



Diseño de una propuesta para el manejo del control interno de los inventarios en las tiendas del barrio Pueblo Nuevo del Distrito de Barrancabermeja, a partir de bases contables en cada uno de los establecimientos.

Proyecto de Investigación

Katerine Pérez Carrascal
C.C. 1005187792

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología en Contabilidad Financiera
Bucaramanga, septiembre 10 de 2024



Diseño de una propuesta para el manejo del control interno de los inventarios en las tiendas del barrio Pueblo Nuevo del Distrito de Barrancabermeja, a partir de bases contables en cada uno de los establecimientos.

Proyecto de Investigación

Katerine Pérez Carrascal
C.C. 1005187792

**Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnóloga en Contabilidad Financiera**

DIRECTOR
Aura Liliana Rueda Herrera

Grupo de Investigación **E - INNOVARE**

FCSE

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología en Contabilidad Financiera
Bucaramanga, septiembre 10 de 2024

F-DC-125

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRESARIADO Y SEMINARIO**

VERSIÓN: 2.0

Nota de Aceptación

Este informe final de trabajo modalidad Monografía de Análisis, fue **APROBADO** en cumplimiento de los requisitos exigidos por las **Unidades Tecnológicas de Santander**, para optar al título de: **TECNOLOGIA EN CONTABILIDAD FINANCIERA**, según acta número **16** del **01** de **Noviembre** de **2024**.

Deddy Latonne

Firma del Evaluador

Luzmila Liliana Bueda Herrera

Firma del Director

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPREDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

DEDICATORIA

Deseo comenzar dedicándole este logro de mi vida a Dios y el resultado de este trabajo será para mi familia, principalmente a mi madre, que me apoyo y contuvo con amor y esfuerzo los momentos de obediencia en mi proceso de formación y el vigor para no decaer en el intento, con orgullo y gratitud expreso que me siento muy feliz por todo lo que me ha enseñado mi señora madre; y hoy ser lo que soy, una mujer con altos valores, principios y sobre todo una enorme dosis de amor y paciencia.

Katerine Pérez Carrascal,

Hoy me dedico un logro más, demostrándome a mí misma que si se puede alcanzar los objetivos y metas que me he puesto como proyecto de vida, me siento bendecida con Dios por haberme dado la sabiduría e inteligencia, porque hoy puedo decir que las metas si se cumplen, los esfuerzos, dedicación y disciplinan si valen la pena, y sé que los triunfos me los merezco, por eso hoy me felicito, sintiéndome demasiado orgullosa de mis capacidades como ser humano.

Profesores,

Les dedico con profunda gratitud este título a mis profesores, quienes son parte de una ola de aprendizajes, grandes momentos y sobre todo, por invertir una parte de su valioso tiempo en la realización de un sueño, que hoy se hace realidad, son ustedes el claro ejemplo de paciencia, pasión, empatía y la gran motivación para fomentar el pensamiento crítico lleno de argumentos mentes brillantes.

Hermanos,

Son ustedes parte de una construcción y fomentación a lo largo de mi vida, ustedes tienen las llaves y los rompecabezas de mi vida, ya que me vuelven más fuerte y son claro ejemplos de hacer posible los sueños, por eso les dedico mi logro, ya que siempre están a mi lado, me apoyan y me muestra la fuerza una familia unida.

Amigos,

Hago parte de mi reto cumplido a mis amigos, en especial aquellos que siempre estuvieron y fueron fuentes de conocimiento, aprendizaje y apoyo mutuo a lo largo de mi proceso, agradezco a mi mejor amiga Maricela Romero Pérez, por ser siempre ser la persona especial e importante en mi vida, brindándome una amistad sincera llena de estrellas, que, aunque no te veo a diario, sé que siempre estarás aquí presente en mis logros y realización de vida.

F-DC-125

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRESARIADO Y SEMINARIO**

VERSIÓN: 2.0

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder del Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

AGRADECIMIENTOS

Hoy culmina una etapa que estuvo llena de retos, que después de meses de apuntes y exámenes el silencio invadió las clases con muchos recuerdos creados, momentos vividos y amistades que llenan el corazón, y hoy, es un día muy especial por que hemos llegado a la meta con un triunfo académico que simboliza el arduo viaje hacia la cima del éxito.

Agradezco a mi familia por todo el apoyo brindado y las fuerzas que depositaron en mí, creyendo en mis habilidades y dándome la confianza para crecer y volverme una persona llena de conocimientos y destrezas para mi vida profesional.

Agradezco a cada uno de mis profesores, por regalarme años repletos de conocimientos, paciencia y dedicación, ustedes han sido los faros en mi camino de formación, y que hoy les agradezco por enseñarme que la educación no solo es memorizar, sino que también es comprender y entender las equivalencias de la vida.

Agradezco a mis compañeros de clase, por esos bellos e intensos momentos de aprendizaje al caminar a mi lado en cada jornada, las risas, los desafíos y las gracias que nos enseñan a ser personas, por eso les diré que; sin ustedes, mi graduación no tendría el mismo significado ni gratitud, espero que cada uno siga siendo valioso, siga cumpliendo sueños y amando días grises.

Gracias instituto..... por permitirme hacer parte de ustedes, por abrirme las puertas y ser el eje de liderazgo y guía, gracias por todo el conocimiento brindado y así, prepararnos para afrontar cualquier desafío en la vida, me siento orgullo y feliz por la oportunidad brindada.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
Resumen ejecutivo	15
Introducción	17
1. Descripción del trabajo de investigación.....	18
1.1. Planteamiento del problema.....	18
1.2. Justificación.....	19
1.3. Objetivos	20
1.3.1. Objetivo general.....	20
1.3.2. Objetivos específicos.....	20
1.4. Estado del arte	21
2. Marco referencial	26
2.1. Marco Teórico	26
2.2. Marco conceptual	29
2.3. Marco legal	30
3. Diseño de la investigación	32
4. Desarrollo del trabajo de grado.....	35
5. Resultados.....	36
5.1. Clasificar los productos de mayor visualización para que se adquieran en una tienda como mayor impacto en ventas para tener una amplia organización al momento de vender los productos para sus clientes	36
5.2. Establecer una estrategia contable para que los tenderos puedan realizar una buena organización de sus inventarios y maneko correcto, para poder generar un impacto positivo en sus tiendas	53

5.3. Diseñar una hoja de cálculo que permita llevar el control de todas las compras, ventas e inventario de forma intuitiva, con el fin de dar facilidad de usos para cualquier tipo de persona y de diferentes edades56

6. Conclusiones 65

7. Recomendaciones 67

8. Referencias bibliográficas 69

9. Apéndices 73

10. Anexos 74

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Instrumentos de recolección de información	33
Figura 2. 1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su tienda?	36
Figura 3. 2. ¿Cuántos clientes promedio atiende al día?.....	37
Figura 4. 6. ¿Cómo determina qué productos colocar en las áreas más visibles de su tienda?.....	43
Figura 5. 7. ¿Cree usted que mejorar la visibilidad de ciertos productos ha influido en un aumento de ventas?	45
Figura 6. 9. ¿Con qué frecuencia reorganiza la disposición de los productos en su tienda?	47
Figura 7. 10. En su opinión, ¿qué aspecto es más importante para mejorar las ventas en su tienda?	49
Figura 8. Estrategia contable para los tenderos	54

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Marco legal	30
Tabla 2. Hoja de cálculo de control de compras y ventas	57
Tabla 3. Hoja de cálculo de inventario.....	60

LISTA DE APÉNDICE

	Pág.
Apéndice A. Plan de actividades	73
Apéndice B. Presupuesto	73

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Formato de encuesta.....	74
Anexo B. Evidencia fotográfica	77

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación se centra en el diseño e implementación de un sistema eficaz de control interno que permita una mejor gestión de los inventarios en las tiendas del barrio Pueblo Nuevo del Distrito de Barrancabermeja. El objetivo central es proponer una solución que optimice la administración y control de los inventarios mediante la utilización de principios contables, adaptados a las necesidades y características de cada establecimiento. Este sistema responde a la necesidad de contar con un control más riguroso, dado que los inventarios constituyen un componente clave dentro de los activos de las tiendas y son esenciales para mantener la rentabilidad, sostenibilidad y competitividad de estos pequeños negocios.

El estudio reconoce que muchas de estas tiendas no disponen de sistemas formales de control contable, lo que dificulta el seguimiento adecuado de las mercancías, generando pérdidas económicas, errores en la toma de decisiones y una disminución en la eficiencia operativa. Por ello, la propuesta no se limita solo al registro contable de las transacciones vinculadas a los inventarios, sino que también busca integrar herramientas que faciliten el análisis de datos, promoviendo una gestión más ágil y eficiente.

Se espera que, con la implementación de este sistema contable, las tiendas puedan identificar de manera precisa sus niveles de inventario, reduciendo los riesgos de desabastecimiento o exceso de productos, minimizando pérdidas por deterioro o caducidad, y mejorando la utilización de sus recursos. A largo plazo, la propuesta tiene el potencial de generar un impacto positivo no solo en la operatividad de las tiendas, sino también en el desarrollo económico del barrio,

fortaleciendo la economía local, incrementando la competitividad de los establecimientos, y favoreciendo la creación de un entorno comercial más estable y rentable.

Palabras claves: control interno, inventarios, tiendas de barrio, bases contables, gestión de inventarios, administración de inventarios

INTRODUCCIÓN

En el entorno comercial actual, las tiendas de barrio enfrentan numerosos desafíos para mantenerse competitivas y sostenibles. Uno de los aspectos más críticos en la gestión de estos pequeños negocios es el control efectivo de sus inventarios, ya que representan una parte significativa de sus activos y son fundamentales para el éxito financiero. A partir de esto, se busca diseñar una propuesta para el manejo del control interno de los inventarios en las tiendas del barrio Pueblo Nuevo del Distrito de Barrancabermeja, teniendo en cuenta bases contables en cada uno de los establecimientos.

El estudio se enfoca en el desarrollo de un sistema de control interno basado en principios contables, adaptado a la realidad de las tiendas del barrio Pueblo Nuevo. La propuesta pretende proporcionar a los dueños y administradores de estos establecimientos herramientas que les permitan registrar, supervisar y gestionar de manera más eficiente sus inventarios. Al implementar un enfoque contable riguroso, se busca no solo mejorar la precisión en el manejo de los inventarios, sino también optimizar los recursos, reducir pérdidas y, en última instancia, incrementar la rentabilidad de los negocios.

Esta investigación es especialmente relevante en un contexto donde muchas tiendas carecen de sistemas adecuados de control, lo que conduce a ineficiencias y a una menor capacidad para competir en el mercado. La propuesta aquí presentada tiene el potencial de transformar la manera en que estos pequeños negocios operan, ofreciendo un modelo replicable que podría ser implementado en otros sectores similares, contribuyendo así al desarrollo económico local y al fortalecimiento del tejido empresarial en Barrancabermeja.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las tiendas de barrio se han convertido en uno de los pilares económicos de un territorio o sector ubicado en el Distrito de Barrancabermeja, son el lugar donde las familias se acercan a adquirir los insumos de primera necesidad de una forma fácil, rápida, directa y al detal, así mismo los precios son asequibles y evitan que las personas tengan que desplazarse a los grandes supermercados, esto permite que reduzcan el tiempo utilizado en las largas filas solo con el fin de cancelar el producto adquirido

En la actualidad uno de los problemas que tienen las tiendas de barrio, en este caso es que no cuentan con un control de inventario o registros de los mismos, ya sea por falta de información o de recursos económicos, pero esto acarrea desorganización y grandes pérdidas de mercancía, teniendo en cuenta que no llevan una gestión y control que permita que los productos roten de manera pertinente y así mismo saber con claridad la mercancía que tienen disponible.

Teniendo en cuenta que los tenderos no cuentan con una capacidad alta de endeudamiento y no pueden acceder a las nuevas tecnologías, no tienen control interno de los inventarios esto implica no tener una mayor utilidad en el porcentaje de sus ganancias en los negocios.

