

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria de Chontales

“Cornelio Silva Arguello”



SEMINARIO DE GRADUACION

Tema General

Sistemas de registros y control en las empresas Mipymes comerciales, de servicios, y producción, ubicadas en los Municipios de Juigalpa, San Francisco de Cuapa, San Lorenzo, Comalapa, Camoapa y San Pedro de Lóvago, durante el segundo semestre del año 2015.

Tema Delimitado

Métodos de valuación de inventario en las tiendas de ropa y calzado en el Barrio Virgen María de la ciudad de Juigalpa durante el segundo semestre del año 2015.

Carrera: Contaduría Pública y Finanzas V año, Dominical.

Autores:

- **Br. Fernando Antonio Valdivia Cáceres**
- **Bra. Norma Leticia Castilla Amador**
- **Br. Deybi José Sequeira Fonseca**

Tutores:

Msc. Eveling Yahoska Urbina Arana.

Msc. Jhader Abel Robles García.

Domingo 17 de Enero 2016

¡A LA LIBERTAD POR LA UNIVERSIDAD!

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria de Chontales

“Cornelio Silva Arguello”



SEMINARIO DE GRADUACION

Tema General

Sistemas de registros y control en las empresas Mipymes comerciales, de servicios, y producción, ubicadas en los Municipios de Juigalpa, San Francisco de Cuapa, San Lorenzo, Comalapa, Camoapa y San Pedro de Lóvago, durante el segundo semestre del año 2015.

Tema Delimitado

Métodos de valuación de inventario en las tiendas de ropa y calzado en el Barrio Virgen María de la ciudad de Juigalpa durante el segundo semestre del año 2015.

Carrera: Contaduría Pública y Finanzas V año, Dominical.

Autores:

- **Br. Fernando Antonio Valdivia Cáceres**
- **Bra. Norma Leticia Castilla Amador**
- **Br. Deybi José Sequeira Fonseca**

Tutores:

Msc. Eveling Yahoska Urbina Arana.

Msc. Jhader Abel Robles García.

Domingo 17 de Enero del 2016

¡A LA LIBERTAD POR LA UNIVERSIDAD!

Dedicatoria.

Es de gran orgullo para cada uno de nosotros concluir nuestro trabajo de investigación que se elaboró con tanto esfuerzo y mucha entrega, el cual dedicamos a:

A **Dios** por darnos la sabiduría, paciencia y por guiarnos por el buen camino, darnos fuerza para seguir adelante y no flaquear en las dificultades o problemas que surgieron.

A nuestros padres por estar siempre apoyándonos de forma incondicional, consejos, comprensión, amor y por ayudarnos con los recursos necesarios para estudiar y alcanzar una nueva etapa en nuestra vida que es el de ser profesional.

A nuestros amigos, por compartir sus conocimientos y ayudarnos en muchas circunstancias, por todos los momentos de dificultad que pasamos al igual que los momentos de alegría que vivimos.

Finalmente y de mucha importancia a nuestros tutores y amigos Msc. Jhader Robles y Msc. Eveling Urbina, por el apoyo y conocimiento brindados para lograr formarnos como profesionales exitosos y motivarnos en las dificultades para no doblegarnos.

Br. Deybi Sequeira Fonseca.

Br. Fernando Valdivia Cáceres.

Br. Norma Castilla Amador.

Agradecimientos.

La elaboración del siguiente trabajo de investigación requirió la participación y el aporte de diversos autores a los cuales expresamos nuestros agradecimientos.

En particular damos gracias a **Dios** sobre toda las cosas por iluminarnos en el camino y darnos la fortaleza para la culminación de nuestro trabajo final.

A nuestra **familia y amigos** por su paciencia, ayuda y solidaridad demostrada a lo largo del trabajo.

A los **DOCENTES DE LA FACULTAD** por brindarnos sus conocimientos y por la paciencia que tuvieron en el proceso de nuestra formación profesional.

A nuestros tutores **Msc. Jhader Robles** y **Msc. Eveling Urbina**, por sus conocimientos, entusiasmos y apoyo brindado a lo largo del estudio.

Br. Deybi Sequeira Fonseca.

Br. Fernando Valdivia Cáceres.

Br. Norma castilla Amador.

Tema General:

Sistemas de registros y control en las empresas Mipymes comerciales de servicios, y producción, ubicadas en los Municipios de Juigalpa, San Francisco de Cuapa, San Lorenzo, Comalapa, Camoapa y San Pedro de Lóvago, durante el segundo semestre del año 2015.

Tema Delimitado:

Métodos de valuación de inventario en las tiendas de ropa y calzado en el Barrio Virgen María de la Ciudad de Juigalpa durante el segundo semestre del año 2015.

Resumen Ejecutivo.

En la antigüedad, los pueblos almacenaban grandes cantidades de alimentos para ser utilizados en los tiempos de sequías, es así como nace el problema de los inventarios, como una forma de hacer frente a los periodos de escasez.

- **Planteamiento del problema.**

El problema de la mayoría de las tiendas de ropa y calzado en el barrio Virgen María es el de utilizar métodos de valuación de inventarios que no van acorde a las dimensiones o características de los negocios.

- **Justificación.**

El presente tema tiene como objetivo determinar la aplicación los métodos de evaluación de inventario por su importancia, a implementar en las tiendas de ropa y calzado del Barrio virgen María de la ciudad de Juigalpa; también para poder distinguir los factores incidentes en la aplicación de de los mismos.

- **Objetivo General.**

Determinar la aplicación de métodos de valuación de inventario en las tiendas de ropa y calzado en el Barrio Virgen María de la ciudad de Juigalpa durante el segundo semestre del año 2015.

- **Marco Teórico.**

1. Generalidades del municipio.

2. Generalidades de las mipymes
3. Métodos de control de inventarios.
4. Métodos de Inventario.
5. Factores.

- **Diseño Metodológico.**

Según Finalidad: Aplicada.

Según Alcance temporal: Corte transversal.

Según Profundidad: Descriptiva.

Según Carácter medida: Cualitativa
-Muestra: 15

-Instrumento: Encuesta.

Conclusiones:

- El 100% de las tiendas de ropa y calzado del Barrio Virgen María afirman llevar algún tipo de control del inventario de las mercancías en movimiento, pero esto lo hacen actualmente de manera empírica, por lo tanto se puede afirmar que los propietarios practican sus registros de control de inventario debido a los bajos niveles de estudios que poseen.
- El 100% afirmo que es de vital importancia la utilización de métodos de valuación de inventario, ya que les permitiría poder cuantificar la

mercancía que tiene en existencia, le generara información de la cantidad de la mercancía que tiene estancada o sin movimiento, le permitiría conocer la mercancía que es más demandada por los clientes y a proporcionarles conocimiento sobre la mercancía que les genere mayores ganancias.

- Sin obtener muchos conocimientos solo los empíricos los propietarios afirman que en el negocio las primeras unidades que compran de su mercancía son las primeras que se venden en su negocio, siendo el 73.3% que representa a 11 tiendas de las 15 como muestra de nuestra población en estudio.

Recomendaciones:

- Que estas tiendas implementen un registro de forma oportuna de los ingresos y gastos que se incurren en el control de inventario, para obtener mayor posicionamiento entre la competencia y crecer en el mercado de ropa y calzado.
- Implementar en las tiendas de ropa y calzado el arte de planificación y estrategias, así como el uso de tecnología o

procesos sistematizados como brújula del desarrollo.

- Establecer un método de valuación de inventario de acorde a la dimensión del negocio, para el adecuado control y registro de sus mercancías en movimiento

INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
1. 1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	2
1.2	ANTECEDENTES.....	3
1.3.	JUSTIFICACION	5
II.	OBJETIVOS.	6
2. 1.	OBJETIVO GENERAL	6
2.1.	OBJETIVOS ESPECIFICOS	6
III.	MARCO TEORICO	7
3.1	Generalidades del Municipio Juigalpa.	7
3.1.1	<i>Origen.</i>	7
3.2	Generalidades de las MIPYMES	10
3.2.1	<i>Orígenes.</i>	10
3.2.2	<i>Características.</i>	11
3.2.3	<i>Giro principal del negocio.</i>	13
3.2.4	<i>Características de los negocios de ropa y calzado.</i>	14
3.3	Métodos de Valuación de Inventario.	17
3.3.1	<i>Inventarios</i>	17
3.3.2	<i>Importancia.</i>	18
3.3.3	<i>Finalidad.</i>	19
3.3.4	<i>Los propósitos de las políticas de inventarios deben ser:</i>	19
3.3.5	<i>Control interno sobre inventarios.</i>	20
3.3.6	<i>Método de Control de los Inventarios.</i>	20
3.3.7	<i>Los elementos de un buen control interno sobre los inventarios incluyen:</i> .	21
3.4	Tipos de métodos de valuación de inventario.....	23

3.4.1 Método promedio.	23
3.4.2 Método UEPS	24
3.4.2.1 UEPS:	24
3.4.2.2 Ventajas.	24
3.4.3 Método PEPS.	25
3.4.3.1 Ventajas.	26
3.4.3.2 Desventajas.	26
3.5 FACTORES QUE INCIDEN EN LOS METODOS DE VALUACION DE INVENTARIO.	27
3.5.1 Factor económico.	27
3.5.2 Factor conocimiento.	27
3.5.3 Factor tiempo.	29
3.5.4 Factor Humano.	30
3.5.5 Factor cultural	31
IV. MARCO CONCEPTUAL.	33
V. PREGUNTAS DIRECTRICES.	34
VI. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	35
VII. DISEÑO METODOLOGICO.	44
7.1 Tipo de Estudio:	44
7.1.1 Según la Naturaleza de la investigación:	44
7.1.2 Según el alcance de la Investigación.	44
7.1.3 Según el periodo de Tiempo:	44
7.1.4 Según el carácter de la medida:	44
7.1.5 Según el Marco en que tiene lugar:	44
7.2 Método de investigación.	45

7.2.1 Población de Estudio:	45
7.2.2 Muestra de estudio:	45
7.3 Instrumento de investigación:.....	46
7.4 Validación del instrumento.	46
7.5 Herramientas utilizadas:	46
VIII. Análisis de Resultados.	48
IX. CONCLUSIONES.....	67
X. RECOMENDACIONES.....	70
XI. PROPUESTA.	72
XII. BIBLIOGRAFÍA:.....	85
XIII. ANEXOS.....	87
13.1 Encuesta.	88
13.2 Tablas de Resultados	94
13.3 Fotos de Tiendas que se ubican en el Barrio Virgen María en la ciudad de Juigalpa	99
13.4 Mapa de Juigalpa-.....	100



I. INTRODUCCIÓN.

Desde los tiempos más antiguos, los pueblos acostumbraban almacenar grandes cantidades de alimentos para ser utilizados en los tiempos de sequías, es así como nace o surge el problema de los inventarios, como una forma de hacer frente a los periodos de escasez. Que le asegurarán la subsistencia de la vida y el desarrollo de sus actividades normales. Esta forma de almacenamiento de todos los bienes y alimentos o mercancías necesario para sobrevivir motivó la existencia de los inventarios.

La base de toda tienda comercial es la compra y venta de bienes y mercancías; de aquí viene la importancia del control de inventario por parte de la misma, lo que permitirá a las tiendas mantener información confiable oportunamente, así como también conocer al final del periodo la fluctuación de ciertos productos.

El inventario tiene como propósito fundamental proveer a la tienda de mercancías necesarias, para su continuo y regular desenvolvimiento, es decir, el inventario con sus métodos de valuación juega un papel vital para un funcionamiento acorde y coherente dentro del proceso de venta y de esta forma afrontar la demanda.

Los propietarios de las tiendas de ropa y calzado deberán tener en cuenta que es posible cambiar el método de valuación de un periodo al otro, o incluso en el transcurso de un mismo periodo, pero la Norma Internacional de Contabilidad (NIC 8, Errores y Políticas Contables) recomienda que las políticas contables deberán ser constantes de un periodo a otro para lograr la comparabilidad de la información contenida en los estados financieros de diferentes periodos contables, además el cambio de una política contable requiere del ajuste y corrección de los periodos que trae consigo una serie de inconveniencias que se pudiera evitar si se eligiera desde un inicio el método conveniente de valuación.



Dada la importancia de los inventarios en el éxito económico en las tiendas es indispensable conocer de forma amplia aspectos relacionados con las políticas de administración, los costos y control, aspectos que se abordarán en la presente investigación.



1. 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El problema de las tiendas de ropa y calzado en el barrio Virgen María es el de utilizar o no métodos de valuación de inventarios que no van acorde a las dimensiones o características de los negocios. Deben de conservar la consistencia del uso de los métodos de inventario pero no podemos decir que un método es mejor que otro y su utilización va dirigida a la necesidad, interés y preferencia.

Desde que se cuenta con la información adecuada de cómo implementar los métodos de valuación de inventarios se obtiene un mejor control al registrar tanto las entradas y salidas de mercancías físicas obteniendo mayores beneficios en las operaciones de la empresa.

La problemática actual en nuestra ciudad, está originando cambios en las actividades y en la manera de enfrentar diversas situaciones dentro de los micros y pequeños negocios.

Los pequeños y grandes negocios que se encuentran en la ciudad de Juigalpa en el Barrio Virgen María son fuentes de empleo con lo cual se da una amplia distribución del ingreso hacia la población, además que se considera como un sector en desarrollo.



1.2 ANTECEDENTES.

Luego de una exhaustiva búsqueda de antecedentes de investigaciones similares al tema expuesto, se encontró un protocolo realizado en el año 2010 por un equipo de estudiantes de segundo año de la carrera de contaduría pública y finanzas del turno nocturno acerca de los factores que inciden en la variación de las ventas de ropa y zapatos en el mercado mayales de la ciudad de Juigalpa durante el primer semestre del mismo año.

Dicha investigación generó un informe a través de encuesta realizadas a los propietarios de dichos negocios, sobre el panorama de los factores que inciden en la variación de las ventas de ropa y zapatos para la cooperación y desarrollo económico del mercado mayales de la ciudad de Juigalpa en la cual se refleja el análisis de los factores estudiados: las inversiones por compra, el efectivo necesario para satisfacer la demanda, la mercancía que tiene mayor demanda, la ubicación de su negocio y el efecto que surge económicamente en el negocio al no vender el 100% de su mercadería adquirida; influyendo en las variaciones de mercancías disponibles para la venta.

Se plantearon ideas que conllevaron a mejorar los negocios de los propietarios de las tiendas del mercado mayales, las cuales ayudaran a desarrollar una forma de gestión de propagandas que les permitirá a los propietarios dar a conocer todas las mercancías que se ofertan en este periodo para lograr que las tiendas en curso del mercado mayales obtuvieran mayor demanda.

Además de indagar nacionalmente también se realizó de manera internacional a través de la web, encontrando un trabajo investigativo sobre importancia del método de valuación de inventarios, realizado en la Universidad Mexicana Veracruzana, Facultad de contaduría y administración campus Coatzacoalcos realizados por profesionales en la rama de contaduría pública y finanzas en el año 2010.



Para lograr la consecución del objetivo general de esta investigación, es decir, la importancia del método de valuación de inventarios realizados por dicha Universidad, se estudió la información suministrada por las empresas a través de una encuesta y una entrevista abierta con el personal del departamento contable y aplicado a la muestra seleccionada, complementada con la información documental.

En este trabajo se abordaron los tipos de métodos de valuación de inventario que existen, su importancia, ventajas y desventajas, costo beneficio, efectos a largo plazo de cada uno de ellos.

También se realizaron comparaciones sobre cada método de valuación de inventario y se recomendó a las Pymes interesadas cuales de los métodos de valuación de inventario es conveniente utilizar en su negocio según las características del mismo.



1.3. JUSTIFICACION

El presente tema tiene como objetivo determinar la aplicación los métodos de evaluación de inventario por su complejidad e importancia, a implementar en las tiendas de ropa y calzado del Barrio virgen María de la ciudad de Juigalpa; también para poder valorar los diferentes tipos de métodos de valuación inventario que los propietarios implementan en sus tiendas, así como distinguir los factores incidentes en la aplicación de los mismos.

Al hacer uso de los registros de inventario las tiendas de ropa y calzado del Barrio Virgen María utilizarán de esta forma un control eficiente de sus mercancías de menor y mayor fluctuación al igual para poder observar la colocación en el mercado.

Se considera que la parte técnica contable es esencial para el manejo de cualquier negocio y que hoy en día lo empírico es un obstáculo para el desarrollo económico de los comerciantes. Llevar un control eficiente de inventario debe responder a la demanda del mercado para poder ser más objetivos y precisar la cantidad económica de pedido y así no existirán grandes cantidades de mercancías estancadas.



II. OBJETIVOS.

2. 1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la aplicación de métodos de valuación de inventario en las tiendas de ropa y calzado en el Barrio Virgen María de la ciudad de Juigalpa durante el segundo semestre del año 2015.

2.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Caracterizar los negocios de ropa y calzado de acuerdo a su dimensión económica y cualidades de sus mercancías.
- Describir los métodos de valuación de inventario en las tiendas de ropa y calzados del barrio Virgen María de la ciudad Juigalpa.
- Describir los factores que inciden en la aplicación apropiada de los diversos métodos de valuación de inventario.
- Proponer un método de valuación de inventario apropiado a las características de los negocios de ropa y calzado.



III. MARCO TEORICO

3.1 Generalidades del Municipio Juigalpa.

3.1.1 *Origen.*

Existen diversas versiones en cuanto al nombre de "JUIGALPA". Los investigadores Squier y Tomas Belth afirman que su nombre tiene origen Azteca, que traducen como "Gran Ciudad". En cambio el Lingüista Ing. Alfonso Valle señala que este nombre, según vocablo mexicano "Juigalpa", significa "criadero de caracolitos negros". Otra versión atendiendo a la aridez de sus tierras y la proliferación de jícaros en ellas, afirma que el nombre se deriva de voces mexicanas que significa "lugar abundante de jícaros". Los monumentos encontrados hasta hoy en la región del actual departamento de Chontales y expuestos en el Museo Arqueológico de JUIGALPA "Gregorio Aguilar Barea", comprueban la mezcla de dos culturas indígenas: la de los Queribles o Caribíes y la de los Chorotegas.

