



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

“Propuesta de mejora para la gestión de inventarios de mercadería de la  
empresa KPRIS’S BOUTIQUE”.

Autora:

**Mayra Alexandra Cajamarca Guambaña**

Tutora:

**MSc. Noemí Delgado Álvarez**

Guayaquil - Ecuador

2017



## **DEDICATORIA**

Primeramente quiero dedicar este proyecto a DIOS por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis metas, además de su infinita bondad y amor.

Dedicatoria en especial a mis padres, Rosa Guambaña, José Cajamarca y hermana, hermanos que en todo momento me apoyaron y siempre serán los pilares que necesito en mi vida.

Mayra Alexandra Cajamarca Guambaña.



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza de seguir adelante a lo largo de mi vida, porque si su bendición no hubiera llegado a este momento especial para mí.

Gracias a mi instituto, gracias por haberme permitido formarme y en ella, gracias a todos mis profesores que fueron participe de este proceso, fueron ustedes los responsables de realizar su aporte de enseñanza, que el día de hoy se vería reflejado en la culminación de mi paso por la institución,

Gracias mis padres, hermana y hermanos, que fueron mis mayores promotores durante este proceso.

Mayra Alexandra Cajamarca Guambaña.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÌA  
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

**CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejora para la gestión de inventarios de mercadería de la empresa KPRIS’S BOUTIQUE”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **TECNOLOGÍA EN ADMNISTRACION DE EMPRESAS**

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo afecta la gestión de los inventarios de mercadería en la disponibilidad de los productos de la empresa KPRISS BOUTIQUE?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

**Mayra Cajamarca Guambaña**  
Egresada

**MSc. Noemí Delgado Álvarez**  
Tutora

## **CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, \_\_\_\_\_ en  
calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de  
titulación

\_\_\_\_\_, de la modalidad de \_\_\_\_\_ realizado en el  
Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la  
culminación de los estudios en la carrera de  
\_\_\_\_\_, de conformidad  
con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE  
LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a  
favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva  
para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines  
estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico  
Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de  
titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo  
dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN  
SUPERIOR*.

**Mayra Cajamarca Guambaña**

\_\_\_\_\_  
Nombre y Apellidos del Autor  
No. de cedula: 0924187396

\_\_\_\_\_  
Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÌA  
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresas

**Tema**

“Propuesta de mejora para la gestión de inventarios de mercadería de la empresa KPRIS’S BOUTIQUE”.

**Autora:** Mayra Alexandra Cajamarca  
Guambaña

**Tutora:** MSc. Noemí Delgado Álvarez

**RESUMEN**

La presente “Propuesta de mejora para la gestión de inventarios de mercadería de la empresa KPRIS’S BOUTIQUE” surge de la necesidad de mejorar la situación de ésta empresa, caracterizada por los problemas fundamentales de alta rotación de la mercancía y disponibilidad de los productos presentes en el control de los inventarios, que en conjunto generan altos niveles de demanda insatisfecha en nuestros clientes. El análisis del panorama descrito requiere de proponer un plan de mejora para garantizar la gestión adecuada en los inventarios de mercadería en la empresa KPRISS BOUTIQUE. Se aplicó para analizar el problema el cálculo del indicador de disponibilidad técnica, el cual mide la satisfacción de los clientes, determinando con ello las principales falencias existentes en la gestión del inventario. Los beneficiarios del presente estudio, son los clientes y el personal de la empresa.

Gestión

Inventarios

Mercancía

Logística



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÌA  
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresas

**Tema**

“Propuesta de mejora para la gestión de inventarios de mercadería de la empresa KPRIS’S BOUTIQUE”.

**Autora:** Mayra Alexandra Cajamarca  
Guambaña

**Tutora:** MSc. Noemí Delgado Álvarez

**ABSTRACT**

The present "Improvement proposal for the management of inventory of merchandise of the company KPRIS'S BOUTIQUE" arises from the need to improve the situation of this company, characterized by the fundamental problems of high turnover of the merchandise and availability of the products present in the control of inventories, which together generate high levels of unsatisfied demand in our customers. The analysis of the described scenario requires to propose an improvement plan to guarantee the adequate management of merchandise inventories in the company KPRISS BOUTIQUE. The calculation of the technical availability indicator was applied to analyze the problem, which measures customer satisfaction, thereby determining the main shortcomings in inventory management. The beneficiaries of the present study are the clients and the personnel of the company.

