

**GRUPO DE INVESTIGACIÓN SICOFAS**  
**INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR ITFIP**

**Programa de Contaduría Pública**

**Proceso de apropiación social del Conocimiento para  
el fortalecimiento o solución de asuntos de interés  
social**

**Proyecto**

**Análisis del manejo de inventarios en las tiendas del  
barrio Belén y Balkanes del Espinal Tolima**

**Investigadores**

**Yuren Natalia Aldana Murillo  
Laura Tatiana Calderón Leal  
Robert Alexander Guzmán  
Roberto Sabogal Barreto  
Erika Morales Lugo**



Este obra está bajo una [licencia de  
Creative Commons Reconocimiento 4.0  
Internacional](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

[<a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/"></a><br />Este obra está bajo una <a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/">licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional</a>](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

**JUNIO 2021**

## Resumen

Las tiendas de barrio hacen parte del comercio minorista, constituyéndose en un canal de distribución clave para los estratos socioeconómicos. También son un flujo de efectivo diario que un buen control y procedimientos contables pueden contribuir un monto fiscal que les proporcione también rentabilidad. Dentro de las necesidades inmediatas que tienen estos comerciantes y que les atrae muchas dificultades en el manejo del negocio, está el control contable de sus inventarios. Frente a esta necesidad, la asesoría contable que deben demandar estos microempresarios es prioritaria pues sus conocimientos y las decisiones de invertir técnicamente son limitados.

La presente investigación recoge un estudio desarrollado en tiendas de barrio en el aspecto relacionado con el análisis del manejo aplicado a los inventarios en sus actividades comerciales que llevan a diario, además, evidencia la administración que los tenderos le dan al ingreso y salida de los productos que comercializan. Los resultados de esta investigación sirvieron para ofrecer recomendaciones y estrategias que mitiguen la problemática que con frecuencia afrontan estos comerciantes, además, servirán como base para otras investigaciones que deseen implementar acciones que mejoren los procesos de inventario de mercancías y productos en otras pequeñas empresas.

**Palabras Claves:** Tiendas de barrio, estratos socioeconómicos, rentabilidad, comerciantes, negocio, control contable, microempresarios.

## 1. Introducción

Las tiendas de barrio a nivel nacional han venido creciendo y con ello la necesidad de innovar y crear estrategias que les permita competir en el mercado. Por lo tanto, se ha hecho necesario el diseño de mecanismos más efectivos a la hora de comercializar víveres y abarrotes, el tendero necesita implementar inventarios que hagan funcional su negocio.

Este proyecto tiene por objetivo el análisis de del manejo de inventarios en las tiendas de barrio como una herramienta útil y eficaz que le permita a los tenderos del barrio Balkanes del municipio del Espinal Tolima, llevar un control óptimo del inventario del establecimiento comercial.

A lo largo de este trabajo se explica el contexto del proyecto, las necesidades, requerimientos, y el propósito a cumplir, haciendo un análisis general del entorno, lo cual recoge información sobre el análisis del manejo aplicado a los inventarios en sus actividades comerciales que llevan a diario,

Con respecto a la metodología la investigación es de tipo mixto ya que en la parte cuantitativa se describe en forma porcentual el control, registro, rotación de inventario que los tenderos aplican en sus negocios, además, de los tipos o estilos de inventarios que realizan. En lo respectivo a lo cualitativo la descripción de algunas conductas observadas durante la recogida de información como son el manejo de proveedores, la baja de productos y el registro de entrada y salida de mercancía. La muestra utilizada corresponde a las tiendas del barrio Balkanes con registro mercantil, para un total de once y se utilizó como instrumento para recolectar la información la observación y la encuesta.

La investigación se realizó en dos fases, siendo la primera el reconocimiento del contexto contable que se utiliza para el registro de los inventarios que se expenden en las tiendas de barrio seleccionadas y la segunda establecer la estrategia para el adecuado manejo en los inventarios.

## 2. Planteamiento del problema

Para el manejo de todo negocio sin importar la razón social y el tamaño de su actividad económica, requiere para su crecimiento conocer y aplicar las exigencias contables que por ley le corresponde desarrollar. Sin embargo, son muchas las pequeñas empresas que por diferentes motivos omiten el manejo de inventarios desde sus negocios, unos porque las leyes los amparan, otros por sus desconocimientos y unas últimas por negligencia.

Un inventario pertenece al sistema de información contable, lo que permite tomar decisiones, está compuesto por entradas, procesamiento y salidas, más específicamente entendiéndola como la recolección de datos mediante soportes sean manuales o sistematizados, el proceso de registro y la emisión de los informes realizados representan la realidad económica y financiera de la empresa. Según el diccionario de Fernando Martín Ámez (1999, p. 57), “la práctica contable se refiere al proceso de registro y comunicación de transacciones, enfocado hacia la representación de la realidad económica y financiera de un ente” Citado en (García y Vásquez 2018).

Por otro lado, la constitución de empresas en el territorio colombiano y el inicio de su operación implican tener en cuenta una serie de requisitos mínimos en el ámbito legal. Conocer y entender todo lo concerniente respecto a la normatividad contable y fiscal, permite el buen funcionamiento de la empresa. Para tal fin, se requiere llevar un registro contable de sus cuentas incluyendo y siendo el más importante los inventarios, pues estas acciones colocan a estas microempresas con oportunidades de crecimiento y competitividad en el mercado.

El no registro de inventarios es una característica marcada en las tiendas de barrio y la convierte en una problemática que debe ser atacada desde la aplicación contable, pues resulta de vital importancia conocer lo que hay en almacén y de cuales materiales o productos se disponen para gestionar el flujo de mercancías a través del ciclo productivo.

En el municipio del Espinal Tolima se aprecia con frecuencia el surgimiento y crecimiento de negocios como son las tiendas de barrio, pequeñas empresas que por lo general no utilizan apoyo profesional contable, sino que son sus dueños o administradores quienes adelantan empíricamente estas actividades. Por esta razón se hace necesario analizar el manejo de los inventarios que llevan las tiendas de barrio para conocer sus movimientos y poder ofrecer recomendaciones o estrategias para un buen manejo, por lo anterior es que se formula la siguiente pregunta de investigación.

¿Cómo es el manejo de inventarios realizado en las tiendas del barrio Belén y Balkanes del Espinal?

### 3. Objetivos

#### a. Objetivo General

Analizar el manejo del inventario en las Tiendas del Barrio Belén y Balkanes del municipio del Espinal Tolima.

#### b. Objetivos Específicos

- Describir la importancia de los inventarios en las tiendas del barrio Belén y Balkanes del Espinal Tolima.
- Identificar el manejo que los tenderos dan a los inventarios en las tiendas del barrio Belén y Balkanes del Espinal Tolima.
- Establecer estrategias para el adecuado manejo en los inventarios en las tiendas del barrio Belén y Balkanes del Espinal Tolima.

### 4. Justificación

En el territorio colombiano existen aproximadamente 500.000 tiendas de barrio, pero sobre la cifra no hay consenso porque muchas no están legalizadas. (FENALCO 2020), por la no exigencia de registrar facturas no declaran renta y muchas de ellas ni siquiera llevan registro de inventarios.

El creciente desarrollo de las tiendas de barrio ha hecho necesario el diseño de mecanismos más efectivos a la hora de comercializar víveres y abarrotes, el tendero necesita conocer la situación económica de su negocio. En esta actividad podemos encontrar varios factores que confluyen, como son la necesidad de conocer la viabilidad económica, el stock de productos y las necesidades de los clientes.

Dentro de las necesidades inmediatas que tienen estos comerciantes y que les atrae muchas dificultades en el manejo del negocio, está el control de entradas y salidas de los productos. Frente a esta necesidad, la asesoría contable sobre manejo de inventarios que deben demandar estos microempresarios es apremiante.

Analizar en las tiendas de barrio el manejo de los inventarios, para que esto permita saber lo que se vende diariamente en cada tienda, y cuál debe ser la frecuencia y cantidad de los pedidos para sustentar las demandas de mercancía requeridos. Un inventario refleja rápidamente qué productos pedir a tiempo para evitar decir ¡eso se acabó y aún no me llega!, lo que implica perder una venta, o decenas en un mismo día, que se refleja en una pérdida significativa tanto de clientes como monetaria.

Conocer de forma directa como los tenderos encaminan su negocio, si existe o no aplicación contable, que tipo de inventarios aplican ofrece a otros emprendedores de esta rama crear empresa con herramientas más efectivas que pueden contribuir en rápido crecimiento y mejores rendimientos.

Esta investigación es importante porque con ella se conoce en primera instancia como llevan los tenderos el control de sus productos (inventarios), si existen o no. Como afrontan la necesidad de registrar entradas, salidas y el stock de productos, si están tecnificando con programas de cómputo o manual, especialmente de acuerdo con sus resultados, poder ofrecer recomendaciones técnicas y estrategias contables que les permita el registro eficiente de inventario de los productos que se comercializan en su negocio.

## **5. Marco de referencia**

### **a. Antecedentes**

Para el desarrollo de esta investigación se tuvo en cuenta dos categorías como son: Los procesos en los inventarios y las pequeñas empresas minoristas como tiendas de barrio, presentando un balance de conocimiento acumulado en los últimos diez años con una mirada internacional en países de habla hispana, además del rastreo nacional y local en las dos categorías se encontró.

#### **i. Mirada Internacional**

En la búsqueda de estudios relacionados con el análisis de inventarios en tiendas de barrio, son pocas las investigaciones encontradas a nivel internacional, sin embargo, abordamos dos de ellas que tienen mucha relación con la investigación en curso.

(Abad 2017). En su estudio titulado “Diseño del sistema de control de inventario para la tienda las mellizas del cantón la libertad en Guayaquil Ecuador. Se quiso aquí estudiar cómo influyen los movimientos de entradas y salidas, el control de los inventarios y el proceso de venta de una tienda de barrio. En conclusión se pudo constatar que la funcionalidad con que trabajan la mayoría de éstas tiendas de abarrotes en los barrios alejados del centro de las ciudades no es la mejor, carecen de controles sistematizados que ayuden a que sean negocios más beneficiosos para sus administradores. Esta investigación aporta bases teóricas para ofrecer estrategias de inventarios a las tiendas de barrio desde la aplicación de herramientas tecnológicas.

Un segundo abordaje corresponde a (Arriola 2017). Las estrategias de las tiendas de conveniencia ante la entrada de nuevos competidores en el Perú. Esta investigación tiene como objetivo Identificar las estrategias de las tiendas de conveniencia (de barrio) y analizar si son sólidas para mantener su liderazgo pese a la entrada de nuevos y fuertes competidores en esta rama en el país. En ella se considera pertinente evaluar si las tiendas de conveniencia en el Perú aplican las estrategias de: desarrollo de mercado, liderazgo en costos y diferenciación, estrategias empleadas por las cadenas de tiendas de conveniencia líderes a nivel mundial. Además, se desea

evaluar si la aplicación de estas estrategias permite mantener una posición de liderazgo en el mercado actual y en un mercado donde, posiblemente, puedan ingresar nuevos y fuertes competidores.

Su relación con la investigación en curso consiste, en el análisis de las estrategias enfocadas a mirar las tiendas de barrio como empresa desde la planificación tributaria y contable para hacerlas crecer y mantenerse en el mercado de forma competitiva.

## ii. **Mirada Nacional**

En Colombia son muchas las investigaciones realizadas sobre estudiar las tiendas de barrios desde diferentes campos como el contable, jurídico, administrativo, sin embargo, no se encuentran estudios donde se relacione las tiendas de barrio con los de inventarios. Sin embargo, se abordó a (Arboleda 2017) Las tiendas de barrio: el comercio minorista y sus retos en el mercado. Su objetivo fue identificar las estrategias óptimas para que las tiendas de barrio sean consideradas como negocio de emprendimiento, cuyo modelo es el de un comercio minorista que compite con los hipermercados de cadena que existen en Colombia.

Concluye que ver la tienda de barrio como una empresa es clave para crecer y llegar a ser superior, en sus hallazgos encuentra que un número importante de tenderos manejan su establecimiento de manera técnica y profesional, esto les permite crecer como empresa, es así que la prioridad para estos comerciantes sea la de tener contenidos primordiales sobre contabilidad, área legal y finanzas. Deben llevar una contabilidad básica cuya metodología está en la venta de contado y crédito, compras de contado y crédito, gastos y costos, conocer los diferentes documentos y procesos para ejercer una actividad económica, RUT, conocer las diferentes entidades y programas del Estado que contribuyen al mejoramiento de pequeños negocios por medio de préstamos u otros beneficios.

Otro estudio es el de (Ramírez 2014). Formulación de estrategias para el mejoramiento de la administración de las tiendas de barrio de Bucaramanga. Aquí formular estrategias para el mejoramiento de la administración de las tiendas de barrio de Bucaramanga. Concluye que la mayoría de las tiendas de barrio no cuentan con estrategias administrativas definidas, más que el poder de negociación de sus trabajadores y propietarios al momento de la compra de algunos productos, ciertos controles de ventas financiadas, manejo de precios, entre otras de menor escala, pero ningún control por medio de indicadores de gestión. Esta investigación aporta contenido para enriquecer el marco teórico de la investigación en curso puesto que las dos aplican estrategias de mejoramiento.

## iii. **Mirada Local**

Después de una rigurosa búsqueda documental en la región del departamento del Tolima y sus alrededores se encuentra el aporte de (Tapiero, Montaña & Sánchez 2018) Estudio socioeconómico en las tiendas de barrio del municipio de Girardot, cuyo objetivo fue estudiar el Impacto socioeconómico de las Tiendas de Barrio en el Municipio de Girardot. Esta investigación concluye que los tenderos desconocen cuando se habla de acciones contables en inventario, no los ven relevante e ignoran que otras empresas que cumplen la misma función,

están ingresando a los barrios usando formatos organizados y legales creando una alta competencia comercial con programas técnicos de inventarios que les permite rotación de productos y mejores precios al comprador.

En esta misma línea esta (Echeverry y Lozano 2014). Análisis y diseño de una herramienta de control de inventarios para pequeñas tiendas del municipio de mariquita. El proyecto consistió en el análisis y diseño de una base de datos que contendrá información de los productos que se comercializan en las tiendas de barrio, sus movimientos de entrada y salida, esta base conocida como “sistema de control de inventarios” (SCI) el cual tendrá información específica de los productos que se comercializan, valor de compra, proveedores, pedidos, cantidades, información de clientes, con su nivel de rotación y precio de venta, además de generar un informe general de todos los movimientos realizados a lo largo del periodo y sus respectivos resultados de pérdidas y/o ganancias.

Este estudio tiene relación con la investigación en curso en lo relacionado con la importancia de analizar los inventarios que usan las tiendas de barrio, aportando apoyo para el desarrollo metodológico.

Otro interesante estudio en el contexto local es el realizado por el SENA de Ibagué por (Oviedo 2018) titulado “Tiendas de barrio a la vanguardia de la competitividad”. El mercado comercial de productos de canasta familiar de Ibagué es atendido, en un alto porcentaje, por las tiendas de barrio, quienes son blanco de algunos abusos, en la medida en que estos negocios carecen de técnicas administrativas y contables, factor determinante y necesario para competir. Además, el tendero tradicional expresa rechazo a utilizar técnicas y herramientas tecnológicas por el temor al cambio. En este trabajo se ha desarrollado una innovadora y didáctica aplicación móvil que facilita la gestión administrativa, contable y financiera del negocio, posicionándolo a la vanguardia del mundo empresarial con mayor competitividad y productividad.

Su aporte para la investigación en proceso es la relación que existe sobre la necesidad de aplicar asesorías contables que disminuyan tasas de sobre costo, aumento de cartera y especialmente la implementación de inventarios para el control de entrada y salida de sus productos.

## **6. Marco teórico**

Para la construcción del fundamento teórico de esta investigación se debe estructurar el estudio en dos dimensiones, la primera hace referencia a las estrategias tienen relación con la aplicación de inventarios en una empresa.

Una segunda dimensión corresponde la conformación de empresa minoritaria más conocida como tiendas de barrio, conceptos, historia, importancia y su relación directa con la aplicación en inventarios.

### **6.1 Los inventarios**

Los inventarios tienen su origen en los egipcios y demás pueblos de la antigüedad, donde acostumbraban a almacenar grandes cantidades de alimentos para ser utilizados en los tiempos de sequía o de calamidades. Es así como surge el problema de los inventarios, como una forma de hacer frente a los periodos de escasez. Estos permiten asegurar la subsistencia del negocio y el desarrollo de sus actividades operativas. Esta forma de almacenamiento de todos los bienes y alimentos necesarios para sobrevivir fue lo que motivó la existencia de los inventarios.

