

IV Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoamérica
(Junio 2019)

**“LA IMPORTANCIA DEL CONTROL DE INVENTARIO INTERNO PARA EL
ÁREA DE BOUTIQUE DELI DEL HOTEL MARINA EL CID SPA & BEACH
RESORT CANCÚN RIVIERA MAYA”**

M.C.E. Laura Thaigi Mendoza Gómez¹

thaigi17@hotmail.com

L.A. Roberto Vicente Yescas²

yescas_vicente@hotmail.com

L.M. Carlo Deimos Aguilar Chiñas³

carlo.aguilar@mieljave.com

M.D.G. Alejandro Jesús Morales Pérez⁵

li.alejandro.mp@gmail.com

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS VALLES CENTRALES DE OAXACA

¹ M.C.E LAURA THAIGI MENDOZA GOMEZ, Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca.

² L.A. ROBERTO VICENTE YESCAS Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca.

³ L.M. CARLO DEIMOS AGUILAR CHIÑAS Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca.

⁴ M.D.G. ALEJANDRO JESÚS MORALES PÉREZ Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca.

RESUMEN

El control del inventario es un elemento muy importante para el desarrollo, tanto en grandes empresas como en pequeñas y medianas, además de un factor fundamental para el control de costes y rentabilidad de cualquier hotel o establecimiento turístico. Una mala administración puede ser la 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 y establecimientos turísticos ya que desempeña una función vital: proveer a la compañía de materiales suficientes para que ésta pueda continuar su funcionamiento dentro del mercado. En el caso de los hoteles y empresas turísticas, el control del inventario garantiza la calidad en la prestación del servicio y la experiencia del cliente.

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. Así como para la reposición de productos utilizados por los empleados de los alojamientos turísticos y consumibles necesarios para los huéspedes.

Se puede decir que el inventario es capital en forma de material, ya que éste tiene 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.

El reto de administrar un inventario está en decidir cuánto se necesita para cumplir con los requerimientos del mercado, lo que implica decidir qué cantidad se necesita, cuándo debemos colocar los pedidos, y recibir, almacenar y llevar el registro de dicho inventario, ya que el objetivo primordial será mantener los costos bajos y los suficientes productos terminados para las ventas o para la reposición de los productos consumidos.

Para un mejor control de inventario interno se debe de tener un buen registro la mercadería existente en Stock, como se mencionó anteriormente la boutique cuenta con la clasificación de diferentes familias de productos.

El presente proyecto se justifica de acuerdo a la importancia que se le debe de dar al seguimiento del inventario dentro de la boutique que consiste en la evaluación de control interno y de cómo facilitar los procesos, es por ello que se necesita diseñar una herramienta de control interno dentro de la boutique, que implica una investigación sobre teorías y normas basadas en auditoría y controles de inventario.

Cada una de estas actividades referentes al manejo del stock se evaluaron de acuerdo a la técnica de observación, identificando los procesos que el colaborador a cargo de la boutique realiza en su jornada laboral. El desarrollo de esta investigación no sólo busco soluciones a la problemática, sino además propuso estrategias que faciliten la gestión de inventarios.

Al tener una buena administración del control interno de inventario se le asegura a la empresa tener cambios significativos referentes a la boutique, iniciando con empleados contentos que no se les cobre perdidas no justificadas; Esto puede ser un buen antecedente en materia de control de inventarios, que se puede aplicar a diferentes áreas de la empresa.

Dentro de la Boutique Deli del hotel marina El Cid spa & beach resort, no se realiza un control de inventario y como consecuencia hay perdidas de producto.

La boutique cuenta con diferentes tipos de productos, los cuales se clasifican en; farmacia, suvenires, ropa de playa, miscelánea, juguetería y licores, esto debido al sector amplio de huéspedes que llegan a la boutique a realizar una compra.

La coordinación de dicha área ha identificado cuales son los productos que corren mayor riesgo de ser extraídos sin conocimiento de los encargados en base a su costo y tamaño. Dichas pérdidas de mercaderías se detectan después de largos períodos, y los encargados mencionan no saber qué ocurre generando ideas de sustracción ilegal de la Butique y se dan de baja bajo el concepto de deterioros o fallas en el sistema. Por lo tanto, por cada producto perdido el colaborador deberá cubrir el saldo perdido y estos mismos son pagados antes de que la auditoría les pueda levantar alguna sanción, generando un problema de peso en la administración del Hotel.

ABSTRACT

The control of the inventory is a very important element for the development, as much in big companies as in small and medium, besides a fundamental factor for the control of costs and profitability of any hotel or tourist establishment. Mismanagement can be the culprit of generating dissatisfied customers for non-compliance with demand, as well as causing financial problems that can lead to bankruptcy.

It seems obvious that a good inventory management is of utmost importance for the company and tourist establishments since it has a vital function: to provide the company with sufficient materials so that it can continue operating within the market. In the case of hotels and tourism companies, inventory control guarantees quality in the provision of the service and the customer's experience.

The control of the inventory is a very important element for the development, as much in big companies as in small and medium, besides a fundamental factor for the control of costs and profitability of any hotel or tourist establishment. Mismanagement can be the culprit of generating dissatisfied customers for non-compliance with demand, as well as causing financial problems that can lead to bankruptcy.

Inventories include raw materials, products in process and finished products, merchandise for sale, materials and spare parts to be consumed in the production of goods manufactured or used in the provision of services. As well as for the replacement of products used by the employees of the tourist accommodation and consumables necessary for the guests.

It can be said that the inventory is capital in the form of material, since it has a value for companies, especially for those that are dedicated to the sale of products. This is why it is of the utmost importance, since it allows the company to meet the demand and compete within the market.

The challenge of managing an inventory is to decide how much is needed to meet market requirements, which involves deciding what quantity is needed, when to place orders, and receiving, storing and keeping track of that inventory, since the primary objective will be to keep costs low and enough finished products for sales or for the replacement of consumed products.

For better control of internal inventory should have a good record of the existing stock in Stock, as mentioned above the boutique has the classification of different product families.

This project is justified according to the importance that should be given to the monitoring of the inventory within the boutique that consists of the internal control evaluation and how to facilitate the processes, that is why you need to design a control tool internal within the boutique, which involves research on theories and standards based on audit and inventory controls.

Each of these activities related to the management of the stock were evaluated according to the observation technique, identifying the processes that the collaborator in charge of the boutique performs during his working day. The development of this research not only sought solutions to the problem, but also proposed strategies that facilitate the management of inventories.

By having a good management of the internal control of inventory, the company is assured to have significant changes regarding the boutique, starting with happy employees that do not receive

unjustified losses; This can be a good precedent in the control of inventories, which can be applied to different areas of the company.

Inside the Deli Boutique at the El Cid spa & beach resort hotel, there is no inventory control and consequently there are product losses.

The boutique has different types of products, which are classified in; pharmacy, souvenirs, beachwear, miscellany, toy store and liquors, this due to the large sector of guests who come to the boutique to make a purchase.

The coordination of this area has identified which products are most likely to be extracted without the knowledge of the managers based on their cost and size. These losses of goods are detected after long periods, and the managers mention not knowing what is happening generating ideas of illegal abduction of the Boutique and they are discharged under the concept of damages or failures in the system. Therefore, for each lost product the collaborator must cover the lost balance and these are paid before the audit can lift any penalty, generating a major problem in the administration of the Hotel.