Management

Inventory

Commodity

Logistics

## ÍNDICE

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Carátula.....	i
Certificación de la aceptación del tutor.....	ii
Autoría notariada.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	ix
Índice general.....	x
Índice de gráficos.....	xi
Índice de cuadros.....	xii

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

Planteamiento del problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	2
Formulación del problema .....	3
Delimitación del problema.....	3
Variables de investigación.....	3
Objetivos.....	3
Objetivos generales.....	3
Objetivos específicos.....	3
Justificación.....	4

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÒRICO**

Fundamentación teórica.....	5
Antecedentes históricos.....	5
Antecedentes referenciales.....	6
Fundamentación legal.....	19
Variables de la investigación.....	19
Glosario de términos.....	20

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

Presentación de la empresa.....	22
Diseño de la investigación .....	28
Pasos de la investigación.....	29
Tipo y diseño de investigación.....	28
Investigación descriptiva.....	28
Investigación correlacional.....	29
Investigación explicativa... ..	29
Técnicas e instrumentos.....	30

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Diagnóstico de la gestión de inventarios de KPRIS'S BOUTIQUE.....	33
Plan de mejoras.....	46
Conclusiones.....	53
Recomendaciones.....	54

<b>Bibliografía.....</b>	<b>55</b>
--------------------------	-----------

### ÍNDICE DE TABLAS

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Tabla 1. ....	40
Tabla 2. ....	40
Tabla 3. ....	41
Tabla 4. ....	42
Tabla 4. ....	44
Tabla 4. ....	45

### ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Figura1. Estructura organizacional.....	25
Figura 2. Cantidad de trabajadores.....	25
Figura 3. Flujo gramas de la gestión de inventarios.....	34
Figura 4. Marcas exclusivas.....	39

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1. Ubicación del problema en un contexto**

La gestión del inventario ha sido por mucho tiempo objeto de estudio de la investigación de operaciones, producción entre otros. Inicialmente el sistema de inventario fue tratado matemáticamente, fundamentalmente por el modelo de cantidad económica de pedido (EOQ) desarrollado a inicios del siglo 20, el cual, casi un siglo después, sigue siendo referencia del resto de los modelos desarrollados por los académicos, principalmente modelos matemáticos para solucionar problemas de optimización en procesos de producción y logística (Gary D, 2000).

La gestión de inventarios según López (2013) se basa entre otros aspectos en la aplicación de modelos matemáticos, pero esta no es la única vía de estudio, en la actualidad las empresas deberán tener una tendencia a evaluar la gestión organizacional relacionada a los inventarios, desde las operaciones de distribución o procesos específicos, hasta la implicación económica que impactan en los resultados de la empresa al inventario sin una visión integral.

La gestión de inventarios se ha ido complejizando más, dado que las condiciones del mercado han cambiado incrementándose la competitividad, dinamismo y complejidad, volviendo vulnerables los resultados de los modelos matemáticos. Esta tiene incidencia directa en el retorno de la inversión de recursos y la disponibilidad de productos y servicios a los clientes, siendo necesario medir la efectividad de la misma y acciones de mejoras adecuadas a implementar.

Es necesario conocer y analizar el inventario, por lo que se debe distinguir exhaustivamente el mismo para determinar las mejoras necesarias en la planificación y control de la disponibilidad, así como también de cumplir con las metas propuestas por la empresa; con el objetivo de promover la eficiencia y eficacia, el inventario juega un papel importante, porque garantiza continuidad y satisfacción del cliente.

### **1.1.2. Situación conflicto**

La empresa KPRIS'S BOUTIQUE, inicia sus actividades comerciales en el cantón la Troncal y ha venido crecido en los últimos años, siendo la Boutique la empresa más grande y reconocida en la comercialización de prendas de vestir para damas, caballeros y niños.