Un autor que apoya teóricamente esta investigación es (Zapata Cortes, 2014). El cual elaboro un proyecto llamado, “fundamentos de la gestión de inventarios”, en el cual se propone la creciente necesidad de las empresas de reducir los costos en sus operaciones diarias e incrementar los beneficios para los accionistas generando que las actividades logísticas se vean como un foco para alcanzar estos dos objetivos. Esta necesidad surge como respuesta a la alta competitividad del mercado actual, causada en gran parte por la globalización, que en muchos casos obliga a las empresas a ofrecer sus productos a menor precio, con mejores características de calidad y con un mayor nivel de servicio al cliente.

La administración del inventario es un tema necesario para evitar problemas financieros en las empresas, es un componente fundamental en su productividad, es el activo corriente de menor liquidez que manejan y que además contribuye a generar rentabilidad. Es el motor que mueve el negocio, pues es la base para la comercialización de la empresa que le permite obtener ganancias.

Los inventarios o stocks según (Díaz 1999) “son la cantidad de bienes que una empresa mantiene en existencia en un momento dado”, bien sea para la venta ordinaria del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización. Constituye el nexo entre la producción y la venta de un producto y representa una inversión considerable para la empresa, lo cual debe ser controlado cuidadosamente por ser el activo corriente de menor liquidez. Citado en (Duran 2012).

El inventario debe ser administrado eficientemente, según Ehrhardt y Brigham (2007) persigue dos objetivos fundamentales:

- 1) garantizar con el inventario disponible, la operatividad de la empresa
- 2) conservar niveles óptimos que permita minimizar los costos totales (de pedido y de mantenimiento). Un inventario bajo hace aumentar los costos de pedido, mientras que el inventario alto incrementa los costos de mantenimiento.

### **6.1.1 El inventario como acción contable**

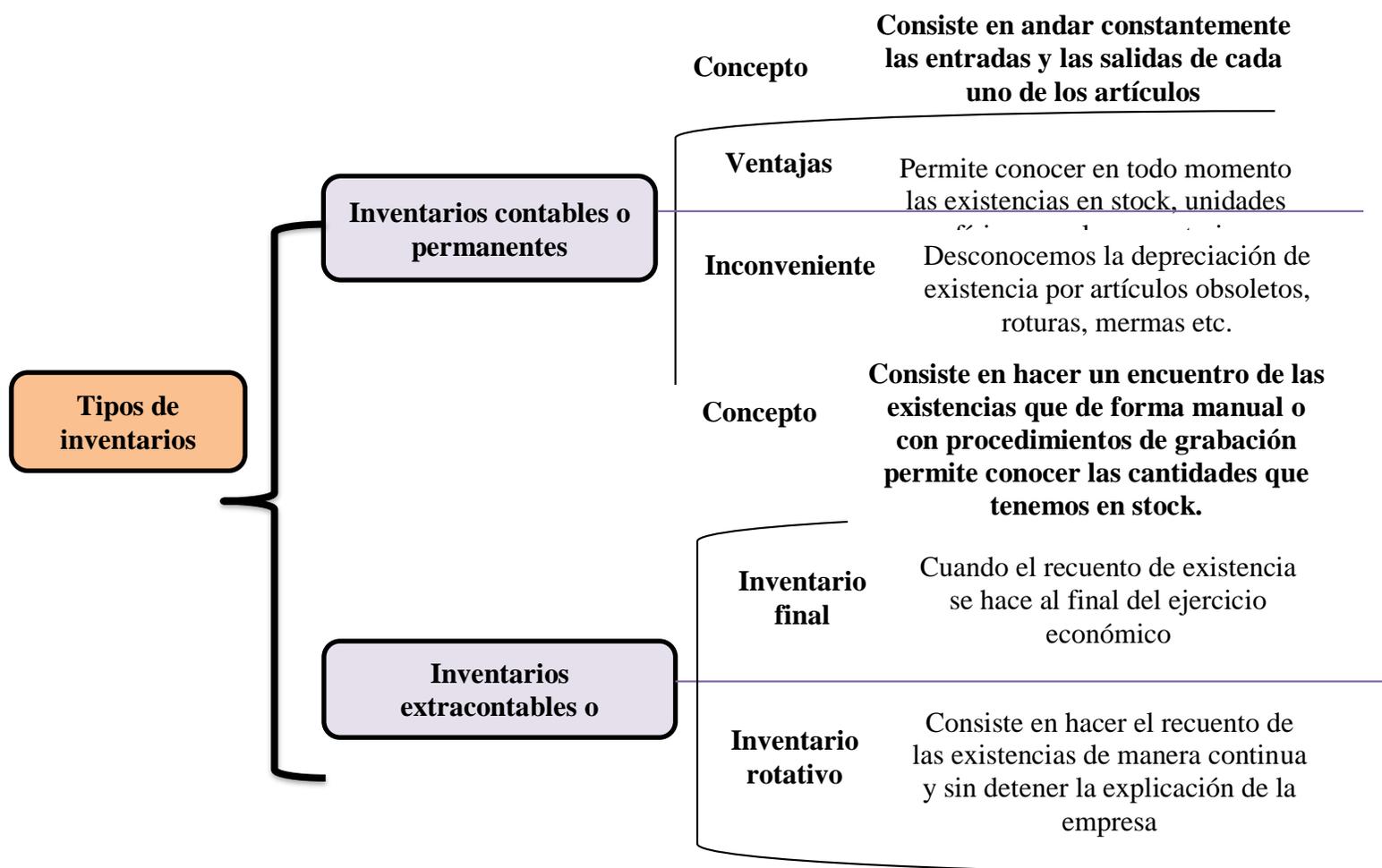
En la práctica contable el profesional se encuentra con diferentes tipos de inventarios que dependen desde la razón comercial hasta su categoría funcional con la que debe utilizar, para este caso por ser pequeñas empresas dedicadas a la comercialización de productos se ajusta más al tipo de inventario de Seguridad, el dilema en la demanda u oferta de unidades hace que exista un inventario de seguridad que es almacenado en un sitio adecuado de la empresa. Generalmente los inventarios de seguridad de materias primas protegen contra la incertidumbre que pueden provocar los proveedores debido a factores como huelgas, escases, unidades de mala calidad,

entre otras. En lo relacionado a la demanda sirven para prevenir faltantes provocadas por fluctuaciones inciertas de la demanda.

### 6.1.2 Tipos de inventarios

Los inventarios los podemos clasificar de acuerdo con su grado de transformación y la función que cumple en la empresa. Según BIND ERP, (2019), quien está a cargo de la administración de inventarios sabe que en sus manos se encuentra una de las áreas más importantes de la empresa, ya que su correcta gestión genera utilidades, productividad y un coherente funcionamiento entre la oferta y la demanda. Sin embargo, se debe tener buen conocimiento sobre su utilización pues su diversidad hace que sean aplicados desde diferentes enfoques en la empresa.

A continuación, se presenta una clasificación de inventarios que se ajusta a las acciones contables. Figura 1. Clasificación de inventarios



Fuente: Elaboración propia con información recuperada de <https://www.xmind.net/m/9HMu/>

## 6.2 Asesoría Contable en inventarios

El registro de cuentas se remonta desde la literatura contable como una acción indispensable para el control y funcionamiento de cualquier negocio y, que refleja confianza y seguridad para quienes la utilizan.

Bajo estas premisas, se crean espacios de seguridad para requerir los servicios de los profesionales contables, pues se encuentra en esta profesión una herramienta fundamental para ayudar en crecimiento de su negocio. Por lo anterior, se entiende por asesoría contable la forma en que se ejecuta y desempeña la labor contable en las organizaciones (León y Naranjo, 2011). Por lo tanto, este tipo de acciones se pueden estudiar desde diferentes perspectivas en el entorno colombiano, con el fin de reconocer el amplio campo de actuación de los profesionales contables en un entorno donde quienes toman los servicios de este profesional lo ven más como una obligación que impone el Estado y prestan poca atención a la información que el mismo profesional les suministra.

Teniendo en cuenta que “las MIPYMES representan el 96,4% de los establecimientos empresariales de Colombia” (Lopera, Vélez y Ocampo, 2013, p.4), lo que indica que éstas hacen parte fundamental de la economía del país y por lo tanto de su desarrollo, deberían ser éstas las que utilicen las asesorías contables en todo su campo de acción especialmente los inventarios, abriendo sus puertas a todos los beneficios que brinda la profesión contable. Sin embargo, la mayoría de estas empresas, usan la contabilidad como algo obligatorio y que sirve para satisfacer requisitos legales.

La segunda corresponde a las tecnologías de la información como algo fundamental para facilitar el manejo, y el procesamiento de grandes volúmenes de información. Las tecnologías de la información entendidas como “el conjunto de desarrollos tecnológicos relacionados con la captación, almacenamiento, manipulación, presentación y transmisión de datos” (Rodríguez, 2004, p.76) se vuelven algo esencial que aumenta el desarrollo y la productividad en todos los aspectos de las Compañías.

A medida que fueron surgiendo las tecnologías de la información y las empresas las fueron adaptando a sus procesos, se convirtieron en una herramienta fundamental en los procesos contables y productivos de éstas. En cuanto al manejo de inventarios se refiere, tener un software era la oportunidad de hacer cuentas más eficiente, oportuna, confiable, y se volvió una necesidad para poder competir en el mercado por el alto volumen de registros y por la optimización de tiempo, además porque estos aplicativos informativos minimizaban la posibilidad de error. Los inventarios son uno de esos aspectos contables que se pueden llevar eficientemente con estos avances tecnológicos y en la actualidad van siendo incorporados poco a poco en las tiendas de barrio.

La mayoría de las tiendas de barrio no llevan contabilidad en sus negocios, ya que no es obligatorio y no lo consideran necesario por la poca información y capacitación que tienen los propietarios y/o administradores sobre los temas contables, lo que se reflejó en una deficiencia de hechos y soportes sobre la realidad de la unidad productiva y por ende no hay un control adecuado de sus finanzas que da como resultado un obstáculo en el crecimiento de estas.

El acompañamiento contable para los tenderos no es más que un gasto que se debe evitar por todos los medios, ignorando la importancia y utilidad para obtener información no solo de carácter legal, sino también económico que permita un mejor direccionamiento de la unidad productiva a corto, mediano y largo plazo.

### **6.3 Importancia del inventario en la tienda de barrio**

El número de tiendas de barrio es indeterminado como indeterminados son aquellas que realizan inventarios, son pocas las tiendas que aplican esta herramienta contable, la mayoría se amparan en cuentas llevadas en libro de notas o simplemente por la carencia de productos. Sin embargo, esto es un beneficio que hace crecer técnicamente la tienda y alivia la labor del tendero.

Si se tiene un inventario al día, se asegura que la mercancía está actualizada y en orden, con esto es posible analizar y evaluar datos que nos ayudarán a tomar mejores decisiones para el negocio. Una de las primeras características es identificar los movimientos de producto y con esto poder hacer predicciones del flujo de mercancía, de esta forma es más fácil tomar decisiones, tales como cuándo realizar nuevas requisiciones o estar preparados para las temporadas de mucha o poca demanda; de igual forma, se pueden reducir costos de compra y almacenamiento ya que al organizar el espacio que se tiene destinado para el stock de mercancía se destina solo espacio necesario para el almacenamiento y así se evita el posible deterioro de producto.

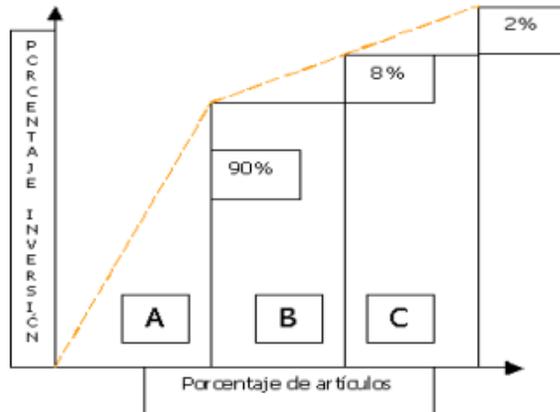
### **6.4 Tipos de inventarios que se pueden utilizar en tiendas de barrios**

#### **6.4.1 Clasificación ABC.**

Es un sistema de control de inventarios eficiente no aplicará la misma metodología de control para todos los productos almacenados, por el contrario, se utilizarán métodos de control y análisis específicos de acuerdo con la importancia económica relativa de cada producto, así como, la demanda, los costos logísticos del producto y variables financieras que afecten el inventario. El método ABC se fundamenta según (Díaz & Patiño (2011)) “En cualquier clasificación de los inventarios una pequeña fracción expresada en términos de elementos representa una fracción mayoritaria en términos de efecto”.

Lo anterior se puede interpretar como el modelo actual que emplean las grandes empresas para el manejo de sus inventarios, donde estas tienden a clasificar los productos almacenados, en grupos para así destacar los artículos más representativos, de acuerdo al empleo de varios parámetros cuantificables. Así mismo, se establecen parámetros a los criterios de clasificación que serán cuantificables y expresan la importancia económica de los productos en inventario como lo refleja la figura 2.

Figura 2. Representación gráfica de la clasificación de inventarios ABC



Fuente: Taha, H. Investigación de operaciones. Citado en (Acosta 2020)

De acuerdo con las revisiones bibliográficas en cuanto a la clasificación ABC se encuentran cuatro métodos claramente diferenciados para aplicar a un inventario que son:

- A. Clasificación por precio unitario. Para esta clasificación se debe tener los precios unitarios de venta de todos los productos y una vez que se tenga completa la información se organizará cada producto del de mayor a menor precio y esta clasificación es usada en las organizaciones para controlar los productos de mayor precio de venta.
- B. Clasificación por valor total. Maneja el precio o el costo de cada producto multiplicado por las unidades vendidas en el año y se utiliza para establecer cuáles son los productos de mayor inversión a la organización.
- C. Clasificación por utilización y valor total. Maneja el precio de cada producto multiplicado por las unidades existentes o las unidades vendidas en el año y se utiliza para establecer cuáles son los productos de mayor rotación y los que le generan mayores ventas a la organización.
- D. Clasificación por utilidades. Maneja la utilidad de cada producto multiplicado por las unidades vendidas en el año y se utiliza para establecer cuáles son los productos que le generan mayor utilidad a la organización.

**Pronóstico de la demanda y estimación de ventas futuras:** Al realizar el pronóstico de la demanda permitirá a la organización elaborar una proyección o presupuesto de ventas (Demanda en unidades físicas multiplicado por el precio del producto) y, a partir de ésta, se podrá elaborar las demás proyecciones o presupuestos.

Por ejemplo, al pronosticar o calcular a cuánto ascenderán las futuras ventas, se podrá calcular la cantidad de unidades a adquirir para comercializar, a cuánto variaran los costos, y

cuánto ascenderá la rentabilidad de la organización, de ese modo, lograr un mejor control, una mayor coordinación, para así minimizar riesgos, y todas las otras ventajas que conlleva una buena planificación.

## **6.5 Programas contables de inventarios sugeridos para tiendas de barrio**

### **6.5.1 Mi Negocio**

Es un sistema contable que optimiza la administración y control de tu tienda. Lo mejor es que puede utilizarse desde múltiples dispositivos y desde cualquier lugar las 24 horas del día, sin necesidad de que tengas que invertir en servidores. Es decir, si tienes ya una computadora o dispositivo móvil, no necesitas nada adicional. Mi Negocio te brinda información íntegra en tiempo real. De esta manera lleva al día tus cuentas de forma simple, rápida y eficaz y evita problemas con el SRI y entes de control tributario. Lo más importante es que la gerencia puede tener toda la información a un clic.

Secop v1.4.7: Software para llevar un completo control sobre los inventarios. Puedes registrar ventas, compras, productos, añadir lista de precios, generar reporte de existencias y mucho más.

Alvendi v1.3.1: Es un programa para gestionar inventarios. Su interfaz amigable lo convierte en una sencilla y práctica opción para registrar las compras o entradas de productos y las ventas o salidas.

Moyín v1.4: El control de inventarios ya no será un problema gracias a Moyín. Sencillo, portable y fácil de usar.