PALABRAS CLAVE

INVENTARIO, CALIDAD, RESPONSABLES, PROCEDIMIENTO, ATENCION AL CLIENTE

KEY WORDS

INVENTORY, QUALITY, RESPONSIBLE, PROCEDURE, CUSTOMER ATTENTION

I. GENERALIDADES

1.1 OBJETIVO GENERAL

- Determinar la importancia de un buen inventario en las empresas y diseñar un control de inventario interno para disminuir las pérdidas de las mercancías en la boutique Deli.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseño y aplicación del método PEPS.
- Elaborar un sistema de inventario manual para el manejo de los productos.
- Asignar y nombrar responsables para cada actividad.

1.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

El contar con un control de inventario permite a la boutique Deli a disminuir pérdidas de productos y mantener una rotación de inventarios idónea que impactara en disminución de costos y tiempos.

En la variable independiente se evaluará de manera sencilla el control interno de los productos, lo cual permite mejorar los procesos de tal manera que las decisiones sean de forma rápida y que exista un control interno regido por políticas y procedimientos que ayudarán a asegurar las salidas y entradas de los productos.

De acuerdo con Rodrigo (2015), existen cuatro tipos de clasificación de las actividades de control, las cuales se enlistan a continuación:

- Preventivos. Controles para evitar errores o irregularidades.

- De detección. Controles para identificar errores o irregularidades después de que hayan ocurrido para tomar medidas correctivas.
- De compensación. Controles para brindar cierto grado de seguridad cuando es incosteable la aplicación de otros controles más directos. Ejemplos: segundas firmas, supervisión de terceros, supervisión selectiva interna, etcétera.
- De dirección. Controles para orientar al personal hacia los objetivos deseados, por ejemplo, las políticas y los procedimientos.

Dentro de la variable dependiente se mejorará las utilidades de la boutique y la rotación del inventario. Dentro de las utilidades se espera recibir un beneficio favorable para el trabajador, dando como resultado mejores rendimientos en pérdidas de productos. En la rotación de inventario debe existir como supuesto excelentes resultados al momento de renovar la existencia de productos diarios.

1.4 ANTECEDENTES

1.4.1. Reseña histórica

Grupo el Cid, es una empresa mexicana fundada en Mazatlán, Sinaloa por el Sr. Julio Berdegú prominente empresario, visionario y con gran calidad humana que inicio el sueño en 1972 con la apertura de una Casa Club y un Campo de golf en Mazatlán, Sinaloa. Eligió el nombre de El Cid para honrar la memoria de éste gran personaje a quien admiraba por su valentía y valores.

1.4.2. Misión

Ofrecer insuperables experiencias vacacionales y residenciales mediante la creación, adquisición, comercialización y operación de productos y servicios turísticos integrales, aportando siempre:

- Beneficio permanente para nuestros accionistas.
- Calidad de vida para nuestros colaboradores.
- Y valor agregado a la comunidad en armonía con el medio ambiente.

1.4.3 Visión

Triplicar nuestras ventas y diversificarnos en comercialización y/u operación, en al menos cuatro diferentes destinos de playa, manteniendo una estructura financiera sana que garantice una rentabilidad adecuada, en un periodo de recuperación no mayor a cuatro años.

1.4.4 Valores

- Lealtad: Fruto del compromiso y cumplimiento de acuerdos.
- Honestidad: Ser transparente y sincero. Congruente con lo que pensamos, decidimos y hacemos.
- Austeridad: Cuidar nuestros recursos, evitando derroches y desperdicios.
- Productividad: Obtener resultados y satisfacciones, siendo efectivos en nuestros recursos.
- Trabajo en equipo: Olvidar el pensamiento individualista, respetando las ideas de todos los miembros del grupo.
- Libre flujo de ideas: Vivir la creatividad, para beneficio del servicio a nuestros clientes.

1.4.5 Políticas de calidad

Conocer y anticipar las necesidades y expectativas de clientes y residentes para lograr su satisfacción mediante:

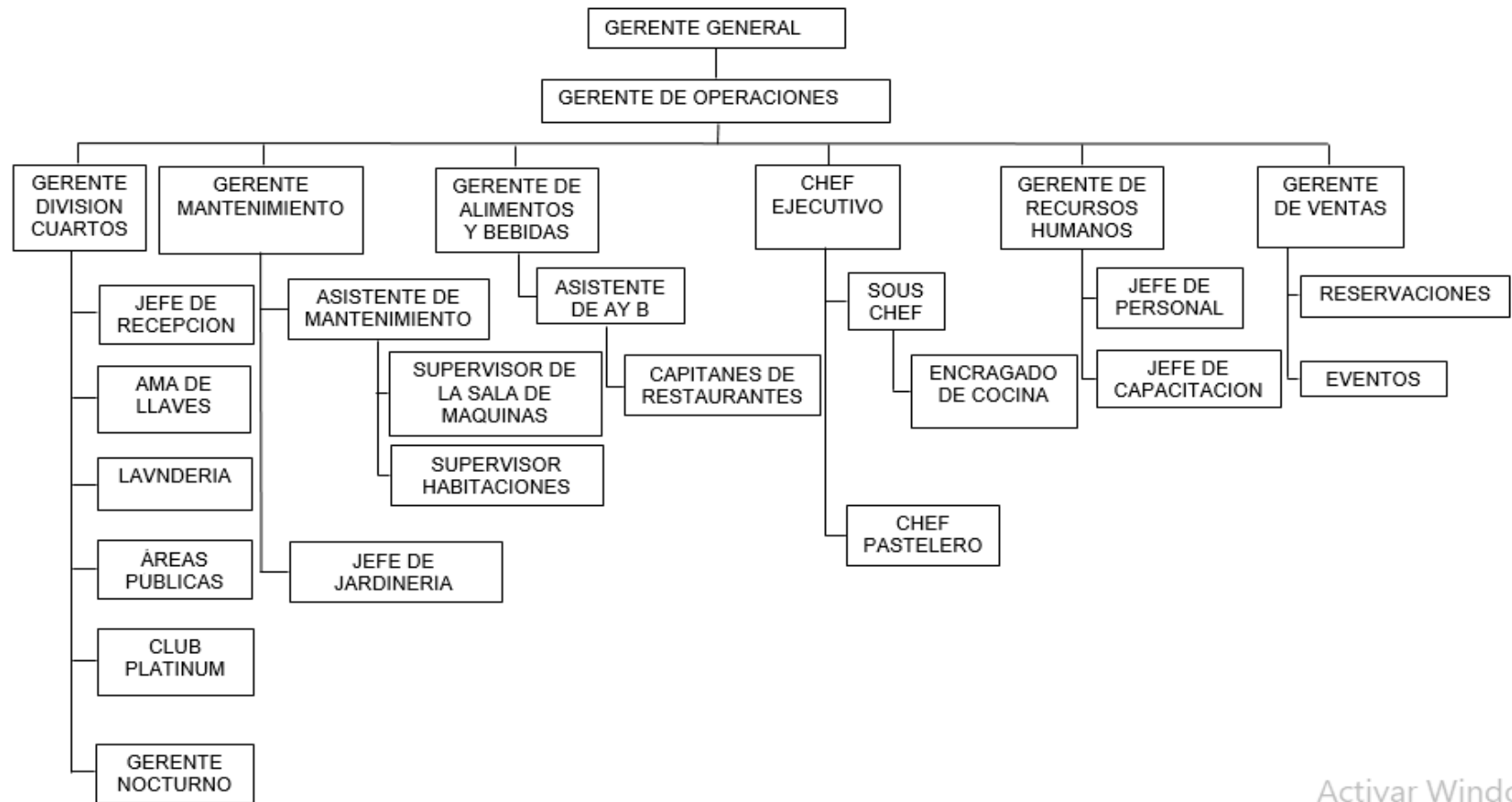
- Ofrecer una amplia diversidad de servicios y productos que proporcionen valor agregado.