¿Qué método de control de inventario se aplicaría en las tiendas en el Distrito de Barrancabermeja? La desorganización que tiene las tiendas no permite alcanzar su potencial. El método de inventario será la creación de una herramienta en Excel donde se organiza la mercancía, actualiza los precios y cambios de presentación

en el producto para que no se generen errores constantes permitiendo que no se duplique la información, Otro de las causas es que la mayoría de las veces no tiene activos para pagar inmediatamente a sus proveedores por los productos que requieren y, además, la mala organización que tiene con el dispendio donde no tienen en cuenta la buena clasificación de los productos al momento de ser exhibidos ante los clientes, incluso muchas veces no tiene el mayor higiene.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación se enfocará en el estudio de las tiendas del barrio Pueblo Nuevo del Distrito de Barrancabermeja, con el fin de implementar una método de inventario que permita el control de las mercancías, teniendo en cuenta que las tiendas que se dedican a la comercialización de productos, las compras y ventas están en constante movimiento, por ende la gestión del inventario es de vital importancia para que los negocios tengan una mayor rentabilidad, garantizando una buena administración de los recurso esto permite eficiencia en el establecimiento comercial.

Para resolver la problemática se hace un estudio en las tiendas de Bucaramanga donde aproximadamente el 33% de los propietarios de los establecimientos son adultos que se encuentran en la tercera edad, de esta manera se pretende dar a conocer nuevas prácticas positivas para la organización de los productos dando a conocer nuevas formas, herramientas o niveles de organización permitiendo sacar el mejor potencial y confianza en sus negocios, en el momento de rotar las provisiones se reducirán las perdidas dando el mayor beneficio y recuperando la utilidad estimada de la actividad comercial.

Para disminuir con la problemática formamos grupos de apoyo educativos para desarrollar y capacitar a los tenderos de los micro negocios del barrio para

incentivar el conocimiento de los procesos financieros desarrollando herramientas que faciliten el trabajo generando la información confiable y segura en sus inventarios, mediante una herramienta en Excel, todo esto con el objetivo de apropiarse del control interno del inventario que les garantiza mantener organizado la mercancía, permitiendo un punto de equilibrio entre lo que compran, lo que venden y lo que poseen en inventario, así mismo permitirá una eficiencia y eficacia en las ventas.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseño de una propuesta para el manejo del control interno de los inventarios en las tiendas del barrio Pueblo Nuevo del Distrito de Barrancabermeja, a partir de bases contables en cada uno de los establecimientos.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Clasificar los productos de mayor visualización para que se adquieran en una tienda como mayor impacto en ventas para tener una amplia organización al momento de vender los productos para sus clientes.

Establecer una estrategia contable para que los tenderos puedan realizar una buena organización de sus inventarios y manejo correcto, para poder generar un impacto positivo en sus tiendas.

Diseñar una hoja de cálculo que permita llevar el control de todas las compras, ventas e inventario de forma intuitiva, con el fin de dar facilidad de usos para cualquier tipo de persona y de diferentes edades.

1.4. ESTADO DEL ARTE

Internacional

La investigación constató que no se estaba aplicando procedimientos que permitieran la medición contable y el control de costos de producción conforme a las normas internacionales de contabilidad. El objetivo era establecer la normativa para la aplicación del tratamiento contable y otras técnicas para mejorar el análisis. Se identificaron los procedimientos específicos relacionados con el control de costos de producción y la medición de inventarios conforme a estas normativas, basadas en las Normas Internacionales de Información Financiera (Hernández, et al 2020)

Por otro lado, se encuentra una investigación donde se halló que el objetivo de este proyecto era analizar la gestión administrativa a través de la implementación del sistema de inventarios en las bodegas y estanterías del supermercado. Se empleó una metodología cuantitativa, en la cual se midieron diversas variables para obtener un panorama del manejo de inventarios antes de la intervención. La investigación se llevó a cabo de manera inductiva y experimental, utilizando encuestas y análisis de datos para estudiar el funcionamiento de los inventarios y las estanterías, involucrando tanto a trabajadores como a clientes del supermercado (Flores, 2022)

Asimismo, se halló una investigación que buscó una propuesta de investigación, la cual se centró en el diseño de un sistema de control de inventarios utilizando el método ABC para el Supermercado "APOLO" ubicado en la parroquia Quisapincha, del cantón Ambato, provincia de Tungurahua. Para esto, fue necesario realizar observaciones con visitas de campo a las instalaciones,

entrevistar a la gerente propietaria y al auxiliar contable, así como aplicar encuestas al personal, que está compuesto por 7 miembros en total (López, 2021)

A su vez, se realizó una investigación, la cual buscaba detallar el proceso de diseño de un sistema para la gestión de inventarios utilizando códigos QR, propuesto inicialmente para la empresa Vamos Supermercado S.R.L. ubicada en la ciudad de Catacaos.

Para asegurar el éxito en este proceso, se llevaron a cabo varias reuniones y comunicaciones con la empresa, durante las cuales se obtuvo una explicación detallada de los procesos y servicios ofrecidos en sus instalaciones (Alama, et al, 2022)

Y, dentro del ámbito internacional, también se halló una investigación en la que se diseñó un Sistema de Control de Inventarios utilizando un Método Híbrido para la empresa Supermercado Totalhome Cía. Ltda., ubicada en el Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo. El objetivo era mejorar la gestión de los inventarios con el fin de optimizar costos, aumentar las ganancias y mejorar el servicio ofrecido a los clientes (Soria y Valdiviezo, 2019)

Nacional

En Colombia, se halló una investigación hecha por Cañón Hurtado Santiago, el cual se interesó en el adecuado almacenamiento y administración de inventarios en las tiendas de barrio es crucial para mantener la rentabilidad y la eficiencia del negocio. Para lograrlo, es fundamental tener en cuenta la calidad y precisión del inventario, la rotación de productos y los costos asociados al almacenamiento. Además, es necesario establecer un sistema de control de inventarios que facilite la gestión de las existencias y evite tanto la escasez como el exceso de productos. Otros factores importantes incluyen la organización del

espacio y la distribución eficiente de los productos para minimizar los costos logísticos (Cañón, 2023)

Por otro lado, se halla una monografía elaborada por Negrete Pinilla, Harold Fernando; Castillo Trujillo, Ingrid Johana y García Bazurto, María Paula, la cual, tuvo el propósito de analizar el uso de un modelo matemático para gestionar el stock de productos en el inventario y se evalúa cómo podría integrarse en un sistema de información para el control de inventarios en una aplicación móvil. Así mismo, tuvieron en cuenta que la posible aplicación del modelo matemático puede ser independiente de la plataforma y del lenguaje de programación, se determina que es preferible implementarlo en una aplicación móvil, ya que estas tecnologías están ganando cada vez más relevancia en este campo (Negrete et al., 2020)

En Cartagena, se llevó a cabo una investigación por Castellón Arias A. y Vergara de la Ossa, R. la cual trata sobre la implementación de un software contable. Muchos tenderos desconocen las utilidades reales de sus negocios, por lo que necesitan una herramienta informática que les ayude a resolver este problema. Un software con una interfaz amigable y personalizada es fundamental, ya que les permitirá mejorar sus prácticas comerciales, optimizar la gestión y el control de sus productos, ofrecer precios justos a los clientes, obtener mejores utilidades, cumplir con los requisitos de entidades financieras y proveedores, e integrar el desarrollo tecnológico en sus operaciones (Castellón y Vergara, 2019)

Posteriormente, en Bogotá D.C. realizaron una investigación donde Julián Felipe Camacho Rodríguez y Sergio Daniel Gutiérrez Saptsov para el desarrollo del proyecto llevaron a cabo un estudio de casos con el objetivo de identificar problemas y patrones comunes. Las variables del estudio fueron el inventario perdido y las ventas perdidas. El enfoque del estudio fue analítico y descriptivo, y su objetivo fue proponer mejoras en los procesos de reposición y control de

inventarios en las tiendas de barrio “Súper Max” y “Frutas & Verduras” (Rodríguez y Saptsoy (2021)

Así mismo, en la ciudad de Villavicencio se ejecutó proyecto, donde Torres Parra, Diego Alejandro y Cruz Arias, Miguel Fernando llevaron a cabo el desarrollo de un sistema de información para las tiendas de barrio de la ciudad de Villavicencio, que permitirá a los tenderos acceder de manera segura, oportuna y confiable a sus registros de inventarios, ventas, gastos y créditos, utilizando una plataforma basada en la web. Se tuvieron en cuenta métodos y técnicas adecuados para el desarrollo del sistema (Torres y Cruz, 2019)

Local

En la ciudad de Bucaramanga se realizó una investigación, elaborado por Amado Romero, Shirley Zulay Y Bohorquez Uscategui, Genny Paola. Este trabajo comienza identificando un problema común en la mayoría de las tiendas de barrio. Al analizar el mercado y al centrarse en el barrio Ciudad Bolívar de la ciudad de Bucaramanga, se encontró una tienda que no realiza ningún tipo de seguimiento de sus ventas, inventarios y gastos. Aunque venden productos, al finalizar el día no pueden determinar fácilmente sus ventas, el nivel de inventario ni si este es suficiente para abastecer a sus clientes al día siguiente (Amado y Bohórquez, 2021)

De igual forma, en Popayán se realizó una investigación, donde se Rojas López Juan Nicolás, abordó los principales y más comunes problemas que enfrentan las familias que han decidido emprender en la creación de una famiempresa, conocida en el comercio como tienda de barrio, la cual presta servicios en beneficio de la comunidad donde está ubicada. Algunos de los problemas considerados fueron la informalidad, la gestión, la administración, y la

claridad de los roles y responsabilidades de cada participante dentro del negocio familiar, entre otros (Rojas, 2023)

Seguido, se encuentra una experiencia investigación fundamentada por Mantilla Calderon, Monica Alejandra y Quijano Sarmiento, Karoll Stefania. El propósito fundamental de este trabajo fue diseñar e implementar un sistema contable en Excel para la tienda Bucarest, ubicada en el barrio Porvenir. Este sistema permitió llevar un control de las negociaciones mercantiles, financieras y de inventarios, proporcionando visibilidad sobre lo que ocurría en el negocio y ofreciendo mejores herramientas para tomar decisiones oportunas (Mantilla y Quijano, 2021)

En un artículo de investigación hecho por José Yener Camargo Obregón. A partir, de la importancia económica de las unidades de negocio conocidas como tiendas de barrio en Latinoamérica, y el interés mostrado por la comunidad científica en describir sus características, condiciones y oportunidades de desarrollo desde diversas perspectivas, esta investigación caracterizó las dimensiones de gestión y las condiciones de las tiendas de barrio y sus propietarios o administradores, conocidos como tenderos, en el municipio de Aguachica, Colombia (Camargo, 2019)

Y, en el Distrito de Barrancabermeja, se hizo una investigación por parte de Gil Méndez, Saida; Rodríguez Guzmán, Nelly Astrid; Peñata Arrieta, Paola Andrea y Cárcamo Vega, Leonardo donde el proyecto de investigación tuvo como objetivo destacar la importancia de las tiendas en la economía de un país, al servir como una opción para las compras diarias de personas de estratos bajos y medios, lo cual dinamiza la economía y genera beneficios mutuos. La investigación estaba dirigida a los microempresarios tenderos de la comuna tres de Barrancabermeja (Gil, et al, 2018)

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

Teoría General de la Contabilidad

Según Sunder (2005) la teoría general de la contabilidad aborda los principios, normas y procedimientos que regulan la práctica contable. Su objetivo es proporcionar un marco conceptual que permita a los profesionales de la contabilidad registrar, clasificar y resumir las transacciones financieras de manera coherente y estandarizada. Esta teoría se centra en garantizar la transparencia, comparabilidad y comprensión de la información financiera, facilitando así la toma de decisiones informadas por parte de los usuarios de dicha información.

Para el manejo del control interno de los inventarios, es crucial seguir estos principios contables para garantizar la transparencia y la comparabilidad de la información financiera. Esto facilitará la toma de decisiones informadas por parte de los propietarios y administradores de las tiendas. Además, la teoría contable enfatiza la importancia de la exactitud en el registro de datos, lo cual es esencial para mantener un control adecuado sobre los inventarios y evitar problemas como pérdidas o desbalances.