Alegra: Es un software en la nube que ayuda a que las pequeñas y medianas empresas gestionen la contabilidad, la facturación, inventarios y la administración. Con Alegra puedes crear facturas, registrar pagos, llevar el registro de clientes, y administrar las cuentas bancarias, entre muchas otras aplicaciones, todo de manera rápida, sencilla y segura.

## **6.6 Las tiendas de barrio**

### **6.6.1 El mundo de las tiendas de barrio**

Son muchos los estudios que se le han hecho al fascinante mundo de las tiendas de barrios. Aunque tales esfuerzos por comprender su realidad no han sido muchos, sí se ha alcanzado a dimensionar de forma más precisa su verdadera naturaleza. Se sabe que, por ser un lugar de encuentros sociales, la tienda es un genuino espacio de reforzamiento cultural y un eslabón importante en la economía.

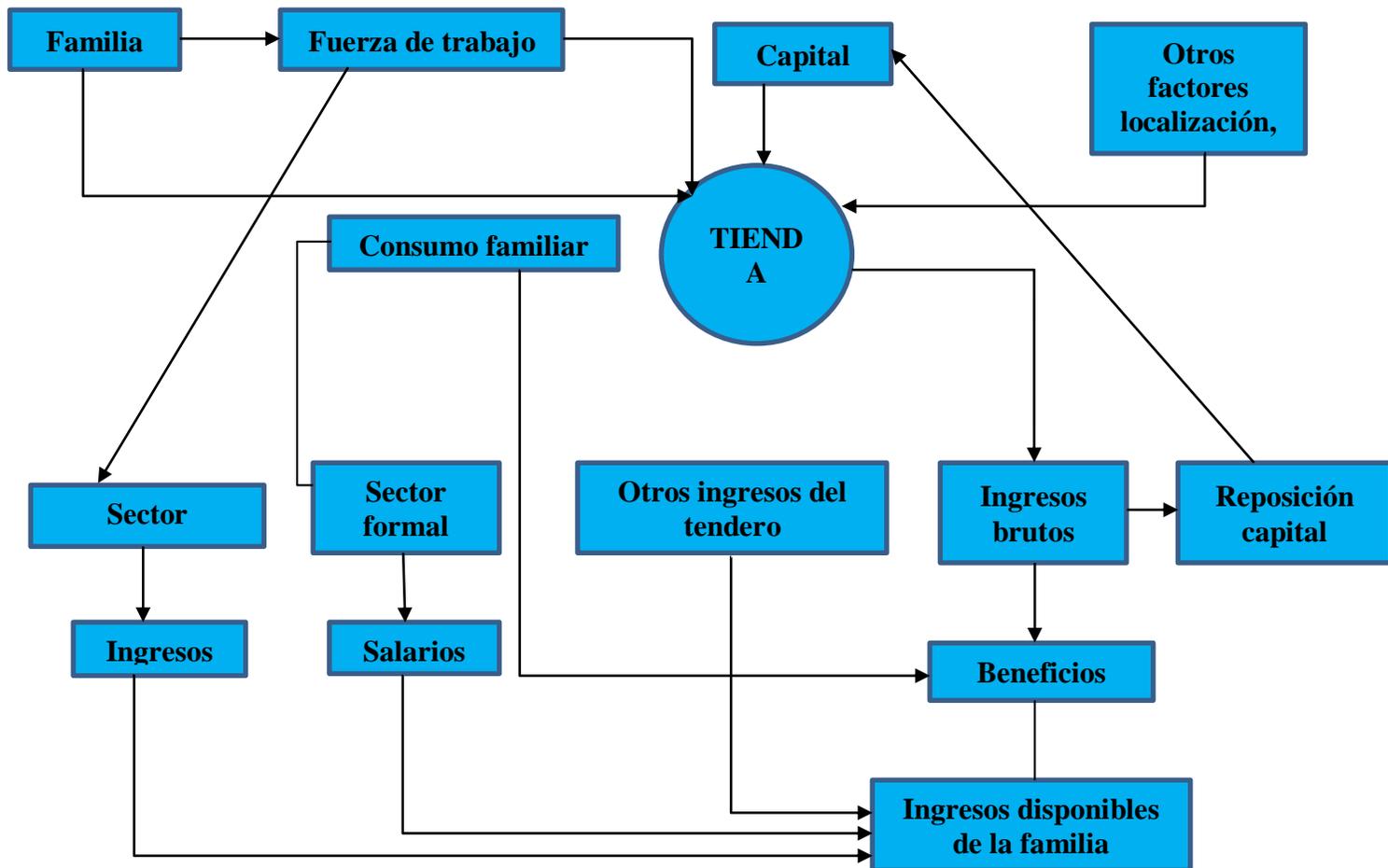
Ante esta abundante presencia de las tiendas de barrio y el desconocimiento de sus propias circunstancias, el Grupo de Investigación en Marketing (GIM) de la Escuela de Negocios de la

Universidad del Norte ha desarrollado un riguroso estudio cualitativo de sus interacciones sociales y comerciales, en busca de la teoría que le dé sentido a su existencia. Apelando a la etnografía para recopilar la información, a la etnología para comparar nuestros diferentes matices y a la interpretación antropológica se ha venido desenmarañando las complejidades de su propio mundo, el de la vecindad. (Paramo 2012).

Más allá de su importancia comercial, el tendero se configuró como un actor para fabricar lazos sociales entre habitantes de los barrios populares. Tradicionalmente la tienda fue un espacio para el encuentro de los vecinos y ese personaje encargado de la atención en el local, poco a poco fue identificando las particularidades de cada uno de los consumidores que frecuentaban su negocio.

De acuerdo con el movimiento del capital, es necesario aclarar que la tienda no pretende acumular dinero, sino más bien, establecer un equilibrio o balance entre las necesidades de consumo inmediato en el hogar y el nivel de fuerza de trabajo, especialmente del trabajo del tendero. Esto se constituye en el eje fundamental que le permite su sobrevivencia. Esto se evidencia de una manera más sencilla en el esquema general de la organización de la unidad económica familiar.

Figura 3. Esquema General de la Organización de la Unidad Familiar



Fuente: Elaboración propia, información de (Londoño 1982). La economía de la tienda de barrio: una explotación sobre la trilogía tienda - tendero – familia. Pg. 13

El esquema permite comprender que la tienda es una unidad económica de la cual se beneficia la familia, haciendo parte del comercio informal.

### **6.7 Apreciación social y financiera de las tiendas de Barrio**

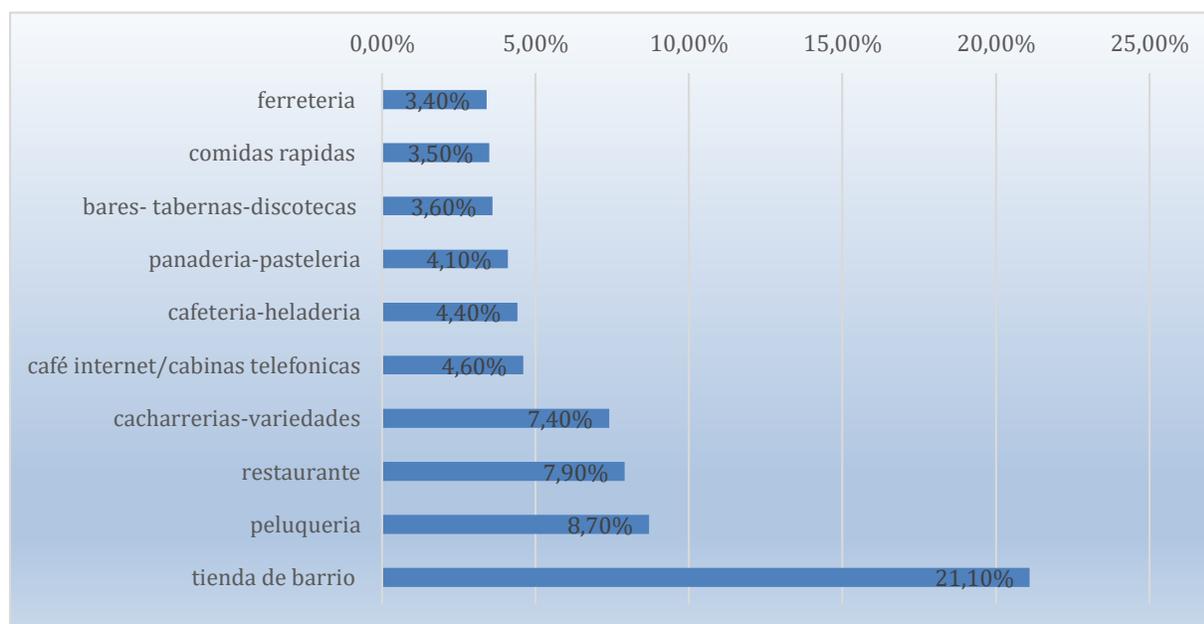
La tienda es considerada el canal tradicional de distribución más cercano de las familias pertenecientes a los estratos uno, dos y tres. En las mediciones de desarrollo económico no existen indicadores claros sobre su impacto en la economía local; sin embargo, su importancia cultural y microeconómica la hace sobresalir en un mercado liderado por las grandes cadenas de hipermercados. (Paramo 2012).

Durante varios años y hasta octubre de 2010 la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) desarrolló estudios de percepción del tendero colombiano en los que se resaltaba la importancia de este tipo de negocios dado que la mayoría de los consumidores satisfacen sus necesidades en las denominadas tiendas. Como lo definen Pinilla & González (citado en Páramo, García & Arias, 2011) las tiendas son negocios micro empresariales generalmente desarrollados por un grupo familiar y de muy pequeña escala, en el cual se expenden artículos de primera necesidad, comestibles, bebidas, licores, miscelánea y productos de aseo (p.84).

Es una unidad económica de la cual obtiene beneficios la familia y hace parte del comercio informal, a diferencia de los supermercados, tiene un contacto directo con el consumidor, por lo que permite conjugar factores determinantes donde se cuenta con el conocimiento de los gustos y preferencias del consumidor al ser un canal tradicional de comercio minorista. Es por ello que los tenderos tienen una fuerza de negociación, la cual es estrategia de marketing para que los consumidores se conviertan en sus clientes. Es necesario tener en cuenta que las tiendas de barrio están jugando un papel fundamental en Colombia, ya que tienen una participación del 21% (Revista Dinero, 2016), y se han vuelto protagonistas de la economía del país, debido a que en su gran mayoría son el sustento de muchas familias, situación que ha posibilitado su permanencia a pesar de los pronósticos de grandes economistas quienes plantearon que, con la apertura de los nuevos almacenes de cadena, la tienda de barrio iba a desaparecer (Ramírez, 2008).

En Colombia, las tiendas de barrio son el negocio más predominante y los establecimientos comerciales que representan el 21 % de los negocios del país, los cuales son tiendas de barrio; solo en Bogotá por cada 94 hogares hay una tienda de barrio. En la figura 4, se podrá observar de manera detallada los negocios más representativos en Colombia encabezados por las tiendas de barrio, salones de belleza, restaurantes y cacharrerías.

Figura 4. Negocios más representativos en Colombia



Fuente: Elaboración propia, con información adaptado de revista Dinero.2016. Obtenida del sexto censo del comercio.

### 6.8 Tiendas de barrio como empresa

Cada día los negocios de barrio en Colombia dan la pelea contra los grandes hipermercados que amenazan con llevarse la clientela. Pero su vigencia se mantiene porque estos pequeños empresarios entienden las necesidades de su principal consumidor: el cliente su vecino, ese que habita en los hogares aledaños. También porque juntos hacen mayoría: el 91,9 % de los negocios en el país son microempresas, es decir, tienen menos de 10 empleados. Las empresas pequeñas ocupan el segundo lugar en el mercado local, con una presencia del 6,2 %, lo que deja un espacio bastante reducido a los medianos y grandes negocios, alrededor de los cuales giran las teorías administrativas. Una tarea pendiente para las facultades de administración de empresas del país, que se centran en enseñar a profundidad conceptos como direccionamiento estratégico, visión o misión, que suelen ser inexistentes en los negocios de barrio. También, la gestión humana, el mercadeo y las finanzas tienen formas de emplearse totalmente distintas a las teorías que se estudian.

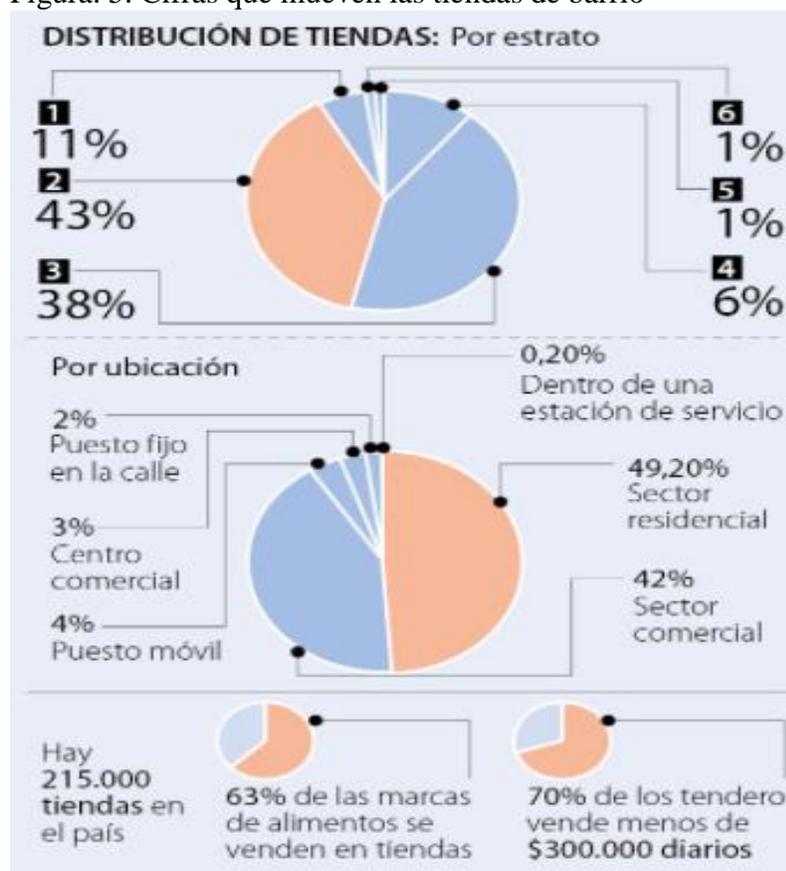
(Páramo 2012) ha descubierto y estructurado nada menos que la primera teoría académica acerca de las micro y pequeñas empresas, las Mypes. Que, si bien tiene como base las tiendas de barrio, los hallazgos han sido ratificados en estudios desarrollados en panaderías, salones de belleza, restaurantes populares y papelerías en diferentes regiones de Colombia y en algunos países de América Latina.

(Muñoz 2005) Indica que, ver la tienda de barrio como una empresa es clave para crecer y llegar a ser superior. El emprendedor busca herramientas para formalizar y tener una administración efectiva de su negocio. De ahí que un número importante de tenderos manejan su

establecimiento de manera técnica y profesional, se apoyan en los conocimientos contables y permiten optimizar técnicamente su funcionamiento.

Si bien la tienda de barrio es el canal más típico para comprar, sus consumidores varían según el estrato. De acuerdo con Juan Ernesto Parra, director de Fenal tiendas, los estratos 2 y 3 concentran 83% de las tiendas, en especial el 2, que tiene 42% y registra entre 240 y 300 locales por cada kilómetro en una ciudad. La siguiente figura representa los estratos que más compran en la tienda y su ubicación o distribución en grandes capitales.

Figura. 5. Cifras que mueven las tiendas de barrio



Fuente: Noticia, los colombianos todavía prefieren la tienda de barrio con tendero.

### 6.9 El éxito sin contabilidad, secreto de los tenderos

El fascinante mundo de las tiendas es un estudio realizado por (Paramo 2012). En el concluye que uno de los factores de éxito de las tiendas “es la miniaturización de las presentaciones de los productos”. Es común que se venda el aceite por cucharadas y el champú en papeletas, algo que saca de apuros a gran parte de la población colombiana, que en un 89 % pertenece a los estratos 1, 2 y 3. Textualmente dice:

“Los tenderos desde siempre han sido los responsables del proceso de miniaturización que han sufrido las presentaciones de los productos de consumo diario. Desde cuando compraban un bulto de arroz y lo empacaban en presentaciones de una libra, de media libra

y de un cuarto de libra, hasta llegar a vender dos onzas de pollo, una cucharadita de aceite, 100 pesos de tomate, por ejemplo. Siempre en su firme idea de favorecer al consumidor final, para transformarlo en un asiduo cliente”.