Los primeros primitivos pobladores de nuestro país llegados desde California y regiones de más al norte del territorio de Estados Unidos de Norteamérica; y los segundos originarios de México y de territorios conocidos actualmente como del área histórica mesoamericana. La primera mención de JUIGALPA en la historia escrita data del año de 1659, cuando el entonces Alcalde Don Jerónimo de Villegas solicito tierra al Representante del Gobierno Español Don Sebastián Álvarez en Guatemala. El 24 de Abril de 1668 fue concedida esta tierra Municipal, fecha que se puede tomar como momento de fundación de JUIGALPA. En Abril de 1673, solicito tierras nuevamente y pagó por tres caballerías doce tostones. En 1752 había 34 Bohíos. "JUIGALPA de la Asunción" era un pueblo de Indios y Ladinos con 34 ranchos y 224 personas de confesión y comunión, un tercio de los cuales formaban una compañía de montados, fusileros y lanceros para la defensa del lugar. (INIFOM 2012)

El pueblo tenía una iglesia sin torre, de tres naves y sacristías sobre horcones con paredes de adobe. El libro de Bautizos y Matrimonios más antiguo de la casa cural es de 1781. El 26 de Mayo de 1785, el Padre Ciriaco Aldana de Meneses llama:



"Nuestra Santa Iglesia del Pueblo de Nuestra Señora de la Asunción Juigalpa", conservando actualmente la Catedral este nombre. El 24 de agosto de 1858, fue creado el Departamento de Chontales y el 28 del mismo mes, Acoyapa fue nombrada como su Cabecera. El 15 de febrero de 1865, JUIGALPA pasa a ser la Cabecera; en 1866, la cabecera es trasladada por segunda vez a Acoyapa. Esta Ciudad luchaba por la supremacía de la cabecera departamental por ser la ciudad más antigua del Departamento, por tener el primer fuerte militar de defensa contra las incursiones mosquitas y ser asiento de las primeras familias de origen granadino, fundadora de los hatos ganaderos.

Juigalpa era ciudad de tránsito entre Granada y los minerales de la Libertad y Santo Domingo a través de Puerto Díaz. Fue adquiriendo un desarrollo acelerado comercial, poblacional y ganadero, siendo nombrada finalmente como Cabecera del Departamento de Chontales el 11 de junio de 1877. El 4 de febrero de 1862 Juigalpa fue elevada al rango de Villa; el 27 de enero de 1879, según decreto Presidencial, Juigalpa, es elevada al rango de Ciudad. De 1885 hasta la fecha, el Municipio de Juigalpa ha sido dirigido por 2 Juntas Municipales y 66 Alcaldes Municipales.

(INIFOM 2012)

3.1.2.2 Características Geográficas.

Juigalpa está ubicada a 139 km de Managua, en la parte central del territorio de Nicaragua, entre la costa nororiental del Gran Lago de Nicaragua, la Cordillera de Amerrisque y los valles que traza en su descenso hacia el lago. Ocupa el primer lugar en el Departamento por el tamaño de su población y el tercero de acuerdo a su extensión territorial. Altitud promedio 116.85 msnm.

Clima y precipitación Predomina el clima de sabana tropical; el clima es cálido y seco. La temperatura media oscila entre los 25 °C y 28 °C; siendo los meses más cálidos de marzo a mayo, con una temperatura media de 28 °C y los meses más fríos diciembre y enero, con una temperatura media de 25.7 °C. La precipitación anual varía entre 1.000 y 1.500 mm/año Población 53,890 hab.



3.1.2.3 Económicas

Dentro de estas características se encuentran las principales actividades económicas que han desarrollado los Juigalpinos a través de los años, la principal ha sido la ganadería, la artesanía, la agricultura y actualmente se han emprendido Mipymes en todo el sector en busca de un crecimiento económico en la sociedad.

El crecimiento en el número de productores en el territorio ha sido significativo, las fincas han crecido con ganado y el comercio de los productos lácteos se ha disparado hasta fuera del departamento, caracterizado el producto chontaleño por la calidad y las técnicas utilizados para su proceso de venta.

La producción de animales bovinos para la matanza del departamento de Chontales es del orden de las 100,000 cabezas anuales, de las cuales un 60% aproximadamente corresponde a novillos y la diferencia entre vacas de descarte y resto de las otras categorías ganaderas.

De la producción total de carne del matadero Amerrisque, que es del orden de 17.5 millones de libras promedio en los últimos años, el 91% es destinado a la exportación (15.9 millones de libras de carne) y el 9% al consumo local, logrando una participación que va en un rango del 35-40% de las exportaciones totales de carne bovina del país.

En el aspecto de la producción de leche existen queseras artesanales en todos los municipios, las que deben modernizar e higienizar sus operaciones a la brevedad para responder a las exigencias de las autoridades sanitarias de Nicaragua y El Salvador, sitios hacia donde está destinada su producción. **(INIFOM 2012)**

En el aspecto agrícola, Juigalpa cuenta con el Trillo "La Unión", centro agroindustrial con capacidad para secar y trillar toda la producción arroceras del departamento y que además brinda servicios a productores de Boaco y Río San Juan.



El Aporte económico del sector pesquero se fundamenta en la captura y comercialización de especies nativas tales como: Guapotes, mojarra, gaspar sábalo real y especie introducida tales como: Tilapia.

El Sector turismo está conformado por segmentos de mercados, clasificados en: hospedaje menores y mayores, alimentación y bebida, restaurantes, bares, comedores, transporte, agencia de viaje, tours operadores, renta car, línea aérea, aeropuerto, puertos, centros recreativos, atractivo naturales y zonas especiales de desarrollo turístico, las cuales se regulan por políticas específicas para cada rubro que todos los sectores que integran el aglomerado turístico presentan indicadores que determinan el desarrollo de nuestro Departamento, así como el nivel de vida, derecho establecido en la constitución política de Nicaragua.

A partir del mejoramiento de una serie de caminos rurales y la construcción de algunos tramos nuevos, los transportistas privados han invertido en nuevas unidades de transporte colectivo, mejorando sensiblemente el servicio hacia sitios anteriormente atendidos con camiones.

3.2 Generalidades de las MIPYMES

3.2.1 Orígenes.

A partir de la última década las MIPYMES - término que refiere a las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas han despertado la atención de los estudiosos organizacionales, tanto de los economistas como de los psicólogos institucionales, ganando un lugar importante dentro de sus demandas de intervención profesional. Ello se debe a su virtuosa proliferación la cual ha nutrido las economías de los distintos países que componen el globo. En nuestro país, por ejemplo, las Mipymes conforman en la actualidad el 99% del total de empresas existentes; ocupan la mitad de la fuerza económica de nuestro territorio; y emplean a las dos terceras partes de nuestra población.

(INIFOM 2012)



En la ciudad de Juigalpa las primeras Mipymes que existieron eran de origen agropecuario, por la naturaleza del departamento de chontales, pequeños comerciantes, ganaderos, Agropecuarios, el procesamiento de lácteos es considerablemente el sector más dinámico, sin embargo el sector comercial ha venido presentando auges importantes en la economía de la ciudad de Juigalpa.

(Desafío Económico Global, Tania Díaz 2011)

Las MIPYMES son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios, entre otras se clasifican dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos totales anuales.

La Gaceta Diario oficial, ley 645 MIPYME

3.2.2 Características.

Características que definen a este tipo de empresas, distinguiendo aquellas favorables que aseguran su existencia y promueven su permanencia en el mercado, de las que no lo son:

a) Favorables.

- 1) La característica principal de las MIPYME es su naturaleza heterogénea; independientemente de la industria a la cual pertenezcan una nunca será igual a otra.
- 2) Poseen una estructura organizativa sencilla y descentralizada que les otorga flexibilidad a la hora de afrontar los cambios continuos del contexto económico.
- 3) Presentan carácter pionero, de innovación y creatividad, ya que pueden realizar productos individualizados, a diferencia de las Grandes que se enfocan más en productos estandarizados, en nichos de mercado aún no explotados, con menor capital inicial y riesgo financiero.



4) Debido a sus dimensiones permiten un flujo de comunicación dinámico e inmediato entre sus miembros, evitando procesos burocráticos que entorpecen las decisiones y acciones.

5) Se desarrollan en sectores cuya escala de operación eficiente es pequeña, es decir en actividades que no requieren incurrir en costos fijos considerables, ni promocionar productos mediante el uso de la publicidad masiva.

6) Conviven con las Grandes empresas produciendo bienes y servicios parecidos, siempre y cuando puedan explotar nichos de demanda que valoren la diferenciación de productos, ya sea por calidad o por variedad.

7) Permiten el equilibrio regional. Diversifican la economía a partir de sus multilocalizaciones en contraposición a la concentración de las Grandes Empresas en determinados sectores y sólo en las grandes ciudades.

8) Son grandes generadoras de empleo, principalmente en una sociedad donde los objetivos de las políticas económicas apuntan a la reducción de la pobreza y generación de puestos de trabajo.

b) Desfavorables

1) En las MIPYMES predomina la falta de planificación y de equidad en la comunicación interna; y la presencia de procesos administrativos empíricos y rudimentarios.

2) Poseen baja Productividad.

3) Muestran frecuente retraso tecnológico por falta de inversión.

4) Presentan carencia de estrategias y abuso de la intuición personal como brújula del desarrollo.

5) Tienen acceso restringido a fuentes de financiamiento. Los dueños suelen involucrar su economía personal en la gestión de las mismas.

(Díaz, 2004)



6) Prevalece la desinformación acerca de los sucesos del contexto macro y micro que la atraviesan. (Díaz, 2004)

7) Debido a que sus orígenes muchas veces se encuentran asociados al emprendedurismo es que presentan un ciclo de vida breve. Del total de las Mipymes creadas por año más de la mitad suelen quedar en el camino, afectando la economía personal de su/s fundador/es, de sus trabajadores, así como el PBI nacional.

8) Limitación para incursionar en actividades exportadoras, prevaleciendo el aislamiento.

3.2.3 Giro principal del negocio.

En Nicaragua existen cerca de 130,000 pequeñas y medianas empresas de las cuales un ochenta por ciento aproximadamente son de origen familiar, el aporte que hacen al PIB según el Banco Central representa un cuarenta por ciento, es decir 4,502 millones de dólares.

En muchos casos su origen se ubica en traspasos generacionales o tiempos de crisis, donde el empleo formal no es suficiente y obliga a las cabezas de familia a buscar opciones de subsistencia y crecimiento en las distintas áreas de la producción, comercio y servicio.

La sucesión generacional no es un problema a resolver a largo plazo para cuando los fundadores estén mayores, ni es un problema que se resuelve con acciones de inmediatez, requiere previsión, voluntad, organización familiar para enfrentarlo y empezar cuando no exista una crisis. El sueño de todo empresario es que su empresa crezca y trascienda, mejorando su posición en el mercado y la rentabilidad para el sustento familiar.

La integración del nuevo recurso generacional es un insumo clave para que las pymes alcancen un mayor desarrollo empresarial, mayor productividad, conocimiento amplio del mercado y sus tendencias, control efectivo de sus costos de producción,



mayor dinamismo y la creación constante de oferta de productos y servicios, adecuada a las exigencias del mercado.

Las distintas organizaciones empresariales y las instituciones de gobiernos ligadas al sector productivo tienen el reto y compromiso de promover e incentivar el emprendedurismo y la sucesión que permita la estabilidad y crecimiento deseado. Hay casos de éxito en los distintos sectores productivos donde se comprueba que la combinación entre la experiencia acumulada por la empresa y la incorporación de sus relevos generacionales, con mejor preparación académica e ideas innovadoras, contribuye a dar el salto de calidad en las pequeñas y medianas empresas urbanas y rurales. Esto debería ser parte de una estrategia de país, divulgarse y reconocerse para que genere el efecto multiplicador esperado.

(La Prensa, Nuevo Diario)

3.2.4 Características de los negocios de ropa y calzado.

La actividad que desarrolla estos negocios es la comercialización de prendas de vestir y calzado complementos de moda y temporada. Se caracterizan por ser negocios minorista, así como de incluir algunos complementos y accesorios para caballeros y damas.

Las tiendas ubicadas en el Barrio Virgen María se encuentran orientadas a familias, contienen siempre a mano todo lo relacionado con prendas de vestir y calzado que atraen a todos, desde los adolescentes preocupados por la moda, hasta las personas de más de 30 o 40 años que privilegian la comodidad. Una selección limitada de productos que incentivan a los clientes.

Las primeras impresiones son críticas para cualquier local de venta al por menor. EL diseño del exterior, la señalización y el logotipo deben atraer al consumidor objetivo.

(Díaz, 2004)



En una tienda que se especializa en un tipo determinado de calzado (de diseño, deportivo, o de comodidad) los elementos exteriores deben también transmitir el espíritu del inventario de la tienda, de modo que los consumidores que no conozcan la marca puedan percibir inmediatamente lo que la tienda tiene para ofrecer.

Lo que se exhiben dentro de la tienda puede ser tan importante como los diseños de vidriera atractivos. Resaltan los diseños nuevos y los precios especiales elevando la exhibición de esos productos, o poniéndolos más cerca de la entrada a la tienda. Incluso el área central esta ordenada y acomodada por tamaño y por estilo, idealmente.

Las tiendas se encuentran iluminada, las exhibiciones tanto de las vidrieras como del interior ya que un buen diseño de iluminación también puede contribuir a crear un ambiente cálido y acogedor. La tienda de lujo puede optar por una luz tenue, en tonos rosados o dorados, mientras que la tienda familiar podrá preferir una luz blanca, práctica y alegre. Los productos para resaltar tienen su propia luz que los haga más llamativos que otras exhibiciones, tanto desde el techo como desde abajo.

El mercado en el que actúa un comercio de ropa y calzado se encuentra muy segmentado, puesto que existe una variedad tal de productos finales que no existe un cliente tipo, y cada consumidor puede elegir entre una amplia gama de diseños, calidades y precios.

(Andalucia.opnegocio 2013)

Dentro de las características físicas que debe cumplir una tienda se encuentran:

- **Apariencia:** el exterior de un edificio debe considerarse como medio de comunicación, capaz de transmitir mensajes sobre la empresa.
- **Menudeo:** En ningún otro aspecto influye tanto la apariencia en el éxito o fracaso de una empresa como en el menudeo. Aquí, el exterior de la tienda no solo debe identificar con exactitud la naturaleza de la empresa (una tienda exclusiva por ejemplo), sino que también debe ser atractiva para que la gente se sienta invitada a entrar. Para lograr ambos propósitos (identificación e invitación) es



necesario planear y considerar los detalles. Para obtener los mejores resultados, el estilo arquitectónico de la tienda, los materiales de la construcción, los colores de los exteriores, los aparadores y los anuncios deben ser parte de un esfuerzo coordinado.

- **Venta al Menudeo:** En la venta al menudeo, la función principal de la distribución es dirigir el flujo de clientes en toda la tienda. Este es un proceso en dos etapas: primero, atraer clientes hacia la tienda y luego guiarlos a través de ella.
- **Crear exposiciones de mercancía atractivas:** Si las exposiciones no son visualmente atractivas, los clientes los ignorarán.
- **Utilizar el espacio según su valor:** El espacio que se encuentra en el camino de los clientes tiene el potencial de ventas más alto y por lo tanto el de mayor valor. El espacio más valioso es el que está al frente de la tienda donde el flujo de tráfico de clientes es mayor.

Las tiendas tienen que ofrecer variedad a las exhibiciones de mercancía, hasta las exhibiciones más llamativas dejan de ser espectaculares cuando permanecen mucho tiempo estáticas. No hay que permitir que se conviertan en artículos permanentes. Así como de realizar estudios de los hábitos de compra de los clientes. Se debe investigar que artículos compran los clientes con regularidad y cuáles sólo ocasionalmente.

Las tiendas se encuentran ubicadas en un lugar agradable para comprar. Además de limpia y atractiva, tienen iluminación adecuada. También poseen una fuente de sodas y baños ubicados estratégicamente para los cambios de ropa de los clientes.

(Díaz, 2004)



Se debe resaltar que las tiendas buscan identificar la diferencia entre actividades de ventas y las que no lo son y asignar el espacio de menor valor a las actividades que no son de ventas (administración, envío y recepción, almacenaje y servicio al cliente), esto les permite que el espacio más valioso se utilice para generar ventas. Al hacerlo se deben colocar los artículos de compra impulsiva lo más cerca posible al flujo de tráfico (de preferencia en el frente de la tienda) y los bienes de demanda deben colocarse más lejos, en espacio de menor valor.

Las tiendas de ropa y calzado se suelen caracterizar por su dimensión económica, es decir la capacidad financiera de inversión que hicieron para iniciar su negocio, las condiciones geográficas, la variedad de productos ofertados y los precios establecidos a cada prenda y calzado.

Los propietarios dotan de conocimiento sobre atención al cliente y de dotes comerciales y sobre estilos de ropa, textura y calidad.

(Análisis de mercado. 2010)

3.3 Métodos de Valuación de Inventario.

3.3.1 Inventarios

3.3.1.1 Definición.

El inventario de mercancía se considera uno de los activos más importantes de una empresa de compraventa al detalle o mayoreo, donde el inventario consta de artículos, materiales, etc., que se poseen y están destinados a la venta, por lo general esta mercancía quedara convertida en efectivo en un periodo relativamente corto por lo que se considera como un activo corriente.

En el ambiente comercial, la mercancía adquirida tiende a sufrir variaciones en los precios de compra durante el periodo contable. Ello imposibilita al departamento de contabilidad para determinar con exactitud el valor de la mercancía vendida (costo de venta), así como el valor de la mercancía disponible al finalizar el periodo.



(Díaz, 2004)

El inventario es aquel registro documental de los bienes y demás objetos pertenecientes a una persona física, a una comunidad y que se encuentra realizado a partir de mucha precisión y prolijidad en la plasmación de los datos. También y como consecuencia de la situación recién mencionada, se llama inventario a la comprobación y recuento, tanto cualitativo como cuantitativo de las existencias físicas con las teóricas que fueron oportunamente documentadas.