Al aplicar la teoría general de la contabilidad, la propuesta de manejo del control interno de inventarios en las tiendas del barrio Pueblo Nuevo se beneficiará de un enfoque sistemático y estandarizado. Esto permitirá a los establecimientos mantener un registro detallado y preciso de sus inventarios, mejorando la eficiencia operativa y la gestión financiera. Asimismo, la integración de bases contables ayudará a los dueños de las tiendas a comprender mejor su situación

financiera y a implementar estrategias efectivas para optimizar sus recursos y maximizar sus beneficios.

Sistema contable

Según Meigs (2016):

“Un sistema contable consta del personal, de los procedimientos, las herramientas y los registros utilizados por una organización para desarrollar la información contable y comunicar esta información a quienes toman decisiones” (p, 8)

Para el manejo del control interno de los inventarios, un sistema contable bien diseñado e implementado es fundamental. Este sistema permite registrar cada transacción relacionada con los inventarios, desde la compra hasta la venta, asegurando que toda la información sea precisa y esté actualizada. La utilización de bases contables en cada establecimiento del barrio Pueblo Nuevo facilita la estandarización de los registros y promueve la consistencia en la información financiera.

Un sistema contable robusto también proporciona herramientas para el análisis y monitoreo continuo de los inventarios. Esto permite identificar discrepancias, detectar posibles fraudes o errores, y tomar medidas correctivas de manera oportuna. Además, el sistema contable ofrece informes detallados que ayudan a los dueños y administradores de las tiendas a tomar decisiones informadas sobre la gestión de sus inventarios, optimizando así el uso de sus recursos y mejorando la rentabilidad.

Teoría de los inventarios

La teoría de los inventarios se enfoca en la administración eficaz de las existencias en una organización, buscando equilibrar los costos vinculados al mantenimiento de inventarios y garantizar la disponibilidad de productos para cubrir la demanda. Esta teoría incluye varios modelos y métodos que asisten en la determinación de la cantidad ideal de inventarios que una empresa debe conservar en todo momento, con el fin de reducir costos como el almacenamiento, la escasez y la obsolescencia (Dörflinger, 1971)

Para las tiendas del barrio Pueblo Nuevo del Distrito de Barrancabermeja, aplicar la teoría de los inventarios en el diseño de una propuesta de manejo del control interno es vital. La gestión eficiente de los inventarios permite a estos establecimientos asegurar que siempre haya suficientes productos disponibles para satisfacer la demanda de los clientes, evitando así pérdidas de ventas y mejorando la satisfacción del cliente.

Además, la teoría de los inventarios ayuda a reducir costos de almacenamiento al evitar excesos innecesarios de productos. Mantener un inventario más ajustado y controlado significa que las tiendas pueden reducir los gastos asociados con el almacenamiento de productos, como el alquiler de espacio adicional y el deterioro de productos que no se venden rápidamente.

Modelo de control de inventarios

El modelo de inventarios es una estructura matemática y administrativa que ayuda a las empresas a determinar la cantidad óptima de productos que deben mantener en su inventario para minimizar costos y satisfacer la demanda de los clientes. Existen varios modelos de inventarios, cada uno diseñado para diferentes tipos de productos y situaciones comerciales (García, 2008)

La aplicación de modelos de inventarios garantiza que los productos estén disponibles cuando los clientes los demanden, lo que mejora la satisfacción del cliente y fideliza a los compradores. Modelos como el de Reposición Continuo aseguran que los niveles de inventario se mantengan siempre dentro de los límites óptimos.

Los modelos de inventarios proporcionan datos precisos y herramientas analíticas que facilitan la planificación y la toma de decisiones estratégicas. Esto es crucial para los dueños y administradores de las tiendas, ya que les permite prever necesidades futuras, gestionar eficientemente los pedidos y adaptar las estrategias de compra según las tendencias de demanda.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Una tienda de barrio se puede entender “como un establecimiento atendido por una o más personas detrás de un mostrador en donde el consumidor no tiene al alcance los productos y más del 50% de las ventas son para consumir fuera del establecimiento” (Grupo BIT, s.f.)

Asimismo, también se puede conocer que estas tiendas suelen ser consideradas como establecimientos de comercio, a partir de lo dicho por Gutiérrez (2015) donde se establece este como un lugar físico, determinable espacialmente, donde el denominado comerciante lleva a cabo sus actividades de comercio, dando a comprender este como su centro de operaciones.

Posteriormente, se identifica que hablar de inventario es otro concepto fundamental para la comprensión y alcance de este proyecto, por lo cual estos son considerados como todos los artículos o existencias utilizados en la producción (como materia prima y productos en proceso), en actividades de soporte (suministros de mantenimiento y reparación) y en el servicio al cliente (productos

terminados y repuestos). Constituyen una de las inversiones más significativas de las empresas en comparación con otros activos, ya que son esenciales para las ventas y fundamentales para maximizar las ganancias (Durán, 2012)

Y, también, dentro de este contexto, es necesario saber que la contabilidad es un proceso que recopila y selecciona información económico-financiera relevante, procesándola de manera que el resultado final sean informes que puedan ser utilizados por los usuarios para la toma de decisiones (Maycotte, 2011)

2.3. MARCO LEGAL

A continuación, se presenta en la siguiente tabla, el marco legal correspondiente al desarrollo de la investigación.

Tabla 1. Marco legal

Norma	Año	Descripción
Ley 590	2000	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa Fuente especificada no válida.
Ley 905	2004	Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones Fuente especificada no válida.
Ley 1314	2009	“Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición

		y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento.”
Decreto 2784	2012	Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo para los preparadores de información financiera que conforman el Grupo 1 Fuente especificada no válida.

Fuente: el autor; a partir del marco legal vigente en Función Pública

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos mixtos o híbridos consisten en un grupo de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que incluyen la recolección y análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta. Este enfoque permite hacer inferencias a partir de toda la información recopilada, conocidas como metainferencias, y obtener una comprensión más profunda del fenómeno estudiado. En el enfoque mixto se emplean datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras formas de evidencia (Hernández y Mendoza, 2020)

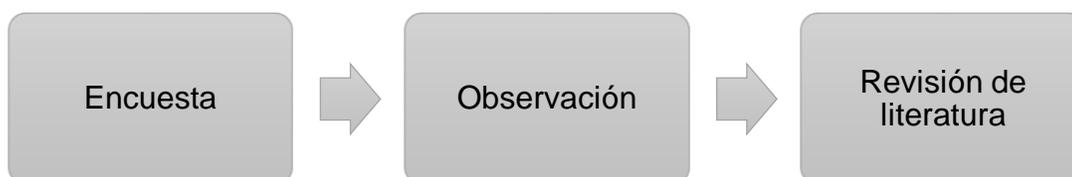
Por otro lado, el alcance de este estudio es descriptivo, teniendo en cuenta que de acuerdo a Hernández y Mendoza (2020) “buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”.

Asimismo, se puede consolidar que este estudio tiene un diseño no experimental de corte transversal, ya que no va a haber una manipulación de las variables, sino que se va a llevar a cabo la recopilación de los datos en único momento. También, porque permite conocer la incidencia en un espacio determinado sobre un conjunto de variables que se trabajan en una investigación o estudio (Sampieri 2018).

Respecto a la población objeto de estudio, van a ser las tiendas del barrio Pueblo Nuevo del Distrito de Barrancabermeja. Para esto, se va a tener en cuenta el censo que haya por medio de la Cámara de Comercio. Seguido, se va a aplicar un tipo de muestreo por conveniencia, teniendo en cuenta que permite mayor flexibilidad a la hora de agrupar a los mismos para la participación de este estudio investigativo.

Respecto a los instrumentos de recolección de información que se van a utilizar, se tiene en cuenta la aplicación de los siguientes:

Figura 1. Instrumentos de recolección de información



Fuente: el autor

Encuesta

Según Pardinás (1998) “la encuesta es un sistema de preguntas que tiene como finalidad obtener datos para una investigación”. A partir de este instrumento, se van a llevar a cabo una serie de cuestiones, las cuales van a ser resueltas por los tenderos y que permitirán recopilar datos de manera oportuna para comprender de forma más clara, cada una de las necesidades y vacíos que pueden existir dentro de los escenarios de inventarios de las tiendas del barrio Pueblo Nuevo del Distrito de Barrancabermeja.

Revisión documental

Cuando se habla de revisión de literatura, es importante tener en cuenta que según Sampieri (2018) “implica detectar, consultar y obtener la bibliografía y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro problema de investigación”.

Por medio de la revisión de literatura o también llamada documental, se puede obtener recursos bibliográficos que aporten considerablemente al desarrollo de los elementos que se necesitan para construir de manera sólida, cada uno de los requerimientos solicitados en los objetivos y alcances de este estudio

investigativo. Asimismo, aporta a la comprensión de experiencias académicas, donde se demuestre la importancia del manejo interno del control de inventarios.

Observación participante

Cuando se habla de observación, es importante tener en cuenta que esta no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos (Sampieri, 2018). Por tal razón, llevar a cabo la implementación de la observación, es de suma importancia por la implicación que esta tiene en recopilar datos que posiblemente no sean visibles en otros instrumentos como la encuesta y la revisión documental que se llevarán a cabo.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

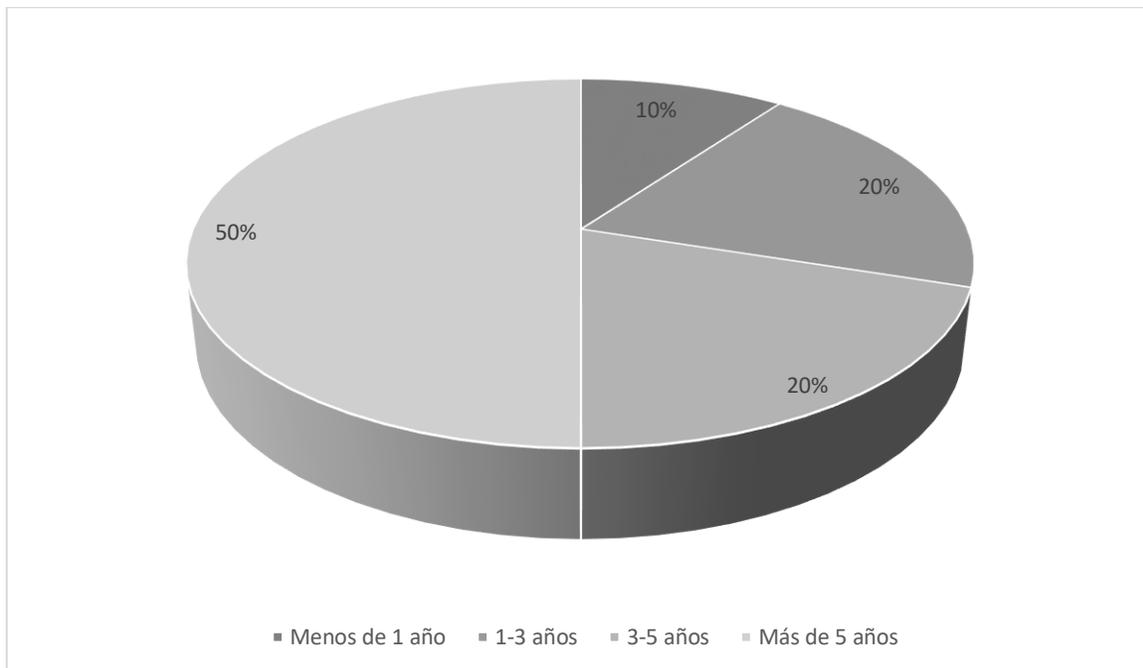
Los resultados esperados de esta investigación incluirían la formulación de una propuesta integral para mejorar el control interno de los inventarios en las tiendas del barrio Pueblo Nuevo, ubicado en el Distrito de Barrancabermeja. Esta propuesta estaría fundamentada en principios contables sólidos y adaptada a las particularidades de cada establecimiento. Se espera identificar y abordar las áreas críticas de gestión de inventarios, proporcionando recomendaciones específicas para optimizar procesos y minimizar pérdidas.