- El desarrollo humano y la capacidad de nuestro recurso humano
- La estandarización de procesos, productos y servicios.
- La prevención y solución de problemas
- El trabajo en equipo
- La comunicación permanente a todos los niveles
- La optimización de costos
- La remodelación de inmuebles cada 5 años
- Fomentar la creatividad y la innovación.

1.4.6 Objetivos Empresariales.

- Establecerse en cuatro destinos diferentes de playa en un periodo no mayor a cuatro años
- Establecerse en la posición 14 en la plataforma Tripadvisor en el área de Puerto Morelos
- Mantener una puntuación de 4.3 en las principales OTA'S.
- Mantener un 90% de satisfacción en la sumatoria de las encuestas de OTA'S y la encuesta de satisfacción interna.
- Mantener un 90% de satisfacción por área en las encuestas de satisfacción interna.
- Triplicar las ventas en un periodo no mayor a cuatro años

1.4.7. Organigrama



1.5. METODOLOGÍA

Según lo definido por Moreno (2012), "Un estudio descriptivo es aquel que busca obtener información acerca de un problema o acontecimiento suscitado, en donde el investigador pretende indagar y detallar de forma específica los hechos que se relacionen con el hecho. Es por ello, que, para poder cumplir con lo establecido se aplicará una investigación descriptiva, puesto que el enfoque es cuantitativo lo que permite el desarrollo de encuestas a los mismos colaboradores dependiendo el tiempo que estén colaborando en la boutique.

Para realizar la base de datos, con la información obtenida, tanto en las encuestas, se elaborarán tablas que nos ayudarán a tener un mejor control interno de inventario. Tener un alto control de inventario es obtener la información requerida segura y confiable lo cual quiere decir que de esta manera se podrán evitar robos y pérdidas de los productos.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. CONTROL

Según Anzola (2002), la función de control consiste en la medición y corrección del rendimiento de los componentes de la empresa, con el fin de asegurar que se alcancen los objetivos y los planes ideados para su logro.

Control significa vigilar las actividades de los empleados, determinar si la empresa se dirige a la consecución de las metas y tomar las acciones correctivas que vayan necesitándose. Los directivos deben asegurarse que la empresa se dirija a la obtención de sus metas. Las tendencias recientes al empowerment (delegar el poder o facultar) y dar confianza a los empleados han hecho que muchas compañías den ahora menos importancia al control de arriba abajo y más a capacitar a sus empleados para que vigilen y se corrijan ellos mismos, de acuerdo con Draf (2004).

2.2. INVENTARIO

De acuerdo con Muller (2005), los inventarios de una compañía están constituidos por sus materias primas, sus productos en procesos, los suministros que utilizan en sus operaciones y los productos terminados. Un inventario puede ser algo tan elemental como una botella de limpiador de vidrios empleada como parte del programa de mantenimiento de un edificio, o algo más complejo, como una combinación de materias primas y subensamblajes que forman parte de un proceso de manufacturas.

Según Moya (1999) , el inventario se define como la acumulación de materiales (materias primas, productos en proceso, productos terminados o artículos en mantenimiento) que posteriormente serán usados para satisfacer un demanda futura.

2.3. TIPOS DE INVENTARIOS

Cabe mencionar algunos tipos de controles para Terry y Franklin (1992) estos son:

- El control preliminar: Tiene lugar antes de que principien las operaciones, e incluye la creación de políticas, procedimientos y reglas diseñadas para asegurar que las actividades planeadas serán ejecutadas con propiedad.
- El control concurrente: Tiene lugar durante la fase de la acción de ejecutar los planes incluye la dirección, vigilancia y sincronización de las actividades según ocurra.
- El control de retroalimentación: Se enfoca sobre el uso de la información de los resultados anteriores para corregir posibles desviaciones futuras.

2.4. CONTROL DE INVENTARIO

Según Espinoza (2011), el control de inventarios es un herramienta fundamental en la administración moderna, ya que esta permite a las empresas y organizaciones conocer las cantidades existente de productos disponibles para la venta, en un lugar y tiempo determinado, así como las condiciones de almacenamiento aplicables en las industrias.

De acuerdo con la PyME (2018)El control de inventario se refiere a todos los procesos que coadyuvan al suministro, accesibilidad y almacenamiento de productos en alguna compañía para minimizar los tiempos y costos relacionados con el manejo del mismo: es un mecanismo a través del cual, la organización administra de manera eficiente el movimiento y almacenamiento de mercancía, así como el flujo de información y recursos que resultan de ello. Involucra distintos aspectos, pero en términos generales se subdivide en lo correspondiente a gestión y optimización.

2.5. CONTROL INTERNO

El instituto Mexicano de Contadores Públicos (2002), define al control interno como el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada se adoptan en un negocio para salvaguardar sus activos, verificar su razonabilidad y confiabilidad de su información financiera, promover la eficiencia operacional y provocar la adherencia a las políticas prescritas por la empresa.

Control interno, es una expresión que utilizamos con el fin de describir las acciones adoptadas por los directores de entidades, gerentes o administradores, para evaluar y monitorear las operaciones en sus entidades. El sistema de control interno comprende el plan de la organización y todos los métodos coordinados y medidas adoptadas dentro de una empresa con el fin de salvaguardar sus activos y verificar la confiabilidad de los datos contables, de acuerdo con Poch (1992).

2.6. SISTEMA DE INVENTARIO

Para Antonio (2006), un sistema de inventario es un conjunto de políticas y controles que supervisan los niveles de inventario y establece cuales son los niveles que debe mantenerse, cuando hay que ordenar un pedido y de qué tamaño deben hacerse. Una forma práctica de establecer un sistema de inventario es llevar la cuenta de cada artículo que sale del almacén y colocar una orden por mas existencias cuando los inventarios lleguen a un nivel predeterminado. Cuando la demanda es variable (como para nuestro caso de estudio) no se sabe por adelantado cuando se terminará el inventario o que tan rápido se hará.

2.7. INDICADOR

Para Mondragón (2002) un indicador es una herramientas para clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos son medidas verificables de cambio o resultado diseñadas para contar con un estándar contra el cual evaluar, estimar o demostrar el progreso con respecto a metas establecidas, facilitan el reparto de insumos, produciendo productos y alcanzando objetivos.

Un indicador es una herramienta cuantitativa o cualitativa que muestra indicios o señales de una situación, actividad o resultado; brinda una señal relacionada con una única información, lo que no implica que ésta no pueda ser reinterpretada en otro contexto, de acuerdo con la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (2010).