(Obando 2003)

3.3.2 Importancia.

El control del inventario es un elemento muy importante para el desarrollo, tanto en grandes empresas como en pequeñas y medianas; una mala administración, puede ser el culpable de generar clientes descontentos por el no cumplimiento de la demanda, además de ocasionar problemas financieros que pueden llevar a la compañía a la quiebra.

Parece obvio que una buena gerencia de inventario es de suma importancia para la empresa ya que desempeña una función vital, su objetivo principal es proveer a la compañía de materiales suficientes para que ésta pueda continuar su funcionamiento dentro del mercado.

Los inventarios incluyen: materia prima, productos en proceso y productos terminados, mercancías para la venta, materiales y repuestos para ser consumidos en la producción de bienes fabricados o usados en la prestación de servicios.

Sin inventarios, simplemente, no hay ventas. Se puede decir que el inventario es capital en forma de material, ya que éstos tienen un valor para las compañías, sobre todo para aquellas que se dedican a la venta de productos. Es por esto que es de suma importancia ya que permite a la empresa cumplir con la demanda y competir dentro del mercado.

(Díaz, 2004)



3.3.3 Finalidad.

La finalidad principal de la gestión y control de inventarios es determinar el nivel de existencias adecuado para minimizar las roturas de stocks y poder atender en todo momento a la demanda. Las roturas de stock ocasionan pérdidas de beneficios por las ventas que dejan de realizarse o por la reducción de los márgenes de beneficio si la venta llega a realizarse y en este último caso, el producto suministrado ha tenido que obtenerse de forma urgente y con un costo adicional.

El objetivo a conseguir, es minimizar la suma de los costos de oportunidad y los de mantenimiento, y no cada uno de ellos por separado. Colocándolos a disposición en el momento indicado, para así evitar aumentos de costos perdidas de los mismos. Permitiendo satisfacer correctamente las necesidades reales de la empresa, a las cuales debe permanecer constantemente adaptado. Por lo tanto la gestión de inventarios debe ser atentamente controlada y vigilada.

(Narváez Sánchez & Narváez Ruiz, 2006)

3.3.4 Los propósitos de las políticas de inventarios deben ser:

1. Planificar el nivel óptimo de inversión en inventarios.
2. A través de control, mantener los niveles óptimos tan cerca como sea posible de lo planificado.

En cualquier organización, los inventarios añaden una flexibilidad de operación que de otra manera no existiría.



3.3.5 Control interno sobre inventarios.

El control interno 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.

El renglón de inventarios es generalmente el de mayor significación dentro del activo corriente, no solo en su cuantía, sino porque de su manejo proceden las utilidades de la empresa; de ahí la importancia que tiene la implantación de un adecuado sistema de control interno para este renglón, el cual tiene las siguientes ventajas:

- Reduce altos costos financieros ocasionados por mantener cantidades excesivas de inventarios
- Reduce el riesgo de fraudes, robos o daños físicos
- Evita que dejen de realizarse ventas por falta de mercancías
- Evita o reduce perdidas resultantes de baja de precios
- Reduce el costo de la toma del inventario físico anual.

(Bamber, 2003)

3.3.6 Método de Control de los Inventarios.

Las funciones de control de inventarios pueden apreciarse desde dos puntos de vista: Control Operativo y Control Contable.

El control operativo aconseja mantener las existencias a un nivel apropiado, tanto en términos cuantitativos como cualitativos, de donde es lógico pensar que el control empieza a ejercerse con antelación a las operaciones mismas, debido a que si compra si ningún criterio, nunca se podrá controlar el nivel de los inventarios, el control preventivo se refiere, a que se compra realmente lo que se necesita, evitando acumulación excesiva.



La auditoría, el análisis de inventario y control contable, permiten conocer la eficiencia del control preventivo y señala puntos débiles que merecen una acción correctiva. No hay que olvidar que los registros y la técnica del control contable se utilizan como herramientas valiosas en el control preventivo.

(Harrison 2000)

3.3.7 Los elementos de un buen control interno sobre los inventarios incluyen:

1. Conteo físico de los inventarios por lo menos una vez al año, no importando cual sistema se utilice.
2. Hacer conteos periódicos o permanentes para verificar las pérdidas de material.
3. Procure que el control de inventarios se realice por medio de sistemas computarizados, especialmente si se mueven una gran variedad de artículos. El sistema debe proveer control permanente de inventarios, de manera de tener actualizadas las existencias, tanto en cantidad como en precios.
4. Establezca un control claro y preciso de las entradas de mercancías al almacén, informes de recepción para las mercancías compradas e informes de producción para las fabricadas por la empresa.
5. Las mercancías saldrán del almacén únicamente si están respaldadas por notas de despacho o requisiciones las cuales han de estar debidamente autorizadas para garantizar que tendrán el destino deseado.
6. Los inventarios deben encontrarse en instalaciones que los protejan de deterioros físicos o de robos y procurar que solo tengan acceso a las mismas el personal de almacén debidamente autorizado.
7. Trate de responsabilizar al Jefe de Almacén de informar sobre la existencia de mercancías deterioradas. También deberá responsabilizarle de no mezclar los inventarios de propiedad de la compañía con las mercancías recibidas en consignación o en depósito.
8. Mantenimiento eficiente de compras, recepción y procedimientos de embarque.



9. Almacenamiento del inventario para protegerlo contra el robo, daño ó descomposición.
10. Permitir el acceso al inventario solamente al personal que no tiene acceso a los registros contables.
11. Mantener registros de inventarios perpetuos para las mercancías de alto costo unitario.
12. Comprar el inventario en cantidades económicas.
13. Mantener suficiente inventario disponible para prevenir situaciones de déficit, lo cual conduce a pérdidas en ventas.
14. No mantener un inventario almacenado demasiado tiempo, evitando con eso el gasto de tener dinero restringido en artículos innecesarios.
15. Involucrar al personal en el control de los materiales: concientizarlo con charlas y concursos sobre el problema; aceptar sugerencias; informarles sobre los resultados de los inventarios, en lo que a pérdidas se refiere y sobre todo, hacerle sentirse parte importante de la organización.
16. Confrontar los inventarios físicos con los registros contables.
17. Proteger los inventarios en un almacén techado y con puertas de manera que se eviten los robos.
18. Realizar entrega de mercancías únicamente con requisiciones autorizadas.
19. Proteger los inventarios con una póliza de seguro.
20. Hacer verificaciones al azar para comparar con los libros contables.
21. Cuando el sistema de registro y control de los inventarios, no esté integrado computacionalmente con el contable, debe efectuarse diariamente, el cuadro en valores, entre los datos de los movimientos reportados por el almacén y los registrados por contabilidad.

(Solano 2012)



22. Los custodios de las existencias almacenadas deben firmar actas de responsabilidad material, que garanticen su control y recuperación antes faltante o deterioros por negligencia.

23. El almacén debe contar con la relación de cargos y nombres de las personas autorizadas a entrar en el mismo y de los nombres y firmas de los funcionarios autorizados a solicitar productos u ordenar ventas y despachos a terceros.

24. Todo documento elaborado por movimientos de existencias, debe estar firmado por la persona que entrega y por la que recibe.

Los registros de inventario no pueden operarse por personal del almacén, ni estos, tener acceso a los mismos.

3.4 Tipos de métodos de valuación de inventario.

3.4.1 Método promedio.

La contabilidad de inventarios tiene un gran énfasis en cómo las compañías valúan los bienes disponibles para la venta. Los métodos de valuación determinan cómo es que la empresa atribuye los costos de los productos entre el inventario y los costos de ventas. El promedio ponderado es un método de valuación de inventarios.

En muchos casos es el método de valuación de inventarios más sencillo que podría utilizar la empresa. (Díaz, 2004)

El método de valuación de inventarios promedio ponderados divide los costos totales del inventario entre todos los bienes disponibles para la venta. La fórmula básica incluye la división del total de los costos del inventario de un número de artículos específicos entre el costo total del inventario. Las compañías pueden realizar estos cálculos como una valuación de lote o ajustar los costos de todos los inventarios actuales y nuevos. En cualquiera de los casos, es un método usualmente aceptable en negocios.



3.4.1.1 Ventajas.

- Es de fácil aplicación.
- En una economía inflacionaria presenta una utilidad razonable ya que promedia costos antiguos y actuales.
- En épocas donde los cambios de precios no son bruscos, éste método limita las distorsiones de los precios en el corto plazo, ya que normaliza los costos unitarios en el periodo.
- Este se adapta mejor a las industrias que tienen un montón de cambios de precios.
- No permite llevar un control detallado del costo de la mercadería entrante y saliente.

(Goxens & Goxens, 2000)

3.4.2 Método UEPS

3.4.2.1 UEPS:

Siglas que significan últimas entradas-primeras salidas, nombre con el que se designa el método de valuación de inventarios que consiste en suponer que los últimos artículos en entrar al almacén o a la producción, son los primeros en salir.

Por lo tanto en el método UEPS, al finalizar el ejercicio las existencias quedan registradas a los precios de adquisición o producción más antiguos. En este método lo que se hace es darle salida a los productos que se compraron recientemente, con el objetivo de que en el inventario final queden aquellos productos que se compraron de Primero. Este es un método muy útil cuando los precios de los productos aumentan constantemente, cosa que es muy común en los países con tendencias inflacionarias.

(Bamber, 2003)

3.4.2.2 Ventajas.

Con el inventario permanente la empresa deberá tener control durante todo el tiempo del movimiento de sus mercancías para la venta.



- Las compras ingresan directamente a la cuenta de inventario
- Ajustamos nuestro inventario cada vez que realizamos una VENTA.
- Registramos las devoluciones en ventas en la cuenta.

(Mexicanos S.F 2006)

3.4.2.3 Desventajas.

- A utilidad mayor repercute en un mayor pago de impuestos.
- En una economía inflacionaria puede presentar una utilidad exagerada ya que confronta costos de compra antiguos con precios de ventas actuales.
- Una desventaja importante con FIFO es que, asumiendo que los costos de inventario han aumentado con el tiempo, tu ingreso tributable es típicamente más alto debido a que el costo de inventario inicial recibido suele ser inferior.
- La principal desventaja de aplicar esta técnica radica en que los costos de producción y ventas bajos que suelen mostrar, incrementa las utilidades, generando así un mayor impuesto.

3.4.3 Método PEPS.

Este método consiste básicamente en darle salida del inventario a aquellos productos que se adquirieron primero, por lo que en los inventarios quedarán aquellos productos comprados más recientemente.

En el caso de existir devoluciones de compras, esta se hace por el valor que se compró al momento de la operación, es decir se la de salida del inventario por el valor pagado en la compra. Si lo que se devuelve es un producto vendido a un cliente, este se ingresa al inventario nuevamente por el valor en que se vendió, pues se supone que cuando se hizo la venta, esos productos se les asignó un costo de salida según el método de valuación de inventarios manejado por la empresa.

(Narváez Sánchez & Narváez Ruiz, 2006)



3.4.3.1 Ventajas.

- El principal beneficio del sistema PEPS es que reporta una mayor ganancia neta que el método UEPS, lo que es deseable en la mayoría de las compañías.
- Además, el método PEPS es mejor para compañías con productos perecederos, ya que las existencias más antiguas se utilizan antes que las más nuevas.
- Es un método objetivo, por lo que manifiesta el saldo del inventario con más apego a los costos de adquisición actuales que otros métodos.

(Mexicanos S.F 2006)

3.4.3.2 Desventajas.

- La consecuencia que trae el uso del sistema PEPS son los impuestos más altos, lo cual no es un beneficio.
- Funciona mejor cuando la rotación de la mercancía es acelerada.
- Cuando hay inflación en los precios, su efecto en el cálculo contable, es reducir el costo de las mercancías vendidas.

(Romero 2006)

Por otra parte, la Ley No. 822 “Ley de concertación tributaria” establece que los métodos de valuación de inventarios aplicables en nuestro país son los siguientes:

“Cuando el inventario sea elemento determinante para establecer la renta neta o base imponible, el contribuyente deberá valorar cada bien o servicio producido a su costo de adquisición o precio de mercado, cualquiera que sea menor”.



Para la determinación del costo de los bienes y servicios producidos, el contribuyente podrá escoger cualquiera de estos métodos siguientes:

1. Costo Promedio.
2. Primera entrada, primera salida; y
3. Última entrada, primera salida.

Gaceta-Diario Oficial. Ley No.822 ley de concertación Tributaria 2012

3.5 FACTORES QUE INCIDEN EN LOS METODOS DE VALUACION DE INVENTARIO.

3.5.1 Factor económico.

La constante evolución y desarrollo de las finanzas, hacen que en el mundo sea un reto permanente para quien debe aplicar su utilidad. Los hombres de negocio por necesidad deben enjuiciar las causas y los efectos de la gestión de la empresa, siendo este el principal punto de partida para la toma de decisiones en el proceso de administración de la empresa. Como consecuencia de estos cambios el empresario de hoy tiene que saber administrar eficientemente los recursos y mercancías con que cuenta, además de manejar sus inventarios adecuadamente, manteniendo el stock de acuerdo a sus necesidades y evitando la inmovilización de recursos, ya que esta es una de las causas que atenta contra el desbalance financiero.

Para la economía, es vital la utilización y adecuación a nuestras condiciones de los métodos más modernos de operación y administración, dentro de ellos la gestión de inventarios, aparejado a la crisis económica en que está inmerso el mundo y claro, nuestro país no está ajeno a esta.

En la actualidad la organización se desarrolla en un entorno socioeconómico donde la incertidumbre de su futuro acecha constantemente al buen funcionamiento de la empresa.

(Documentos Contables S.F 2010)

3.5.2 Factor conocimiento.

Un buen sistema de contabilidad le da a la administración control sobre las operaciones de la empresa. Los controles internos son los métodos y procedimientos



que usa un negocio para autorizar las operaciones, proteger sus activos y asegurar la exactitud de sus registros contables. Sin embargo uno de los factores que impiden la aplicación de sistemas contables de control como los métodos de inventarios encontramos la falta de conocimiento en este campo, la contabilidad va más allá del proceso de creación de registros e informes en el caso de los inventarios se necesita tener habilidad cognoscitiva pero técnicamente solo se necesita de prácticas mercantiles y el manejo del registro de las mercancías y control de lo que se vende.

El conocimiento como factor estratégico en los inventarios, es la resolución de problemas y las tomas de decisiones, se realizan básicamente por medio de operaciones cuyo soporte son:

- la disponibilidad de la información y conocimiento clave en tiempo real.
- La capacidad de analizar, clasificar, modelar y relacionar sistemáticamente datos e información sobre valores fundamentales para dicha sociedad.

Estos factores han tenido que ser acompañados por transformaciones claves en el conocimiento para la administración y desarrollo organizacional de los inventarios que se focalizan en:

- la forma de encarar la combinación del uso de tecnología con los saberes individuales y organizacionales acumulados (se enfatiza en las destrezas de pensamiento, de búsqueda activa de conocimiento).
- Los nuevos modelos de formación profesional (por ejemplo la certificación por competencias la formación modular basada en competencias)
- las nuevas formas de comunicar el conocimiento y de construirlo (conocimiento tácito almacenado, los bancos de ideas de conocimiento, las mejores prácticas y lecciones aprendidas entre otros).
- Y el cambio cultural experimentado por la aceptación de los beneficios de los modelos de inventarios sobre los tradicionales entre otras (nuevas formas de valorización del inventario).



En definitiva el cambio se generó por la necesidad de búsqueda de mejores estrategias para aumentar la calidad y la eficiencia en el manejo de los recursos almacenados en las propias organizaciones: el conocimiento y en la capacidad para absorber nueva información, como dice Devinney: el siglo 21 será la era de los servicios donde el triunfo ira para quien logre “el uso sabio del conocimiento). (Flores 2006)

3.5.3 Factor tiempo.

El tiempo es un elemento fundamental para la ciencia económica pues ella estudia procesos que se desarrollan a muy diversos ritmos, hay factores que asumen características por completo diferentes en el corto y en el largo plazo: así la oferta de ciertas mercancías es completamente inelástica en un momento determinado pero puede ser incrementada cuando los precios comienzan a subir mediante nuevas inversiones que van mostrando sus efectos luego de un cierto periodo de maduración. El tiempo también es decisivo cuando se toma en consideración el problema de la incertidumbre: como la predicción se hace cada vez más difícil a medida que se piensa en futuros más alejados del presente, la incertidumbre crece proporcionalmente a medida en que se piensa en acciones más distantes en el tiempo, de la imperfecta previsión del futuro, surgen elementos concretos tan importante como la ganancia y los mercados a futuro.

La economía tiende a categorizar el tiempo según periodos aproximados dentro de los cuales se efectúan sus análisis: se habla así de corto plazo cuando se piensa en periodos breves, siempre menores de un año y otras de mediano plazo para indicar una duración intermedia, donde los factores productivos están dados para hacer referencia a periodos donde se pueden manifestar plenamente los cambios en todos los elementos de la actividad económica. En algunos casos y por razones metodológicas, los análisis de compra y venta de mercancías se hacen sin tener en cuenta cambios que se producen en las variables de venta, sino estudiando las relaciones de ellas como si no existiese el tiempo.



Por tanto para ir de la mano con el tiempo se tiene que llevar a un control de inventarios justo a tiempo, la idea es que se adquieran los inventarios y se inserten en la producción en el momento en que se necesitan. Esto requiere de compras muy eficientes, proveedores muy confiables y un sistema eficiente de manejo de inventarios.

(Díaz, 2004)

3.5.4 Factor Humano.

El factor humano reside en cantidad y calidad total de esfuerzo humano disponible para la producción de bienes y servicios o disponibles para la venta de mercancías; capacidad física e intelectual de los seres humanos.

Los recursos humanos de una tienda son, de acuerdo a las teorías de administración, una de las fuentes de riqueza más importantes ya que son las responsables de la ejecución y desarrollo de todas las tareas y actividades que se necesiten para el buen funcionamiento de la misma. Es muy común que sean utilizados en diversos aspectos relacionados al ordenamiento de las tiendas.

Debido a la importancia que los recursos humanos tienen para una tienda o espacio laboral, se acostumbra destinar un sector directamente especializado en la organización de tales recursos. Este sector cuenta con el mismo nombre y por lo general se compone de varios agentes capacitados que tienen entre sus principales funciones la selección de trabajadores, la ubicación de los mismos en las distintas áreas de la tienda, el mantenimiento de buenos y apropiados lazos de combinación entre las diferentes áreas, el establecimiento de pautas de trabajo, la conducción y desarrollo de equipos de trabajo y la planificación de tácticas y actividades específicas para cada sector.