Otra conclusión del estudio es que las características de este y otros micro negocios radican en su unidad organizacional, pues no es la función, sino el puesto de trabajo. Allí, los empleados cumplen diferentes roles y funciones de acuerdo con lo impuesto por la necesidad. Así mismo, no tienen en cuenta las tendencias del mercado sino lo que sucede en su núcleo cercano. En conclusión, el éxito mayor de los tenderos es no dejarse envolver de un sistema contable que nuble sus ideas y proyecciones con temores financieros, consideran que es mejor crecer a su propio ritmo.

## **7 Marco conceptual**

### **7.1 Inventario**

Los inventarios o stocks según (Díaz 1999) “son la cantidad de bienes que una empresa mantiene en existencia en un momento dado”, bien sea para la venta ordinaria del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización. Constituye el nexo entre la producción y la venta de un producto y representa una inversión considerable para la empresa, lo cual debe ser controlado cuidadosamente por ser el activo corriente de menor liquidez. Citado en (Duran 2012).

#### **7.1.1 Manejo de Inventarios**

Permitirá a la empresa prestar un mejor servicio a los clientes, tener un mayor control de inventario de las operaciones, mejorar la efectividad de la administración, y otras ventajas relacionadas con los costos y la calidad de la operación. Este manejo contable permitirá a la empresa mantener el control oportuno, así como también conocer al final del periodo contable un estado confiable de la situación económica de la empresa. (Serna 2017).

#### **7.1.2 Gestión de inventario**

En el control preventivo de inventarios, es de vital importancia conocer que cantidad o niveles de inventario se debe tener en el almacén para afrontar con mayor precisión, las fluctuaciones de oferta y demanda en el mercado, y de esta manera poder tener a disposición, el material o artículo solicitado por el cliente y en su defecto, no perder potenciales ventas. Para (Laguna 2013), “Los inventarios son las existencias de todo producto o artículo que es utilizado en una empresa”.

### **7.2 Tienda**

Se considera tienda a “todos los establecimientos comerciales dedicados a la venta de productos de consumo masivo de alimentos, víveres, abarrotes y aseo.

### **7.3 Mercadeo**

La American Marketing Association ha definido el marketing como “el proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”. Se considera marketing al conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores. (Ruiz 2013).

#### **7.4 Tiendas de barrio**

Es una unidad económica de la cual obtiene beneficios la familia y hace parte del comercio informal, a diferencia de los supermercados, tiene un contacto directo con el consumidor, por lo que permite conjugar factores determinantes donde se cuenta con el conocimiento de los gustos y preferencias del consumidor al ser un canal tradicional de comercio minorista. Es por ello que los tenderos tienen una fuerza de negociación, la cual es estrategia de marketing para que los consumidores se conviertan en sus clientes. Es necesario tener en cuenta que las tiendas de barrio están jugando un papel fundamental en Colombia, ya que tienen una participación del 21% (Revista Dinero, 2016), y se han vuelto protagonistas de la economía del país, debido a que en su gran mayoría son el sustento de muchas familias, situación que ha posibilitado su permanencia a pesar de los pronósticos de grandes economistas quienes plantearon que, con la apertura de los nuevos almacenes de cadena, la tienda de barrio iba a desaparecer (Ramírez, 2008).

### **8 Marco legal**

El desarrollo de esta investigación se sustentará en el cumplimiento de la normativa vigente y aplicable en Colombia y específicamente en respecto al sector contable relacionado con los inventarios en tiendas de barrios; así también, se complementará con otros cuerpos legales de gran relevancia que puedan complementarla.

Las tiendas de barrio son establecimientos comerciales considerados hoy (mediante la Ley 590 de 2000) como pymes de comercio y que pese a lo planteado por las teorías que explican la evolución de la venta al detalle no solamente no han desaparecido, sino que en la última década ha incrementado su participación en el mercado de productos de gran consumo. La ley 590 de 2000 tiene por objeto Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales.

La ley 1314 Art 63 Sistema Permanente Art. 63. Inventarios. Los inventarios representan (son) bienes corporales (activos) destinados a la venta en el curso normal de los negocios mantenidos para ser vendidos en el curso normal de la operación. Permite un control constante de los inventarios, al llevar el registro de cada unidad que ingresa y sale del inventario.

El marco jurídico de la contabilidad en Colombia está conformado por la ley 145 de 1960, en los artículos que aún siguen vigentes por la ley 43 de 1990, por el decreto 2649 de 1993, por el código de comercio, y por la ley 1314 de 2009, que comprende el marco jurídico de las NIIF, los cuales sirven como fuente fiable para la toma de decisiones de la gerencia de la empresa, o

incluso de terceros, sirve de prueba para procesos judiciales o administrativos. Mauricio Gómez Villegas (2007) estima:

*Hoy por hoy, con un desarrollo histórico verdaderamente amplio, se ha comprendido que la contabilidad es mucho más que la información contable financiera. (...) cada vez es notorio que, con los mismos datos, se pueden configurar múltiples sistemas informativos de propósitos bien diferenciados (p.15).*

Decreto 2706 del 27 de diciembre del 2012, el presidente de la República expidió el “Marco Técnico Normativo de Información Financiera para las Microempresas” con la finalidad de establecer un régimen simplificado de contabilidad de causación aplicable a microempresas y demás sujetos obligados, previstos en la norma, con o sin ánimo de lucro. “El decreto está conformado por cinco artículos que establecen, en su orden: el Marco Técnico Normativo de Información Financiera para las Microempresas; el ámbito de aplicación; el cronograma de aplicación del marco técnico; precisa el alcance de las referencias normativas internacionales sobre información financiera; y, la vigencia del decreto. Además, está acompañado por un anexo que incluye: introducción, marco legal, la forma en que está organizada la norma, y quince (15) capítulos que desarrollan.

Decreto 3022 de 2013, Sección 13. INVENTARIOS. “Establece los principios para el reconocimiento y medición de los inventarios. Inventarios son activos con los siguientes requisitos:

1. Mantenedos para la venta en el curso normal de las operaciones.
2. En proceso de producción con vistas a esa venta.
3. En forma de materiales o suministros, 'para ser consumidos en el proceso de producción, o en la prestación de servicios”.

En Colombia, las Normas Internacionales de Información Financiera – NIIF, son conocidas como el conjunto de normas internacionales de contabilidad, publicadas por el IASB (International Accounting Standards Board).

El Consejo Técnico de la Contaduría Pública (CTCP) propuso que estas normas fueran conocidas en Colombia como Normas de Información Financiera – NIF.

De acuerdo con el artículo 3 de la Ley 1314 del 2009, las NIF son aquellas normas referentes a contabilidad e información financiera, que corresponde al sistema compuesto por postulados, principios, limitaciones, conceptos, normas técnicas generales, normas técnicas específicas, normas técnicas especiales, normas técnicas sobre revelaciones, normas técnicas sobre registros y libros, interpretaciones y guías, que permiten identificar, medir, clasificar, reconocer, interpretar, analizar, evaluar e informar las operaciones económicas de un ente, de forma clara y completa, relevante, digna de crédito y comparable.

Recientemente, el ministerio de comercio, industria y turismo, por medio del decreto 1432 de noviembre del 2020, señala que el estado bajo la dirección del Presidente de la República y

por intermedio de las entidades a que hace referencia dicha Ley, se encuentra facultado para intervenir en la economía y para expedir normas contables, de información financiera y de aseguramiento de la información, así mismo, deben expedir los principios, las normas, las interpretaciones y las guías de contabilidad e información financiera y aseguramiento de la información, con fundamento en las propuestas que deben ser presentadas por el Consejo Técnico de la Contaduría Pública... CTCP, como organismo de normalización técnica de normas contables, de información financiera y de aseguramiento de la información.

## 9 Metodología

Esta investigación es de tipo mixta en la parte cualitativa, porque se “enfoca en comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto”. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p. 66) La recolección de información está basada en la observación directa. En la parte cuantitativa por que se registraran estadísticamente los resultados porcentuales de la encuesta.

Las investigaciones con enfoque mixto consisten en la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, puede decirse que surgieron por la complejidad de algunos fenómenos: las relaciones humanas, las enfermedades o el universo. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

El diseño de la investigación es de carácter descriptivo toda vez que se enfoca en proponer un análisis de prácticas contables. Los estudios descriptivos se ocupan de describir fenómenos; en el sentido más amplio, esto significa que buscan una representación verbal, numérica o grafica de algún fenómeno de interés. Con este propósito general, examinan individuos, grupos, instituciones, métodos y materiales, con el propósito de describir, comparar, contrastar, clasificar, analizar e interpretar las entidades y eventos que constituyen sus campos de investigación (Cohen, Manion & Morrison, 2007).

El proceso en esta investigación se basa en el registro, análisis, descripción e interpretación de los datos obtenidos mediante la observación directa y se desarrollará en dos fases:

### 9.1 Primera fase

La primera fase será el reconocimiento del contexto contable que se utiliza para el registro de los inventarios que se expenden en las tiendas de barrio seleccionadas, en primer lugar, se describirá la importancia de los inventarios utilizadas en las tiendas, para ello se indagará a los tenderos o administradores utilizando la encuesta como instrumento sobre la importancia que ellos le dan al manejo de inventarios. Posteriormente mediante la observación del contexto se identificará el manejo de los tenderos dan a sus productos en relación de inventariarlos, si utilizan métodos empíricos o contables, si es manual o técnico.

La segunda fase, será la puesta en marcha de estrategias contables para optimizar los procesos de inventarios que favorezcan el buen funcionamiento de la tienda.

## 9.2 Segunda fase

La segunda fase corresponde a establecer la estrategia para el adecuado manejo en los inventarios, para ello se analizará los resultados del manejo dado a los inventarios en las tiendas seleccionadas y de acuerdo a estos resultados se organizará y determinará un sistema de inventario adecuado teniendo en cuenta su viabilidad.

En la siguiente tabla se muestra la metodología que se llevó a cabo para la recolección de la información.

*Tabla 1. Técnicas para la recolección de información*

<b>Objetivo Especifico</b>	<b>Metodología</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Fuente</b>
Describir la importancia de los inventarios utilizadas en las tiendas del barrio Belén del Espinal Tolima.	Recoger información con encuesta Indagación de puntos de vista sobre la importancia de inventarios y documentar la información.	Encuesta	Tendero o Administrador
Identificar el manejo que los tenderos dan a los inventarios en las tiendas del barrio Belén del Espinal Tolima	Visitas de observación al sistema de inventarios. Analizar la situación actual. Revisión de los procedimientos, también revisar las falencias de las tiendas en cuanto su gestión de inventarios  Describir el problema. Documentar lo inspeccionado.	Observación Encuesta	Observación del contexto tenderos o administradores
Establecer estrategias para el adecuado manejo de los inventarios en las tiendas del barrio Belén del Espinal Tolima	Análisis de resultados. Plantear estrategia de inventario. Organizar el sistema de manejo de inventarios. Determinar qué sistema de inventarios es el más indicado.	Encuesta Observación	Contexto observado Tendero o Administrador

	Ver viabilidad del sistema de inventarios escogido.		
--	---	--	--

Fuente: Los autores

### Población

Corresponde al total de las tiendas del barrio Belén del Espinal Tolima, con o sin registro mercantil con un aproximado de 25 Tiendas.

### Muestra

Por ser un estudio descriptivo la muestra seleccionada corresponde al tipo no probabilísticas discrecional, ya que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del Investigador (Hernández-Sampieri, 2013). Aquí el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad. Corresponde a todas las tiendas del barrio Belén Y Balkanes del Espinal Tolima, incluyendo las informales y nuevas, agregándose a la tabla las que no estén en el listado, y actualizando datos, teniendo como base en un total de 11 con registro mercantil, según la cámara de comercio del espinal Tolima.

Tabla 2. Tiendas con registro mercantil Barrio Balkanes del Espinal

nombre propietario	nombre tienda	direccion	barrio	telefono	correo	Columna1	Columna2
RODRIGUEZ SALGADO ARIENE	TIENDA ARIENE	MZ 0 CASA 5	BALKANES	3008094264	arienerodriguez1995@outlook.es		
LOZANO RODRIGUEZ LUZ MARY	TIENDA EL ESQUINAZO	MZ 10 CASA 6	BALKANES	2481165	xbox4293@hotmail.com		
BRINEZ NUNEZ HERNANDO	TIENDA LA 17	MZ 17 CASA 17	BALKANES	2485597	hernandobrinez2016@yahoo.es		
HERNANDEZ IZQUIERDO JOSE MARI	TIENDA GISI ESPINAL	MZ 2 CASA 14	BALKANES	3102583321	h1970josemaria@hotmail.com		
BORJA SALAZAR LUZ AMANDA	TIENDA JUANTIBE	MZ 20 CASA 16	BALKANES	3123796143	camilo_capricorneo_96@hotmail.com		
GARCIA ROJAS JOSE	LA TIENDA DE MAFE DEL ESPINAL	MZ 4 CASA 28	BALKANES	3204506111	jogaro-21@hotmail.com		
DIAZ PRADA HONORIO	TIENDA DE HONORIO DIAZ PRAD	MZ 5 CASA 16	BALKANES	2480271	rochiamistad22@hotmail.com		
GUAYARA ROJAS CECILIA	TIENDA LA SEMANA	MZ 8 CASA 5	BALKANES	2486562	monicaguirre2011@hotmail.com		
CESPEDES MURILLO HERNANDO	TIENDA JUAN CHIRRIS	MZ 9 CASA 1	BALKANES	3123085438	johanita_118@hotmail.com		
GUZMAN ROSA ELENA	TIENDA EL BUEN GUSTO DE ROSA	CALLE 20 N° 2-68	BELEN	3125557238	rosa_guzman@hotmail.com		
GONZALEZ MONTENEGRO TERESA	TIENDA DONDE MAYTE	CR 1 N° 20-23	BELEN ALTO	3123176311	jorgerivera.gamarra@gmail.com		

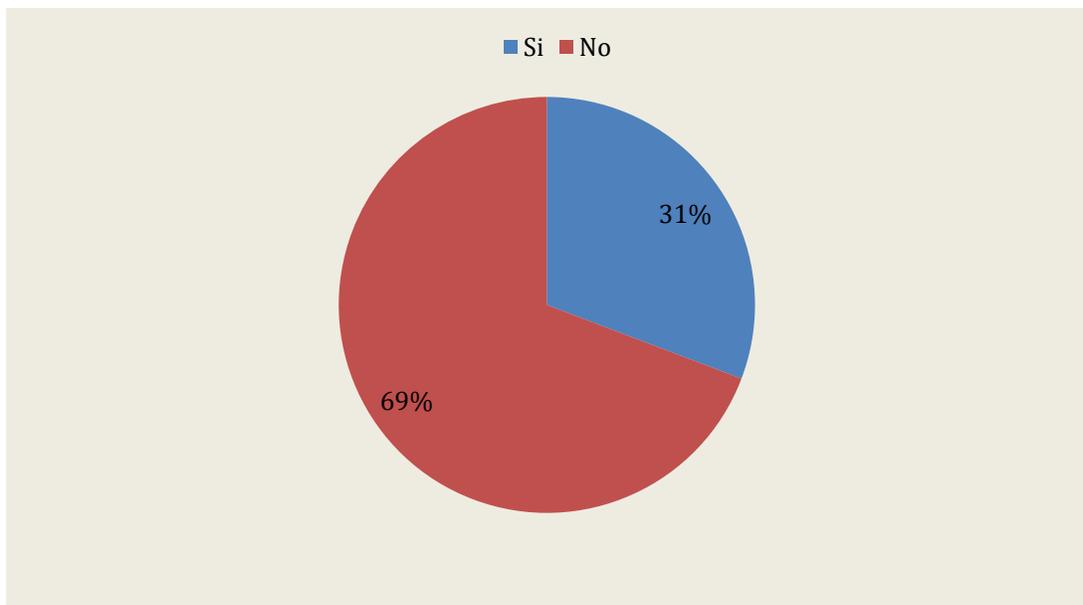
Fuente: (Cámara de comercio Espinal).

## 10 Resultados

### 10.1 Importancia de los inventarios en las tiendas de barrio

Si en las tiendas de barrio del sector Belén y Balkanes se implementaran los inventarios como forma de rentabilidad, garantía y calidad de sus servicios y productos, la productividad y ganancias de estas tendrían un manejo y control, evitando esto perder ventas y clientes, además, Implementar el inventariado permite que la calidad del servicio al cliente sea de un alto nivel, evitando que su tienda presente insuficiencia de inventarios, robo y mermas.

