL TARAZONA
DECANO

Distribución:
Asesor
Interesados
Archivo

RLC/sac.

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN		REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES			
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN		RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL	VERSION	FECHA	PAGINA
		OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL	0.0	06/01/2017	1 de 2

ANEXO 2

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICAS DE PREGRADO

1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL (especificar los datos de los autores de la tesis)

Apellidos y Nombres: TUCTO García Gisela

DNI: 46181976 Correo electrónico: eggisela22@gmail.com

Teléfonos: Casa _____ Celular 932929199 Oficina _____

Apellidos y Nombres: Galderrón Bustamante Eka

DNI: 47220094 Correo electrónico: ekagalderronbustamante_260@gmail.com

Teléfonos: Casa _____ Celular 935785227 Oficina _____

Apellidos y Nombres: DAMIAN CABELO SANDOZ Loz

DNI: 48278556 Correo electrónico: sandydamian2000@gmail.com

Teléfonos: Casa _____ Celular 936729256 Oficina _____


2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Pregrado	
Facultad de:	<u>Ciencias Contables y financieras</u>
E. P. :	<u>Ciencias Contables y financieras</u>

Título Profesional obtenido:

Contador Público

Título de la tesis:

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN		UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN			REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES		
		RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL	VERSION	FECHA	PAGINA	OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL	0.0

EL CONTROL DE INVENTARIO Y SUS EFECTOS EN LA
RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALES 'ELECTRO'
DOMÉSTICOS EN LA CIUDAD DE HUASUCCO, 2018

Tipo de acceso que autoriza(n) el (los) autor(es):

Marcar "X"	Categoría de Acceso	Descripción del Acceso
X	PÚBLICO	Es público y accesible al documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
	RESTRINGIDO	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, más no al texto completo

Al elegir la opción "Público", a través de la presente autorizo o autorizamos de manera gratuita al Repositorio Institucional – UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web repositorio.unheval.edu.pe, por un plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya(n) marcado la opción "Restringido", por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:


Asimismo, pedimos indicar el período de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido:


- 1 año
 2 años
 3 años
 4 años


Luego del período señalado por usted(es), automáticamente la tesis pasará a ser de acceso público.

Fecha de firma: 24/12/19

Firma del autor y/o autores:


 46181976


 47220094


 48278556