Además, se anticipa la implementación práctica de las recomendaciones propuestas, incluyendo la capacitación del personal de las tiendas en nuevos procedimientos contables y tecnológicos. Esto facilitaría un registro más preciso y sistemático de los inventarios, asegurando una gestión más eficiente y transparente. La evaluación continua del sistema implementado permitirá realizar ajustes necesarios y garantizar su efectividad a largo plazo, adaptándose a las necesidades cambiantes de las tiendas y promoviendo un manejo más profesionalizado de sus operaciones.

5. RESULTADOS

5.1. CLASIFICAR LOS PRODUCTOS DE MAYOR VISUALIZACIÓN PARA QUE SE ADQUIERAN EN UNA TIENDA COMO MAYOR IMPACTO EN VENTAS PARA TENER UNA AMPLIA ORGANIZACIÓN AL MOMENTO DE VENDER LOS PRODUCTOS PARA SUS CLIENTES.

Figura 2. 1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su tienda?



Fuente: el autor

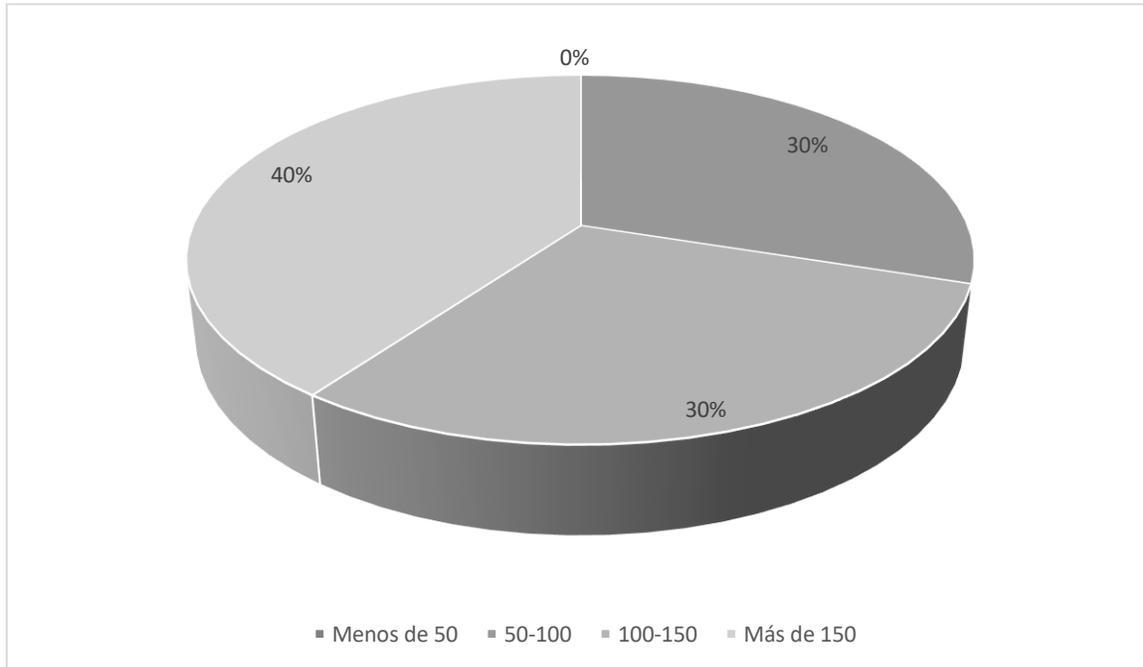
De acuerdo a lo dicho por los encuestados, un 10% de los tenderos ha estado operando sus tiendas durante menos de un año. Este grupo representa a los emprendedores más recientes en el mercado, quienes están en las primeras etapas de establecerse y construir una base sólida para sus negocios. La presencia de estos nuevos comerciantes sugiere una oportunidad para brindarles apoyo adicional en la gestión de inventarios y en la implementación de estrategias contables que faciliten su éxito inicial.

Otro 20% de los tenderos ha operado entre 1 y 3 años. Estos negocios están en una fase de desarrollo intermedia, habiendo superado los desafíos iniciales y comenzando a consolidarse en la comunidad. Su experiencia acumulada durante estos años les proporciona una base para ajustar sus prácticas de manejo de inventarios y aplicar nuevas estrategias contables que pueden contribuir a una mayor eficiencia y rentabilidad.

Un 20% de los tenderos tiene entre 3 y 5 años de experiencia. Estos comerciantes se encuentran en una etapa avanzada de su desarrollo, con un conocimiento más profundo del mercado local y una mejor comprensión de las dinámicas de sus negocios. Su experiencia les permite implementar prácticas más refinadas en la gestión de inventarios y en la contabilidad, aprovechando las lecciones aprendidas durante este tiempo para optimizar sus operaciones.

Finalmente, el 50% restante de los tenderos ha operado durante más de cinco años. Este grupo representa a los comerciantes más veteranos, quienes han establecido una presencia sólida y duradera en el barrio. La extensa experiencia de estos tenderos les otorga una perspectiva valiosa sobre las tendencias del mercado y la gestión de inventarios, permitiéndoles aplicar estrategias contables avanzadas y tomar decisiones informadas para mantener y fortalecer su éxito a largo plazo.

Figura 3. 2. ¿Cuántos clientes promedio atiende al día?



Fuente: el autor

A partir de lo dicho por los encuestados, Ninguno de los tenderos encuestados reporta atender menos de 50 clientes al día, lo que indica que todas las tiendas en el área tienen una base mínima de tráfico de clientes, aunque la magnitud varía significativamente entre los establecimientos.

Un 30% de los tenderos indica que atienden entre 50 y 100 clientes diariamente. Este grupo representa a tiendas con una afluencia moderada, lo cual sugiere que, aunque el tráfico de clientes es estable, no es tan alto como para generar un volumen de ventas masivo. Estos tenderos podrían beneficiarse de estrategias que optimicen la rotación de inventarios y mejoren la visibilidad de productos clave para maximizar sus ingresos dentro de este rango de clientes.

De igual manera, un 30% de los tenderos manifiesta que llegan aproximadamente entre 100 y 150 clientes al día, lo cual también denota un movimiento significativo en las ventas que se realizan.

Por otro lado, un 40% de los tenderos señala que atienden a más de 150 clientes al día. Este alto porcentaje refleja un volumen significativo de clientes, lo que implica una rotación rápida y constante de inventarios en estas tiendas. La alta afluencia de clientes destaca la importancia de una gestión eficiente del inventario y una organización cuidadosa para asegurar que los productos más populares estén siempre disponibles y bien posicionados para satisfacer la demanda. Para estos establecimientos, mantener un control riguroso sobre las existencias y emplear prácticas contables efectivas es crucial para manejar el flujo elevado de clientes y optimizar las ventas.

3. ¿Cuáles son los productos más vendidos en su tienda?

Los productos lácteos, como la leche, el yogur y el queso, son básicos en la dieta diaria de muchas personas. La leche, en particular, es un artículo de primera necesidad que muchas familias compran a diario, especialmente aquellas con niños pequeños. La frescura es un factor crítico para estos productos, lo que hace que su rotación rápida sea esencial para evitar desperdicios. Además, estos productos a menudo actúan como imanes para atraer a los clientes, quienes, al comprar leche o yogur, también tienden a adquirir otros artículos, incrementando el valor total de sus compras.

El pan, las galletas y otros productos de panadería no solo satisfacen una necesidad básica de alimento, sino que también son sinónimo de frescura y calidad en una tienda. El aroma del pan recién horneado, por ejemplo, puede atraer a los clientes e incluso incentivar compras adicionales. Estos productos son

altamente perecederos, lo que hace crucial su ubicación en un área visible y accesible para asegurar una venta rápida. Además, al ser productos de consumo diario, su disponibilidad y frescura refuerzan la lealtad del cliente hacia la tienda.

Las bebidas, incluyendo gaseosas, jugos, aguas y cervezas, son de alto consumo y de fácil venta. Su relevancia radica en la variedad de ocasiones en las que se compran: desde acompañar una comida diaria hasta ser la bebida preferida en reuniones sociales. Su alta rotación y el hecho de que suelen ser adquiridas en grandes cantidades hacen que las bebidas sean un pilar de ingresos para la tienda. Colocarlas en un lugar estratégico garantiza que los clientes las encuentren fácilmente y que la tienda mantenga un flujo constante de ventas.

Asimismo, a pesar de la tendencia decreciente en el consumo de tabaco, estos productos siguen siendo importantes para ciertos segmentos de la clientela. Los cigarrillos, en particular, son productos que los clientes habituales compran regularmente, lo que garantiza un flujo constante de ventas. Su colocación cerca de las cajas registradoras no solo responde a cuestiones de seguridad, sino también a la conveniencia, permitiendo que los compradores puedan adquirir rápidamente lo que necesitan.

4. ¿Cuáles son los productos que más buscan sus clientes al entrar en la tienda?

Dentro de los productos que más buscan los clientes en la tienda, se encuentran los alimentos relacionados con huevos, verduras, carne y pollo; y aunque son varios, se enmarcan en este segmento de alimentos. Los huevos son un alimento versátil y esencial en muchas comidas. Su importancia radica en su valor nutricional y en su capacidad para ser utilizados en una amplia variedad de

recetas, desde desayunos hasta cenas. La demanda de huevos es constante, ya que son un ingrediente básico en la cocina de muchas familias.

Las verduras, como tomates, cebollas, pimientos, zanahorias y lechugas, son fundamentales para una dieta equilibrada y saludable. Los clientes buscan verduras frescas debido a su frescura y calidad, que afectan directamente el sabor y valor nutritivo de sus comidas.

La carne, que incluye cortes de res, cerdo y otras variedades, es otro producto de alta demanda. La carne es esencial en muchas recetas y es un componente clave de las comidas principales. Los clientes buscan carne fresca y de buena calidad. Y., el pollo es una opción popular por su versatilidad y valor nutricional. Ya sea en forma de pechugas, muslos, alitas o carne molida, el pollo es un ingrediente común en muchas comidas caseras. La demanda de pollo es alta debido a su facilidad de preparación y su adaptabilidad a diversas recetas.

Por otro lado, se encuentran los snacks y golosinas; estos productos tienen un atractivo único debido a su naturaleza impulsiva. Los snacks y las golosinas, como papas fritas, chocolates y caramelos, a menudo se compran en el último minuto, lo que significa que su colocación cerca de las cajas registradoras puede aumentar las ventas sin necesidad de esfuerzos adicionales de marketing. Además, son productos que atraen tanto a adultos como a niños, lo que los convierte en una fuente de ingresos constante y versátil.

Los productos de limpieza, aseo personal y otros artículos de uso diario son esenciales para los hogares. La importancia de estos productos radica en su constante demanda; los clientes necesitan reabastecerse regularmente de detergentes, papel higiénico, jabones y otros productos similares. Estos artículos no solo generan ventas recurrentes, sino que también refuerzan la percepción de

la tienda como un lugar confiable donde los clientes pueden encontrar todo lo que necesitan para su hogar, contribuyendo a la fidelización de los clientes.

5. ¿Qué productos suelen colocarse en lugares más visibles dentro de su tienda?

La mayoría de los tenderos tiende a ubicar en lugares prominentes los productos que tienen una alta rotación, como los huevos, panes y productos de panadería. La razón detrás de esto es que estos artículos son de alta demanda y tienen una rápida salida de inventario. Colocarlos en áreas visibles asegura que los clientes puedan verlos inmediatamente al ingresar a la tienda, lo que no solo facilita la compra sino que también puede aumentar el volumen de ventas debido a su visibilidad constante.

Los productos frescos como frutas, verduras y carnes también se colocan en áreas destacadas. Los tenderos entienden que la frescura de estos productos es un factor crucial para los clientes, quienes buscan calidad y buen estado. Colocarlos en lugares visibles, y a menudo cerca de la entrada, permite a los clientes evaluar rápidamente la calidad y frescura, lo que puede influir positivamente en la decisión de compra. Además, la buena visibilidad de estos productos puede fomentar la compra de otros artículos complementarios.