Batista, A., y Guacari, W. (2018) Algunos comerciantes no tienen conciencia de la importancia de control de inventarios en la gestión administrativa del negocio, identificar existencias de



mercancías física y en documentos, conocer posibles pérdidas, averías, que referencias tienen mayor rotación y cuales menos, actualizando el stop de mercancías de acuerdo a las necesidades de los clientes.

De acuerdo con lo anterior, se permite dar respuesta a las siguientes preguntas según el análisis de la encuesta:

a) ¿Emplea usted algún control sobre sus inventarios?

### **Grafica 1** *Control de inventario*

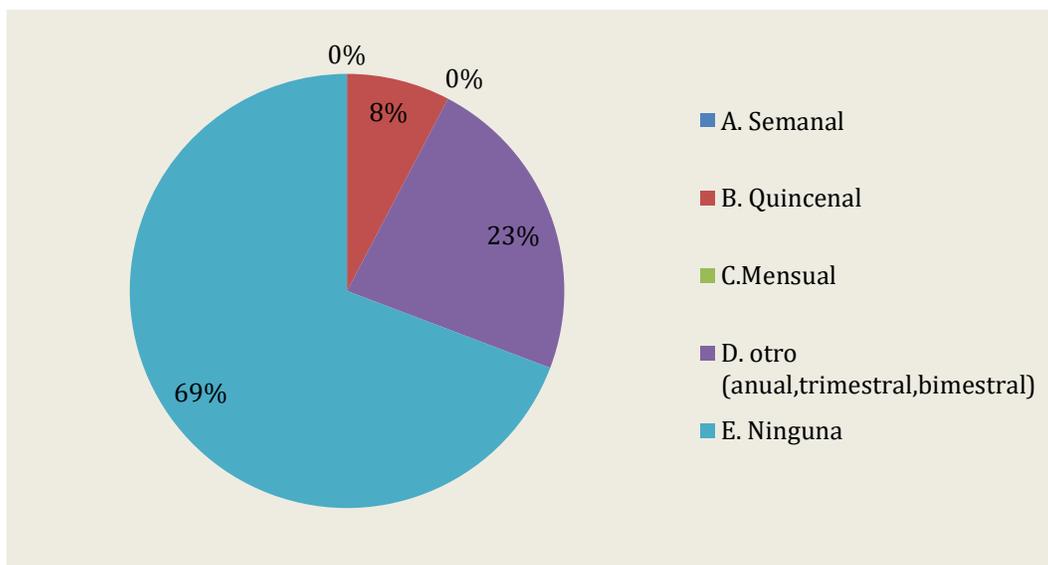
Se puede analizar que el 31% emplea algún control de inventarios en su tienda de barrio. Un 60% no emplea ningún control de inventario en su tienda. El cual se da a conocer la falta de desinformación frente a los controles que deben llevar en su tienda para que puedan lograr un buen manejo de las entradas y salidas de los productos. Como señala Espinoza, (2013). El control de inventarios es una herramienta fundamental porque que facilita la administración de una empresa, y negocio, con el fin de conocer las cantidades existentes de productos para la venta.

De acuerdo con lo anterior, es importante que los tenderos realicen control de inventarios ya que se les permite reducir costos, de pedir productos a su vez el reducir costos por material faltante.

b) ¿Cada cuánto lleva un registro de sus inventarios?

**Grafica 2**

*Registro de inventarios*

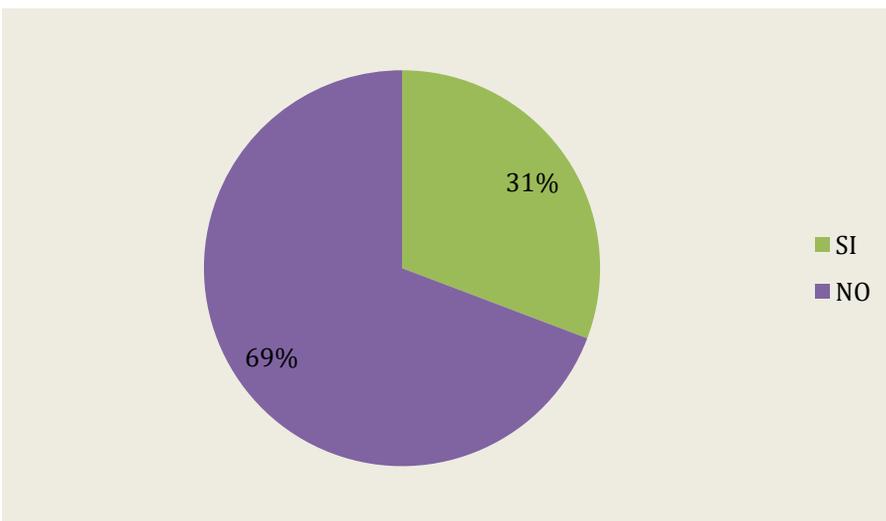


Dando respuesta a esta pregunta cuanto lleva un registro de sus inventarios el 8 % lleva un registro de su inventario quincenalmente. Un 23 % otro tiempo en que se registra el inventario siendo anual, trimestral y bimestral, el restante, es decir el 69% ninguno. Por lo tanto, muestra que de los tenderos encuestados no llevan un registro de sus inventarios. Así mismo, Valera, (2012). Determina, que el registro de inventarios dentro de una empresa se debe llevar de manera continua de las mercancías de existencia. En lugar de ello, al finalizar el periodo se hace un conteo físico de las mercancías de existencia y aplica los costos unitarios apropiados para así mismo, identificar los costos del inventario final. Por lo que es de gran importancia que los tenderos, manejen un registro adecuado de su inventario ya que les permite determinar los costos y las ganancias de la tienda.

c) ¿Tiene establecido algún indicador de rotación de los inventarios de su negocio?

**Grafica 3**

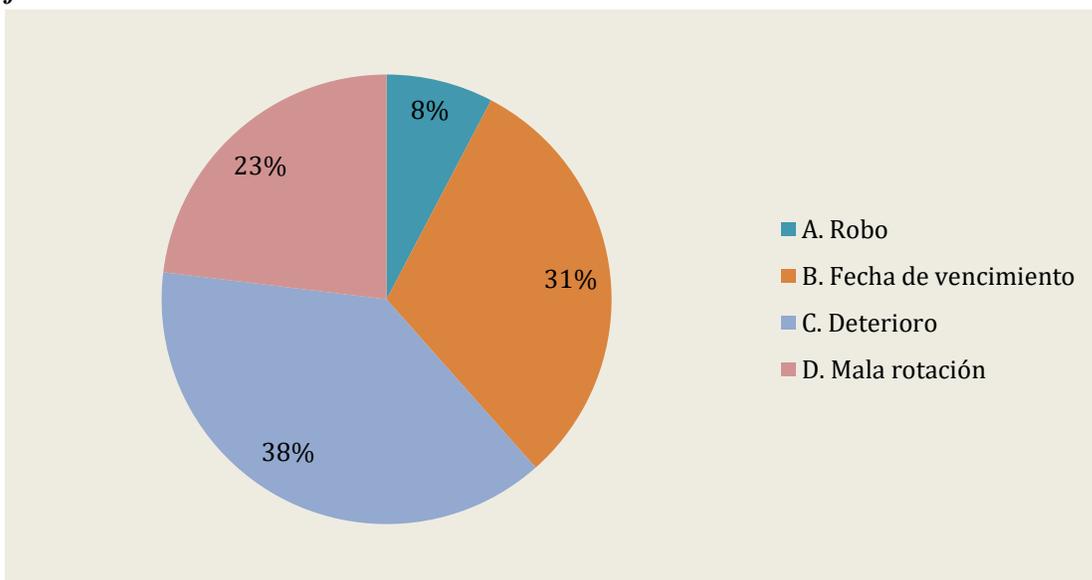
*Rotación de inventarios de negocio*



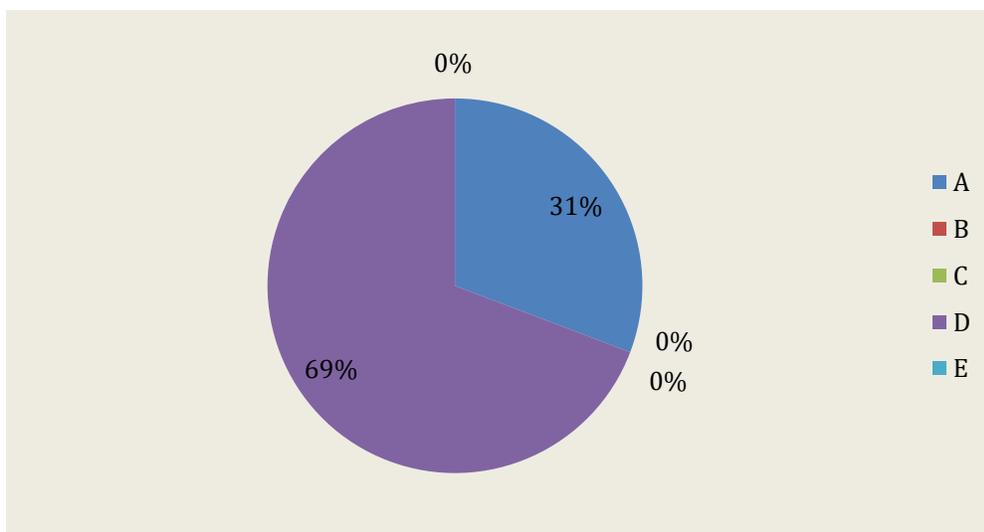
De acuerdo con la pregunta tiene establecido algún indicador de rotación de inventarios. El 31% dice que si tiene establecido algún indicador de rotación de los inventarios de un negocio. Y un 69 % de las personas corresponde que no cuenten con un indicador de rotación para su inventario de su tienda de barrio. De esta manera, Vermorel, (2020), Expone, que la rotación del inventario es importante porque es necesario para medir la cantidad de veces que el inventario o productos se venden o se consumen en un determinado periodo de tiempo generalmente un año. Teniendo en cuenta el concepto anterior, se sugiere que los tenderos, manejen un control de los materiales, ya sean materias primas, de compras o fabricados. Porque le Permite hacer recuentos y ajustes de inventarios, de forma más rápida a todos los datos de los materiales de producción.

d) ¿Su negocio está expuesto a pérdidas de inventarios?

**Grafica 4**



### *Perdidas de inventarios*



Analizando la pregunta, su negocio está expuesto a pérdidas de inventarios se encontró que el 8% de los tenderos encuestados dice que su negocio está expuesto a pérdidas de inventarios por robo. El 31% respondió que, por fecha de vencimiento, el 38 % dice que por deterioro y el restante, es decir el 23 % por mala rotación. Así mismo, Escudero. (2014), menciona que el objetivo del inventario es importante, porque permite conocer la situación exacta de los materiales, comprobar si coinciden las unidades físicas con las contables y localizar productos deteriorados, concretar las necesidades e instalaciones. Con este concepto expuesto, hace referencia a la importancia de realizar inventario ya sea dentro de empresas, o negocios. Por lo que se sugiere que los tenderos manejen un orden de la mercadería al almacenarlos y clasificarlos. El cual será de gran utilidad al momento de despachar, por lo que las reservas del inventario satisfacen las demandas del cliente y previene ante sucesos como robo, deterioros entre otros aspectos negativos sobre el inventario lo que lograría el aumento en la inversión de la tienda.

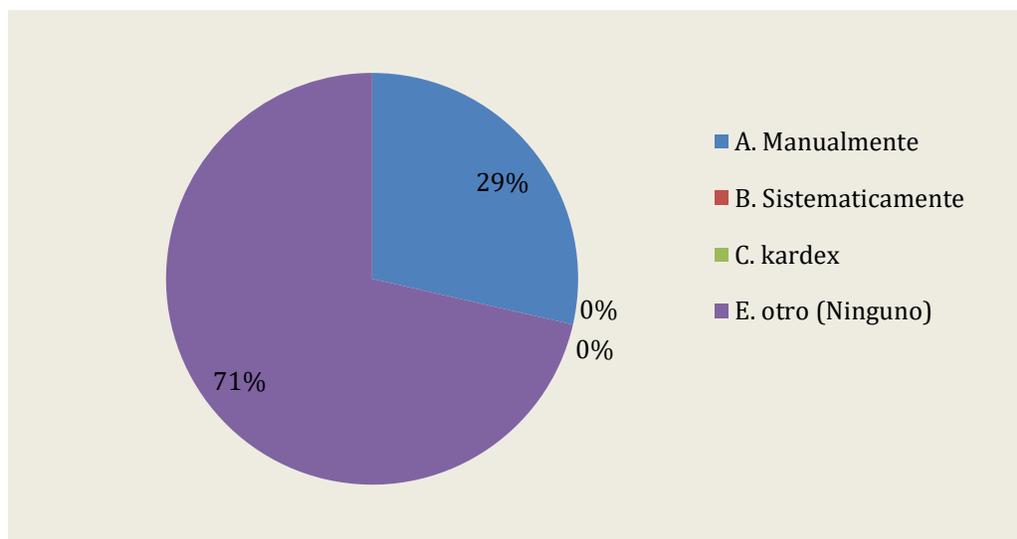
### **10.2 Manejo de los tenderos en inventarios en las tiendas de barrio**

La administración y control de los inventarios en las tiendas de barrio Belén y Balkanes, se presenta de una forma empírica, donde no se implementa un manejo adecuado, lo cual no permite que exista en su negocio productividad y rentabilidad, porque desconocen en realidad sus inversiones, pérdidas, ingresos y egresos.

El tendero debe de desarrollar actividades dentro de su tienda de barrio, entre ellas se identificaron, la compra de las mercancías a los proveedores, la venta de productos, la prestación de los servicios, hacer mantenimiento de su negocio, atender los clientes y conocer sus utilidades. Las tiendas cuentan con unos recursos propios, los cuales deben ser optimizados para el control y manejo de la misma.

- a) ¿Según usted que debe contener su inventario?

**Grafica 5**  
*Inventario*



Se puede identificar que la población encuestada frente a la pregunta que debe contener dentro del inventario, un 31% dice que el control de inventario debe contener entrada-salida-existencias. El 69% corresponde que ninguna de las anteriores debe contener dentro de su inventario. Por lo tanto, se evidencia que la población no tiene ningún interés de llevar un control dentro de su tienda de barrio. Así mismo, Heredia, (2013). Refiere que el inventario representa las entradas, salidas y la existencia, tanto de los bienes de producción en una empresa o negocio que son susceptibles de acciones comerciales, generando ingresos directos o indirectamente. Teniendo en cuenta el concepto anterior, es de gran importancia que los tenderos se dediquen a vender bienes ya que la rentabilidad depende de gran parte de las ventas de inventario porque es el principal propulsor para que el negocio continúe con las actividades administrativas y operativas generen un objetivo de ganar ganancias.

b) ¿De qué manera (método) hace el control de sus productos

**Grafica 6**  
*Control de inventarios*

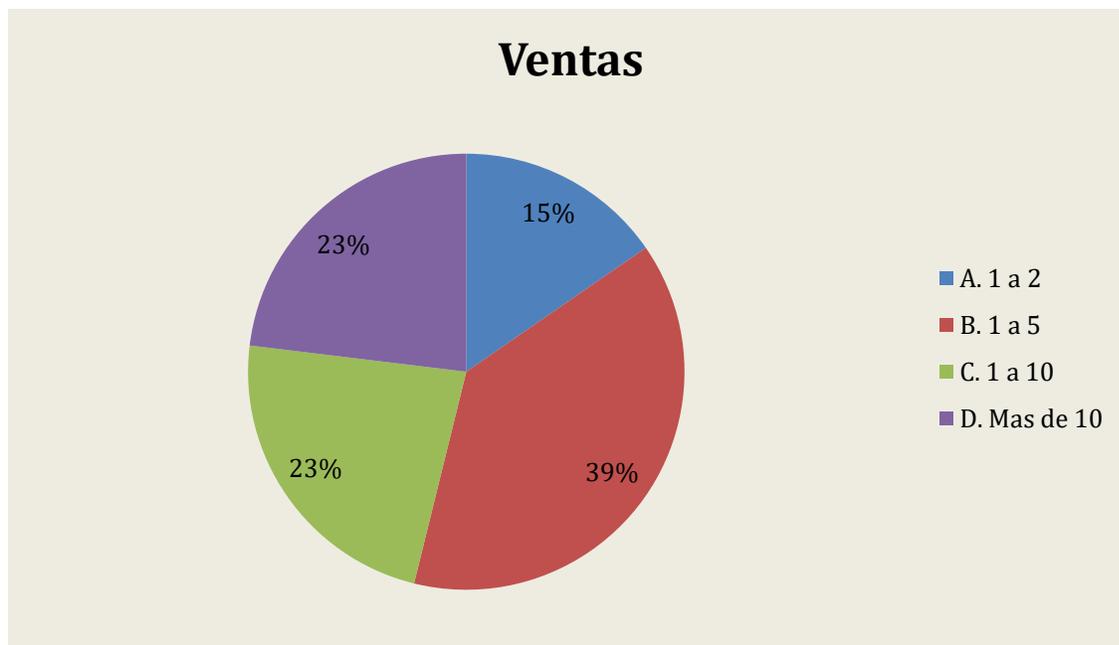
Frente a la pregunta del método que llevan los tenderos para el control de los productos de sus inventarios se pudo identificar que solo el 28% llevan un control de manera manual, el restante, es decir el 71% de la población no manejan ningún método. Por lo tanto, según el manual de control interno Internal control Integrated framework citado por Baquero, (2013) comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos que aseguren que los activos estén

debidamente protegidos, en donde los registros contables y la actividad se desarrolle eficazmente y se cumplan. Así mismo, es de gran importancia que los tenderos manejen un método de control de sus productos con el objetivo que estén debidamente protegidos para velar por la seguridad de los productos con que cuentan los tenderos.