2.8. SISTEMA

Es un conjunto de funciones, virtualmente referenciada sobre Ejes, bien sean estos reales o abstractos. También suele definirse como un conjunto de elementos dinámicamente relacionados formando una actividad para alcanzar un objetivo operando sobre datos, energía y/o Materia para proveer Información según Ecured (2008).

2.9. ROTACIÓN

Según Ohlin (2006), Rotación de Inventarios es la proporción existente entre el Costo de las mercancías vendidas y el inventario promedio (saldo del Inventario final cuando se carezca de las cifras inicial y final, o de las cifras mensuales para determinar el promedio).

2.10. PLANIFICACIÓN

De acuerdo con Cortiñas (2004) la planificación, la planeación o el planeamiento, es el proceso metódico diseñado para obtener un objetivo determinado. En el sentido más universal, implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente. Otras definiciones, más precisas, incluyen “La planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos”. Va de lo más simple a lo complejo, dependiendo el medio a aplicarse. La acción de planear en la gestión se refiere a planes y proyectos en sus diferentes ámbitos, niveles y actitudes.

2.11. EVALUACIÓN

De acuerdo con Rodríguez (1989) la evaluación es una actividad sistemática, continua e integrada en el proceso educativo, cuya finalidad es el mejoramiento del mismo, mediante el conocimiento.

El MEC (1992) establece que la evaluación constituye un elemento y un proceso fundamental en la práctica educativa. Propiamente es inseparable de esta práctica y forma una unidad con ella, permitiendo en cada momento, recoger la información y realizar los juicios de valor necesarios para la orientación y para la toma de decisiones respecto al proceso de enseñanza y aprendizaje.

Con la finalidad de desarrollar y fundamentar la investigación de mercados a presentar, es necesario la descripción de los siguientes conceptos, los cuales serán de ayuda para la comprensión del desarrollo de este proyecto.

III. DESARROLLO DEL SISTEMA

Para identificar y definir la situación actual de la Boutique con respecto a sus inventarios, se empleó la herramienta de la encuesta, la cual nos permitió obtener de primeras respuestas del posible origen de la problemática...

La técnica que se utilizó fue la encuesta ya que nos permitió alcanzar respuestas concretas en el menor tiempo posible teniendo una mayor eficacia siendo así que la información obtenida sea de manera precisa, estas encuestas fueron aplicadas a todos los colaboradores de la boutique para identificar el nivel de satisfacción y las dichas propuestas de mejora, las cuales ellos requieren ya que la población es muy pequeña y fácil de identificar.

Los resultados se muestran a continuación de manera tabular y gráfica las cuales incluye una interpretación de la información obtenida durante la recolección de datos.

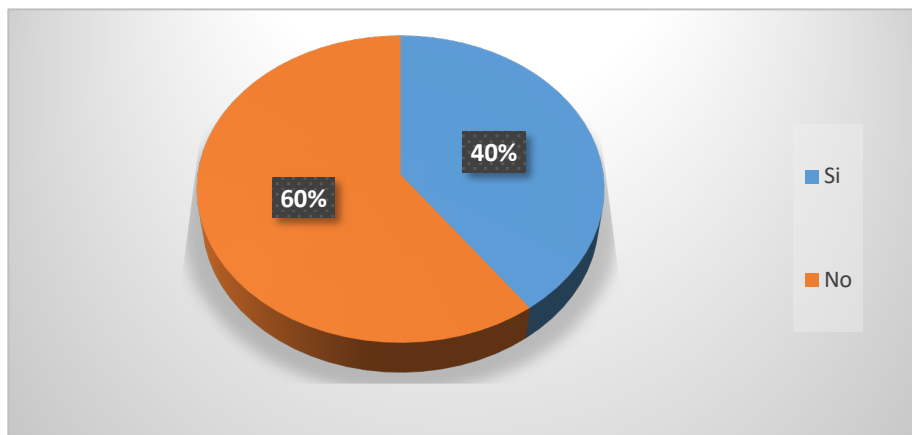
3.1. APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

1. ¿Existe un control interno de inventario eficaz?

Tabla 1 Control de inventario Interno

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	6	40%
No	9	60%
total	15	100%

Ilustración 1 Control de Inventario Interno



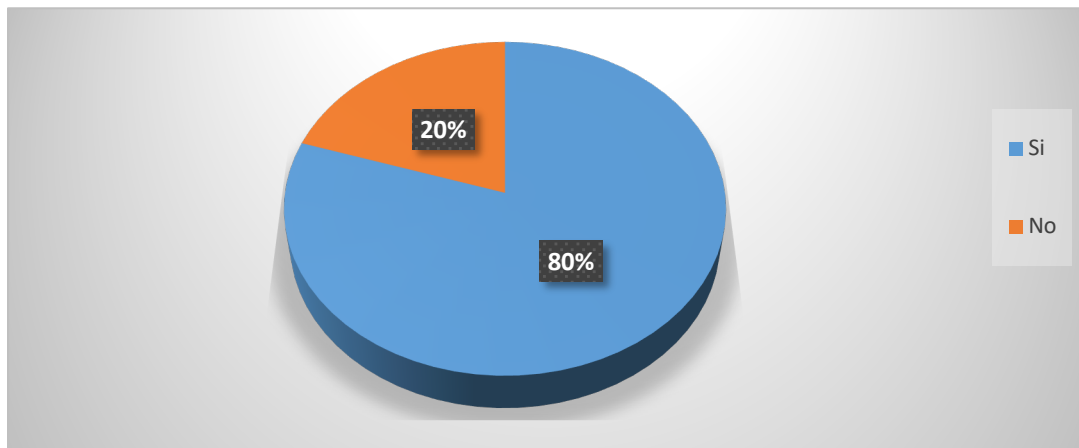
De acuerdo con los colaboradores el 60% de ellos dice que no existe un control interno de inventario dentro de la boutique lo que quiere decir que se necesita empezar para que mejore el área.

2. ¿Conoces todo el producto que existe en la bodega?

Tabla 2 Control de inventario Interno

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	12	80%
No	3	20%
Total	15	100%

Ilustración 2 Control de Inventario Interno



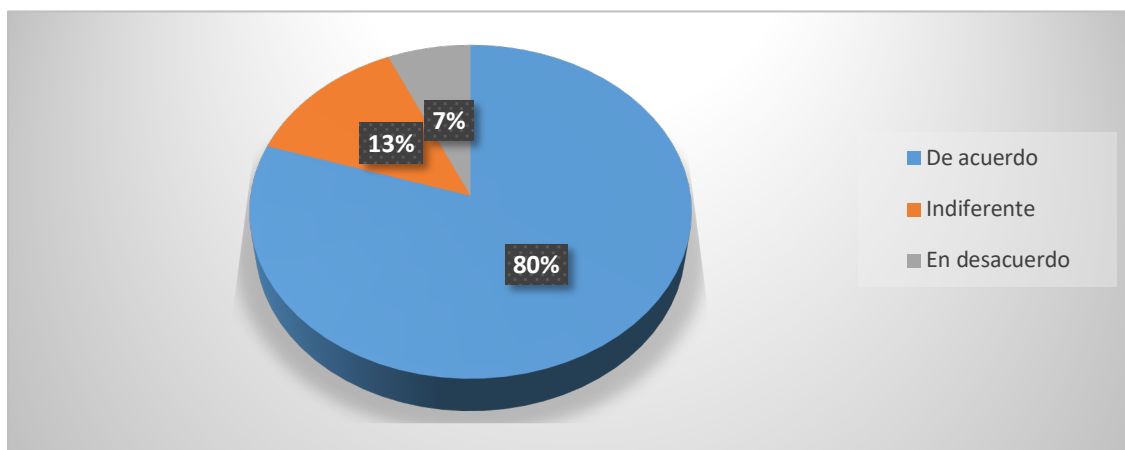
El 80% de los encuestados si conoce todo el producto que se encuentra en la bodega lo cual es una ventaja para la boutique y el 20% de ellos dicen no conocerlo y es preocupante ya que de esta manera ellos no están involucrados de todos los productos que llega.