(Flores 2006)

Además, el sector de recursos humanos también pueden tener injerencia en el establecimiento de las políticas salariales, muchas veces, también tiene que hacerse cargo de despido de empleados que no cuadren con las políticas de las tiendas, así como el establecimiento de las correspondientes indemnizaciones laborales.



Se considera que la organización de recursos humanos de una institución (especialmente cuando se habla de tienda que tiene que demostrar resultados específicos) es una de las claves para el buen funcionamiento de la misma. Esto tiene que ver con la noción de adecuación de cada uno de los empleados a las necesidades de la tienda de modo que se aseguren que los resultados tanto a nivel general como específico sean esperados.

3.5.5 Factor cultural

La pobreza es el principal problema de Nicaragua. Todo programa destinado a disminuir la pobreza debe incluir acciones orientadas a los niños, niñas, jóvenes y adolescentes ya que son la parte más débil de la cadena social. Por tanto, al invertir en ellos y ellas no sólo se garantiza el goce pleno de sus derechos sino que también se contribuye a su desarrollo y bienestar y, por ende, al desarrollo del país. En este sentido, consideramos que es fundamental apoyar programas de formación y capacitación, fomentar la identidad cultural para incidir en su inserción laboral y en el desarrollo, social y económico sostenible.

En igual sentido, se debe tener en cuenta, que con la globalización se ha impulsado un proceso de homogeneización de la cultura basado en el consumo mercantil y contable es por ello, que se puede notar como la cultura se ha utilizado por notables empresas del país, en las cuales se muestra ésta como punto central de las dinámicas que maneja la empresa; de igual forma se ha encontrado un crecimiento de escritos con un enfoque económico donde se muestra como la cultura se ha tomado como un bien lucrativo con mucho campo por explotar, entre ellos el turismo cultural.

(Documentos Contables S.F 2010)

La contabilidad como fenómeno social debe quedar descrita como una manifestación cultural, surge una aseveración donde no se mira la cultura de la



contabilidad, sino lo contrario, así se comenta que la contabilidad entendida como ciencia social no ha dado cuenta de enfoques que se enmarcan dentro de la sociedad, tales como el cultural.

La Contabilidad Cultural es el sistema encargado de expresar fenómenos culturales a través de informes de naturaleza cualitativa y cuantitativa con el propósito de que la comunidad en su conjunto tome decisiones racionales al respecto.

Lo cultural es un enfoque que requiere de estudio dentro de la contabilidad, para ello es necesario dirimir la discusión que hay acerca de la posibilidad de medir los factores sociales y culturales y resolver las inquietudes en torno a los elementos que deben estructurar un sistema de contabilidad cultural, a la forma en que se deben representar e informar dichos elementos dentro de una estructura contable.

La contabilidad cultural no tiene cabida dentro del enfoque tradicional de lo contable, pues como se mencionó, éste da cuenta de una dimensión financiera de la realidad, olvidando otras o traduciéndolas a su lenguaje”.

(La cultura primitiva. Vol. 2. Ayuso. Madrid. 1981)



IV. MARCO CONCEPTUAL.

1. **Inventario:** La palabra inventario proviene etimológicamente del latín “inventarium”, y significa realizar un listado pormenorizado de bienes pertenecientes a una persona física o jurídica.
2. **Stock:** Es una voz inglesa que se usa en español con el sentido de existencias (todo lo referente a los bienes que una persona u organización posee y que sirven para la realización de sus objetivos). Utilizada en ese sentido, la palabra se escribe en letra cursiva.
3. **Operación:** El concepto de operación hace referencia al acto y al resultado de operar (un verbo que describe la realización o ejecución sobre un organismo vivo múltiples actos curativos). Operaciones de actividades económicas, procesos a ejecutar.
4. **Control Operacional:** El control en el nivel operacional, o simplemente control operacional, es el subsistema de control efectuado en el nivel de ejecución de las operaciones. Se trata de una forma de control realizada sobre la ejecución de las tareas y las operaciones desempeñadas por el personal no administrativo de la empresa
5. **PEPS:** Este método consiste básicamente en darle salida del inventario a aquellos productos que se adquirieron primero, por lo que en los inventarios quedarán aquellos productos comprados más recientemente
6. **UEPS:** Siglas que significan últimas entradas-primeras salidas, nombre con el que se designa el método de valuación de inventarios que consiste en suponer que los últimos artículos en entrar al almacén o a la producción, son los primeros en salir.
7. **Promedio:** El método de valuación de inventarios promedio ponderados divide los costos totales del inventario entre todos los bienes disponibles para la venta



V. PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Cuáles son las características de los negocios de ropa y calzado de acuerdo a su dimensión económica y cualidades de sus mercancías?

¿Cuáles son los métodos de valuación de inventario utilizado en las tiendas de ropa y calzado del barrio Virgen María de Juigalpa.?

¿Qué factores inciden en la aplicación adecuada de los diversos métodos de valuación de inventario?



VI. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

OBJETIVOS	VARIABLES	SUBVARIABLES	PREGUNTAS ORIENTADAS	INDICADORES	INSTRUMENTO
1) Caracterizar los negocios de ropa y calzado de acuerdo a su dimensión económica y cualidades de sus mercancías.	Características de los negocios	Tipo de mercancía	-¿Qué tipo de mercancía oferta en su negocio? -¿De la mercancía ofertada en su negocio cual vende más?	a) Ropa b) Calzado c) Ambos a) Ropa b) Calzado	ENCUESTA
		Dimensión económica	¿De cuánto es la inversión en su negocio?	a) Menos de C\$ 30, 000. b) C\$ 31,000 a 50,000. c) C\$51,000 a 70,000. d) C\$ 71,000 a mas	
			¿Su inversión lo hace por diferencia del producto?	a) -si b) -No	
			¿Realiza una sola inversión para ambas	a) -Si	



		mercancías	b) -No	
		¿Qué mercancía se le hace menos costosa adquirir ¿	a) -Ropa b) -Calzado	
		¿Posee un lugar determinado para almacenar su mercancía?	a) -Si b) -No	
		¿Cuál de las mercancías que oferta le genera Mayor ganancia?	a) -Ropa b) -Calzado	
		¿Qué porcentaje de ganancia le aplica a sus productos?	a) 10 % b) 15% c) 20 % d) 25% e) Otro especifique	
		¿En qué periodo de tiempo recupera lo invertido por	a) Quincenal b) Mensual c) Trimestral	



			su mercancía?	d) Semestral	
			¿Ha tenido pérdidas de mercancías?	a) Si b) No	
			Si su respuesta fue positiva ¿Cuál cree usted que es el motivo de las pérdidas de mercancía en su negocio?	a) -poca rotación de inventario b) -falta de conteo físico periódicos c) -falta de registro de control d) -Auto consumo e) -Robo del personal f) -Precios de competencia.	
			¿Cómo está conformado el patrimonio de este negocio?	a) Patrimonio individual b) Patrimonio colectivo c) patrimonio	



				familia	
2) Describir los métodos de valuación de inventario en las tiendas de ropa y calzados del barrio Virgen María de Juigalpa.	Métodos de valuación de inventario	Tipos de métodos	¿Lleva algún tipo de control sobre sus inventarios? ¿De qué manera controla las salidas y entradas de su mercancía? ¿Tiene establecido algún tipo de formulario para el control de su inventario? ¿Utiliza algún método de valuación de inventario? Para darle salida a sus productos ¿considera que las	a) Si b) No Empíricamente sistematizadamente a) SI b) No a) PROMEDIO b) UEPS c) PEPS d) NINGUNO a) Si b) No	



			últimas unidades compradas son las primeras que vende negocio? Para dar salida a sus productos, ¿considera que las primeras unidades compradas son las primeras que venden?	a) Si b) No	
		Conocimiento	¿Establece un costo promedio para identificar el costo de cada unidad vendía? ¿Posee conocimiento de los diferentes métodos de valuación de inventario?	a) Si b) No	
		Importancia	¿Cree usted que es de importancia la utilización de métodos	a) Si b) No	



			de valuación de inventario en su negocio?		
			¿Cuál de estos beneficios obtendría al utilizar un método de valuación de inventario?	a) mercadería existente. b) mercadería más demandada. c) mercadería generadora de más ganancia. d) mercadería estancada. e) todos los anteriores.	
3) Describir los factores que inciden en la aplicación adecuada de los diversos métodos de valuación de inventario	factores	conocimiento	¿Qué nivel académico posee? ¿Conoce usted métodos de valuación de inventarios? Si su respuesta es positiva ¿que	a) Básicos b) Superiores c) Técnicos d) Ninguno e) Otro Especifique a) -Si b) -No a) PEPS b) UEPS c) COSTO	



			tipos de métodos de valuación de inventario conoce?	PROMEDIO d) OTROS ESPECIFIQUE
			¿De qué manera adquirió conocimientos sobre los métodos de valuación de inventario?	a) Por asesoramiento b) De manera empírica c) Estudios. d) Otros especifique
			¿Considera usted que es de suma importancia conocer sobre el manejo y control de inventario?	a) Si b) No
		Económico	¿Desde el punto de vista económico como considera establecer un control de inventario?	a) Inversión b) Gasto



			Si su respuesta fue Inversión: ¿estaría dispuesto a invertir en un sistema de control de inventario? ¿Cuánto personal capacitado considera usted que necesita para el control de inventario?	a) Si b) No a) 1 persona b) 2 personas c) 3 o mas	
		Tiempo	¿Cree usted que al aplicar un método de valuación de inventario desperdiciará a su valioso tiempo? -¿cuánto tiempo invierte al realizar conteo de inventario?	a) Si b) no a) 1 a 3 días b) 4 a días c) 5 a mas	



		Recursos humanos	¿Qué cantidad de personal cree usted que sería necesario?	a) 1 a 2 personas. b) 3 a 4 personas. c) 5 a más.	
--	--	------------------	---	---	--



VII. DISEÑO METODOLOGICO.

7.1 Tipo de Estudio:

7.1.1 Según la Naturaleza de la investigación:

La investigación presentada es de tipo descriptiva ya que la modalidad del estudio es de analizar como es y la forma de cómo se manifiestan los fenómenos y sus componentes con el propósito de describir variables e indicadores.

7.1.2 Según el alcance de la Investigación.

La investigación es de tipo exploratorio, formulamos el problema de la investigación, para plantear preguntas y objetivos de la investigación.

7.1.3 Según el periodo de Tiempo:

La investigación según el periodo de tiempo es Transversal, en el cual se midió una sola vez las variables, se midieron las características en un momento dado durante la realización de esta investigación, sin pretensión de evaluar la evolución de las mismas.

7.1.4 Según el carácter de la medida:

La investigación es de carácter cualitativa, porque la metodología empleada es interpretativa, La cual se basa en la recolección de información necesaria para responder a los objetivos de la investigación.

7.1.5 Según el Marco en que tiene lugar:

La investigación realizada es de campo, porque se basa en la realización de una investigación llevada al campo de estudio, los negocios de ropa y calzado del Barrio Virgen María.



7.2 Método de investigación.

Método Deductivo; por lo que hace referencia a la extracción de consecuencias a partir de una proposición, que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas de nuestra investigación.

7.2.1 Población de Estudio:

El universo de estudio está conformado por 15 tiendas de ropa y calzados los cuales se encuentran ubicados en el barrio Virgen María del municipio de Juigalpa Chontales.

7.2.2 Muestra de estudio:

Se tomó como muestra de estudio un equivalente al total de la población en estudio de 15 Tiendas de ropa y calzado, en el Barrio Virgen María de la Ciudad de Juigalpa, la cual representa el 100% de los encargados en la aplicación de los distintos métodos de valuación de inventario.

7.2.2.1 Tipo de Muestreo:

Para obtener la muestra en estudio se aplicó el muestreo no probabilístico, además de hacer uso de muestreo por conveniencia, para poder determinar a los encargados de los registros de valuación de los métodos de inventario.



7.3 Instrumento de investigación:

- **Encuesta** la cual consta de preguntas abiertas y cerradas, así como las indicaciones específicas para ser contestadas correctamente, con el propósito de obtener información de las partes directas en estudio, los negocios de ropa y calzado del Barrio virgen María de la Ciudad de Juigalpa.

7.4 Validación del instrumento.

El presente instrumento fue revisado y validado por especialista en materia de investigación así como de temáticas económicas por la naturaleza de nuestra investigación. A los cuales se les fue consultado, tomando como referencia su experiencia profesional de campo. Tomando en consideración: Tema de investigación, objetivos, instrumento.

Los maestros que nos validaron fueron los siguientes:

Profesor Juan Romero Moraga

Profesora Karla Acevedo Urbina

Profesora Dulce Amador

7.5 Herramientas utilizadas:

Entre las herramientas utilizadas para el procesamiento de datos recopilados por medio de la encuesta y efectuar el análisis respectivo en cada una de las interrogantes planteadas están:

- ✓ SPSS v18 (statics processor science socials): es un programa estadístico informático muy usado alrededor del mundo por su capacidad para trabajar con grandes bases de datos y un sencillo interface para la mayoría de los análisis.



- ✓ Word: Software que permite la creación de documentos en equipos informáticos, se utiliza como procesador de textos para elaborar documentos como artículos, informes etc...
- ✓ Excel: software que permite realizar tareas contables y financieras gracias a sus funciones, graficas, etc.
- ✓ Power Point: software que permite realizar presentaciones a través de diapositivas.

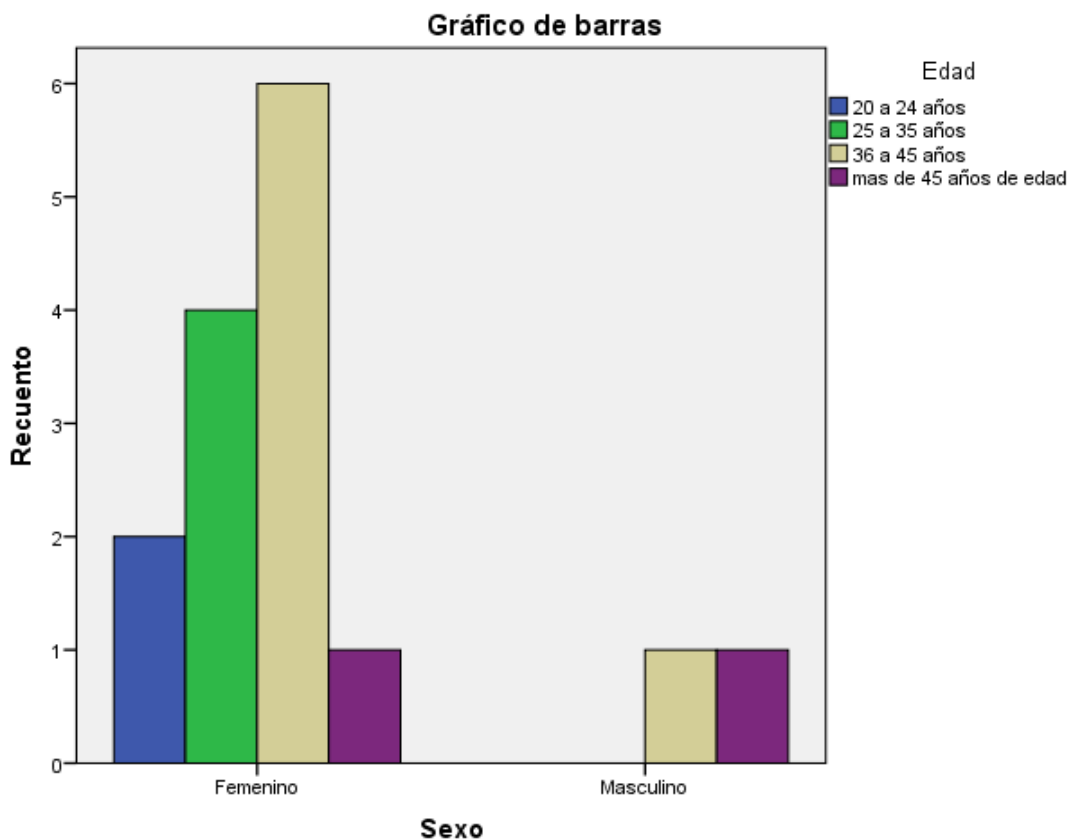


VIII. Análisis de Resultados.

Para realizar el análisis de resultados se utilizó como base lo abordado en las encuestas aplicadas a las tiendas de ropa y calzado del Barrio Virgen María de la ciudad de Juigalpa.

Grafico 1.

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.



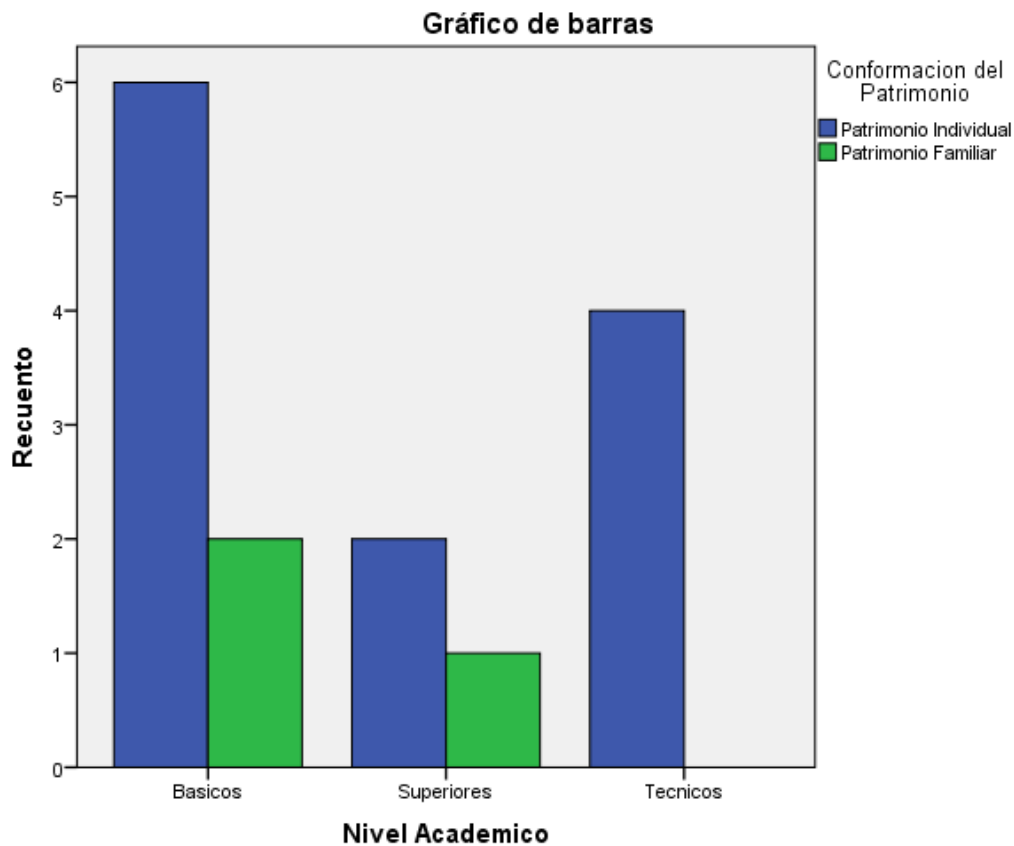
De acuerdo a los resultados obtenidos, el 13. 3% corresponden al sexo masculino, distribuidos la mayor parte entre la edad de 36 a 45 años de edad y entre el rango de 45 años a más.