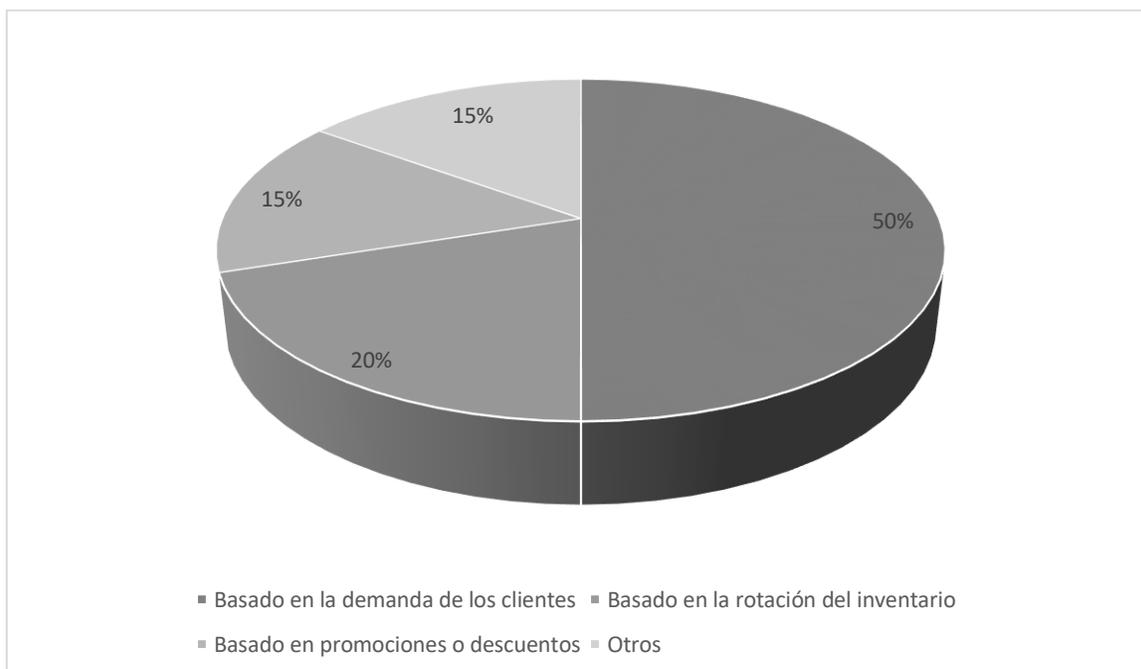
De los productos que usted coloca en lugares visibles, ¿cuáles han tenido un aumento significativo en ventas?

Los productos de panadería, especialmente el pan fresco, han mostrado un aumento significativo en ventas cuando se colocan en lugares visibles. La razón principal es que el pan fresco es un artículo de alta rotación que los clientes buscan frecuentemente. Su aroma y apariencia atractiva, cuando están ubicados

en una posición prominente cerca de la entrada o en una estantería bien iluminada, captan la atención de los clientes y estimulan compras frecuentes. Este incremento en la visibilidad se traduce directamente en mayores ventas debido a la alta demanda diaria de este producto esencial.

Las verduras y frutas frescas también han experimentado un aumento notable en ventas cuando se exhiben en áreas destacadas dentro de la tienda. La frescura y la calidad visual de estos productos son factores determinantes para los clientes al momento de hacer sus compras. Al ubicarlos en zonas visibles y bien organizadas, los tenderos no solo atraen la atención hacia estos productos saludables, sino que también facilitan la selección rápida por parte de los clientes, lo que contribuye a un incremento en las ventas.

Figura 4. 6. ¿Cómo determina qué productos colocar en las áreas más visibles de su tienda?



Fuente: el autor

La mitad de los tenderos toma decisiones sobre la ubicación de los productos en función de la demanda de los clientes. Este enfoque se centra en la observación directa y la comprensión de las preferencias y necesidades del consumidor. Colocar productos de alta demanda en áreas visibles asegura que estos artículos sean fácilmente accesibles para los clientes, lo que puede mejorar la satisfacción del cliente y aumentar las ventas. Este enfoque también permite a los tenderos ajustar la disposición de los productos según las tendencias de compra y las demandas cambiantes del mercado.

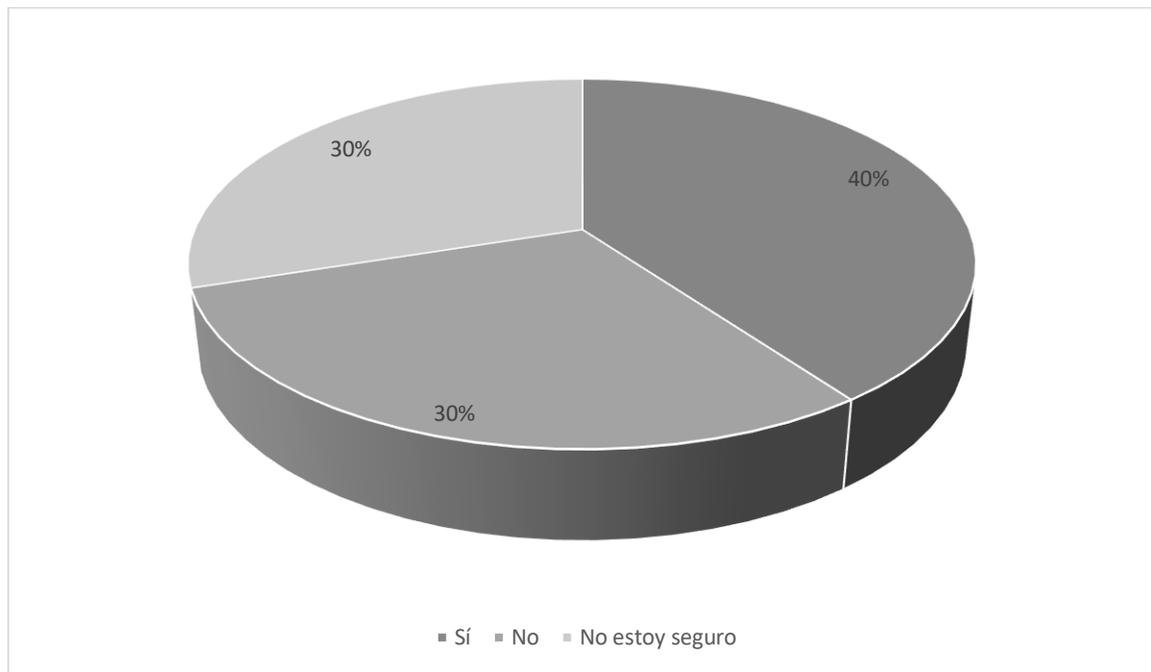
Un 20% de los tenderos decide la ubicación de los productos según la rotación del inventario. Este método se basa en la gestión eficiente del stock, colocando en lugares destacados aquellos productos que se venden más rápidamente. La alta rotación de inventario justifica su visibilidad para asegurar una reposición oportuna y minimizar el riesgo de desabastecimiento. Además, al destacar estos productos, los tenderos pueden maximizar su rentabilidad al reducir el tiempo que estos artículos permanecen en inventario.

Un 15% de los tenderos utiliza las promociones y descuentos como criterio para ubicar productos en áreas visibles. Esta estrategia se enfoca en atraer a los clientes hacia ofertas especiales, impulsando así las ventas de productos en promoción. La visibilidad de estos productos en oferta no solo capta la atención de los compradores en busca de buenas ofertas, sino que también puede generar un efecto positivo en las ventas de otros productos relacionados.

El 15% restante de los tenderos utiliza otros criterios para determinar la ubicación de los productos en la tienda. Estos criterios pueden incluir factores como la estacionalidad, la presentación visual de los productos, o incluso estrategias de marketing personalizadas. La diversidad de estos enfoques indica que algunos

tenderos aplican métodos únicos o combinados para optimizar la disposición de sus productos, adaptándose a las características particulares de su tienda y a las preferencias de sus clientes.

Figura 5. 7. ¿Cree usted que mejorar la visibilidad de ciertos productos ha influido en un aumento de ventas?



Fuente: el autor

Un 40% de los tenderos cree que mejorar la visibilidad de ciertos productos ha tenido un impacto positivo en las ventas. Este grupo de tenderos ha observado que ubicar productos en áreas más visibles no solo atrae la atención de los clientes, sino que también facilita la compra de estos artículos. La mejora en la visibilidad puede aumentar la probabilidad de compra, especialmente para productos de alta demanda, en promoción o aquellos que los clientes buscan con frecuencia. Este aumento en la visibilidad puede traducirse directamente en un

incremento en las ventas al hacer que los productos sean más accesibles y atractivos para los compradores.

Por otro lado, se encuentra que un 30% de los tenderos considera que mejorar la visibilidad de los productos no ha influido en el aumento de ventas. Este grupo puede no haber observado una correlación clara entre la ubicación prominente de los productos y un incremento en las ventas. Las razones pueden variar, incluyendo la posibilidad de que otros factores, como el precio, la calidad del producto o la competencia, tengan un impacto más significativo en las decisiones de compra de los clientes. Además, es posible que la estrategia de visibilidad por sí sola no sea suficiente sin una adecuada combinación con otras tácticas de marketing y gestión.

Y por último, un 30% de los tenderos no está seguro de si la mejora en la visibilidad de los productos ha influido en el aumento de ventas. Este grupo puede no tener datos suficientes o una observación clara que relacione la visibilidad con el rendimiento en ventas. La incertidumbre puede deberse a una falta de análisis detallado o a la ausencia de una estrategia de seguimiento que permita medir con precisión el impacto de la visibilidad en las ventas.

8. ¿Cuál es el producto que menos se vende en su tienda y cómo se encuentra ubicado?

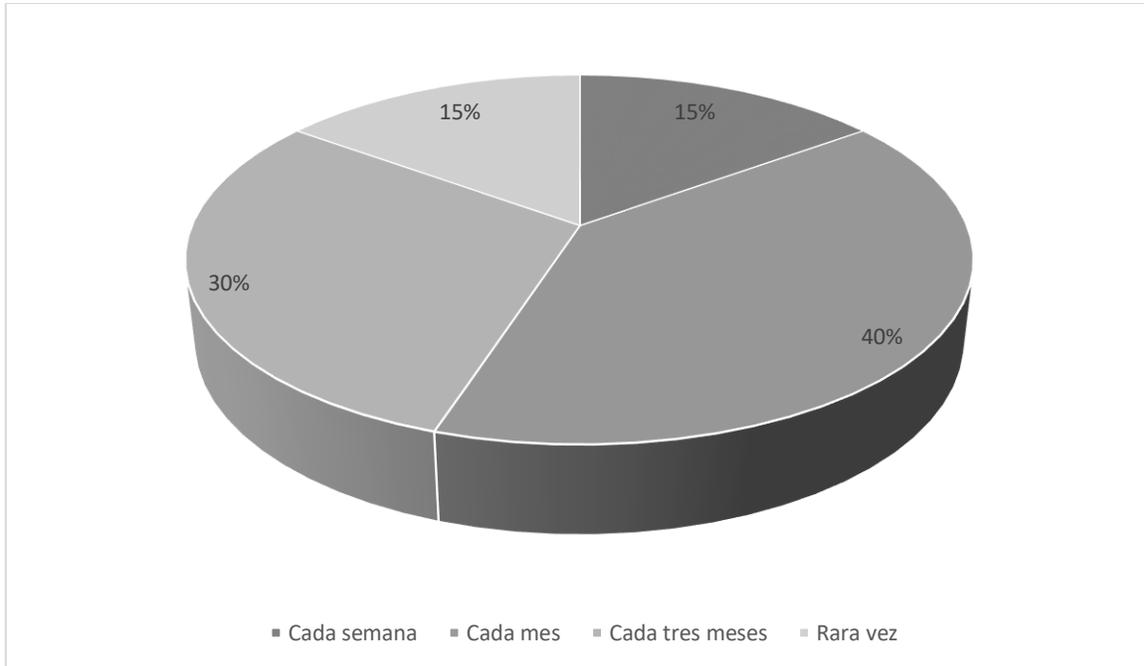
En las tiendas del barrio Pueblo Nuevo, los artículos de papelería se encuentran entre los productos con menor demanda. Este grupo incluye cuadernos, bolígrafos, lápices y otros suministros de oficina, los cuales han mostrado una baja rotación en comparación con otros productos disponibles en las tiendas.