3. ¿Para ti es necesario un control interno de inventario?

Tabla 3 Control de Inventario interno

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De acuerdo	12	80%
Indiferente	2	13%
En desacuerdo	1	7%
Total	15	100%

Ilustración 3 Control de Inventario Interno



El 80% de los colaboradores dicen que si es necesario el control interno de inventario ya que así ellos podrán saber los productos entrantes y salientes mientras que el 13% no está de acuerdo ni

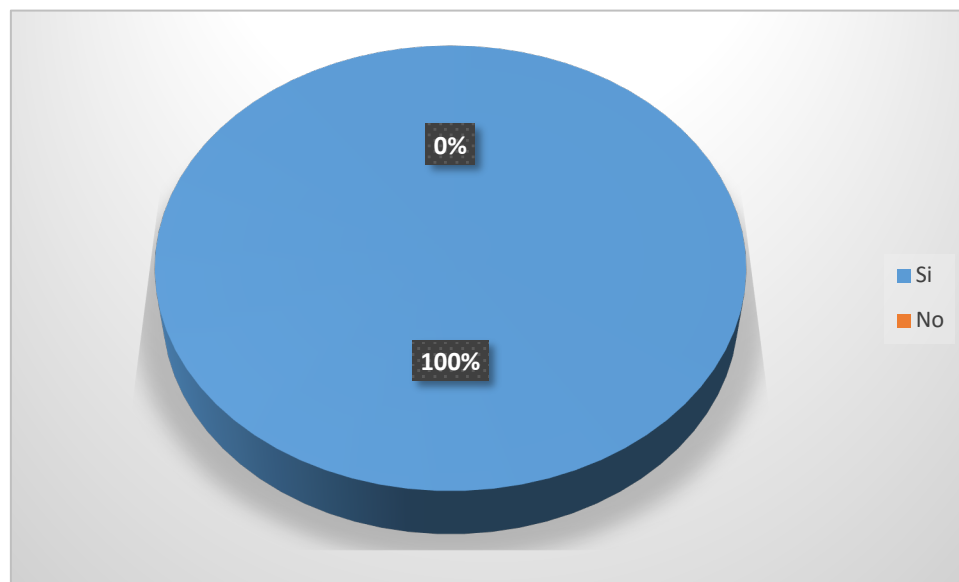
tampoco le es adecuado y el 7% restante está en desacuerdo lo que es para la boutique estar al pendiente en esa parte.

4. ¿Sabes si la persona encargada lleva un registro de todos los productos entrantes a la boutique?

Tabla 4 Control de Inventario interno

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Ilustración 4 Control de Inventario Interno



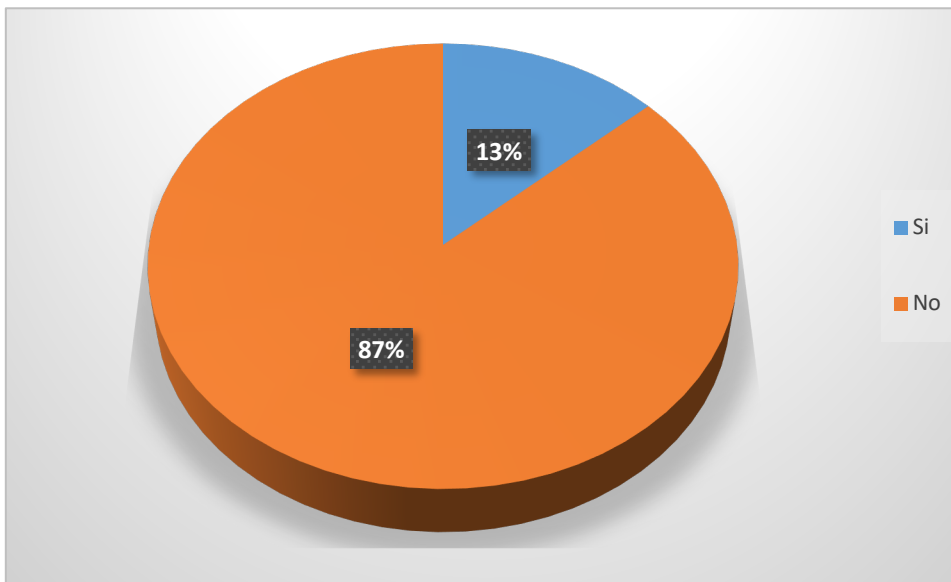
El 100% de los encuestados están de acuerdo de que las personas encargadas de la boutique si llevan un control de todos los productos entrantes.

5. ¿Existe un control de todos los productos faltantes?

Tabla 5 Control de Inventario interno

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	2	13%
No	13	87%
Total	15	100%

Ilustración 5 Control de Inventario Interno



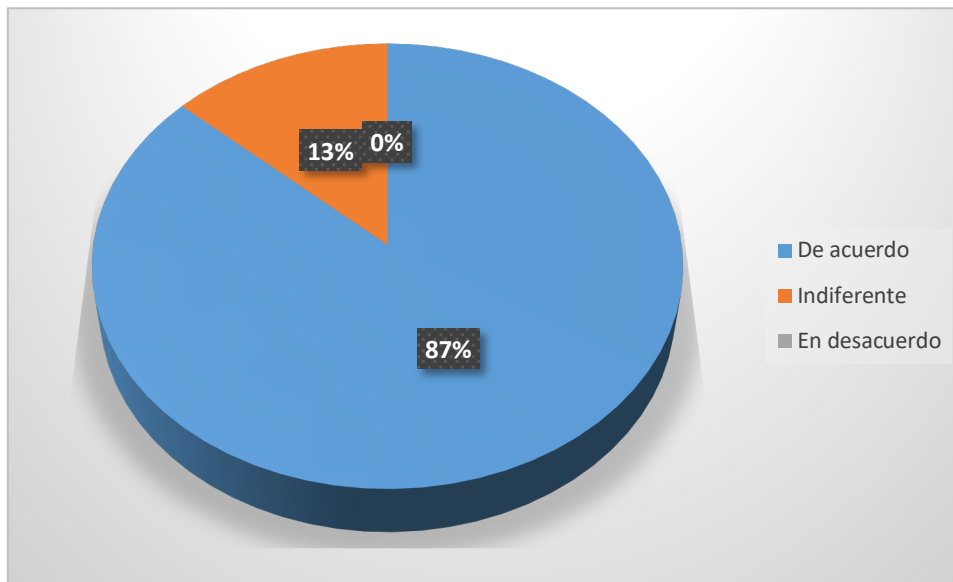
De acuerdo con los colaboradores el 87% de ellos dicen no existe un control de todos los productos faltantes lo cual hace que la boutique tenga perdidas consecutivas, es necesario que se implemente y se lleve un rol de las actividades que se deben realizar para que se controle.