La empresa KPRIS'S BOUTIQUE, presenta problemas en el control del inventario, puesto que no hay una persona específica que se responsabilice de llevar en orden en el inventario, eso conlleva a que no existe un inventario al día, que no permite saber con exactitud cuánto ingresa y sale del almacén, lo que resulta un inconveniente al momento de vender o realizar cambio y/o devolución, pues en ocasiones la falta de disponibilidad del producto afecta los procesos operativos y administrativos de la Boutique. Dentro de los problemas que se presentan, están los siguientes:

- ✓ No se tiene control por pérdida y extravió de la mercadería.
- ✓ Poca información de proveedores, códigos y fechas.
- ✓ Rotación de cada uno de los productos
- ✓ Falta de disponibilidad del producto.
- ✓ Costos de gestionar el stock
- ✓ Alto costo en la compra de la mercadería
- ✓ Poca fidelidad de clientes.
- ✓ Exceso de mercadería sin rotación por el espacio ocupado.
- ✓ No hay información sobre sobrantes o faltantes de producto.

### **1.1.3. Formulación del problema**

¿Cómo afecta la gestión de los inventarios de mercadería la disponibilidad de los productos de la empresa KPRIS`S BOUTIQUE ubicada en el cantón la Troncal durante el año 2017?

### **1.1.4 Delimitación del problema**

**Campo:** Administración logística

**Aspecto:** Proceso de inventario.

**Área:** Gestión actual de los inventarios.

**Periodo:** 2017

## **1.2. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

**Variable independiente:** Gestión de los inventarios

**Variable dependiente:** Disponibilidad de los productos

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **Objetivo General**

- Elaborar una propuesta de mejora para la gestión de los inventarios de mercadería en la empresa KPRIS`S BOUTIQUE, en el cantón la Troncal.

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar aspectos teóricos sobre la gestión de los inventarios y la disponibilidad de los productos.
- Diagnosticar la gestión de los inventarios que actualmente lleva a cabo la empresa KPRIS`S BOUTIQUE, determinando sus principales falencias.

- Proponer un plan de mejora para garantizar la gestión adecuada en los inventarios de mercadería en la empresa KPRIS`S BOUTIQUE.

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

Conveniencia. La propuesta de este trabajo es conveniente porque el plan de acciones que se propone contribuirá a mejorar la gestión actual del control de inventarios de la empresa KPRIS`S BOUTIQUE, evitando los imprevistos como compras masivas innecesarias, lo cual contribuye a elevar las ventas.

Relevancia social. Porque con la propuesta se beneficiará la empresa como tal, así como a sus clientes, garantizándole crecimiento en sus ventas, lo que permitirá mejorar su desenvolvimiento financiero.

Implicaciones prácticas. Porque mediante la propuesta la empresa KPRIS`S BOUTIQUE, incrementará sus beneficios y situación actual. Estando en condiciones de asumir cualquier riesgo, tanto en el aspecto humano como de recursos naturales y financieros.

Utilidad metodológica. El trabajo constituirá un instrumento para la empresa KPRIS`S BOUTIQUE, al aplicar técnicas, métodos, controles y acciones de mejoras hacia los sistemas de inventarios, con el fin de optimizar los costos por el nivel de mantenimiento y reposición.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Fundamentación teórica**

##### **2.1.1. Antecedentes históricos**

Desde tiempos inmemorables, los egipcios y demás pueblos de la antigüedad, acostumbraban almacenar grandes cantidades de alimentos para ser utilizados en los tiempos de sequía o de calamidades.

Es así como surge o nace el problema de los inventarios, como una forma de hacer frente a los periodos de escasez. Que le aseguraran la subsistencia de la vida y el desarrollo de sus actividades normales. Esta forma de almacenamiento de todos los bienes y alimentos necesarios para sobrevivir motivó la existencia de los inventarios.

El inventario es utilizado como forma de organización básica que conlleve a una mejor economía, porque se sabe con qué se cuenta y que debe ser repuesto. (Guajardo, 1996).

La logística y la cadena de suministros concierne una serie de actividades como: transporte, almacenamiento, control de inventarios, etc., estas se frecuentan varias ocasiones a lo largo del canal de flujo.

La administración actual del almacenamiento constituye la vía a través de la cual se potencializan las economías, esto deriva en una mejor rentabilidad de la empresa y por lógica consecuencia incremento de utilidades. En el caso concreto del almacenamiento de los medicamentos se potencializa la labor de la institución sanitaria, se logra la optimización de los recursos, se garantiza la calidad del producto y la utilidad se ve incrementada con el correcto y profesional manejo de los productos.

Castillo (2014) considera el almacenaje como un área crítica orientada hacia el servicio al cliente y al inventario como el mayor activo circulante. El almacenamiento constituye una de las actividades logísticas que puede ser desempeñada por un proveedor bajo un régimen de control permanente y revisiones periódicas de cumplimiento de parámetros y especificaciones técnicas.