Se puede observar que la mayoría de los propietarios de las tiendas de ropa y calzado del barrio Virgen María de la ciudad de Juigalpa son mujeres, predominando las edades entre 36 a 45 años de edad con un porcentaje del 86.6%.



Grafico 2.

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

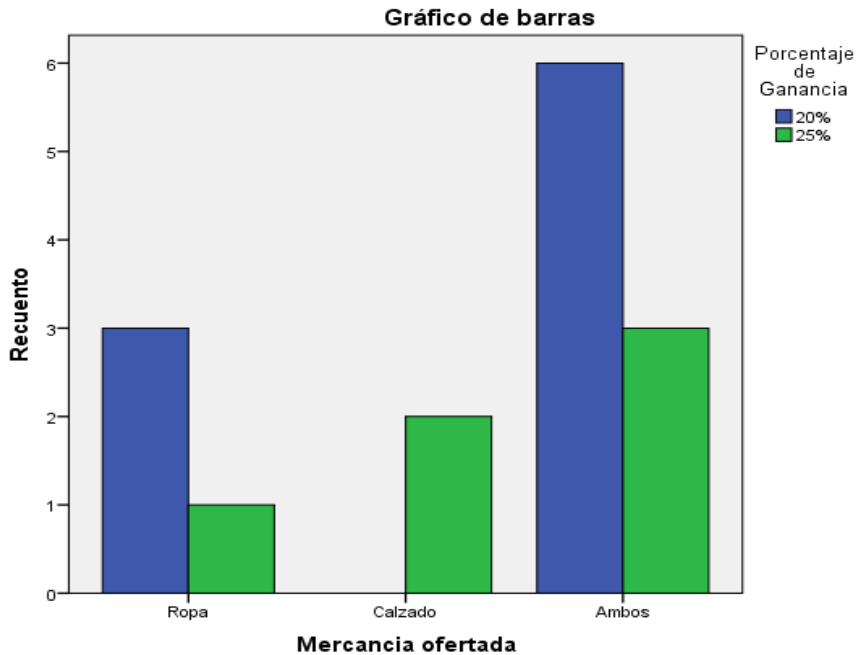


Según el estudio que se practicó a las tiendas de ropa y calzado del Barrio virgen María de la Ciudad de Juigalpa, el 53.3 % tienen estudios Básicos, y son los que más se impulsan a invertir de forma individual y una minoría invierte dentro del patrimonio familiar. El 20% tienen estudios Superiores El 26.6% tiene estudios técnicos, las mismas que conforman su capital por patrimonio individual.



En si se puede notar que de las 15 personas encuestadas seis de ellas destacan tener estudios básicos y patrimonio individual, ya sea por ingresos propios, créditos, otros ingresos.

Grafico 3.



**Fuente: Encuesta
aplicada a los
propietarios.**

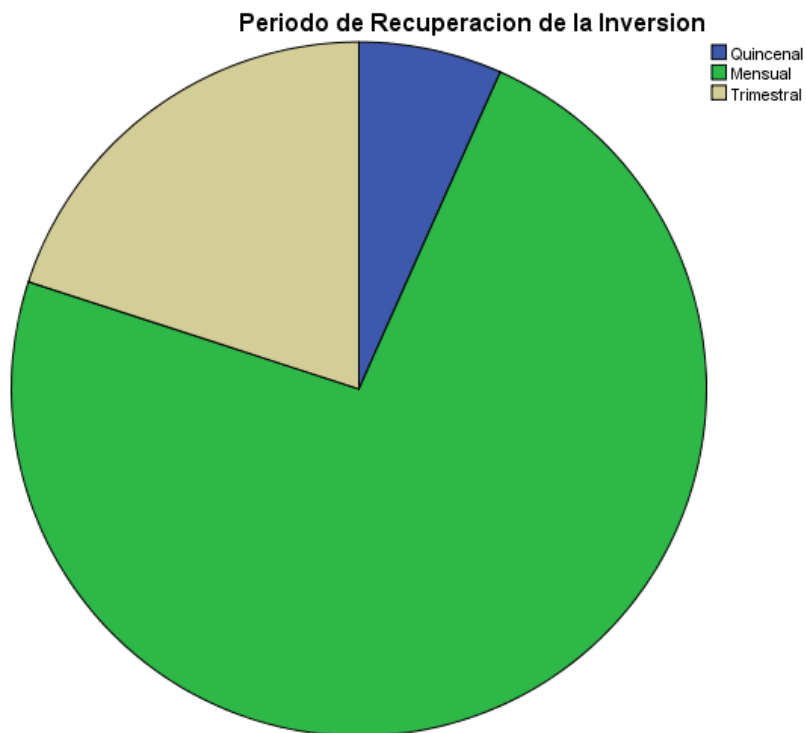
La mayoría de las tiendas ofrecen en ambos productos como ropa y calzado, seis de los propietarios aplican el 20% de ganancia y tres el 25% para

ambos productos. La minoría de la población en estudio ofrecen solamente Ropa que equivale a cuatro de las 15 personas encuestadas, tres de ellas aplican a su mercancía el 20% de ganancia y la otra designa un 25% de ganancia a la ropa.



Grafico 4.

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

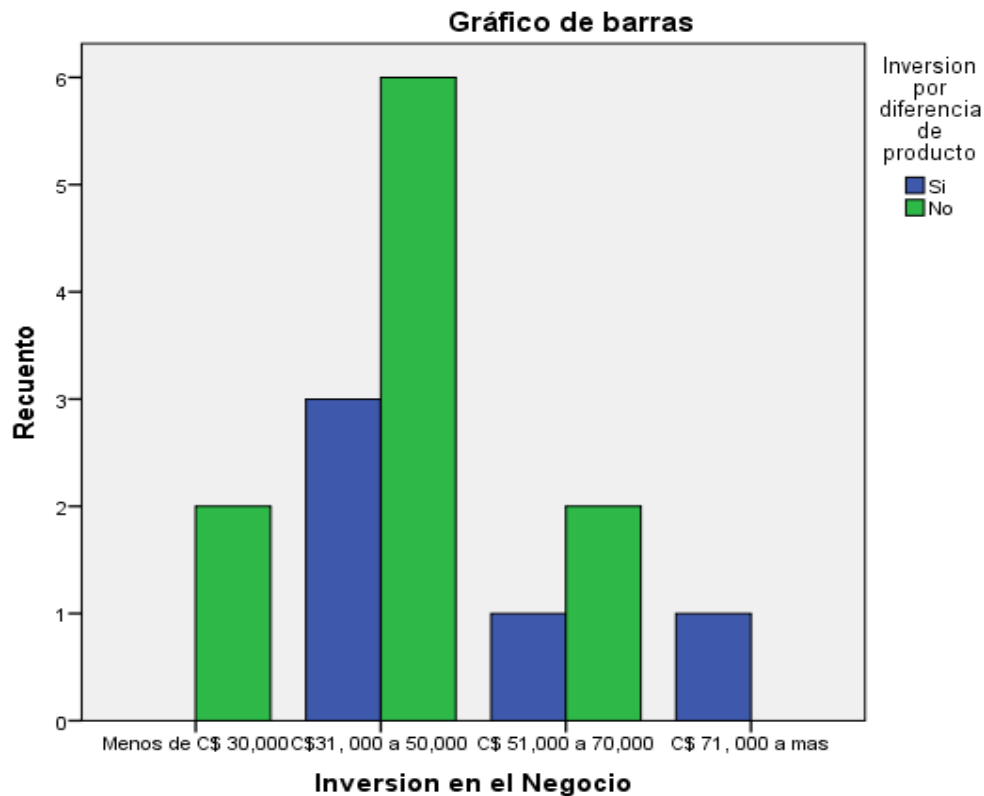


Del total de las tiendas el 73.3% recuperan su inversión en un periodo mensual, el 20% en un periodo trimestralmente, y el 6.7% de forma quincenal, minoritariamente recuperan con mayor facilidad lo invertido en sus productos.



Grafico 5.

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.



El 60% de la población invirtió en su negocio de 31,000 a 50,000 córdobas para iniciar sus actividades comerciales. El 20% dicen haber invertido entre 51,000 a 70,000 córdobas.

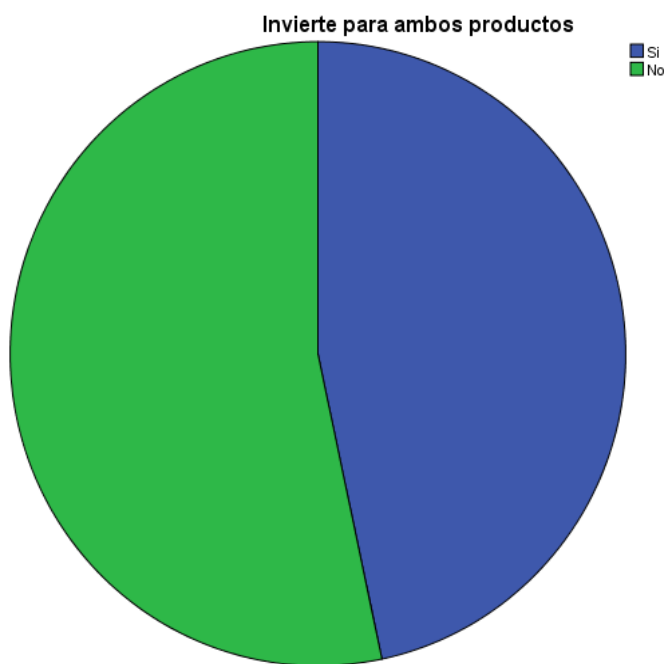
El 13.3% de las tiendas invirtió menos de 30,000 córdobas en su negocio y el total de estas no invirtió diferenciando su mercancía ofertada actualmente, el 6.6% de las tiendas que respondieron a las encuestas realizadas dicen haber invertido más de 71,000 córdobas y destaca que su inversión fue por diversificación de producto, es decir un porcentaje de su inversión lo asigno para ropa y otro para calzado.



Entre los mayores rango de inversión se encuentran cuatro tiendas, que iniciaron con un intervalo de 51,000 a 71,000 córdobas, ya que esperan mayor posicionamiento entre la competencia y crecer en el mercado de ropa y calzado.

Grafico 6.

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

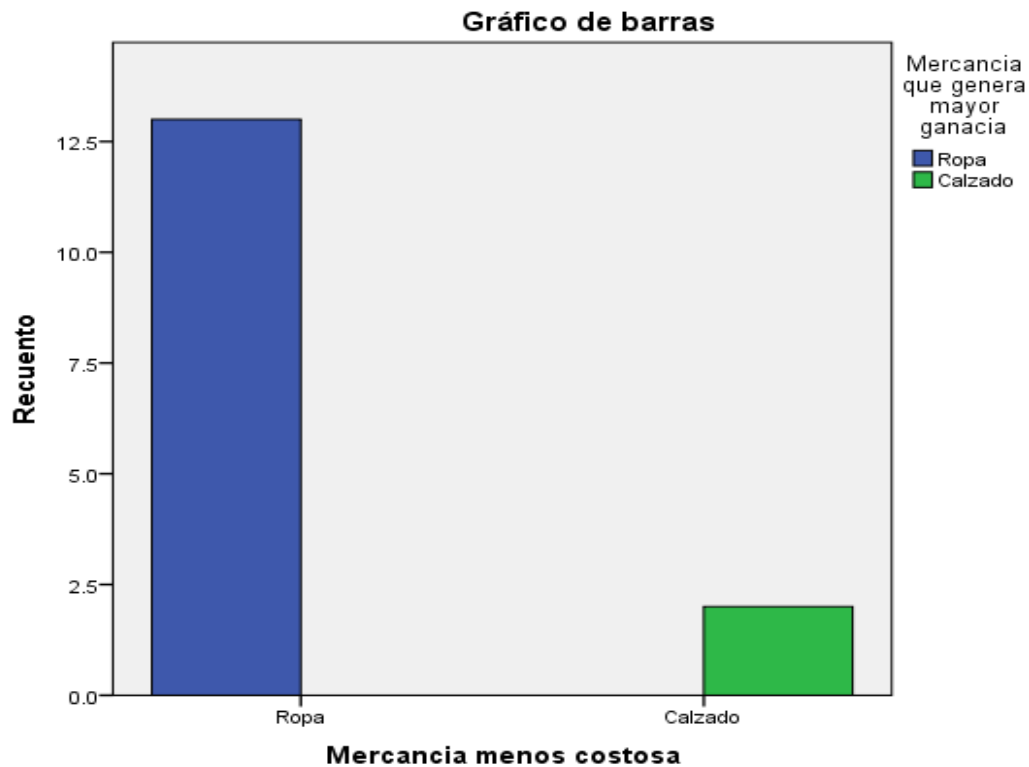


El 53.3% de la población respondieron que no invierten para ambos productos, y el 46.7% dicen haber invertido para ambos productos de ropa y calzado.



Tabla 7

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.



El 86.6% de la población dicen que la mercancía menos costosa para adquirir es la ropa, y por lo tanto es la que genera mayor ganancia. El 13.3% de las tiendas consideran que la mercancía menos costosa para comprar es el calzado y que para ellos representa la de mayor ganancia.

Por tanto, la comercialización de ropa resulta ser la de mayor factibilidad y la de más fácil adquisición dentro del mercado de ropa y calzado.



Grafico 8.

La mayoría de la población de las tiendas encuestadas no tienen algún tipo de formulario para llevar un control de su inventario con un 73.3% de la misma. El 26.7% contestó afirmativamente, pero aunque no sea el más idóneo o práctico.

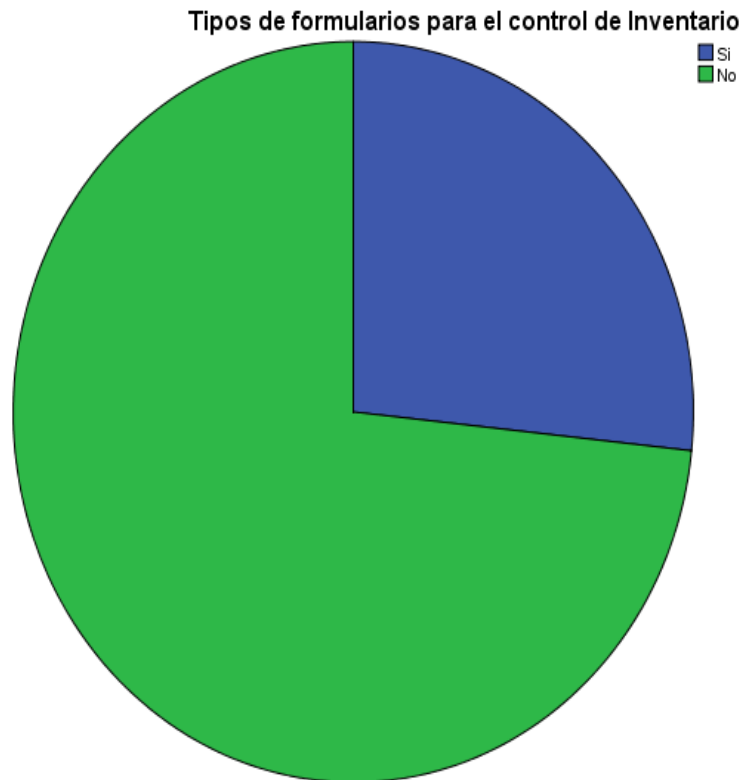




Grafico 9.



De los resultados se obtuvo que de la población el 66.7% posee un local donde almacenar sus mercancías para su inventario, y el 33.3% no poseen un local para el resguardo de la mercancía que no se encuentra en exhibición, valuación y rotación de su inventario.



Grafico 10.



Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Como resultado podemos observar que toda la población han obtenido pérdidas de mercancías, el 33.33% pérdidas por motivo de falta de conteos físicos periódicos, un 26.6% aseguraron haber tenido pérdidas por falta de llevar un registro de control de su inventario, un 20% por motivo de la poca rotación de su inventario, el 13.3% respondieron haber tenido pérdidas por los precios de la competencia, por ser inferiores a los que ellos ofrecían en el mercado y el 6.6% de las tiendas asegura haber tenido pérdidas por robo del personal.



Por tanto no hubo ninguna que no haya presentado pérdidas durante su negocio en marcha y la mayoría por falta de llevar un adecuado control de su mercancía, ni realizar conteos físicos y de la poca rotación de la misma.

Tabla 1.