6. ¿Consideras que si se realiza una rotación en el control de inventario mejorara?

Tabla 6 Control de Inventario interno

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De acuerdo	13	87%
Indiferente	2	13%
En desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Ilustración 6 Control de Inventario Interno



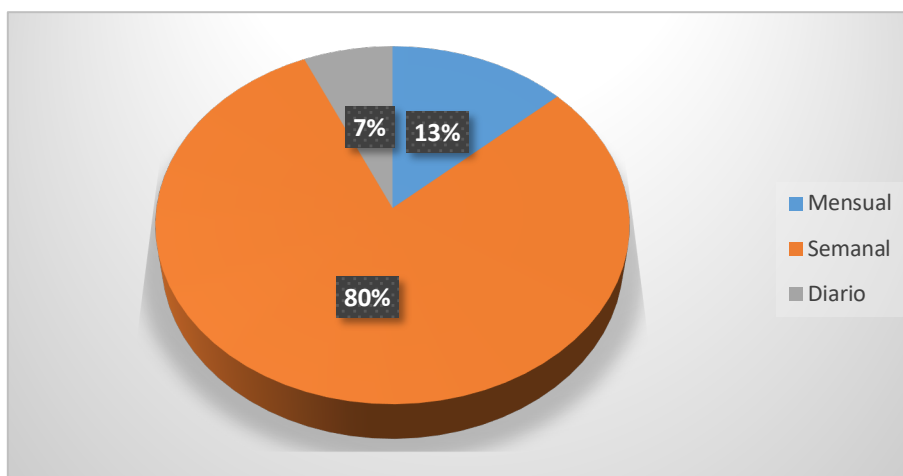
Para que se tenga un mayor y mejor control de inventario el 87% de los encuestados optaron por que se lleve una rotación en donde todos participen y sepan los productos existentes más detallados, mientras que el 13% de ellos le es indiferente.

7. ¿Cómo consideras que se debería llevar a cabo el control de inventario?

Tabla 7 Control de Inventario interno

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Mensual	2	13%
Semanal	12	80%
Diario	1	7%
Total	15	100%

Ilustración 7 Control de Inventario Interno



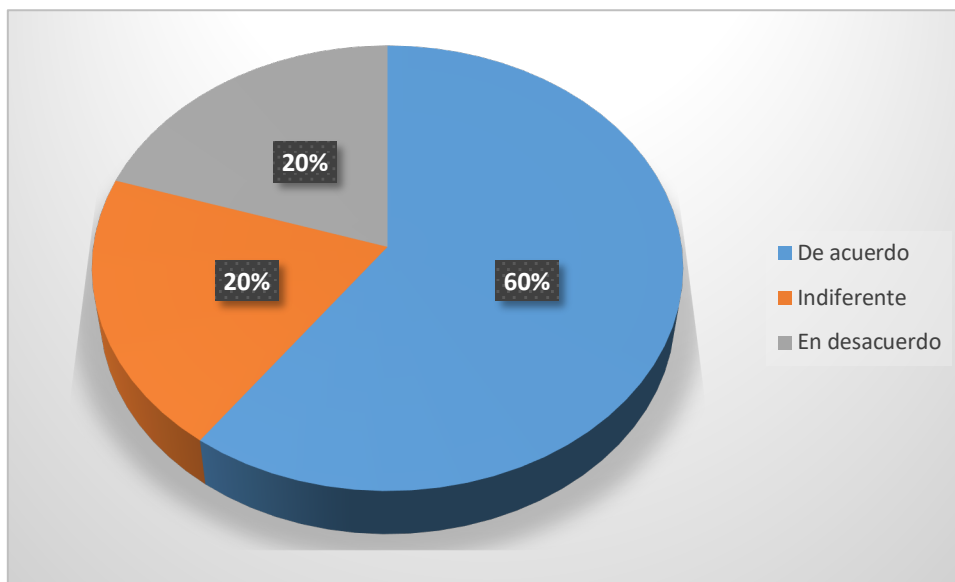
De acuerdo con los colaboradores el 7% prefiere que el control se haga diario lo cual se van beneficiando ellos mismos porque así se controla más la entrada y salida de productos mientras que el 80% prefieren que se lleve a cabo este control cada semana y que para ellos les es más fácil y el 13% lo prefiere mensual que quiere decir que no es conveniente porque no se avanzaría en nada.

8. ¿Estás de acuerdo con el método actual (semanal) que se realiza para el control de inventario en la boutique?

Tabla 8 Control de Inventario interno

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De acuerdo	9	60%
Indiferente	3	20%
En desacuerdo	3	20%
Total	15	100%

Ilustración 8 Control de Inventario Interno



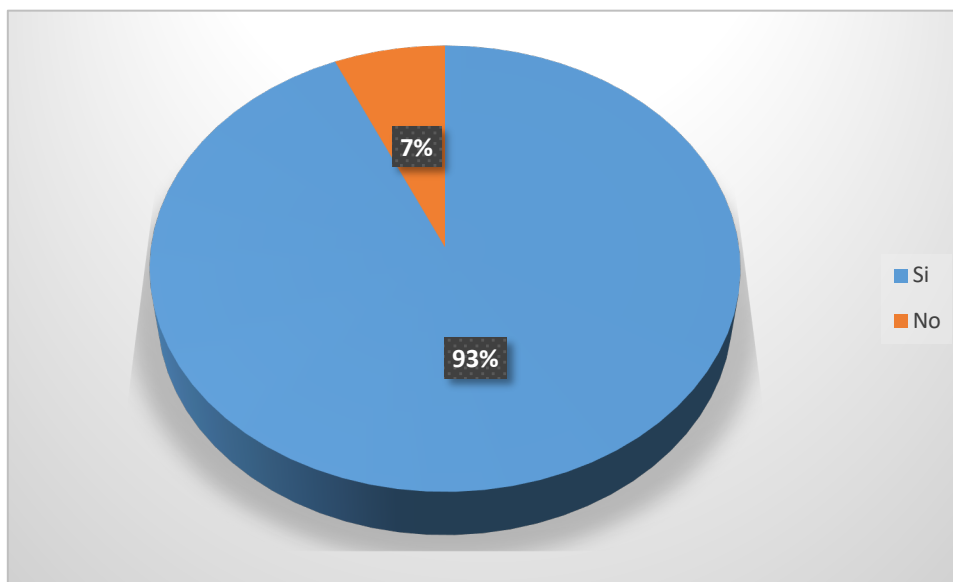
El 60% de los encuestados si está de acuerdo que se siga llevando el método semanal para el control de inventario, mientras que los 40% restantes les es indiferente y no están de acuerdo con ello.