Estos artículos de papelería suelen estar ubicados en una sección específica, a menudo en un estante o rincón dedicado a productos de oficina y escolares. Sin embargo, esta ubicación tiende a ser menos visible dentro de la tienda, alejada de las áreas de alta circulación como las secciones de alimentos frescos o productos de alta rotación.

La baja venta de los artículos de papelería puede atribuirse a varios factores. En primer lugar, su ubicación en una zona menos prominente limita su exposición a los clientes. Dado que estos productos no son de alta demanda diaria, es posible que no capten la atención de los clientes cuando entran a la tienda. Además, la demanda de estos productos puede ser estacional o limitada, dependiendo del perfil demográfico y las necesidades de los clientes locales. Por ejemplo, si la mayoría de los clientes no tiene hijos en edad escolar o no necesita suministros de oficina con frecuencia, la demanda de artículos de papelería puede ser baja.

La competencia con tiendas especializadas en papelería o grandes cadenas que ofrecen precios más competitivos y una mayor variedad también puede influir en las bajas ventas. Para abordar esta situación, los tenderos podrían considerar reubicar los artículos de papelería en una posición más visible, cerca de productos relacionados como libros y material escolar, para aumentar su exposición. Además, implementar ofertas y promociones especiales podría incentivar la compra de estos productos, así como utilizar señalización dentro de la tienda para destacar su disponibilidad y cualquier descuento. Promocionar los artículos de papelería a través de redes sociales o en la comunidad local también podría contribuir a aumentar su demanda.

Figura 6. 9. ¿Con qué frecuencia reorganiza la disposición de los productos en su tienda?



Fuente: el autor

La mayoría de los tenderos, un 40%, opta por reorganizar la disposición de los productos en sus tiendas de forma mensual. Este enfoque refleja una estrategia proactiva de gestión del espacio, donde los tenderos ajustan regularmente la ubicación de los productos para adaptarse a las tendencias de compra, las temporadas o las promociones mensuales. Reorganizar cada mes permite a los tenderos maximizar la visibilidad de los productos y mantener la tienda atractiva y dinámica para los clientes, lo que puede contribuir a un incremento en las ventas y una mejor experiencia de compra.

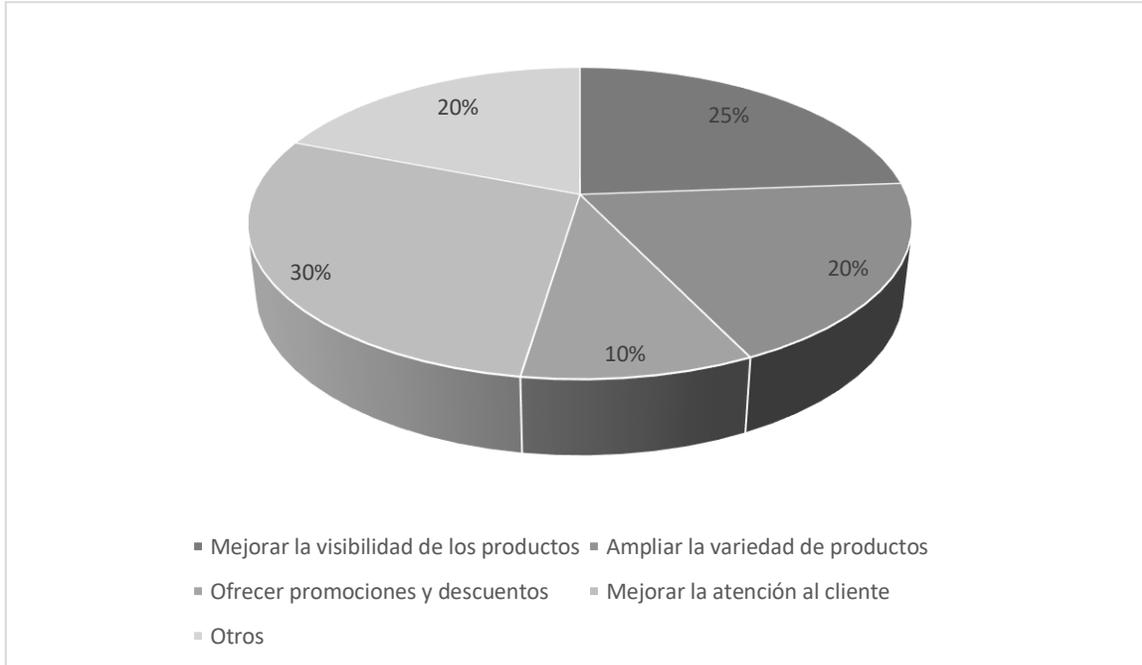
Un 30% de los tenderos reorganiza sus productos cada tres meses. Esta frecuencia, aunque menos frecuente que la mensual, aún permite ajustar la disposición de los productos en respuesta a cambios estacionales o a la introducción de nuevos productos. Reorganizar cada tres meses puede ser una

estrategia equilibrada, que no requiere cambios demasiado frecuentes, pero que sigue permitiendo una adaptación adecuada a las necesidades del mercado y las preferencias de los clientes.

Un 15% de los tenderos reorganiza la disposición de los productos semanalmente. Este enfoque refleja un nivel alto de dinamismo y flexibilidad en la gestión de la tienda. Reorganizar semanalmente puede ser efectivo para tiendas que manejan productos de alta rotación o que desean mantener una apariencia siempre fresca y atractiva para los clientes regulares. Sin embargo, esta frecuencia también puede requerir más tiempo y esfuerzo por parte del personal de la tienda.

Otro 15% de los tenderos indicó que rara vez reorganiza la disposición de los productos en su tienda. Esta estrategia puede estar basada en una percepción de estabilidad en la demanda de los productos, donde los tenderos consideran que la disposición actual es la más eficiente y no ven la necesidad de realizar cambios frecuentes. Sin embargo, este enfoque podría limitar la capacidad de la tienda para adaptarse a nuevas tendencias o a las necesidades cambiantes de los clientes.

Figura 7. 10. En su opinión, ¿qué aspecto es más importante para mejorar las ventas en su tienda?



Fuente: el autor

La mayoría de los tenderos, un 30%, considera que mejorar la atención al cliente es el aspecto más importante para incrementar las ventas en sus tiendas. Este enfoque subraya la importancia de ofrecer un servicio personalizado, amigable y eficiente, lo que puede mejorar la experiencia del cliente y fomentar la fidelidad. Una atención al cliente de alta calidad puede generar una relación de confianza con los clientes, lo que no solo puede aumentar las ventas directas, sino también atraer recomendaciones y repeticiones de compra. Los tenderos que priorizan este aspecto reconocen que el trato al cliente es un diferenciador clave en un entorno competitivo.

Un 20% de los tenderos identifica la mejora en la visibilidad de los productos como un factor crucial para aumentar las ventas. Este grupo de tenderos comprende que la disposición estratégica de los productos en áreas destacadas de la tienda puede atraer la atención de los clientes y fomentar compras impulsivas. Al mejorar

la visibilidad, se asegura que los productos más rentables o aquellos que se desean promover estén al alcance inmediato de los compradores, lo que puede traducirse en un aumento significativo en las ventas.

Otro 20% de los tenderos cree que la clave para aumentar las ventas reside en ampliar la variedad de productos ofrecidos. Este enfoque se basa en la idea de que una mayor variedad puede satisfacer un espectro más amplio de necesidades y preferencias del cliente, atrayendo a más compradores y fomentando la lealtad del cliente. Al diversificar la oferta de productos, los tenderos pueden captar nuevos segmentos de mercado y reducir la necesidad de que los clientes busquen productos específicos en otras tiendas.

Un 10% de los tenderos considera que ofrecer promociones y descuentos es el aspecto más importante para mejorar las ventas. Las ofertas especiales pueden atraer a clientes conscientes del precio y generar un aumento en el tráfico de la tienda. Este enfoque es especialmente útil para mover inventarios lentos, atraer nuevos clientes y estimular compras adicionales. Sin embargo, el menor porcentaje sugiere que, aunque las promociones son efectivas, no son vistas como la estrategia principal por la mayoría de los tenderos.

El 20% restante de los tenderos menciona otros aspectos como los más importantes para mejorar las ventas. Estos aspectos podrían incluir factores como la ubicación de la tienda, la calidad de los productos, la implementación de tecnología para facilitar las compras o la mejora del ambiente físico de la tienda. La variedad de respuestas en esta categoría indica que cada tienda tiene su propia dinámica y que los tenderos están explorando diferentes estrategias para optimizar su rendimiento.

A partir de lo encontrado, se establece que esta clasificación permitirá a los propietarios de los establecimientos enfocar sus estrategias comerciales en productos que generen mayor atracción entre los clientes, optimizando así la organización interna y el espacio disponible. Al priorizar los productos más demandados, se logrará una disposición más eficiente y accesible, facilitando el proceso de compra para los clientes y, en consecuencia, incrementando las ventas de la tienda. Esta estrategia es fundamental para maximizar la rentabilidad y mejorar la experiencia de compra, asegurando que los productos de mayor impacto sean fácilmente accesibles y destacados en el punto de venta.

En las tiendas del barrio Pueblo Nuevo, se destacan ciertos productos que, debido a su alta rotación y demanda constante, merecen una mayor visualización y prioridad en la organización del espacio de venta. Estos productos incluyen:

Estos productos, seleccionados por su alta demanda y relevancia para los clientes de las tiendas del barrio Pueblo Nuevo, deben ser el foco principal de la organización interna. Al destacarlos, no solo se optimiza la experiencia de compra, sino que también se maximiza el potencial de ventas, beneficiando tanto a los clientes como a los propietarios de los establecimientos. Cada uno de estos productos no solo contribuye a las ventas individuales, sino que, en conjunto, construyen la base de la oferta de la tienda, manteniendo su relevancia en la comunidad y asegurando un flujo constante de clientes. Su correcta organización y visibilidad son cruciales para maximizar el impacto que tienen en las ventas y para garantizar que la tienda continúe siendo un destino preferido para los residentes de Pueblo Nuevo.

5.2. ESTABLECER UNA ESTRATEGIA CONTABLE PARA QUE LOS TENDEROS PUEDAN REALIZAR UNA BUENA ORGANIZACIÓN DE SUS INVENTARIOS Y MANEJO CORRECTO, PARA PODER GENERAR UN IMPACTO POSITIVO EN SUS TIENDAS.

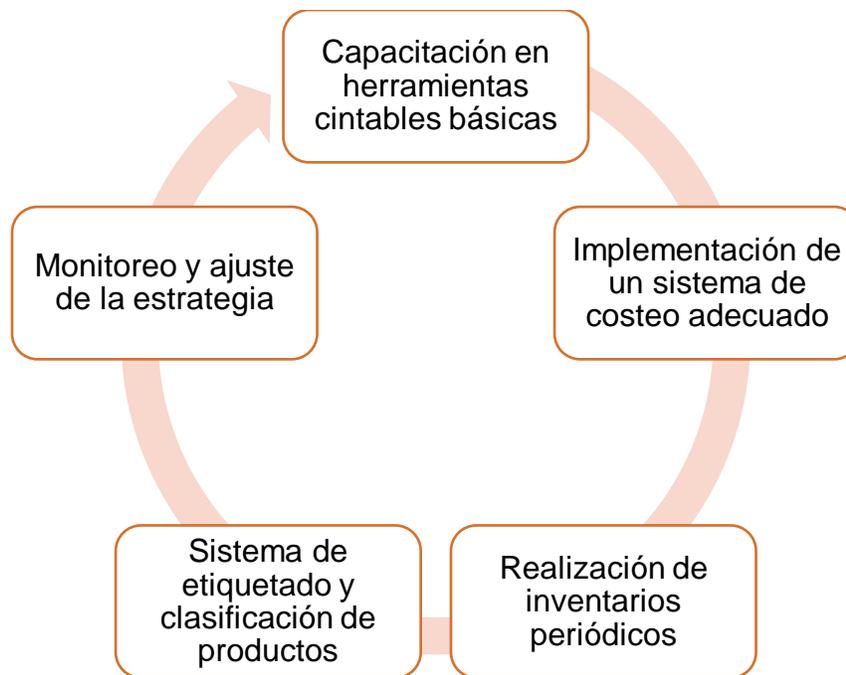
La estrategia se basa en la implementación de prácticas contables sencillas, adaptadas a las necesidades y recursos de los tenderos locales. Esto incluye la creación de registros detallados de entradas y salidas de productos, el uso de métodos de costeo adecuados y la realización de inventarios periódicos para mantener un control constante sobre las existencias.