Tabla de contingencia Lleva algún tipo de control * control de entradas y salidas de la mercancía

		control de entradas y salidas de la mercancía	Total
		Empíricamente	
Lleva algún tipo de control	Si	15	15
Total		15	15

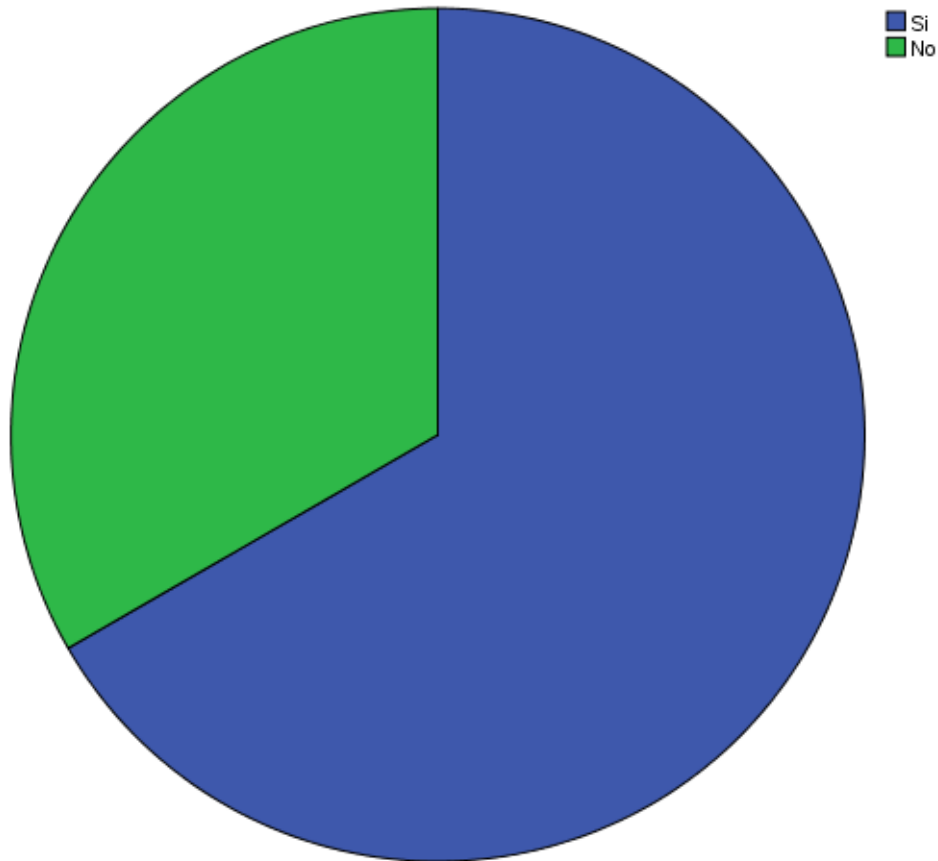
Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Toda la población afirma llevar algún tipo de control del inventario de las mercancías en movimiento, pero esto lo hacen actualmente de manera empírica, es decir no tienen un control sistematizado para el registro adecuado de sus mercancías, esto lo hacen de forma manual y con sencillos controles de lo que venden y compran.



Grafico 11.

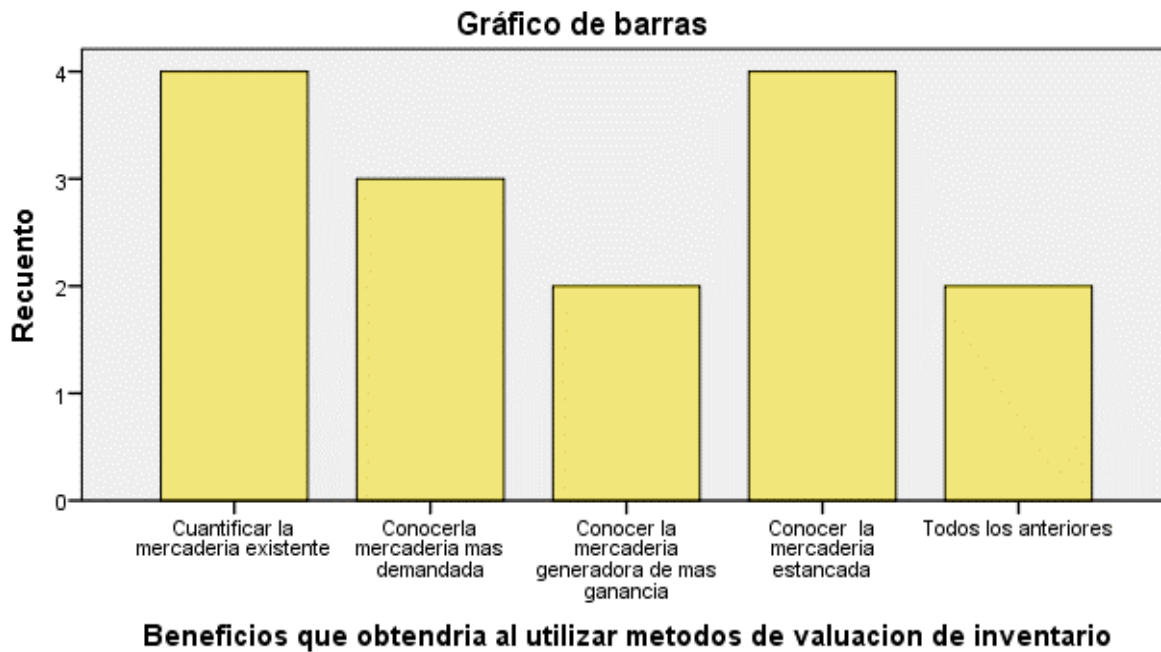
Considera que las ultimas unidades compradas son las primeras unidades que se venden



De la población en estudio un 66.7% considera que en el negocio las ultimas unidades que compran de su mercancía son las primeras que se venden, el 33.3% de las tiendas no concuerda con que las ultimas unidades que ingresan en su negocio son las primeras que venden.



Grafico 12.



El 100% afirmo que es de vital importancia la utilización de métodos de valuación de inventario, el 26.6% considera que implementar un método de valuación de inventario le permitiría poder cuantificar la mercancía que tiene en existencia, otro 26.6% expresa que al utilizar un método de valuación de inventario le generaría información de la cantidad de la mercancía que tiene estancada o sin movimiento, el 20% manifestó que al llevar un método de valuación de inventario le permitiría conocer la mercancía que es más demandada por los clientes, un 13.3% considera que al llevar un método de valuación de inventario les ayudaría a proporcionarles conocimiento sobre la mercancía que les genere mayores ganancias así mismo el otro 13.3% restante considera que al implementar un método de valuación de inventario les brindaría todos los beneficios mencionados anteriormente.



Con respecto a los resultados anteriores obtenidos se puede decir, que las 15 tiendas consideran de gran importancia la implementación de algún método de valuación de inventario porque de alguna u otra forma le generarían múltiples beneficios.

Tabla 2.

Tabla de contingencia Como considera establecer un control de inventario

*** Estaría dispuesto a invertir en un sistema de control de inventario**

	Estaría dispuesto a invertir en un sistema de control de inventario	Total
	Si	
Como considera establecer un control de inventario Inversión	15	15
Total	15	15

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

El 100% de la muestra en estudio, que equivale a las 15 tiendas que fueron encuestadas considera que el establecer un control de inventario resultaría ser una inversión más en su negocio y no lo verían como un gasto, al igual que el 100% de los propietarios de las tiendas estarían dispuestos a invertir para implementar un sistema de control de inventario de acuerdo a las dimensiones de su negocio o a la rentabilidad de la misma.



Tabla 3.

Desperdiciaría tiempo en la aplicación de métodos de valuación de inventario

	Cantidad	Porcentaje
Válidos No	15	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Se encontró que el 100% de la población afirma que no desperdiciaría tiempo si aplicara algún tipo de método de valuación de inventario por su considerable importancia al momento de los registros y conteo de mercancías.

Grafico 13.

Considera que las primeras unidades compradas son las primeras que se venden



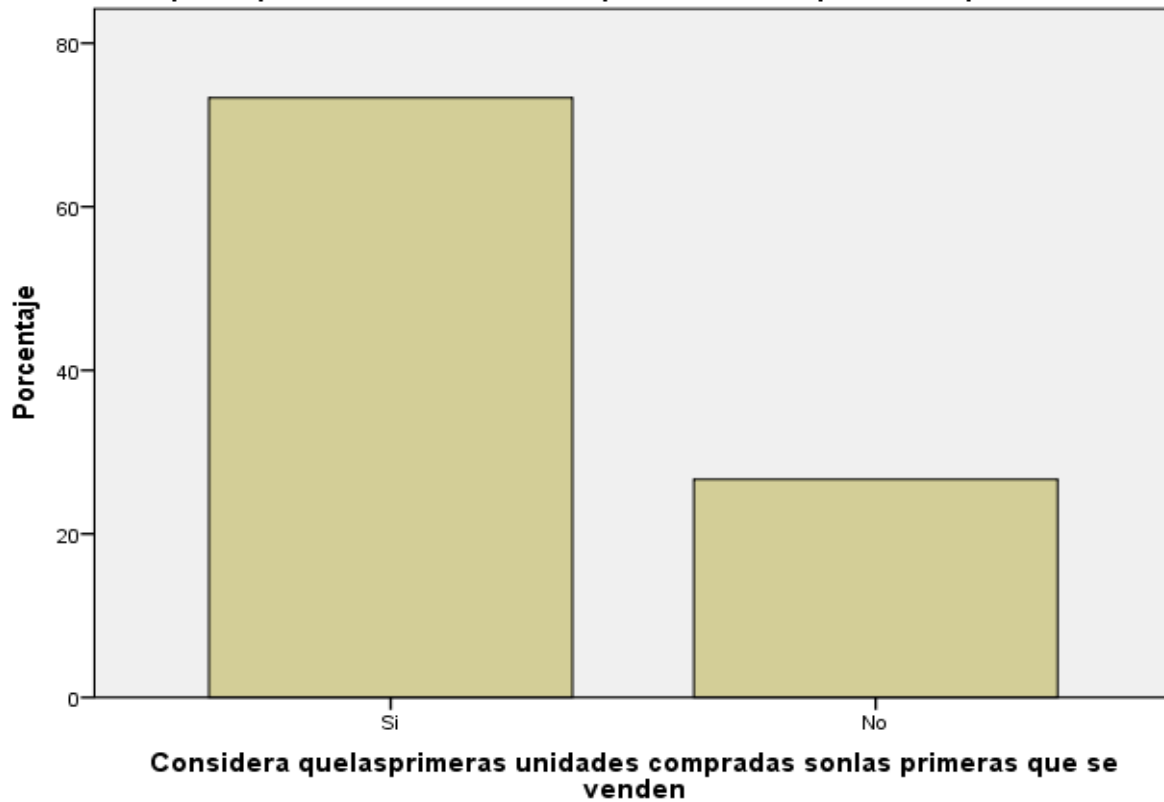
La mayoría de las tiendas considera que en el negocio las primeras unidades que compran de su mercancía son las primeras que se venden, la minoría de las tiendas no concuerda con que las

primeras unidades que ingresan en su negocio son las primeras que venden.



Grafico 14.

Considera que las primeras unidades compradas son las primeras que se venden

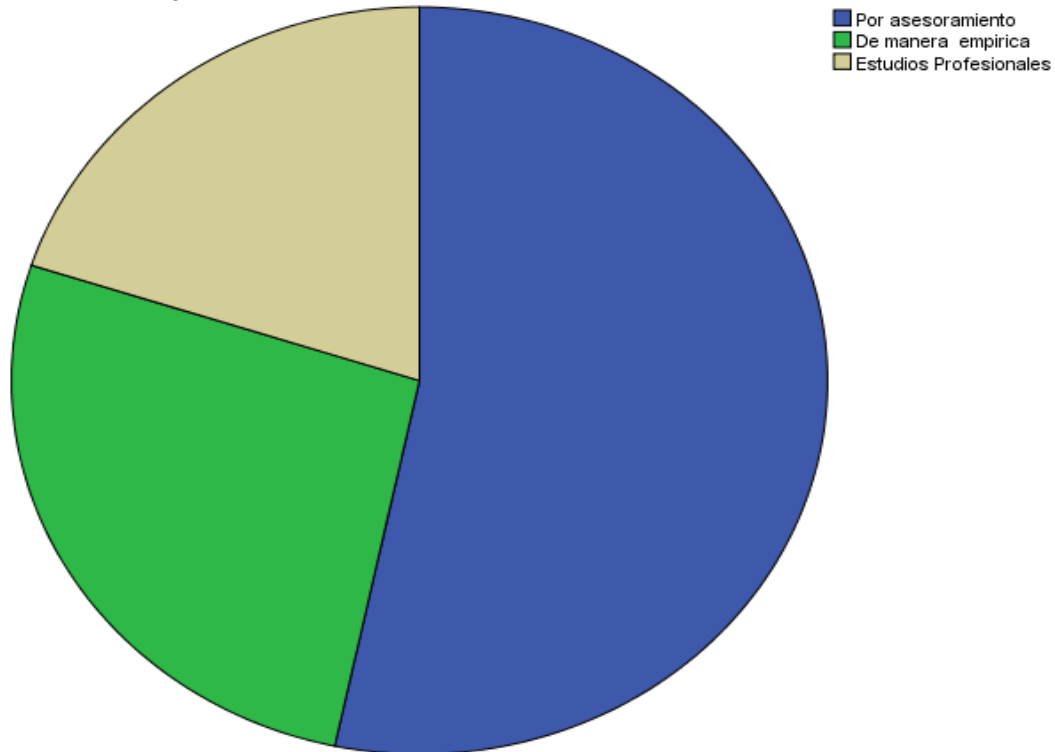


La mayoría de la población, consideran que en el negocio las unidades que compran se venden a un costo promedio de las unidades vendidas, y en menor parte el de las tiendas no concuerda con las unidades que compran se venden a un costo promedio de las unidad vendida.



Grafico 15

Como adquirio conocimientos sobre los metodos de valuacion de inventario



Se Puede observar que el 53.3% de los propietarios de las tiendas de ropa y calzado adquirieron conocimientos sobre los métodos de valuación de inventario por asesoramiento de otras personas, un 26.7% tienen conocimiento de manera empírica, el 20% de la muestra tienen conocimientos sobre los métodos de valuación de inventario por estudios profesionales realizados.

Por lo tanto toda la Poblacion respondió afirmativamente que tienen conocimiento de alguna manera sobre métodos de valuación de inventario o a través de personas que lo guían en su negocio.



Tabla 4.

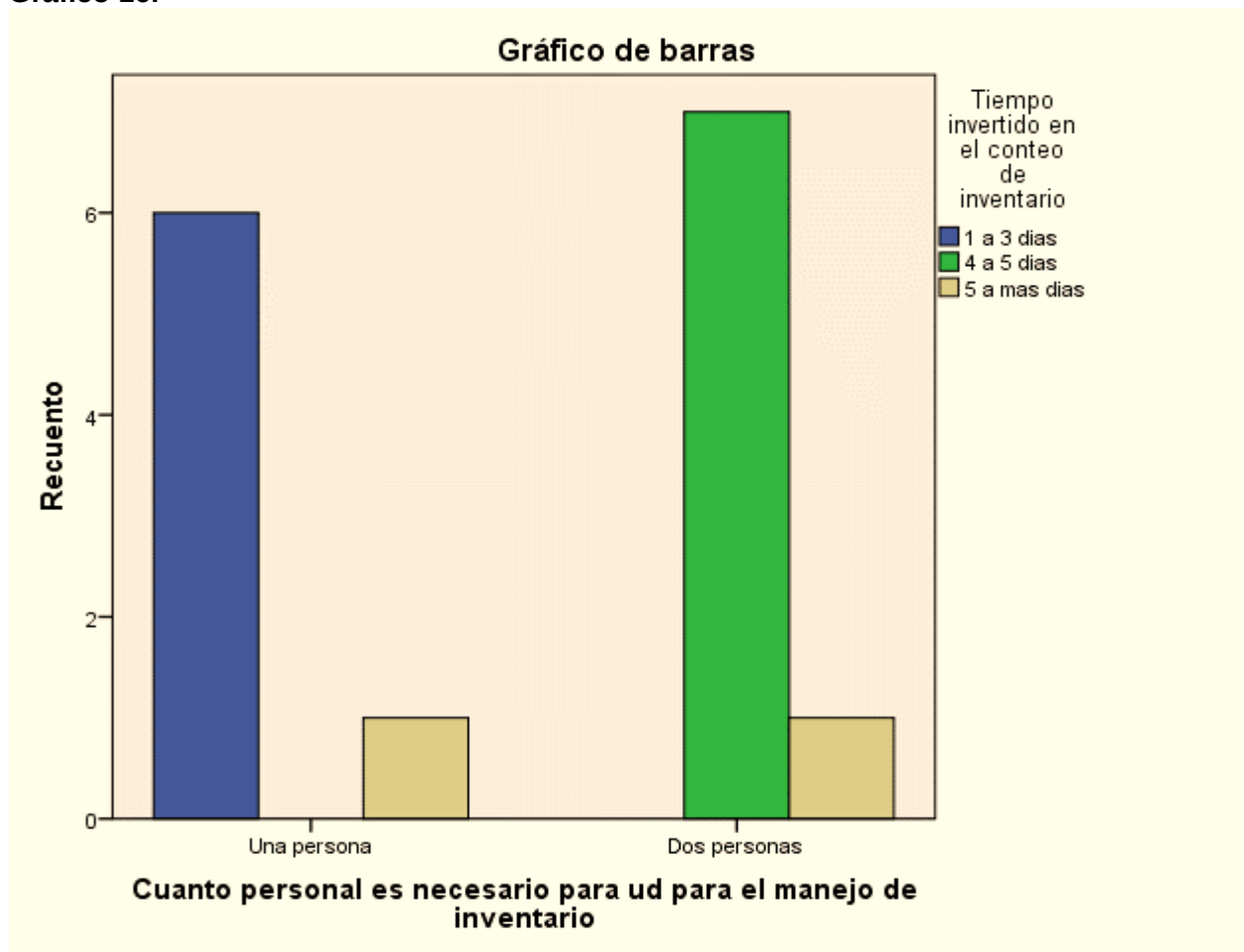
Es de vital importancia conocer sobre el manejo y control de inventario

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	15	100.0

Se determinó que el 100% de la muestra en estudio, afirma que es de vital importancia conocer sobre el manejo y control de inventario por los diferentes beneficios para la buena operatividad de su negocio comercial.



Grafico 16.