9. ¿Estás de acuerdo que se rolen las familias de los productos cada semana y así todos estén familiarizados con los productos?

Tabla 9 Control de Inventario interno

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	14	93%
No	1	7%
Total	15	100%

Ilustración 9 Control de Inventario Interno



Para que se lleve mejor estas actividades a los encuestados les es más factible que se vayan rolando las familias de los productos cada semana ya que así todos tendrán más conocimientos de cada producto dentro de la boutique.

(Cierre, es decir, como podemos observar, el 80% de los empleados, no notan perdidas en el stock hasta el momento en que hay auditoria... En su totalidad, todos los empleados estan de acuerdo en la implementación de un sistema de control...)

3.2. DESARROLLO DE LAS 5'S

Una vez obtenido los resultados, se empezará a desarrollar el control de inventario para la boutique de tal manera de que se reduzca lo más posible la perdida de productos, pero para que todo esto sea posible es considerado tomar la clasificación de las 5's japonesas la cual se basa en la clasificación, organización, limpieza, estandarización y la autodisciplina que se debe llevar a cabo dentro de la boutique que al final nos van a dar los resultados necesarios para que se mejore las condiciones de trabajo.

1. Seiri (Clasificación)

En esta primera etapa lo que se necesita hacer es separar los productos de acuerdo con el tipo de familia que se maneja en la boutique, ya que esta es una manera más fácil de poder identificarlos y ordenarlos para el inventario de tal manera que al final se tendrá beneficios tales como:

- Eliminación de pérdidas de productos que se dañaron ya sea por el tiempo que se mantuvo en el lugar o algún deterioro que sufrieron durante la estancia dentro del lugar.
- Facilitar el control visual de los productos dentro de la boutique.
- Liberar espacio en el sub almacén.

2. Seiton (Organización)

En esta segunda fase consiste en ordenar los productos de manera que sea más simple la vista de estos, con la ayuda de la primera fase esto es posible ya que se tendrá la clasificación de las familias de cada producto.

Para que esto sea más fácil es recomendable llevar un control visual donde se puedan ubicar todos los materiales que se ocupan dentro de la boutique y los que están en subalmacén para su rápida identificación, esto llevándolo de la mano con la tercera fase que es la seiso (limpieza),

3. Seiso (Limpieza)

Una vez que el espacio trabajo y la colocación de los productos estén ordenados esto será más fácil, ya que en esta fase se podrá eliminar los lugares de suciedad asegurando que todos los productos se encuentren en buen estado y no exista fuga de ellos.

Si esto no se cumple se podrá tener consecuencias en las cuales los colaboradores se verían afectados. Los beneficios se detallan a continuación.

- Reducción de riesgos en los cuales puedan existir accidentes
- Mejorar la imagen de la boutique haciendo que los colaboradores contribuyan a esto.
- La limpieza ayudara a que el establecimiento se vea mejor.

4. Seiketsu (Higiene)

En esta cuarto fase consiste en distinguir fácilmente los productos tanto su ubicación de ellos, esto con la implementación de las tres primeras S (clasificar, ordenar y limpiar).

Será más fácil y dinámico si se signan trabajos y responsabilidades, dando a conocer el rol de cargos que tendrá cada persona durante la semana dependiente en donde se encuentre y el horario que se tenga para su mejor estandarización.

5. Shitsuke (Disciplina)

Por último, la fase de disciplina, en la que consiste el orden y l limpieza de la boutique ayudando a que la imagen de esta esto sea mire mejor ayudando y motivando a los colaboradores a que esto sea posible mediante la realización de sus actividades.

Una vez implementado estas clasificaciones de las cinco S, se hará hincapié en el sistema de control de inventario el cual se implementarán algunos documentos que son importantes para administrar y controlar los productos de la boutique.

Tabla 10 "Plan de acción de la teoría de las 5 S"

Plan de acción de las 5 S en la boutique Deli					
Etapas	Actividades	Recursos	Responsable	Periodo	Observación
Seiri	Identificar los productos	Personal Papel Lápiz	Gerente Colaboradores	Mensual	
Seiton	Control visual	Cámaras Personal	Gerente Colaboradores	Semanal	
	Localización de los productos	Personal productos	Gerente Colaboradores	Mensual	
Seiso	Se podrá implementar el programa de entrenamiento	Charlas	Gerente Colaboradores	Semanal	
Seiketsu	Formar hábitos en el personal para la conservación del lugar de trabajo	Charlas	Gerente Colaboradores	Mensual	
	Asignación de trabajos y responsabilidades	Descripción del cargo	Gerente Colaboradores	Semanal	

Fuente: Elaboración propia con base en información obtenida de la empresa.

3.3 PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE INVENTARIOS

El control de inventario es uno de los aspectos importantes para la administración ya que muy pocas veces es atendido, la importancia de este sistema de inventarios es controlar las entradas y salidas de los productos.

Políticas

- El personal encargado de la recepción del producto debe reportar el registro del inventario diariamente para su captura al sistema.
- Para el control del inventario es necesario llevar el registro del tipo, tamaño y cantidad de producto que está registrando.

- Los reportes del inventario registrado deberán ser capturadas diariamente y ser entregado cada semana a el área administrativa.
- El personal tendrá la responsabilidad exclusiva de asignar códigos a los productos nuevos.
- El personal encargado del control de inventarios deberá entregar las herramientas que se le llegue a proporcionar cada semana.

Como se mencionó anteriormente, las pérdidas de productos dentro de la boutique Deli son constantes a causa de los mismos huéspedes y los colaboradores siendo estos últimos los responsables en pagar. Por ello es necesario nombrar a un responsable para cada actividad, en este caso al momento de realizar la gestión de compra, conteo y calidad del producto, archivar el registro del producto, así mismo realizar la propuesta de implementación de un sistema de inventario. En los anexos se muestran formatos que ellos mismos deben seguir y aplicar al momento de que llegue el producto a la boutique. A continuación, se muestra las actividades con su respectivo responsable:

Tabla 11 Desarrollo de actividades para los colaboradores

N°	Responsable	Actividad
1	Omar Estrada	Gestión de compra
2	Fátima Blanco	Autorización de la compra de productos
3	Andrea ,Muñoz	Conteo del producto
4	Andrea ,Muñoz	Calidad del producto
5	Omar Estrada	Archivar el registro del producto

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 Descripción de actividades

Actividad	Descripción	Registro	Responsable
Gestión de compra	Documento en el cual se hace la solicitud de productos a comprar.	N/A Anexo 3	Jefe de boutique
Autorización de la compra de productos	Revisión y autorización de los productos a comprar.	N/A	Contralor
Recibo e inspección de los productos.	Consiste en recibir los productos y verificar que vengan en condiciones óptimas para el consumo.	N/A Anexo 4	Contabilidad
Clasificación y rotulación	Clasificación de los productos dependiendo a la familia que pertenezca	Sistema	Contabilidad
Registro del producto	Registrar en el módulo de inventarios, en la matrix los productos que ingresan.	Sistema matrix	Contabilidad

Fuente: Elaboración propia

3.4 ACTIVIDADES DE CONTROL

- Conteo físico de los inventarios por lo menos una vez a la semana.
- Hacer conteos permanentes para verificar las pérdidas de insumos.
- Gestionar que el control de inventarios se realice por medio de sistemas computarizados y manual.
- Informar al jefe de la boutique sobre las existencias de los productos en mal estado.
- Permitir el acceso al inventario solamente al personal que no tiene acceso a los registros contables.
- Todo documento elaborado por movimientos de existencias, debe estar firmado por la persona que entrega y por la que recibe.
- Solicitud de Compras: la persona encargada de llevar los registros que controlan los inventarios, al observar que algún artículo está llegando al límite mínimo de existencias, cubrirá una solicitud de compras.
- Entrada de mercancías: El Jefe de boutique deberá saber la fecha aproximada en que llegaran los pedidos. Al llegar las mercancías un responsable las pasará, contará.