Una parte crucial de esta estrategia es capacitar a los tenderos en el uso de herramientas contables básicas, como hojas de cálculo o aplicaciones móviles diseñadas para la gestión de inventarios. Estas herramientas no solo facilitarán la organización de los productos, sino que también permitirán a los tenderos realizar un seguimiento más preciso de sus márgenes de ganancia, identificar rápidamente los productos más rentables y tomar decisiones informadas sobre las compras y reposiciones.

Además, la estrategia contempla la implementación de un sistema de etiquetado y clasificación de productos, que permitirá a los tenderos organizar sus inventarios de manera más eficiente, asegurando que los productos de alta rotación estén siempre disponibles y bien posicionados en la tienda. Esto no solo mejorará la experiencia de compra para los clientes, sino que también reducirá el tiempo y esfuerzo necesarios para la gestión diaria del inventario.

Para implementar una estrategia contable eficaz en las tiendas del barrio Pueblo Nuevo, se llevará a cabo un proceso en varios pasos, enfocado en mejorar la organización de los inventarios y en garantizar un manejo adecuado de los mismos. Esta estrategia está diseñada para ser accesible y práctica, teniendo en cuenta las necesidades y recursos limitados de los tenderos locales.

Figura 8. Estrategia contable para los tenderos



Fuente: el autor

Para esto, es importante tener en cuenta que su desarrollo se basa de la siguiente manera:

Capacitación en herramientas contables básicas

El primer paso será proporcionar capacitación a los tenderos sobre el uso de herramientas contables básicas, que incluyen tanto métodos manuales como digitales. Se les enseñará a llevar registros detallados de entradas y salidas de productos, utilizando hojas de cálculo simples o aplicaciones móviles especialmente diseñadas para la gestión de inventarios en pequeñas tiendas. La capacitación se enfocará en la importancia de mantener un registro actualizado y preciso, lo que permitirá a los tenderos tener un control claro sobre sus existencias y evitar pérdidas innecesarias.

Implementación de un sistema de costeo adecuado

Una vez capacitados, los tenderos serán guiados en la adopción de un sistema de costeo que se ajuste a sus operaciones. Se les recomendará el uso del método de costeo promedio, que es sencillo de aplicar y permite calcular el costo de los productos de manera eficiente. Este método facilitará a los tenderos la identificación de los márgenes de ganancia por producto y les ayudará a tomar decisiones informadas sobre los precios de venta y la reposición de inventarios.

Realización de inventarios periódicos

Para asegurar un manejo continuo y organizado de los inventarios, se establecerá un calendario regular para la realización de inventarios físicos. Se aconsejará a los tenderos que realicen conteos mensuales, lo que les permitirá detectar a tiempo cualquier discrepancia entre los registros contables y las existencias reales. Este proceso ayudará a minimizar las pérdidas por robos, vencimientos o errores de registro, y a mantener un control más riguroso sobre el stock disponible.

Sistema de etiquetado y clasificación de productos

Otra parte esencial de la estrategia será la implementación de un sistema de etiquetado y clasificación de productos. Los tenderos aprenderán a categorizar sus productos según la rotación y la fecha de vencimiento, utilizando etiquetas que indiquen claramente esta información. Los productos de alta rotación y aquellos con fechas de vencimiento próximas se colocarán en áreas de fácil acceso y alta visibilidad dentro de la tienda, asegurando su venta rápida y evitando pérdidas por caducidad.

Monitoreo y ajuste de la estrategia

Finalmente, la estrategia incluirá un componente de monitoreo continuo, donde se evaluará el impacto de las prácticas contables implementadas en la rentabilidad y organización de la tienda. Se realizarán reuniones periódicas con los tenderos para discutir los resultados obtenidos, identificar áreas de mejora y ajustar la estrategia según sea necesario. Este enfoque dinámico garantizará que la estrategia se mantenga relevante y efectiva a medida que cambian las necesidades de los tenderos y del mercado.

5.3. DISEÑAR UNA HOJA DE CÁLCULO QUE PERMITA LLEVAR EL CONTROL DE TODAS LAS COMPRAS, VENTAS E INVENTARIO DE FORMA INTUITIVA, CON EL FIN DE DAR FACILIDAD DE USOS PARA CUALQUIER TIPO DE PERSONA Y DE DIFERENTES EDADES.

El objetivo específico de esta herramienta es diseñar una hoja de cálculo intuitiva y accesible que permita a los tenderos del barrio Pueblo Nuevo en Barrancabermeja gestionar de manera eficiente sus operaciones diarias de compras, ventas e inventario. Esta solución busca optimizar la administración de recursos, prevenir

pérdidas, y facilitar la toma de decisiones informadas, contribuyendo así a la rentabilidad y sostenibilidad de sus negocios.

Tabla 2. Hoja de cálculo de control de compras y ventas

Fec ha	Tipo de transacción	Producto	Cantidad	Tipo de unidad	Precio unitario	Total	Proveedor/Cliente	Método de pago
3/09/2024	Venta	Arroz	1	Libras	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	Cliente	Efectivo
3/09/2024	Venta	Aceite	1	Litros	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	Cliente	Efectivo
3/09/2024	Venta	Lentejas	1	Libras	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	Cliente	Efectivo
3/09/2024	Venta	Fríjoles	1	Libras	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	Cliente	Transferencia
3/09/2024	Venta	Aceite	1	Litros	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	Cliente	Transferencia
3/09/2024	Venta	Fideos	1	Libras	\$ 700,00	\$ 700,00	Cliente	Efectivo
3/09/2024	Compra	Carne de res	4	Kilogramos	\$ 22.000,00	\$ 88.000,00	ASOCAR BA	Efectivo
3/09/2024	Compra	Picadas de pollo	2	Kilogramos	\$ 7.000,00	\$ 14.000,00	MAC POLLO	Efectivo
3/09/2024	Compra	Costilla de cerdo	4	Kilogramos	\$ 16.000,00	\$ 64.000,00	ASOCAR BA	Efectivo
3/09/2024	Venta	Cerveza	4	Piezas	\$ 3.000,00	\$ 12.000,00	Cliente	Transferencia

	Inicial			Actual	Mínimo	
Arroz	50 libras	100 libras	40 libras	110 libras	20 libras	Suficiente
Aceite	50 litros	20 litros	15 litros	55 litros	20 litros	Suficiente
Lentejas	20 libras	10 libras	10 libras	20 libras	10 libras	Suficiente
Fríjoles	20 libras	10 libras	15 libras	15 libras	10 libras	Suficiente
Huevos	25 cartones	5 cartones	20 cartones	10 cartones	10 cartones	Bajo
Fideos	25 libras	5 libras	15 libras	15 libras	10 libras	Suficiente
Carne de res	10 kilogramos	4 kilogramos	10 kilogramos	4 kilogramos	5 kilogramos	Bajo
Picadas de pollo	8 kilogramos	5 kilogramos	3 kilogramos	10 kilogramos	5 kilogramos	Suficiente
Costilla de cerdo	10 kilogramos	5 kilogramos	7 kilogramos	8 kilogramos	5 kilogramos	Suficiente
Cerveza	150 piezas	150 piezas	200 piezas	100 piezas	80 piezas	Suficiente
Gaseosa	100 piezas	60 piezas	30 piezas	130 piezas	50 piezas	Suficiente
Cigarrillos	25 paquetes	10 paquetes	15 paquetes	20 paquetes	15 paquetes	Suficiente
Detergente	12 cajas	4 cajas	2 cajas	14 cajas	5 cajas	Suficiente
Límpido	12 cajas	2 cajas	2 cajas	12 cajas	5 cajas	Suficiente
Ambientador	8 cajas	2 cajas	2 cajas	8 cajas	5 cajas	Suficiente
Shampoo	2 cajas	1 caja	1 caja	1 caja	1 caja	Bajo
Acondicionador	1 caja	1 caja	1 caja	1 caja	1 caja	Bajo
Jabón	1 caja	2 cajas	1 caja	2 cajas	1 caja	Suficiente
DonKat	2 cajas	2 cajas	1 caja	2 cajas	1 caja	Suficiente
Panela	1 caja	3 cajas	1 caja	3 cajas	1 caja	Suficiente
Encendedor	1 docena	1 docena	Ninguno	2 docenas	1 docena	Suficiente
Cuaderno	2 cajas	1 caja	1 caja	2 cajas	1 caja	Suficiente
Café	1 docena	1 docena	1 docena	1 docena	1 docena	Bajo
Huevos	4 cartones	3 cartones	2 cartones	5 cartones	2 cartones	Suficiente
Pan	20	10	6	24	5	Suficiente

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder del Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

	paquetes	paquetes	paquetes	paquetes	paquetes	
Chocolate	2 cajas	1 caja	1 caja	2 cajas	1 caja	Suficiente
Mantequilla	1 caja	1 caja	2 cajas	Ninguno	1 caja	Bajo
Toallas higiénicas	1 caja	2 cajas	1 caja	2 cajas	1 caja	Suficiente
Cepillo	1 docena	2 docenas	1 docena	1 docena	1 docena	Bajo
Crema dental	1 docena	2 docenas	1 docena	2 docenas	1 docena	Suficiente
Queso	5 kilogramos	1 kilogramo	2 kilogramos	4 kilogramos	1 kilogramo	Suficiente
Jamón	4 kilogramos	1 kilogramo	2 kilogramos	3 kilogramos	1 kilogramo	Suficiente
Cheetos	12 piezas	3 piezas	4 piezas	11 piezas	5 piezas	Suficiente
Agua	20 litros	10 litros	10 litros	20 litros	5 litros	Suficiente
Canela	12 piezas	12 piezas	2 piezas	22 piezas	5 piezas	Suficiente
Pimienta	12 piezas	12 piezas	5 piezas	19 piezas	5 piezas	Suficiente
Dog Chow	12 libras	20 libras	12 libras	20 libras	5 libras	Suficiente
Tomate	5 kilogramos	2 kilogramos	3 kilogramos	4 kilogramos	2 kilogramos	Suficiente
Pimentón	6 kilogramos	4 kilogramos	3 kilogramos	7 kilogramos	2 kilogramos	Suficiente
Plátano	10 kilogramos	10 kilogramos	20 kilogramos	Ninguno	1 kilogramo	Bajo
Papa	12 kilogramos	8 kilogramos	5 kilogramos	15 kilogramos	5 kilogramos	Suficiente
Zanahoria	3 kilogramos	3 kilogramos	4 kilogramos	2 kilogramos	2 kilogramos	Bajo
Borrador	1 caja	1 caja	Ninguno	2 cajas	1 cajas	Suficiente
Lápiz	2 docenas	1 docena	1 docena	2 docenas	1 docena	Suficiente
Lapicero	2 docenas	1 docena	1 docena	2 docenas	1 docena	Suficiente
Chococono	6 piezas	12 piezas	5 piezas	13 piezas	5 piezas	Suficiente
Harina de	2	2	1	3	1	Suficiente

trigo	kilogramos	kilogramos	kilogramos	kilogramos	kilogramos	
Azúcar	4 kilogramos	1 kilogramo	2 kilogramos	3 kilogramos	1 kilogramos	Suficiente
Sal	6 kilogramos	1 kilogramo	2 kilogramos	5 kilogramos	2 kilogramos	Suficiente
Nestúm	1 docena	1 docena	1 docena	1 docena	1 docena	Bajo
Pony Malta	12 piezas	12 piezas	6 piezas	18 piezas	5 piezas	Suficiente
Jugo HIT	13 piezas	12 piezas	5 piezas	20 piezas	10 piezas	Suficiente

Fuente: el autor

El diseño de esta hoja de cálculo es una herramienta de gran relevancia para los tenderos del barrio Pueblo Nuevo en Barrancabermeja. Su importancia radica en la capacidad de facilitar la gestión diaria de las operaciones comerciales, permitiendo un control eficiente sobre las compras, ventas e inventarios. En un contexto donde la competencia es alta y los márgenes de ganancia son reducidos, mantener un registro preciso de estos aspectos es esencial para asegurar la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio.