Por medio del estudio realizado, se pudo determinar que de la población un 53.3% dice necesitar dos personas para el manejo de su inventario y de tener que invertir un periodo de tiempo de 4 a 5 días. Un 46.6% de las tiendas dice necesitar de una sola persona para el manejo del inventario y de necesitar un periodo de tiempo de 1 a 3 días y de 5 días a más.



IX. CONCLUSIONES.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a las tiendas de ropa y calzado del barrio virgen maría de la ciudad de Juigalpa, sobre los métodos de valuación de inventario podemos concluir que:

Características de las tiendas de ropa y calzado según su dimensión económica.

- a) Se logró determinar que el 53.3 % de los propietarios alcanzaron estudios Básicos, el 20% lograron estudios Superiores y el 26.6% tiene estudios técnicos. Esto se manifiesta en la manera de administrar y llevar un control de sus mercancías.

Métodos de valuación de inventario que llevan las tiendas de ropa y calzado.

- b) El 100% de las tiendas de ropa y calzado del Barrio Virgen María afirman llevar algún tipo de control del inventario de las mercancías en movimiento, pero esto lo hacen actualmente de manera empírica, por lo tanto se puede afirmar que los propietarios practican sus registros de control de inventario debido a los bajos niveles de estudios que poseen.
- c) Como resultado el 100% afirma haber obtenido pérdidas de mercancías, por motivo de falta de conteos físicos periódicos, por falta de no llevar un registro de control de su inventario, por motivo de la poca rotación de su inventario, por los precios de la competencia, por ser inferiores a los que ellos ofrecían en el mercado y por robo del personal.



Factores que inciden en la aplicación de métodos de valuación de inventario.

- d) El 100% de los encuestados, afirma que es de vital importancia conocer sobre el manejo y control de inventario por los diferentes beneficios para la buena operatividad de su negocio comercial.
- e) el 100% afirmo que es de vital importancia la utilización de métodos de valuación de inventario, ya que les permitiría poder cuantificar la mercancía que tiene en existencia, le generara información de la cantidad de la mercancía que tiene estancada o sin movimiento, le permitiría conocer la mercancía que es más demandada por los clientes y a proporcionarles conocimiento sobre la mercancía que les genere mayores ganancias.
- f) El 100% de los encuestados, considera que el establecer un control de inventario resultaría ser una inversión más en su negocio y no lo verían como un gasto, estando dispuestos a invertir en un sistema de control de inventario de acuerdo a las dimensiones o a la rentabilidad de su negocio.
- g) el 100% de los encuestados en estudio afirma que no desperdiciaría tiempo si aplicara algún tipo de método de valuación de inventario por su considerable importancia al momento de los registros y conteo de mercancías.
- h) De acuerdo al estudio un 53.3 % necesita dos personas y un periodo de tiempo de 4 a 5 días para el manejo de su inventario, el 46.6% necesita de una sola persona y de 1 a 3 días para el manejo del inventario y una requiere de 5 a más días.



- i) Entre los mayores rango de inversión siendo el 60% de los encuestados, iniciaron con un intervalo de 51,000 a 71,000 córdobas, ya que esperan mayor posicionamiento entre la competencia y crecer en el mercado de ropa y calzado.
- j) El 73.3% siendo la mayor parte de los encuestados recuperan su inversión en un periodo mensual, por lo tanto se puede notar que tienen mayor movimiento de sus flujos de efectivo por su pronta recuperación de inversión en su mercancía en un periodo igual a 30 días.
- k) Del 100% de los encuestados se afirma que el 60% siendo la mayor cantidad ofrecen en sus tiendas ambos productos como ropa y calzado, y aplican el 20% de ganancia.
- l) Por medio de las encuestas aplicadas en el campo de estudio, el 86.6% afirma que la mercancía menos costosa para adquirir es la ropa, y por lo tanto es la que genera mayor ganancia.
- m) Sin obtener muchos conocimientos solo los empíricos los propietarios afirman que en el negocio las primeras unidades que compran de su mercancía son las primeras que se venden en su negocio, siendo el 73.3% que representa a 11 tiendas de las 15 como muestra de nuestra población en estudio.



X. RECOMENDACIONES.

- **Características de los negocios de ropa y calzado.**
 - a) Que en las tiendas implementen un registro de forma oportuna de los ingresos y gastos que se incurren en el control de inventario, para obtener mayor posicionamiento entre la competencia y crecer en el mercado de ropa y calzado.
 - b) Que los propietarios tomen el reto y compromiso de promover el emprendedurismo y la sucesión que permita la estabilidad y crecimiento deseado en el negocio.
 - c) Que los encargados de las tiendas establezcan controles internos en los cuales Los dueños no suelen involucrar su economía personal en la gestión de las mismas, para que tengan resultados más exacto de su utilidad.
 - d) Implementar en las tiendas de ropa y calzado el arte de planificación y estrategias, así como el uso de tecnología o procesos sistematizados como brújula del desarrollo.
- **Factores que inciden en la aplicación de métodos de valuación de inventario.**
 - e) Que los propietarios puedan implementar los conocimientos adquiridos sobre los métodos de valuación de inventario en las tiendas de ropa y calzados.
 - f) Establecer un método de valuación de inventario de acorde a la dimensión del negocio, para el adecuado control y registro de sus mercancías en movimiento.



- g) Realizar conteos físicos y periódicos de las mercancías en existencia para un mayor control.
- **Métodos de valuación de inventario en las tiendas de ropa y calzados.**
- h) Establecer procedimientos y normas de almacenamiento o resguardo de las mercancías, de tal modo que se garantice la seguridad.
- i) Elaborar informes contables, sobre los registros obtenidos mensualmente, para determinar los movimientos contables que se originan de las transacciones de las mercancías en un periodo dado y así tomar decisiones de inversión o financiamiento.
- j) El propietario deberá contar con métodos más modernos de operación de manera que esto le permita administrar eficientemente los recursos y mercancías con que cuenta.
- k) Es de vital importancia que los propietarios se capaciten e implementen los controles internos en su negocio para autorizar las operaciones, proteger sus activos y asegurar la exactitud de sus registros contables, esto como factor estratégico en los inventarios para la resolución de problemas y las tomas de decisiones.
- l) Es necesario implementar programas de formación y capacitación sobre el uso y manejo de inventarios.



XI. PROPUESTA.

Introducción.

El método que se propone es el PEPS, el cual consiste en un procedimiento para valorar los artículos del inventario final. Considera en primer lugar los precios pagados, por los últimos productos comparados. En este método se supone que los primeros artículos que se compran, son los primeros que se venden.

En otras palabras, el método primero que entra, primero que sale (PEPS), nos indica que para la valorización del inventario de mercancía se debe tomar en cuenta el costo de adquisición de la compra más antigua, hasta finalizar la existencia de la misma y así sucesivamente

Se presenta el desarrollo del sistema de control de inventarios, iniciando con un esquema del diseño dividido en tres etapas, la etapa número uno y dos muestra la elaboración de los registros de compra y de ventas, y luego se desarrolla cada una de forma individual con sus respectivas políticas y procedimientos, y se presenta el proceso de ejecución del sistema. Se presentan diseñados los distintos formatos propuestos para el control de inventarios.

Objetivo.

Proponer un método de valuación de inventario apropiado a las características de los negocios de ropa y calzado.

Desarrollo.

A través de los datos recopilado y procesados en esta investigación, se propone el siguiente método de valuación de inventario: **PEPS**, ya que este método registra sus actividades comerciales a criterio de mercado, es decir las primeras mercancías que entran a operar en la tiendas tienen que ser la primeras en Salir, por lo tanto al utilizar el método promedio o el UEPS tendría más movimiento ya que obtendrían mayores



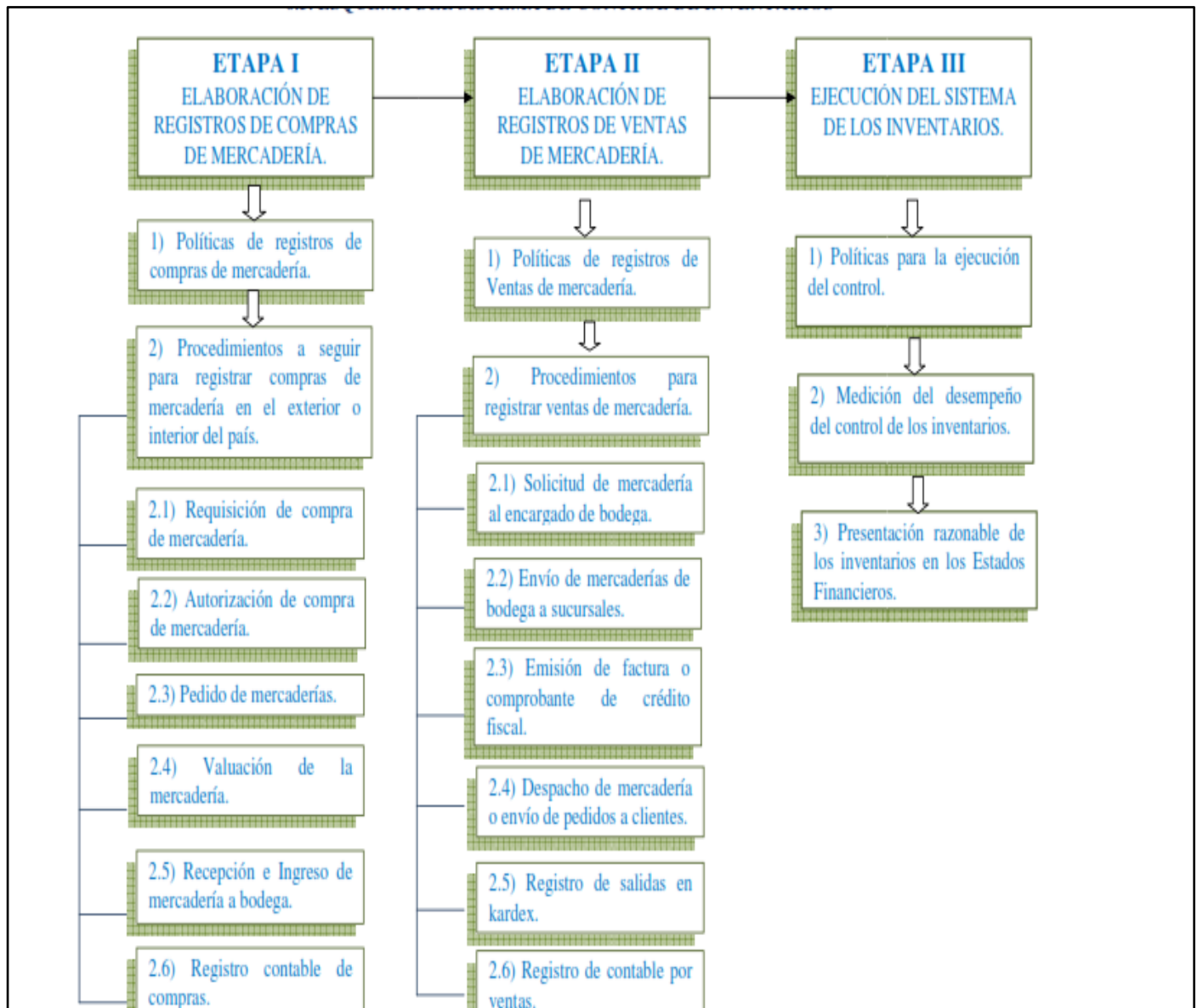
utilidades en el cierre de su ejercicio, pero a la hora de querer saber la rotación de su inventario no sabrá identificar la mercancía que ha tenido mayor rotación en un periodo determinado siendo de vital importancia en el momento en que él quiera saber, que mercancía comprar según lo que ha vendido evitando el estancamiento de mercadería, siendo el propietario del negocio el más beneficiado por obtener un mayor registro y control de su inventario.

Ventajas que obtendría el propietario al implementar el método PEPS.

- El principal beneficio del sistema PEPS es que reporta una mayor ganancia neta por la adquisición de la mercancía a un costo más actual que el método UEPS, lo que es deseable en la mayoría de las compañías.
- Además, el método PEPS es mejor para compañías con productos perecederos, ya que las existencias más antiguas se utilizan antes que las más nuevas.
- Es un método objetivo, por lo que manifiesta el saldo del inventario con más apego a los costos de adquisición actuales que otros métodos.



Esquema de Sistema de Valuación de Inventario





**DESARROLLO DE LA ETAPA I
ELABORACION DEL REGISTRO DE COMPRAS DE MERCADERÍAS.
(POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS).**

En ésta etapa se presentan las políticas y procedimientos a seguir para realizar las compras, ya sea en el exterior como en el interior del país, con el fin de mejorar el control de los ingresos de los productos a la bodega de la empresa.

1- Políticas de Registro de Compras

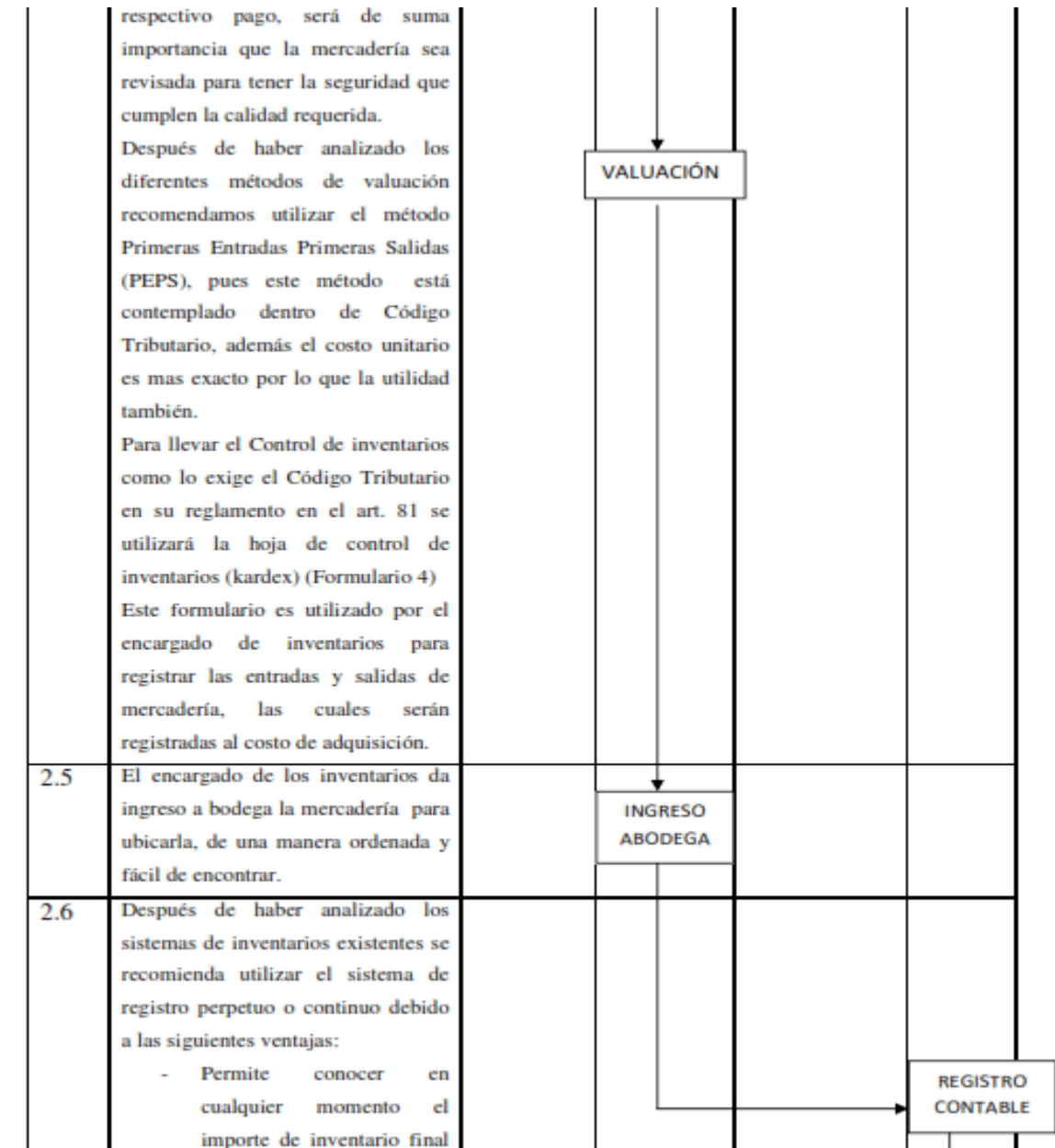
1. Realizar compras, previa revisión de existencias en Bodega.
2. El responsable de compras deberá solicitar al menos tres cotizaciones de diferentes proveedores.
3. El encargado de compras deberá elaborar la respectiva orden de compra y solicitar la autorización al Propietario o Gerentes.
4. Toda compra deberá estar respaldada por la documentación requerida.
5. El encargado de compra deberá analizar y seleccionar a los proveedores que les den las mejores condiciones de pago y calidad en los productos.
6. Es responsabilidad del encargado del inventario de cada bodega verificar que los productos ingresen en las condiciones solicitadas y de ser así firmara conforme.
7. Elaborar programación de adquisiciones, estableciendo mínimos y máximos de existencias de productos.
8. El jefe inmediato del encargado de los inventarios (gerente o propietario) es el responsable de verificar que se cumpla lo establecido en el procedimiento de compras.

Procedimientos a seguir para registrar las compras de mercadería, en el exterior o interior del país.

Para que la compra de mercadería sea de manera ágil y las existencias suplan las necesidades en los momentos requeridos por el cliente, presentamos el proceso de adquisición de las mercaderías que debe de seguirse, mostrando así una serie de pasos y requisitos que se necesitan para lograr el control sobre los movimientos de estos, y la manera de registrar los inventarios.