- c) ¿Cuántas existencias maneja por cada línea de producto?

**Grafica 7**

*Existencia de productos*

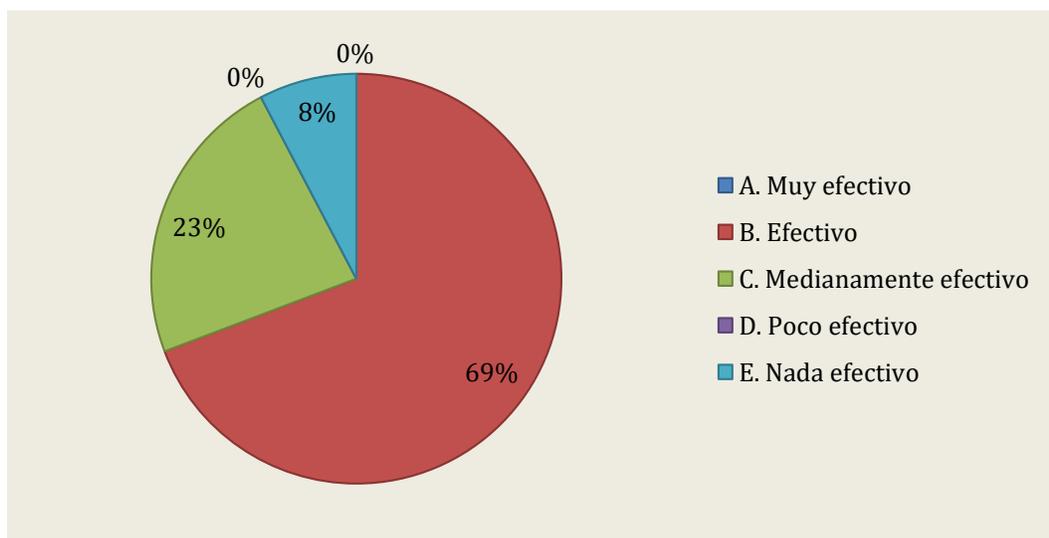


Mediante la pregunta cuantas existencias maneja por cada línea de producto de los tenderos encuestados, el 15% manejan por cada línea de productos 1 a 2 existencias. Un 39% de 1 a 5 existencias, el 23% dice que de 1 a 10 existencias y el restante es decir el otro 23% corresponde que más de 10 existencias. Así mismo, el autor Gaitán, (2013) afirma, que una de las operaciones más importantes dentro del control interno de almacén se basa en la comprobación del número de existencias físicas de producto almacenados. De este modo es necesario realizar recuentos físicos de los productos de forma periódica. Por lo que es importante que los tenderos realicen el control de su inventario de manera en que compare el registro físico con el registro informático, ya que esto permitirá descifrar las diferencia o sobrantes de dicha mercancía a su vez tomar medidas preventivas para disminuir los riesgos como robo de mercadería o encontrar productos obsoletos.

- d) ¿Considera que el control y manejo del inventario en su negocio es?

**Grafica 8**

### Control y manejo de inventario

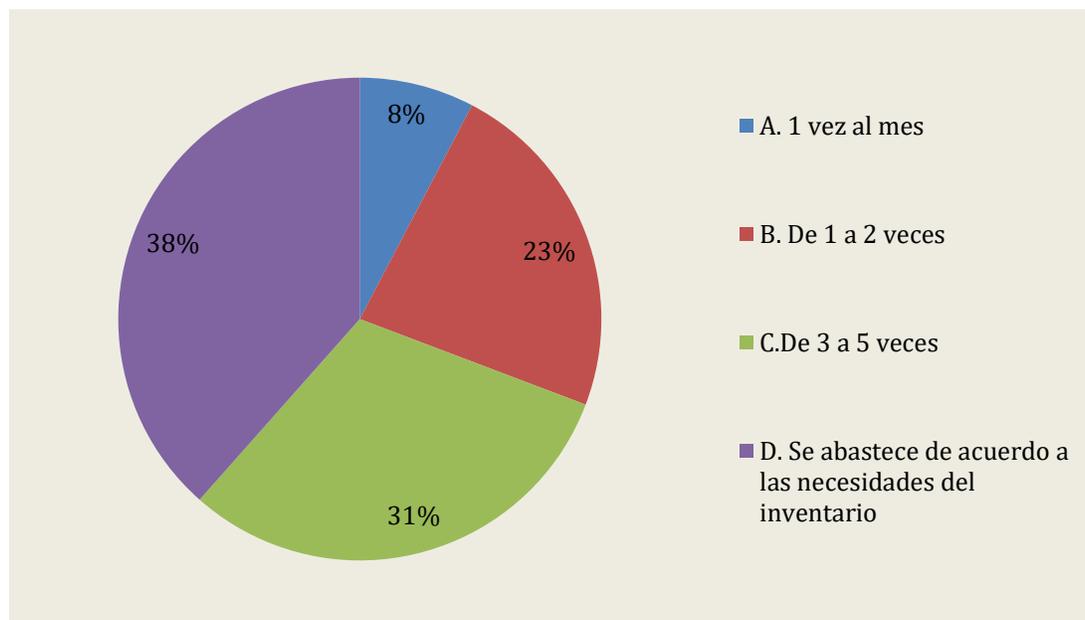


Se considera que el control y manejo del inventario los tenderos encuestados corresponde a un 69% responde que el control y manejo de su inventario en su tienda de barrio es de manera efectivo. El 23% dice que medianamente efectivo y el restante, es decir el 8% nada efectivo. Esto da a conocer que la mayoría de los tenderos consideran que el manejo y el control de su inventario deben ser de manera efectivo. Eslava, (2013) citado por Avendaño, K. (2016), quien plantea que los controles de inventarios incluyen la reducción de riesgos de frente a perdidas. Por lo que toda actividad implica un riesgo si no se realiza de una manera efectiva. Cabe señalar, que los tenderos desarrollan un control de inventarios de forma efectiva por lo que es importante para la reducción de riesgos en los productos y ganancias de la tienda.

e) ¿Cuántas veces realiza compra de abastecimiento de inventarios?

### Grafica 9

### Compra de abastecimiento de inventario

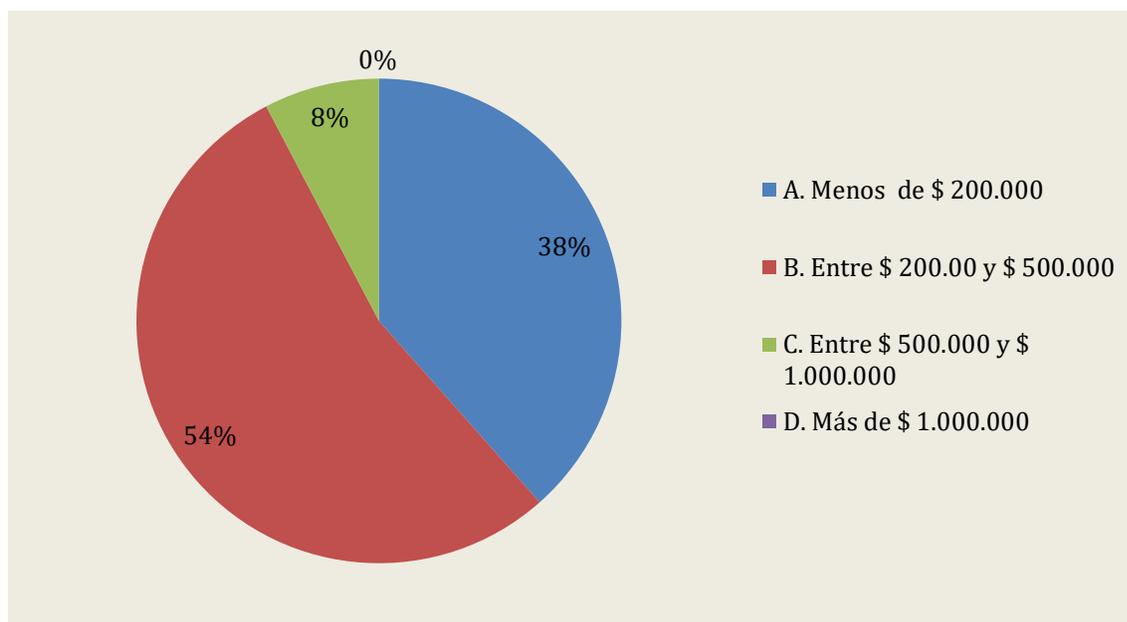


Mediante la pregunta, cada cuanto realiza compras de abastecimiento los tenderos encuestado establece que un 8 % realiza compras de abastecimiento de inventario 1 vez al mes. El 23% respondió que, de 1 a 2 veces, el 31% de 3 a 5 veces y el restante, es decir el 38% corresponde que se abastece de acuerdo con las necesidades del inventario. Por lo tanto, Bily, (1982) considera, que los procesos de compras dentro de una organización, empresa, o negocio consiste en precisar cuáles son las necesidades de bienes y servicios, identificando y comparando los proveedores quienes son los que constituyen la fuente de abastecimiento. Por lo que las compras de abastecimientos son de vital importancia para el éxito de una empresa o negocio en donde se sugiere a los tenderos que realice compras de abastecimiento de acuerdo con las necesidades de su tienda y así no tenga perdidas de los productos.

f) ¿El volumen promedio en compras de inventario asciende a?

#### **Grafica 10**

*Volumen promedio compras de inventarios*

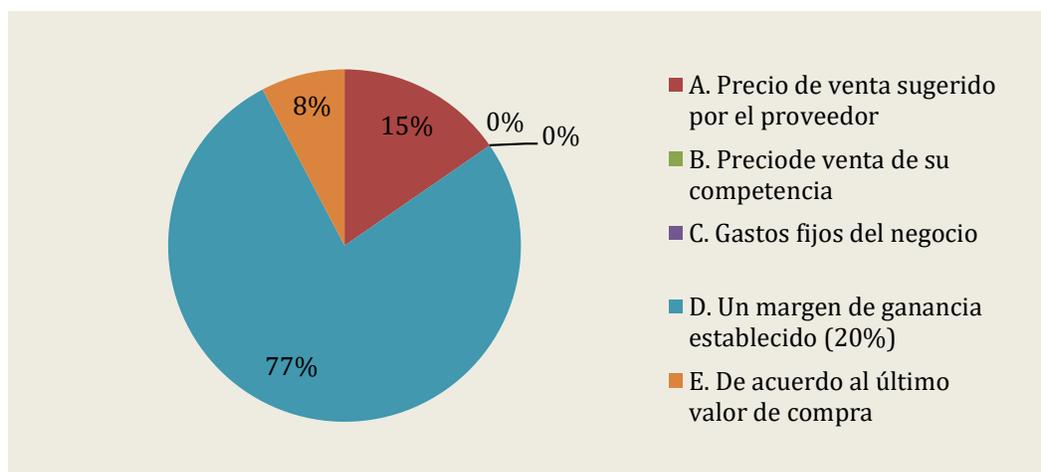
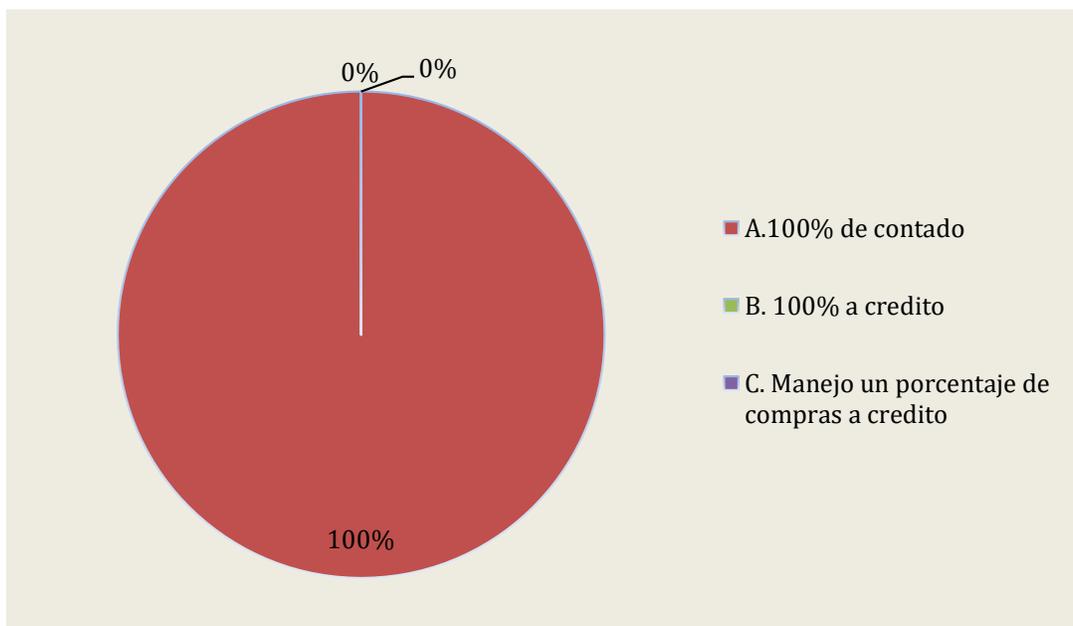


De acuerdo con la pregunta tiene establecido algún indicador de rotación de inventarios. El 31% dice que si tiene establecido algún indicador de rotación de los inventarios de un negocio. Y un 69 % de las personas corresponde que no cuenten con un indicador de rotación para su inventario de su tienda de barrio. De esta manera, Vermorel, (2020). Expone, que la rotación del inventario es importante porque es necesario para medir la cantidad de veces que el inventario o productos se venden o se consumen en un determinado periodo de tiempo generalmente un año. Teniendo en cuenta el concepto anterior, se sugiere que los tenderos, manejen un control de los materiales, ya sean materias primas, de compras o fabricados. Porque le Permite hacer recuentos y ajustes de inventarios, de forma más rápida a todos los datos de los materiales de producción.

- g) ¿De los siguientes criterios cuales tienen en cuenta para establecer el precio de venta de sus productos?

### ***Grafica 11***

*Precio de ventas de productos*



Se puede identificar dentro la pregunta de los siguientes criterios cuales tiene para establecer el precio de venta de los productos. Que, de los tenderos encuestados, el 15 % dice que de los siguientes criterios para establecer el precio de venta de sus productos lo realizan mediante el precio de venta sugerido por el proveedor. Un 77% dice que por un margen de ganancia establecido del 20%. Y el restante, es decir el 8% respondió que de acuerdo con el último valor de compra. De esta forma, Santos, (2013) citado por Avendaño, (2016). Expresa que el coste de mantener un artículo en inventario depende de otros factores de valor. Es decir, el valor unitario mantenido en inventario es en el caso de un artículo suministrado por un proveedor externo simplemente el precio pagado por el artículo a su proveedor el cual dependerá del tamaño del pedido. Es de importancia que los tenderos establezcan el precio de venta de sus productos de acuerdo con el valor de su ganancia porque desde la perspectiva del negocio les facilitara un mayor ingreso como de participación de mercado. Por lo que se da a considerar la fijación de los precios a corto y largo plazo.