4. CONCLUSIONES GENERALES

Con base a lo plasmado en estas páginas, podemos concluir que aun cuando en México existen grupos empresariales, es también de reconocer el hecho de que aún con diversos formatos de negocio y amplia experiencia en el mercado, tienen partes vulnerables con grandes áreas de oportunidad para alcanzar resultados y rentabilidad aún mayores, ya que los resultados de merma son altos, sobre todo en el giro de empresas de hotelería.

Así se tenga un pequeño negocio o una entidad de tipo familiar, es indispensable no olvidar que es necesario llevar un control, tanto de entradas como salidas de mercancías, revisar continuamente los inventarios y contar con lo necesario para conservar los registros, ya que no solo nos permite planificar para años posteriores sino que nos indica cuales son las áreas de oportunidad.

Los beneficios de los inventarios podemos concluir como los principales:

- Permite desarrollar las habilidades de los empleados y/o emprendedores para conocer los artículos que se ofertan.
- Preparar y actualizar el acomodo de la mercancía
- Generar la confianza y validación del estado óptimo de los productos.
- Preparar de forma eficiente nuevos pedidos o resurtido de la mercancía.

Por lo que se concluye con los factores más relevantes, esperando que antes de evadir, postergar o eliminar un ejercicio de inventarios, se pueda reconsiderar y tomar esta herramienta como un medio viable, para lograr optimización de los recursos dentro de las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- Cortiñas, J. (28 de Noviembre de 2004). *Planificación* . Obtenido de Planificación : <https://www.apuntesgestion.com/b/concepto-planificacion/>
- Abascal, E. (2009). *Fundamentos y Tecnicas de investigacion comercial*. España: ESIC.
- Antonio, H. P. (2006). *sistem de inventario* . Obtenido de sistem de inventario : http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/monografias/basic/herrera_pa/cap3.pdf
- Anzola, S. (2002). *Administración de pequeñas empresas* . mexico : Interamericana Editores S.A. de C.V .
- Draf. (2004). *Adnministración* . México : Cengage Learning Editors.
- Ecured. (Mayo de 2008). *Sistema* . Obtenido de Sistema: <https://www.ecured.cu/Sistema>
- Emprendepyme. (2008). <http://www.que-es-un-presupuesto.net.com>. Obtenido de <http://www.perupuestos.com>
- Espinoza, O. (2011). *La ensenada* . Nadrid: 1RA EDICION.
- Evaluacion-Control, S. (01 de 2013). <http://e-learningmarketing.blogspot.mx/supervision-evaluacion-y-control.html>. Obtenido de [blogspot.mx](http://e-learningmarketing.blogspot.mx/supervision-evaluacion-y-control.html).
- Fernández, R. V. (2002). Mexico DF: Thomson.
- Fernández, R. V. (2002). *diseño de la muestra*. Mexico: Thomson.
- Fernández, R. V. (2002). *estrategia demercadotecnia en su libro fundamento de mercadotecnia*. Mexico DF: Thomson.
- Fisher, L. (1996).
- Fisher, L. J. (1996). *investigación de mercado*.
- Fisher, L., Alma Espejo , & Jorge Navarro . (1996). *objetivo de la investigacion*.
- Franklin, G. T. (1992). *Control de inventarios Teorí y Practica* . México D.F. : Editorial Diana .
- Gabriel, M. (2012). *Introduccion a la investigacion educativa*. Guadalajara : Progreso .
- Gantt, H. L. (1917). <http://www.diagramade.gantt.edu.com>. Obtenido de <http://www.edu.com>
- Hernández, R. S. (1991). *variables en su libro metodologia de la investigacion*. Mexico: MCGRAW-HILL.
- Hernández, R. S. (1991). *mercado*. Mexico: Mcgraw- Hill.
- Hernández, R. S. (1991). *mercado en el libro metodologia de la investigación*. Mexico: Mcgraw- Hill.
- Hernández, R. S. (1991). *tipos de muestra en su libro metodologia de la investigacion*. Mexico: McGRAW - HILL.

- Hernadez, R. S. (1991). *tipos de estudios en su libro metodología de investigacion*. Mexico: McGraw-Hill.
- Kotler y Armstrong. (2012). *precio* (Vol. decimocuarta edicion). Mexico: pearson.
- Kotler, A. G. (2003). *en su libro "marketing" plaza*.
- M.E.C. (1992). *Proyecto Curricular* . Madrid: MEC.
- Malhotra, N. N. (2008). *problema de investigacion*.
- Marketing. (2009). <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/506/Evaluacion%20del%20Marketing.htm>.
- Mondragón Pérez, A. R. (Marzo de 2002). *Cultura Estadística y Geografía* . Obtenido de Cultura Estadística y Geografía: http://www.planeacion.unam.mx/descargas/indicadores/materiallectura/Mondragon02_inegi.pdf
- Muller, M. (2005). *Fundamentos de administracion de inventarios*. Colombia: Editorial Norma .
- Navarro, M. J. (1999). *Control de inventarios y teoria de colas* . Argentina: Editorial EUNED.
- Ohlin, B. (marzo de 2006). *Finanzas*. Obtenido de Finanzas: Rotación de Inventarios es la proporción existente entre el Costo de las mercancías vendidas y el inventario promedio (saldo del Inventario final cuando se carezca de las cifras inicial y final, o de las cifras mensuales para determinar el promedio)
- Público, S. d. (2010). *Guía para el Diseño de Indicadores Estratégicos*. México .
- Poch. (1992). *Manual de Control Interno*. Barcelona : Editorial Gestión .
- productomercado/control. (s.f.). <http://productomercado.galeon.com/control.htm>.
- PyME, E. (01 de Octubre de 2018). *Control de inventarios*. Obtenido de Control de inventarios: <https://hipodec.up.edu.mx/blog/que-es-control-inventario>
- Robbins, S. (2006). *control*.
- Roberto, H. S. (1991). *planteamiento de problemas en su libro metodlogia de la investigacion* . Mexico DF: MCGRAW-HILL .
- Rodriguez, P. (1989). *Diseñar y Enseñar* . Madrid: Narce .
- Sotomayor, R. (1 de septiembre de 2015). *Contaduria* . Obtenido de Evaluación del control interno y sus componentes en la auditoría de estados financieros: <http://contaduriapublica.org.mx/2015/09/01/evaluacion-del-control-interno-y-sus-componentes-en-la-auditoria-de-estados-financieros/>
- Supervision-Evaluacion-y-Control. (01 de 2013). <http://e-learningmarketing.blogspot.mx-supervision-evaluacion-y-control.html>.