Dichos procedimientos se muestran en el diagrama de flujo de actividades siguiente:





PROCEDIMIENTOS A SEGUIR PARA REGISTRAR LAS VENTAS DE MERCADERÍA.						
Pasos	Descripción de pasos	Cliente	Responsables			
			Vendedor	Encargado de Inventario	Cajero	Contador
2.1	En el momento en que el encargado de la sucursal verifica que se están agotando las existencias de determinados producto este elaborará una requisición de pedido a bodega para abastecer la sucursal. (Formulario 5)	INICIO	SOLICITUD ABODEGA			
2.2	El encargado de bodega entrega los productos para ser enviados a la sucursal a través de una hoja de envío. (Formulario 6)			ENVÍO DE PRODUCTO		
2.3	El encargado de sala verifica la recepción del producto enviado de la bodega y luego que el cliente compra el producto, se elabora un comprobante de crédito fiscal o una factura consumidor final (Formulario 7 y 8)		EMISION DE CCF O FACTURA			
2.4	Cuando el cliente cancela el producto es entregado el documento correspondiente con el sello de cancelado, o en caso que sea cliente de ruta se entrega el documento y el producto al motorista que lo llevará.			DESPACHO		
2.5	El encargado de los inventarios debe quedarse con la copia del envío correspondiente para luego hacer el registro correspondiente en las tarjetas Kardex, al finalizar el día.			REGISTRO EN KARDEX		
2.6	Al finalizar el día se envía toda la documentación de la Sucursal al contador para que se realice el registro de las mismas.					REGISTRO CONTABLE



FORMATOS PROPUESTOS PARA EL CONTROL DE INVENTARIOS.

A continuación se presentan un conjunto de formularios propuestos, con el fin de Utilizarlos como base o modelos para realizar los registros de control de inventarios. Estos formularios están elaborados de acuerdo a las exigencias legales y técnicas y cada uno contiene una explicación de las funciones que cumple.

FORMULARIO REQUISICIÓN DE COMPRAS

La función del presente formulario será de controlar las necesidades de mercaderías Solicitadas por el encargado de inventarios al encargado de compras, para que éste realice las gestiones necesarias para su posterior adquisición. También este formulario permitirá conocer los productos que tienen mayor demanda.

Formulario 1	REQUISICION DE COMPRA COMERCIAL SANTIAGUITO	No.1
Solicitante: _____ Fecha: _____		
CANTIDAD	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	MEDIDA
_____	_____	
Encargado de Inventario	Encargado de Compras	



FORMULARIO COTIZACION

La función del formulario de cotización como su nombre lo indica es de realizar las gestiones de compra con diversas opciones que nos ofrecen los proveedores donde se Evalúa el precio, la calidad, medida o peso del producto.

Formulario 2		COTIZACION			No. 1	
Empresa Distribuidora de azúcar XYZ, SA de CV						
Fecha: _____			Atención: _____			
Empresa: Comercial Santiaguito						
Código	Concepto	Medida	Precio Unitario	Total		
		SUMAS				
Son:		IVA 13%				
		TOTAL				
Nota:						
F: _____						
Gerente de Ventas.						



FORMULARIO DE SOLICITUD DE ORDEN DE COMPRA

La función de este formulario es la de solicitar la autorización de la compra de mercadería requerida seleccionada por las cotizaciones realizadas.

Formulario 3		COMERCIAL SANTIAGUITO					ORDEN No. 1	
SOLICITUD DE ORDEN DE COMPRA								
Fecha de emisión: _____		Proveedor: Distribuidora de Azúcar XYZ, SA de CV						
Condiciones de pago:		Contado	☐	Crédito	☐			
Cantidad	Descripción	Medida	Precio Unitario	Valor Neto	IVA	Total		
TOTAL								
Nota:								
_____ Encargado de Compras				_____ Autorización Gerencia				



Fecha	Entregar a
Requisita N.º	
Solicitada por	Proveedores recomendados
Aprobada por	
Cobrar a la cuenta	

SEMINARIO DE GRADUACION

[illegible]



Instructivo para registrar en kardex:

Fecha: se coloca la fecha en la que el producto fue adquirido a través de compra e ingresado al inventario.

Costos de entrada

Referencia: se detalla el código que se le asigna a cada producto al momento que está ingresando al inventario.

Unidades: se detalla cuantas unidades de “x” producto se adquieren.

Costo unitario: se detalla el costo de adquisición de cada uno de los productos que ingresaron al inventario en una determinada compra.

Total: es el resultado de multiplicar las unidades por el costo unitario.

Unidades vendidas.

Unidades vendidas: son las unidades que saldrán del inventario por una determinada venta.

Costo de venta: costo de las unidades adquiridas más el porcentaje “x” de ganancia que se le aplica a cada unidad.

Valor de la venta: las unidades que se venderán por costo de la venta.

Saldos.

Unidades: son las unidades que aún existen en el inventario.

Unitario: el costo de cada una de esas unidades que aún existen en el inventario.

Total: El total se obtiene multiplicando cada unidad que aún se encuentra en inventario por el costo unitario de las mismas.



Calculo de los costos de venta			
Fecha	Unidades	Costo	
		Unitario	total
Total			
Total			

Para determinar los costos de venta a través del método peps:

Se debe de sacar la diferencia entre el costo total y el costo del inventario final. Se detalla por fecha los cálculos para totalizarlos individualmente.

Así mismo se calcula cada unidad por el costo para obtener los totales por cada producto y fecha.

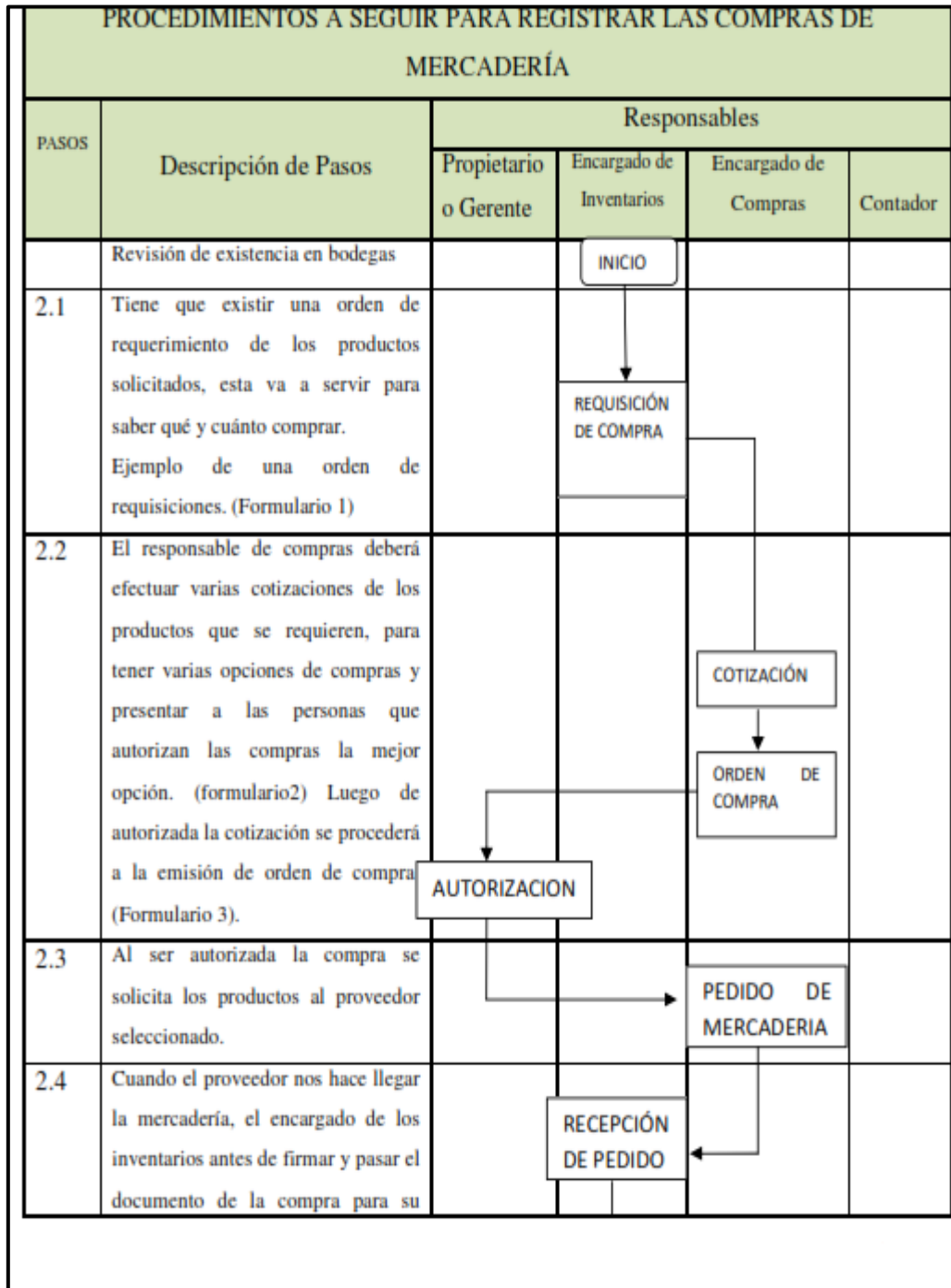


XII. BIBLIOGRAFÍA:

1. Narváez Sánchez Y Narváez Ruiz (Managua marzo, 2007.) Contabilidad II. Editorial Alianza.
2. Bamber (México D.F). Contabilidad General.
3. La Gaceta Diario oficial, ley 645 MIPYME.

Web-Grafía:

1. Sofía (12 de Noviembre, 2002) Registros contables de inventarios (en línea).
<http://www.monografias.com/cgi.bin/search¿Inventario+finalidad>.
2. Juan Sabino Díaz (1999) La economía del mercado, virtudes e inconvenientes.
<http://www.definicionabc.com/economia.phpDAU> (24 de Junio).
3. Cristina Solano Blog. (2012)
<http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T.timpo.htm>.(24 de octubre 2015)





XIII. ANEXOS.



13.1 Encuesta.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN FAREM-CHONTALES.

La siguiente encuesta tiene como objetivo determinar la aplicación de métodos de valuación de inventario en las tiendas de ropa y calzado en el Barrio Virgen María de la ciudad de Juigalpa durante el segundo semestre del año 2015.

Por tal motivo invitamos cordialmente a que nos pueda proporcionar información que se le solicita a continuación:

1. Sexo:

- a) Femenino ☐ b) Masculino ☐

2. Edad:

- a) 20 a 24 años ☐
b) 25 a 35 años de edad. ☐
c) 36 a 45 años de edad. ☐
d) Más de 45 años de edad. ☐

3. ¿Qué nivel académico posee?

- a) Básicos ☐
b) Superiores ☐
c) Técnicos ☐
d) Ninguno ☐
e) Otro especifique: _____

4. ¿Qué tipo de mercancía oferta en su negocio?

- a) Ropa ☐
b) Calzado ☐
c) Ambos. ☐



5. ¿De la mercancía ofertada en su negocio cual vende más?

a) Ropa b) Calzado

6. ¿De cuánto es la inversión en su negocio?

a) Menos de C\$ 30, 000

b) C\$31,000 a 50,000

c) C\$51,000 a 70,000

d) C\$71,000 a más

7. ¿Su inversión lo hace por diferencia del producto ropa o calzado?

a) Si b) No

8. ¿Realiza una sola inversión para ambas mercancías ropa y calzado?

a) Si b) No

9. ¿Qué mercancía se le hace menos costosa adquirir?

a) Ropa b) Calzado

10. ¿Posee un lugar determinado para almacenar su mercancía?

a) Si b) No

11. ¿Cuál de las mercancías que oferta, le genera Mayor ganancia?

a) Ropa b) Calzado

12. ¿Qué porcentaje de ganancia le aplica a sus productos?

a) 10 %



- b) 15% ☐
- c) 20 % ☐
- d) 25% ☐
- e) Otro especifique _____

13. ¿En qué periodo de tiempo recupera lo invertido en su mercancía?

- a) Quincenal ☐
- b) Mensual ☐
- c) Trimestral ☐
- d) semestral ☐

14. ¿Ha tenido perdida de mercancías en su negocio?

- a) Si ☐ b) No ☐

15. Si su respuesta anterior fue positiva ¿Cuál cree usted que es el motivo de las pérdidas de mercancía en su negocio?

- a) Poca rotación de inventario ☐
- b) Falta de conteo físico periódicos ☐
- c) Falta de registro de control ☐
- d) Auto consumo ☐
- e) Robo del personal ☐
- f) Precios de competencia ☐



16. ¿Cómo está conformado el patrimonio de este negocio?

- a) Patrimonio individual ☐
- b) Patrimonio colectivo ☐
- c) Patrimonio familiar ☐

17. ¿Lleva algún tipo de control sobre sus inventarios?

- a) Si ☐ b) No ☐

18. ¿De qué manera controla las salidas y entradas de su mercancía?

- a) Empíricamente ☐ b) Sistematizadamente ☐

19. ¿Tiene establecido algún tipo de formulario para el control de su inventario?

- a) Si ☐ b) No ☐

20. Para darle salida a sus productos ¿considera que las últimas unidades compradas son las primeras que vende negocio?

- a) Si ☐ b) No ☐

21. Para dar salida a sus productos, ¿Considera que las primeras unidades compradas son las primeras que venden?

- a) Si ☐ b) No ☐

22. ¿Establece un costo promedio para identificar el costo de cada unidad vendida?

- a) Si ☐ b) No ☐



23. ¿Cree usted que es de importancia, la utilización de métodos de valuación de inventario en su negocio?

- a) Si ☐ b) No ☐

24. ¿Cuál de estos beneficios obtendría al utilizar un método de valuación de inventario?

- a) Cuantificar la mercadería existente. ☐
b) Conocer la mercadería más demandada. ☐
c) Conocer la mercadería generadora de más ganancia. ☐
d) Conocer la mercadería estancada. ☐
e) Todos los anteriores. ☐

25. ¿De qué manera adquirió conocimientos sobre los métodos de valuación de inventario?

- a) Por asesoramiento ☐
b) De manera empírica ☐
c) Estudios profesionales. ☐
d) Otros, especifique ☐ _____

26. ¿Considera usted que es de vital importancia conocer sobre el manejo y control de inventario?

- a) Si ☐ b) No ☐



27. Desde el punto de vista económico, ¿cómo considera que sería establecer un control de inventario?

a) Inversión ☐

b) Gasto ☐

28. Si su respuesta fue Inversión: ¿estaría dispuesto a invertir en un sistema de control de inventario?

a) Si ☐ b) No ☐

29. ¿Cuánto personal capacitado considera usted que necesita para el control de inventario?

c) 1 persona ☐

a) 2 personas ☐

b) 3 o más ☐

30. ¿Cree usted que al aplicar un método de valuación de inventario desperdiciaría su valioso tiempo?

a) Si ☐ b) No ☐

31. ¿cuánto tiempo invierte al realizar conteo de inventario?

a) 1 a 3 días ☐

b) 4 a días ☐

c) 5 a más ☐



13.2 Tablas de Resultados

Tabla de contingencia Sexo * Edad

Recuento

		Edad				Total
		20 a 24 años	25 a 35 años	36 a 45 años	más de 45 años de edad	
Sexo	Femenino	2	4	6	1	13
	Masculino	0	0	1	1	2
Total		2	4	7	2	15

Tabla de contingencia Nivel Académico * Conformación del Patrimonio

Recuento

		Conformación del Patrimonio		Total
		Patrimonio Individual	Patrimonio Familiar	
Nivel Académico	Básicos	6	2	8
	Superiores	2	1	3
	Técnicos	4	0	4
	Total	12	3	15



Considera que las primeras unidades compradas son las primeras que se venden

	Cantidad	Porcentaje
Si	11	73.3
Válidos No	4	26.7
Total	15	100.0

	Cantidad	Porcentaje
Quincenal	1	6.7
Válidos Mensual	11	73.3
Trimestral	3	20.0
Total	15	100.0

Tabla de contingencia Mercancía ofertada * Porcentaje de Ganancia

		Porcentaje de Ganancia		Total
		20%	25%	
Mercancía ofertada	Ropa	3	1	4
	Calzado	0	2	2
	Ambos	6	3	9
Total		9	6	15



Recuento

		Inversión por diferencia de producto		Total
		Si	No	
Inversión en el Negocio	Menos de C\$ 30,000	0	2	2
	C\$31, 000 a 50,000	3	6	9
	C\$ 51,000 a 70,000	1	2	3
	C\$ 71, 000 a mas	1	0	1
Total		5	10	15

Tabla de contingencia Mercancía menos costosa * Mercancía que genera mayor ganancia.

		Mercancía que genera mayor ganancia		Total
		Ropa	Calzado	
Mercancía menos costosa	Ropa	13	0	13
	Calzado	0	2	2
Total		13	2	15

Tabla de contingencia Es de importancia la utilización de métodos de valuación de inventario * Beneficios que obtendría al utilizar métodos de valuación de inventario

Recuento

		Beneficios que obtendría al utilizar métodos de valuación de inventario					Total
		Cuantificar la mercadería existente	Conocer la mercadería a más demandada	Conocer la mercadería a generador a de más ganancia	Conocer la mercadería a estancada	Todos los anteriores	
Es de importancia la utilización de métodos de valuación de inventario	Si	4	3	2	4	2	15
Total		4	3	2	4	2	15



Tabla de contingencia Cuanto personal es necesario para el manejo de inventario
*** Tiempo invertido en el conteo de inventario**

Recuento

		Tiempo invertido en el conteo de inventario			Total
		1 a 3 días	4 a 5 días	5 a más días	
Cuanto personal es necesario para el manejo de inventario	Una persona	6	0	1	7
	Dos personas	0	7	1	8
		6	7	2	15
Total					

Tabla de contingencia Como considera establecer un control de inventario
*** Estaría dispuesto a invertir en un sistema de control de inventario**

		Estaría dispuesto a invertir en un sistema de control de inventario	Total
		Si	
Como considera establecer un control de inventario	Inversión	15	15
Total		15	15



Como adquirió conocimientos sobre los métodos de valuación de inventario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Por asesoramiento	8	53.3	53.3	53.3
De manera empírica	4	26.7	26.7	80.0
Estudios Profesionales	3	20.0	20.0	100.0
Total	15	100.0	100.0	

Establece un costo promedio para identificar el costo de cada unidad vendida

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	9	60.0	60.0	60.0
Válidos No	6	40.0	40.0	100.0
Total	15	100.0	100.0	



13.3 Fotos de Tiendas que se ubican en el Barrio Virgen María en la ciudad de Juigalpa





13.4 Mapa de Juigalpa-