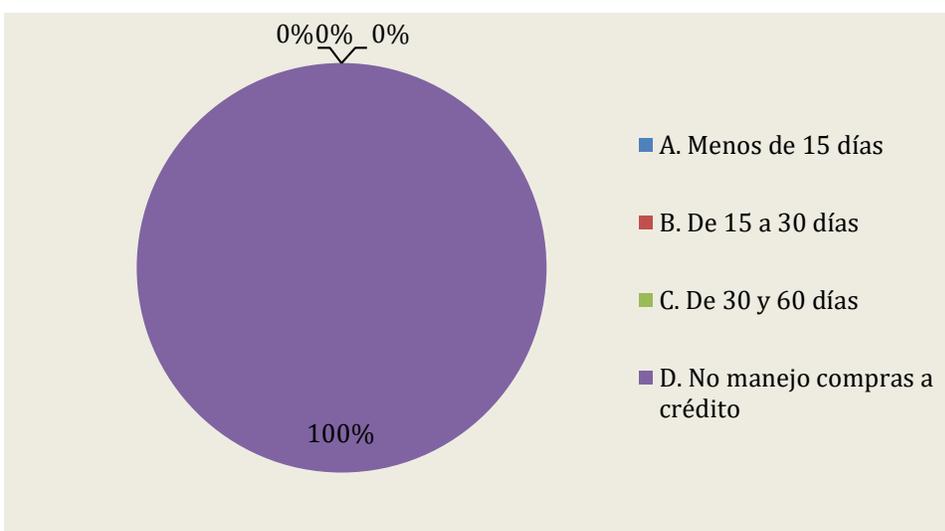
h) ¿La compra de los inventarios que tiene en su negocio son?

### ***Grafica 12***

#### *Compras de inventarios*

Las compras de los inventarios que tienen su negocio se encontraron que, de los tenderos encuestados, el 100% dice que las compras de los inventarios que tiene su negocio son de contado. Por lo tanto, esto permite dar cuenta de que todas las personas encuestadas realizan las compras de sus productos son de forma de contado. Por lo tanto, Díaz, (2016) citado por Gonzales, (2018) refiere, que la cantidad necesaria para un pedido para un artículo determinado del inventario. En él se tiene diferentes costos financieros y de operación que determina el monto de pedido. En este sentido, se sugiere que los tenderos realicen las compras de los inventarios de contado, lo cual permite tener más descuentos en los productos, como también no les genera cobro de interés.

i) ¿En las compras a crédito, que periodo de tiempo para el pago le ofrecen sus proveedores?



**Grafica 13**

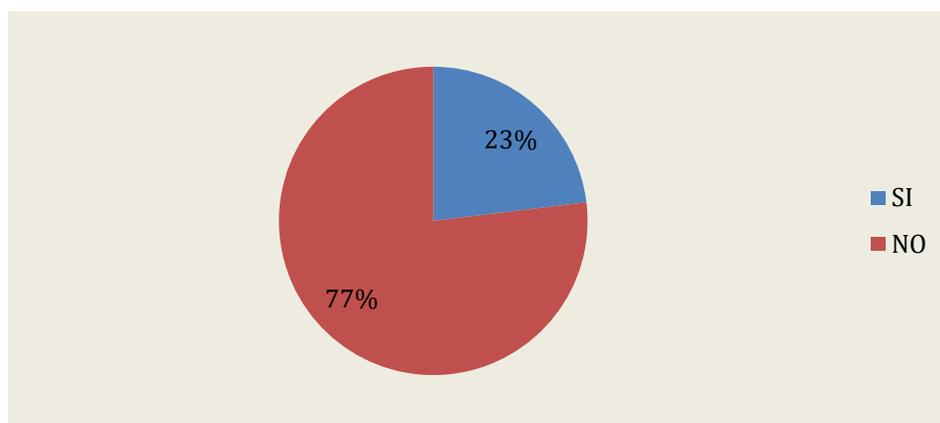
*Periodo de tiempo para el gasto de proveedores*

Dando respuesta a la pregunta, las compras a crédito que periodo de tiempo para el pago ofrecen los proveedores. El 100% dice que las compras a crédito es el periodo de tiempo para el pago que les ofrece los proveedores al no manejo de compras a crédito. Así mismo, Martínez, (1999). Las compras de abastecimiento son de vital importancia para el negocio ya que constituye el éxito de la organización, empresa o negocio. Por lo tanto, la compra a créditos depende de adquisiciones en cuanto al precio, calidad, cantidad, condición de entrega, condición de pago. Esto permite que los tenderos conozcan que los periodos de tiempo para las compras de producto que le ofrece los proveedores les generan intereses y traería perdida para su tienda.

### 10.3 Estrategias para el manejo de inventarios en las tiendas de barrio

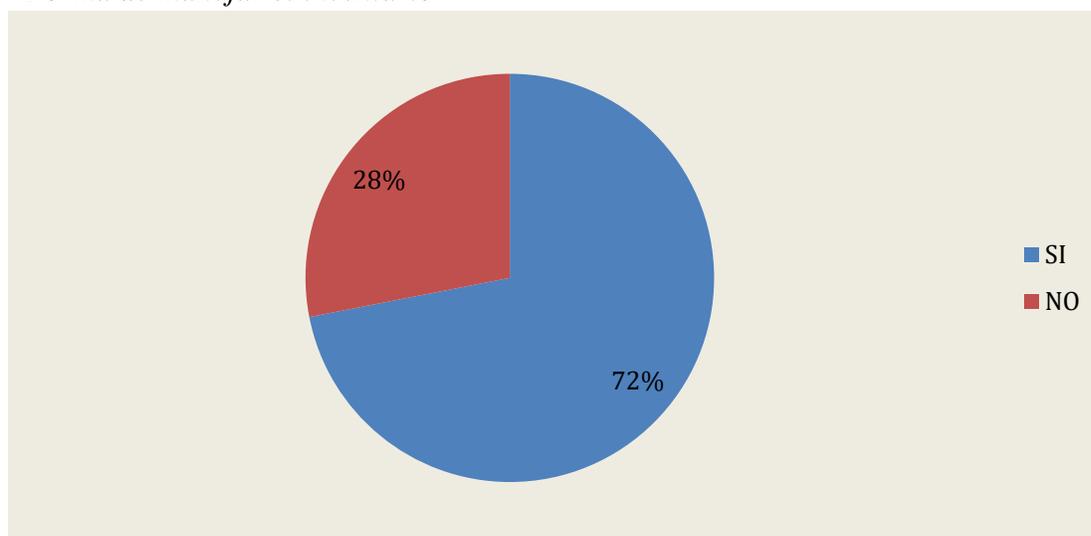
Como primera medida, para que exista un manejo de inventarios en las tiendas de barrio de estos sectores, se debe contar con un proceso administrativo el cual está catalogado por planear, organizar, dirigir y controlar, donde los tenderos adopten mecanismos como mejorar la atención al cliente por medio de la calidad de los productos, en este sentido, elaborar un proyecto que demuestre la factibilidad de su negocio, reorganizar ideas frente a la distribución compra y venta de productos.

- a) ¿Ha recibido algún tipo de educación para el manejo de inventarios para su negocio?

**Grafica 14***Formación para el manejo de inventarios*

De acuerdo con la población encuestada respecto a la pregunta si han recibido algún tipo de formación frente al manejo de inventarios el 23% de las personas han recibido formación sobre cómo se debe llevar un control de sus productos. El 77% dice que no han recibido ninguna formación. La población encuestada presenta desconocimiento frente a controles de inventario. Tener una formación para el adecuado manejo de inventarios es de gran importancia, como señala Espinoza (2013), que el manejo de inventarios permite el conjunto de procesos que involucran el suministro, accesibilidad y almacenamiento de materia prima con el objetivo de conocer las cantidades existentes de productos disponibles, para la venta. Por lo que se sugiere que la población.

b) ¿Aceptaría cambiar su forma de llevar el control de sus inventarios?

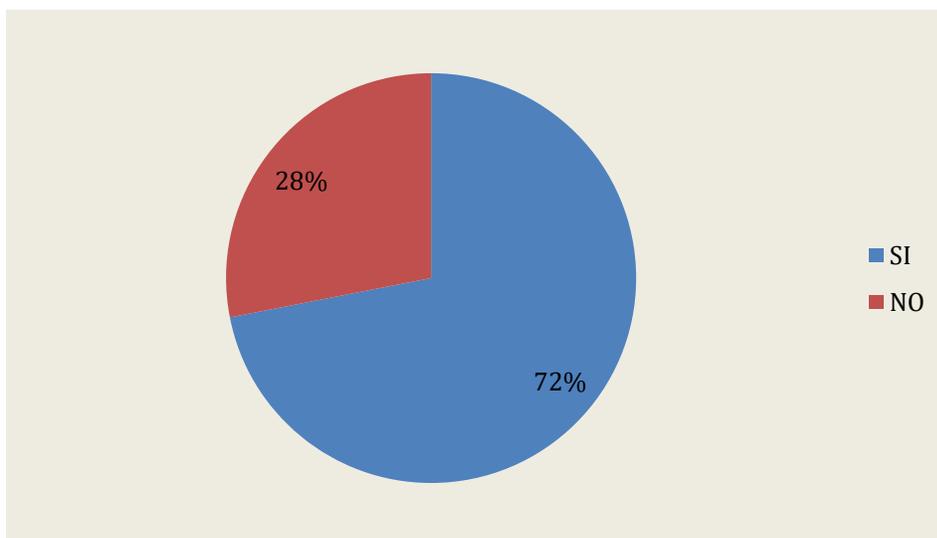
**Grafica 15***Forma de manejar el inventario*

Frente a la pregunta aceptaría cambiar su forma de llevar el control de sus inventarios los tenderos encuestados, el 72 % corresponde que si aceptarían cambiar su forma de llevar el control de sus inventarios. Y un 28% dice que no aceptaría cambiar su forma de llevar el control de inventario en su tienda de barrio. Por lo tanto, León, (2012), menciona la importancia en el control de inventarios reside en el objetivo primordial que tiene toda empresa o negocio de obtener utilidades. Es decir, las utilidades obviamente residen en gran parte de las ventas, ya que es el motor para una empresa o negocio, cabe resaltar que los tenderos deben aceptar cambiar su forma de llevar el control de sus inventarios ya que les permite que la funcionalidad del inventario del mercado opere con efectividad e incremente las ventas como también que el cliente este conforme con el producto.

c) ¿Aceptaría alguna asesoría para mejorar la forma de llevar el control de sus inventarios?

### **Grafica 16**

*Asesoría para el manejo de inventarios*



Se encuentra que el 72% respondió que si le gustaría alguna asesoría para el manejo del control de su inventario. Y el restante, es decir el 28% dice que no aceptaría ninguna asesoría para mejorar el control de su inventario.

Con esto se da cuenta que la gran mayoría de las personas aceptarían asesoría para mejorar el control de su inventario. Avendaño, (2016). Plantea, que toda empresa, negocio debe llevar un inventario que genere resultados efectivos para la toma de decisiones y evitar pérdidas monetarias, puesto que es la fuente de ingreso. De acuerdo con el concepto anterior, es importante que los tenderos puedan acceder en asesorías en donde se les brinde las mejores prácticas en cuanto al manejo y control de inventarios.

## **11 Conclusiones**

El manejo de inventarios en las tiendas de barrio es uno de los principales métodos que se deben implementar en un negocio, lo anterior permite analizar la falta de más investigaciones y

propuestas para que los tenderos ejecuten un modelo de inventarios donde adopten estrategias para la organización de su negocio, ya que en los sectores del barrio Belén y Balkanes del municipio del Espinal Tolima, no cuentan con un manejo de inventarios.

Con el control y la administración de los inventarios, se tienen claras las oportunidades que el tendero puede ofrecer a sus clientes, lo cual permite que exista un ahorro, tiempo, inversión y resultados positivos, lo cual facilita que las tiendas de barrios crezcan con mayor seguridad y garantía de que no se va a venir abajo por un mal manejo. Así mismo, es indispensable contar con un inventariado donde se registren las entradas, salidas y existencias de los productos, con esto lograr abastecer el negocio de la demanda requerida.

## 12 Recomendaciones

Desde la academia es importante seguir reforzando y acompañando a los tenderos, por medio de la creación de espacios donde se capacite al personal por medio de talleres, foros, diplomados y conferencias, enfocados en el manejo de inventarios, la creación de un negocio, su estructura, organización, administración y funcionalidad, además, la institución puede crear una alianza entre los ingenieros de sistemas y los contadores, para diseñar una aplicación que les permita realizar las operaciones y procedimientos por medio de la misma, para que con esto la institución de educación superior ITFIP, se fortalezca desde su eje profesional y humanitario, con esto exaltando su calidad y excelencia de los programas que evolucionan junto con la sociedad.

Los futuros profesionales de contaduría pública deben apuntar a la enseñanza, dando continuidad a una solución frente a la problemática de que no se implementen manejos de inventarios en una tienda de barrio, resaltando la importancia de que el tendero requiere para su crecimiento, donde debe conocer y aplicar las exigencias contables que por ley le corresponde desarrollar.

Es de gran importancia establecer estrategias para el adecuado manejo en los inventarios en las tiendas del barrio Belén y Balkanes del Espinal Tolima, porque cuando existe la formación en los tenderos, el incremento de habilidades y conocimiento se empieza a evidenciar dentro de la tienda, como lo es la aplicación de la gestión de inventarios.

## 13 Referencias

- Abad, J. (2017). En su estudio titulado “*Diseño del sistema de control de inventario para la tienda las mellizas del cantón la libertad*”. Recuperado de:  
<http://repositorio.itb.edu.ec/handle/123456789/1314>
- Arboleda, M. (2017). *Las tiendas de barrio: el comercio minorista y sus retos en el mercado*. Recuperado de [https://fup.edu.co/wp-content/uploads/2019/06/conciencia\\_6\\_articulo\\_6.pdf](https://fup.edu.co/wp-content/uploads/2019/06/conciencia_6_articulo_6.pdf)

- Arriola, A. (2017). *Las estrategias de las tiendas de conveniencia ante la entrada de nuevos competidores en el Perú*. Recuperado de:  
[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625127/Arriola\\_BA.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625127/Arriola_BA.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Avendaño, K. (2016). *Análisis de control del inventario de la microempresa TUBEC*. Por la obtención. Del título Ingeniera en contabilidad y auditoría. Guayaquil. Recuperado de:  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14283/1/UPS-GT001904.pdf>
- Batista, A., y Guacari, W. (2018) *gestión empresarial y competitividad en las mipymes del centro comercial nueva Colombia de la ciudad de Cartagena.*, Revista INNOVA ITFIP, 3 (1), 75-81
- Baquero, M. (2013). *Manual practica de control interno: teoría y aplicación práctica*. Barcelona, España: profit, obtenido de: <https://www.profiteditorial.com/libro/manual-practico-de-control-interno/>
- BIND ERP, (2019). Sistema de administración en la nube más fácil y completa para crecer un negocio en México, obtenido de: <https://blog.bind.com.mx/que-tipos-de-inventarios-existen-en-las-empresas-y-como-se-clasifican>
- Bily, J. (1982). *Importancia del abastecimiento oportuno de bienes y servicios*. Recuperado de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/18900/Capitulo2.pdf>.
- Borda, M. Lizarazu, J. & Cante, G (2018). *Comprensión de las prácticas contables, inmersas en las experiencias de las pequeñas industrias de calzado barrio Restrepo en Bogotá*. Recuperado de  
<https://repository.unilivre.edu.co/bitstream/handle/10901/18452/Libro%20sobre%20pr%C3%A1cticas%20contables>
- Cámara de comercio Espinal (2021). *Estadísticas de registro mercantil municipio del espinal*.
- Cañibano, L (1995) *La estrategia contable (método contable)*. Recuperado de  
[https://www.researchgate.net/publication/303409023\\_El\\_Metodo\\_Contable](https://www.researchgate.net/publication/303409023_El_Metodo_Contable)
- Carmona, et al. (2013). *Prácticas profesionales contables en la empresa privada colombiana*. Recuperado de [file:///C:/Users/TOSHIBA/Desktop/323557-Texto%20del%20art\\_culo-108542-1-10-20160707.pdf](file:///C:/Users/TOSHIBA/Desktop/323557-Texto%20del%20art_culo-108542-1-10-20160707.pdf).
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2007). *Reseñas metodológicas de investigación*. New York: Routledge
- Duran, Y. (2012). *Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas*. Recuperado de  
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>

- Ehrhardt, M. y Brigham, E. (2007). *Finanzas corporativas*. Segunda edición. México: Editorial Thomson. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>
- Echeverry, S. & Lozano, A. (2014). Análisis y diseño de una herramienta de control de inventarios para pequeñas tiendas del municipio de mariquita. Recuperado de: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/2555/65794521.pdf?sequence=3&isAllowed>
- Eslava, J. (2013). *Análisis de control del inventario de la microempresa TUBEC*. Por la obtención. Del título Ingeniera en contabilidad y auditoría. Guayaquil. Recuperado de. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14283/1/UPS-GT001904.pdf>
- Escudero, J. (2014). *Logística de almacenamiento*. Madrid España: Ediciones paranenfo.
- Espinoza, O (2013). *La administración eficiente de los inventarios*, la ensenada. 1ra edición Madrid. <http://inventariosautores.blogspot.com/>.
- García, J. & Vásquez, A. (2018). La práctica contable de principios del siglo xx. Recuperado de [file:///C:/Users/TOSHIBA/Desktop/11713-Texto%20del%20art\\_culo-36270-1-10-20120502.pdf](file:///C:/Users/TOSHIBA/Desktop/11713-Texto%20del%20art_culo-36270-1-10-20120502.pdf)
- GEM (2007). Informe ejecutivo. Recuperado de <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/Informes%20antiguos/GEM2007.pdf>
- Gonzales, L. (2018). *Trabajo de grado para optar el título de tecnólogo en administración financiera*. Recuperado de.
- Hernández, R.; Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta Edición. Editorial Mc Graw Hill. México. 2014• Hernández, R. *Metodología de la Investigación*. 6a Edición, Mc Graw Hill, México.
- Hernández, S.(2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Heredia, N. (2013). *Gerencia de compras, la nueva estrategia competitiva*. Bogotá, Colombia: Ecoc ediciones.
- INCP Colombia (2015). El papel de las prácticas contables en las pequeñas y medianas empresas. Recuperado de: <https://incp.org.co/Site/nuestrosocios/materialprofesional/IFAC/smes/practicasmes.pdf>
- Jurado, (2013). *Operaciones y control de almacén de conservas vegetales*. Antequera, España: IC, Editorial.