Esta herramienta optimiza la administración de recursos al proporcionar un seguimiento detallado de cada transacción, permitiendo a los tenderos tomar decisiones informadas sobre las cantidades y tiempos de compra. De esta manera, se evita el exceso de stock que podría resultar en pérdidas por productos obsoletos, así como la falta de inventario que podría afectar las ventas.

Además, esta hoja de cálculo permite una prevención efectiva de pérdidas. Al tener un control actualizado del inventario, los tenderos pueden detectar de manera oportuna cualquier discrepancia entre las existencias físicas y los

registros, lo que facilita la identificación y corrección de posibles errores o robos. También proporciona una visión clara de los productos menos vendidos, lo que permite ajustar las estrategias de compra y venta para optimizar los recursos y maximizar las ganancias.

El alcance de esta herramienta se extiende más allá de la simple gestión de inventario. Al ofrecer un resumen financiero que detalla las ventas totales, las compras, y la ganancia neta, los tenderos pueden evaluar el rendimiento de su negocio de manera integral. Esta información es crucial para la planificación y toma de decisiones a largo plazo, como la inversión en nuevos productos o la expansión del negocio.

El interés en este diseño se centra en su facilidad de uso, lo que lo hace accesible para tenderos de diferentes edades y niveles de experiencia en el manejo de tecnología. Con menús desplegable, cálculos automáticos y formatos condicionales, la hoja de cálculo está diseñada para minimizar errores y simplificar el proceso de gestión diaria, permitiendo que incluso aquellos con conocimientos limitados en hojas de cálculo puedan utilizarla eficazmente.

6. CONCLUSIONES

Para concluir, la atención al cliente se revela como el aspecto más valorado para incrementar las ventas. Los tenderos reconocen que brindar un servicio excepcional no solo satisface a los clientes, sino que también fomenta la lealtad, atrayendo a compradores recurrentes y generando recomendaciones positivas dentro de la comunidad.

En segundo lugar, la mejora en la visibilidad de los productos es considerada fundamental para aumentar las ventas. Los tenderos entienden que una disposición estratégica de los productos, colocándolos en lugares destacados y de fácil acceso, puede captar la atención de los clientes y estimular compras impulsivas, lo que contribuye directamente al incremento en la rotación de los productos.

Por otro lado, ampliar la variedad de productos también se percibe como un factor importante. Los tenderos que priorizan este aspecto buscan diversificar su oferta para satisfacer un espectro más amplio de necesidades y preferencias de los clientes, con el objetivo de atraer a una mayor variedad de compradores y consolidar su base de clientes.

Aunque ofrecer promociones y descuentos es valorado por un menor porcentaje de tenderos, sigue siendo una estrategia relevante para atraer a clientes sensibles al precio y aumentar el tráfico en la tienda, especialmente en momentos clave o para la rotación de inventarios lentos.

Por otro lado, se confirmó que una gestión inadecuada de los inventarios no solo genera pérdidas financieras significativas, sino que también afecta la capacidad de las tiendas para operar de manera eficiente y competitiva. La falta de un control

sistemático y de registros contables precisos conduce a errores en la reposición de productos, pérdidas por caducidad, y dificultades para evaluar el desempeño económico de los negocios.

La propuesta desarrollada en este estudio ofrece una solución práctica y accesible, diseñada específicamente para las necesidades de las tiendas del barrio Pueblo Nuevo. Al incorporar bases contables en la gestión de inventarios, se logra no solo un mayor control y transparencia en las operaciones, sino también una herramienta valiosa para la toma de decisiones informadas. Este enfoque permite a los propietarios y administradores tener una visión clara de sus activos, facilitando la optimización de recursos y la maximización de las utilidades.

7. RECOMENDACIONES

En primer lugar, se recomienda la implementación inmediata del sistema de control interno basado en bases contables, tal como se presenta en la propuesta de esta investigación. Este sistema permitirá a los dueños y administradores tener un control más preciso sobre sus inventarios, reduciendo el riesgo de pérdidas y mejorando la eficiencia en la reposición de productos. Para facilitar su adopción, es aconsejable ofrecer capacitación a los encargados de las tiendas, enfocada en el uso de herramientas contables básicas y en la importancia del registro sistemático de todas las operaciones relacionadas con los inventarios.

Además, se sugiere establecer revisiones periódicas de los inventarios, utilizando los informes generados por el nuevo sistema como base para identificar tendencias, ajustar pedidos y optimizar el uso de recursos. Este enfoque permitirá a las tiendas anticiparse a problemas como la caducidad de productos o el sobrestock, garantizando una operación más eficiente y rentable.

Otra recomendación es fomentar una cultura de control y transparencia en las tiendas. Es importante que todos los involucrados en la gestión de los inventarios comprendan la relevancia del sistema propuesto y participen activamente en su implementación y mantenimiento. Esto no solo mejorará el control interno, sino que también fortalecerá la confianza y la colaboración dentro de cada establecimiento.

Finalmente, se aconseja que las tiendas del barrio Pueblo Nuevo consideren la posibilidad de compartir buenas prácticas y experiencias entre ellas. La colaboración entre establecimientos podría facilitar la resolución de problemas comunes, así como la identificación de oportunidades para mejorar la gestión de

los inventarios. Este enfoque comunitario podría contribuir significativamente al fortalecimiento económico y social del barrio, creando un entorno más competitivo y sostenible para todos los negocios involucrados.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alama Pacherez, K. V., Diaz Villanueva, C. M., Oliva Yeng, O. A., Seminario Regalado, D. A., & Suyón Nuñez, A. A. (2022). Propuesta de diseño de software con código QR para la gestión del inventario de la empresa “Vamos Supermercado” SRL.

Amado Romero, S. Z., & Bohorquez Uscategui, G. P. (2021). Herramienta practica en Excel para el control de inventarios, compras y ventas, enfocada a tiendas de barrio en Bucaramanga.

Camargo, J. Y. O. (2019). Tiendas y tenderos en el municipio de Aguachica: gestión y condiciones del sector. *Innocae*, 3(1), 14-30.

Cañón Hurtado, S. (2023). Diseño de Propuesta de Mejoramiento para un Correcto Almacenamiento y Gestión de Inventarios en las Tiendas de Barrio de la Comuna 3 del Municipio de Girardot (Doctoral dissertation).

Castellón-Arenas, A., & Vergara-de la Ossa, R. (2019). Diseño e implementación de un software contable que apoye la gestión en las tiendas de barrio, de Cartagena de Indias. *Sostenibilidad, Tecnología y Humanismo*, 10(1), 8-14.

Dörflinger, J. W. (1971). La Teoría de Inventarios-Un Instrumento de la Contabilidad Gerencial. *Revista de economía y estadística*, 101-127.

Durán, Y. (2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Visión gerencial*, (1), 55-78.

Flores Rodríguez, K. A. (2022). La gestión administrativa y su incidencia en el control de inventarios en supermercado Karen en el cantón Quero (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Administración de Empresas).

García, C. O. (2008). Modelos para el control de inventarios en las pymes. Panorama, 2(6), 4-10.

Gil Méndez, S., Rodríguez Guzmán, N. A., Peñata Arrieta, P. A., & Cárcamo Vega, L. (2018). Cartilla ilustrativa para proporcionar conocimientos financieros básicos a los microempresarios tenderos de la comuna tres de Barrancabermeja.

Grupo BIT (s.f.) Tiendas de barrio en Colombia y su importancia en el consumo masivo. Obtenido de: <https://business-intelligence.grupobit.net/blog/radiografia-de-una-tienda-de-barrio#:~:text=Una%20tienda%20de%20barrio%20se,para%20consumir%20fuera%20del%20establecimiento>.

Gutiérrez, M. O. (2015). Establecimiento de comercio en relación con los hosting web. Advocatus, (24), 67-77.

Hernández, F. M. P., Lara, A. D. R., & Paladines, M. E. B. (2020). Análisis de control y medición de inventarios según el Estándar Internacional de Contabilidad 2 en industrias. Dilemas contemporáneos: educación, política y valores.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.

López Torres, V. F. (2021). Diseño de un sistema de control de inventarios ABC al supermercado apolo, de la parroquia Quisapincha, del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

Meigs, R. (2016). Contabilidad: La base para decisiones gerenciales. Mcgraw-Hill. 11va edición.

Negrete Pinilla, H. F., Castillo Trujillo, I. J., & García Bazurto, M. P. (2020). Análisis y diseño de un sistema de información en aplicativo móvil para el control de inventarios y pedidos enfocado a tiendas de barrio (Doctoral dissertation).

Pardinas, F. (1998) Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. México. Siglo XXI.

Quijano Sarmiento, K. S. y Mantilla Calderón, Mónica Alejandra (2021). Diseño e implementación de un sistema contable para la tienda bucares ubicada en el barrio porvenir. Unidades Tecnológicas de Santander.

Rodríguez, J. F. C., & Saptsov, S. D. G. (2021) Propuesta de mejoramiento de procesos de reposición y control de inventarios en las tiendas de barrio “super max” y “frutas y verduras” para fenaltendas-estudio de casos. Ingeniería Industrial. Universidad El Bosque.

Sampieri, R. H. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill México.

Soria Culqui, K. L., & Valdiviezo Pardo, R. M. (2019). Diseño de un sistema de control de inventarios (método híbrido) para el Supermercado Totalhome Cía. Ltda., cantón Riobamba, provincia de Chimborazo (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).

Sunder, S. (2005). Teoría de la contabilidad y el control. Univ. Nacional de Colombia.

9. APÉNDICES

Apéndice A. Plan de actividades

Actividad (Semanal)	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diagnóstico de la situación problema a abordar.	■											
Revisión de los recursos bibliográficos.		■	■									
Recolección de datos			■	■								
Análisis de la información recolectada.				■	■	■						
Estructuración del documento.						■	■					
Aplicación de norma APA.								■				
Revisión final del documento.									■			
Entrega del documento Final para evaluación										■		
Sustentación del trabajo de grado											■	
Entrega final												■

Apéndice B. Presupuesto

ITEM	ARTÍCULO	O	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Director de investigación		1	\$3.500.000	\$3.500.000
2	Tecnóloga en Contabilidad Financiera		1	\$1.800.000	\$1.800.000
3	Impresiones		20	\$500	\$10.000
4	Transporte		5	\$4.000	\$40.000
5	Computador		1	No Aplica	No Aplica
TOTAL					\$5.350.000

10. ANEXOS

Anexo A. Formato de encuesta

Nombre de la tienda:

Ubicación de la tienda:

¿Cuánto tiempo lleva operando su tienda?

Menos de 1 año

1-3 años

3-5 años

Más de 5 años

¿Cuántos clientes promedio atiende al día?

Menos de 50

50-100

100-150

Más de 150

¿Cuáles son los tres productos más vendidos en su tienda?

¿Cuáles son los tres productos que más buscan sus clientes al entrar en la tienda?

¿Qué productos suelen colocarse en lugares más visibles dentro de su tienda?

¿Cómo determina qué productos colocar en las áreas más visibles de su tienda?

Basado en la demanda de los clientes

Basado en la rotación del inventario

Basado en promociones o descuentos

Otros

¿Cree usted que mejorar la visibilidad de ciertos productos ha influido en un aumento de ventas?

Sí

No

No estoy seguro

¿Cuál es el producto que menos se vende en su tienda y cómo se encuentra ubicado?

¿Con qué frecuencia reorganiza la disposición de los productos en su tienda?

Cada semana

Cada mes

Cada tres meses

Rara vez

En su opinión, ¿qué aspecto es más importante para mejorar las ventas en su tienda?

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPREDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

Mejorar la visibilidad de los productos

Ampliar la variedad de productos

Ofrecer promociones y descuentos

Mejorar la atención al cliente

Otros

Anexo B. Evidencia fotográfica