- León, E. (2016) Los profesores de contaduría pública como agentes estructuradores del campo contable en Colombia: discursos y representaciones (1950-2009). Tesis doctoral: Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11349/>
- Lopera, J, Vélez, M. y Ocampo, L. (2013). Alternativas de financiación para las MIPYMES en Colombia. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
- Ley 1314 de 2009 (Decreto 1432) modificación a la NIIF 16 del anexo técnico compilatorio y actualizado 1 - 2019, de las normas de información financiera NIIF, grupo 1, noviembre 05 del 2020.
- Martínez, E. (199). *Importancia del abastecimiento de bienes y servicios*. Recuperado de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/18900/Capitulo2.pdf>
- Manrique, F & et al. (2020). La práctica contable desde el poder, la organización y el hacer. Libro sobre prácticas contables- definitivo junio 7 de 2020.pd
- Muñoz, A. (2005). Economía de la Globalización. España: Universidad de Alicante.
- Nogales, R. (2007). Cambio de concepto de Compras a Cadena de Suministros Ciencias Holguín, vol. XIII, núm. 1, pp. 1-12 Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba Holguín, Cuba. Recuperado de. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517922006.pdf>.
- Oviedo, J.(2018). Tiendas de barrio a la vanguardia de la competitividad. SENA.
- Paramo, M. (2012). Tiendas de barrio en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, (32), 7-11.  
Recuperado de <http://www.aeca1.org/xixcongresoaecca/cd/72g.pdf>
- Páramo, D., García, O. & Arias, M. (2007). Consumidor de tienda manizaleña. Una mirada cultural. *Pensamiento y gestión*. Manizales, Colombia: Publicaciones Universidad de Manizales
- Quiceno, A. (2017). Prácticas contables en las pequeñas empresas de bello. Recuperado de: [http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/4126/1/Practicas\\_Contables\\_Pequeñas\\_Gomez\\_2017.pdf](http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/4126/1/Practicas_Contables_Pequeñas_Gomez_2017.pdf)
- Ramírez, E. (2008). ¿Por qué las tiendas de barrio en Colombia no han fracasado frente a la llegada de las grandes cadenas de supermercados? *Revista Entornos* (21), 50.
- Ramírez, D. (2014). Formulación de estrategias para el mejoramiento de la administración de las tiendas de barrio de Bucaramanga. Recuperado de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/21346/2014%20David%20Goyeneche.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Tapiero, J. Montaña, D. & Sánchez, J. (2018) Estudio socioeconómico en las tiendas de barrio del municipio de Girardot. Recuperado
- Valera, L. (2012). *Procedimiento para el registro, análisis y control de los inventarios en la empresa confecciones Melissa Las Tunas* en observatorio de la Economía. Latinoamericana, N°167, 2012. Recuperado de.  
<http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/cu/2012/>
- Vermorel, J. (2020). *Rotación del inventario*. Recuperado de:  
<https://www.lokad.com/es/definicion-rotacion-del-inventario>
- Rodríguez, M. (2004). La contabilidad y el impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones. [Versión electrónica]. Contabilidad y Auditoría, 19, 71-92
- Serna, M. et al. (2017). Sistema de control de inventario. Recuperado de:  
<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/375/Sistema%20de%20control%20de%20Inventario.pdf?sequence=1>
- Ruiz, M (2013). Por qué las tiendas de barrio en cali no han fracasado frente a la llegada de las grandes superficies. Recuperado de:  
<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/5264/TMD01649.pdf;jsessionid=32A71F8C351EC2F985604C1A432D26FB?sequence=1>
- Zapata, A. (2014). Fundamentos de la gestión de inventarios. Medellín: Centro editorial Esumer.
- Estudio de Máximos y mínimos de Inventario para el control preventivo de Stocks. Universidad Santiago de Cali, Especialización en Gerencia Logística Integral.  
<https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/246/ESTUDIO%20DEL%20MODELO.pdf;jsessionid=2F58B9BA149377132CDE92F71084CA41?sequence=1>

## 14 Anexos

**Plantilla de la encuesta**

**NOMBRE DE LAS ESTUDIANTES:** YUREN NATALIA ALDANA MURILLO – LAURA TATIANA CALDERÓN LEAL

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:** \_\_\_\_\_

**NOMBRE DE LA TIENDA:** \_\_\_\_\_

**BARRIO:** Belén \_\_\_\_\_ Balkanes \_\_\_\_\_

1. ¿Emplea usted algún control sobre sus inventarios?  
Sí \_\_\_ No \_\_\_  
¿Describa cuál? \_\_\_\_\_
  
2. ¿Según usted qué debe contener su inventario?  
  - A) Entradas – Salidas - Existencias
  - B) Ingresos – Egresos – Gastos
  - C) Inventarios – Costos – Resultados
  - D) Ninguna de las anteriores
  - E) Todas las anteriores
  
3. ¿Ha recibido algún tipo de educación para el manejo de inventarios para su negocio?  
Sí \_\_\_ No \_\_\_
  
4. ¿De qué manera (Método) hace el control de sus productos?  
  - A) Manualmente \_\_\_ B) Sistemáticamente \_\_\_ C) Kardex \_\_\_ D) Otro \_\_\_ ¿Cuál?

\_\_\_\_\_
  
5. ¿Cuántas existencias maneja por cada línea de productos?  
  - A) 1 o 2 \_\_\_ B) 1 a 5 \_\_\_ C) 1 a 10 \_\_\_ D) Más de 10 \_\_\_
  
6. ¿Cada cuánto lleva un registro de sus inventarios?  
  - A) Semanal \_\_\_ B) Quincenal \_\_\_ C) Mensual \_\_\_ D) Otro \_\_\_ ¿Cuál?

\_\_\_\_\_
  
7. ¿Considera que el control y manejo del inventario en su negocio es?
  - a. Muy Efectivo

- b. Efectivo
- c. Medianamente Efectivo
- d. Poco Efectivo
- e. Nada Efectivo

8. ¿Aceptaría cambiar su forma de llevar el control de sus inventarios?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

9. ¿Aceptaría alguna asesoría para mejorar la forma de llevar el control de sus inventarios?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

10. Cuantas veces realiza compra de abastecimiento de inventarios:

- A: 1 vez al mes
- b. De 1 a 2 veces.
- c. DE 3 a 5 veces.
- d. Se abastece de acuerdo a las necesidades del inventario

11. El volumen promedio en compras de inventarios asciende a:

- a. Menos de \$200.000
- b. Entre \$200.000 y \$500.0000
- c. Entre \$500.000 y \$1.000.0000
- d. Más de \$1.000.000

12. ¿Tiene establecido algún indicador de rotación de los inventarios de su negocio?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

13. ¿Tiene establecido algún indicador de rotación de los inventarios de su negocio?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

14. Su negocio está expuesto a pérdidas de inventarios por:

- a. Robo
- b. Fecha de vencimiento
- c. Deterioro
- d. Mala Rotación

15. De los siguientes criterios cuales tiene en cuenta para establecer el precio de venta de su producto:

- a. Precio de venta sugerido por el proveedor
- b. Precio de venta de su competencia
- c. Gastos Fijos del negocio
- d. Un margen de ganancia establecido

e. De acuerdo al último valor de compra

16. Las compras de los inventarios que tiene en su negocio son:

- a. 100% de Contado
- b. 100% a Crédito
- c. Manejo un porcentaje de compras a crédito \_\_\_\_\_ Que porcentaje \_\_\_\_\_

17. En las compras a crédito, que periodo de tiempo para el pago ofrece sus proveedores:

- a. Menos de 15 días
- b. De 15 a 30 días
- c. Entre 30 y 60 días
- d. No manejo compras a crédito

### Registro de asistencia encuesta

<b>NOMBRE DE LAS ESTUDIANTES:</b> YUREN NATALIA ALDANA MURILLO – LAURA TATIANA CALDERÓN LEAL						
<b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b> Análisis del manejo de inventarios en las tiendas de Belén y Balkanes de la Ciudad del Espinal - Tolima						
<b>FECHA:</b> 01 - Mayo - 2021						
<b>SEMESTRE:</b> Séptimo Semestre - Noche						
Nombre del Encuestado	Nombre de la Tienda	Dirección de la Tienda	Teléfono Celular	/	Hora de la Encuesta	Firma

## Formato de firmas



# ITFIP

INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

NOMBRE DE LAS ESTUDIANTES: YUREN NATALIA ALDANA MURILLO – LAURA TATIANA CALDERÓN LEAL					
NOMBRE DEL PROYECTO: Analisis del manejo de inventarios en las tiendas de Belen y Balkanes de la Ciudad del Espinal - Tolima					
FECHA: 01 - Mayo - 2021					
SEMESTRE: Septimo Semestre - Noche					
Nombre del Encuestado	Nombre de la Tienda	Dirección de la Tienda	Telefono / Celular	Hora de la Encuesta	Firma
Milena Sanchez	El Compefino	Mz 18 casa 25 Balkanes	3168573691	3:50	<i>[Signature]</i>
Lidia Portela	Santa Clara	Mz 25 casa 7 Balkanes	3115329871	4:05	<i>[Signature]</i>
La may lozano	tienda el Ojuneiro	Mz 10 casa 6 Balkanes	3143950773	4:10	<i>[Signature]</i>
Hermandos respectel	tienda Juanhimis	Mz 9 casa 2 Balkanes	3123085431	4:20	<i>[Signature]</i>
Jessica Torres	tienda miguel	Mz 11 casa 2 Balkanes	3212616469	4:30	Jessica Colonos
Morales Rodriguez	tienda Kelly Jhans	Mz 16 casa 22 Balkanes	No sabe	4:50	MARCOS RODRIGUEZ
Aina Isabel Sanchez	tienda la 17	Mz 17 casa 19 Balkanes	3143574435	5:10	Aina Isabel Sanchez
Luz Amanda Borja S.	tienda Juan tube	Mz 20 casa 76 Balkanes	3123796143	5:20	Luz Amanda B.S.
Anene Rodriguez	tienda Anene	Mz 0 casa 5 Balkanes	3107613268	5:35	ETD.
Sandra Collado	tienda Estela	Mz 24 casa 2 Balkanes	3168474795	5:40	Sandra Collesari
teresa gonzalez montoya	tienda donde maité	Cra 2-20-85 Belen	3023303526	6:20	TERESA MONTAYA
Blanca	tienda Carmelita	Calle 20 1-85 Belen	3167703388	6:40	Blanca
Ferrea Gomez	tienda Dona Reda	Calle 20 NR 2-68 Belen	3118970982	7:00	Ferrea Gomez

Tabla 1

Control de inventario

CONCEPTO	N° DE ENCUESTADOS	%
SI	4	31%
NO	9	60%

TOTAL	13	100%
-------	----	------

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 2**

*Inventario*

*Nota: Elaboración propia*

CONCEPTO	N° DE ENCUESTADOS	%
A. Entrada- salida- existencias	4	31%
B. Ingresos- Egresos- Gastos	0	0,0%
C. Inventarios – Costos –Resultados	0	0,0%
D. Ninguna de las anteriores	9	69%
E. Todas las anteriores.	0	0,0%
TOTAL	13	100%

**Tabla 3***Educación*

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° DE ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
SI	3	23%
NO	10	77%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Nota: *Elaboración propia*

**Tabla 4***Control de productos*

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° DE ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
A. Manualmente	4	29%
B. Sistemáticamente	0	0,0%
C. Kardex	0	0,0%
D. Otro	10	71%
E. Ninguna de las anteriores	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Nota: *Elaboración propia*

**Tabla 5***Línea de productos*

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° DE ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
A. 1 a 2	2	15%
B. 1 a 5	5	39%
C. 1 a 10	3	23%
D. Más de 10	3	23%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia***Tabla 6**

Registro de inventarios

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° DE ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
A. Semanal	0	0,0%
B. Quincenal	1	25%
C. Mensual	0	0,0%
D. Otro	3	75%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 7***Manejo de inventario*

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° DE ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
A. Muy efectivo	0	0,0 %
B. Efectivo	9	69%
C. Medianamente efectivo	3	23%
D. Poco efectivo	0	0,0%
E. Nada efectivo	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 8***Forma de llevar el control de inventario*

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° DE ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
SI	8	72%
NO	5	28%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 9***Asesoría manejo de llevar el control de inventarios*

CONCEPTO	N° DE ENCUESTADOS	%
SI	8	72%
NO	5	28%
TOTAL	13	100%

*Nota: Elaboración propia***Tabla 10***Compra de abastecimiento de inventario*

CONCEPTO	N° DE ENCUESTADOS	%
A. 1 Vez al mes	1	8%
B. De 1 a 2 veces	3	23%
C. De 3 a 5 veces	4	31%
D. Se abastece de acuerdo a las necesidades del inventario	5	38%
TOTAL	13	100%

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 11***Volumen promedio compras de inventarios*

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° DE ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
A. Menos de \$200.000	5	38%
B. Entre \$200.000 y \$ 500.000	7	54%
C. Entre \$ 500.000 y \$ 1.000.000	1	8%
D. Más de \$ 1.000.000	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia***Tabla 12***Rotación de inventarios de negocio*

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° DE ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
SI	4	31%
NO	9	69%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 13***Perdidas de inventarios*

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° DE ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
A. Robo	1	8%
B. Fecha de vencimiento	4	31%
C. Deterioro	5	38%
D. Mala rotación	3	23%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 14***Precio de ventas de productos*

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° DE ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
A. Precio de venta sugerido Por el proveedor	2	15%
B. Precio de venta de su Competencia	0	0,0%
C. Gastos fijos del negocio	0	0,0%
D. Un margen de ganancia Establecido	10	77%
E. De acuerdo al último Valor de compra	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 15***Compras de inventarios*

CONCEPTO	N° DE ENCUESTADOS	%
A. 100% de contado	13	100%
B. 100% a crédito	0	0,0%
C. Manejo un porcentaje De compras a crédito	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia***Tabla 16***Periodo de tiempo para el gasto de proveedores*

CONCEPTO	N° DE ENCUESTADOS	%
A. Menos de 15 días	0	0,0%
B. De 15 a 30 días	0	0,0%
C. Entre 30 y 60 días	0	0,0%
D. No manejo compras a crédito	13	100%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*