Los inventarios representan bienes destinados a las ventas en el curso normal de los negocios. Para mayor amplitud de las funciones y servicios de los inventarios depende de la naturaleza y el tipo de empresa, la importancia de los gastos de materiales y bienes de equipo y organización de la empresa.

### **2.1.2. Antecedentes referenciales**

La administración de los inventarios es un gran reto para los empresarios, puesto que deben comprender lo que representa no tener un adecuado control de su stock sus bodegas y/o almacenes, eso representaría tener dinero inmovilizado la empresa lo cual genera pérdidas e inconformidades con el cliente y hasta con el personal con el que está actualmente

La logística, se encarga (Espinoza, 2011) de: “coordinar y planificar diferentes actividades con la finalidad de que el producto llegue al usuario final en el momento oportuno, con las cantidades requeridas, con la calidad demandada y al mínimo costo” (p.14)

La logística está formada por una serie de actividades que son realizadas en los procesos de mercados, abastecimiento, almacenamiento y distribución de bienes entre los sitios de compra y los de venta. El objetivo principal de la logística es proveer los materiales necesarios para el rendimiento óptimo de las operaciones de la empresa, tomando en consideración los factores de demanda, costo y tiempo, el costo de mantener un cierto nivel de existencia

a objeto de lograr el balance económico de dichos factores y al mismo tiempo, reducir los riesgos de agotamiento. (Mosquera, Genaro. 1994).

Entre sus procesos se encuentran:

- Aprovechamiento
- Producción
- Distribución
- Reutilización

Entre sus actividades logísticas se encuentran:

- ✓ Compras: selección de la fuente de suministro, momento y cantidad de compra.
- ✓ Transporte: planificación del transporte de las materias primas y productos terminados.
- ✓ Manejo de inventarios
- ✓ Políticas de almacenamiento de materias primas y productos terminados; número, tamaño y localización de los puntos de almacenamiento.
- ✓ Flujos de información y procesamiento de pedidos.

Un inventario, “es un conjunto de recursos que se mantienen ociosos hasta el instante mismo en que se necesiten” (Guerrero, 2009; p.14).

En base a ello cualquier empresa independientemente del tamaño de su estructura, manejo de un inventario, algunos serán la fuente generadora de ingresos operacionales y en otros, por ser necesarios para la prestación de un servicio.

Los inventarios son parte de la inversión de la empresa y pueden llegar a ser muy valiosos, así como tener un alto costo de mantenerlos. Una eficaz administración inventarios permitiría mantener los stocks a un nivel óptimo el cual, combinado con una buena rotación, lograra que aumente nuestra rentabilidad.

Realizar las operaciones y actividades necesarias, para suministrar los productos en condiciones óptimas de uso y con oportunidad, de manera de evitar paralizaciones por falta de ellos o inmovilizaciones de capitales por sobre existencias. (Orlando 2011).

Por otra parte mantener un buen sistema de inventario y almacenamiento lo cual va a permitir que las empresas comerciales puedan anticiparse a los posibles cambios bruscos en la demanda, logrando así una mejor capacidad de respuesta, pero a su vez optimizando los recursos, razones por las que se señalan, que el control óptimo del inventario a lo largo de la cadena permite incrementar la cantidad de demanda que puede satisfacer, si se tiene el producto disponible cuando el cliente lo necesite. (Chopra y Meindi, 2008).

El inventario, representa un porcentaje importante del capital de trabajo de la empresa. Por lo tanto, el objetivo primero es aumentar la rentabilidad de la organización por medio de una correcta utilización de la administración de los inventarios, prediciendo el impacto de las políticas corporativas en los niveles de stock, y minimizando el costo total de las actividades logísticas asegurando el nivel de servicio entregado al cliente (Espinoza, 2011).

Los inventarios se clasifican según su función en: (Espinoza, 2011).

- ✓ Inventario de ciclo: Porción del inventario total que varía proporcionalmente al tamaño del lote.
- ✓ Inventario de seguridad: Protección contra la incertidumbre de la demanda, tiempo de entrega y suministro.
- ✓ Inventario en tránsito: Aquel que se mueve de un lugar a otro.
- ✓ Inventarios para la venta: corresponden a los inventarios de productos finales. Se conocen también por inventarios con demanda independiente, esto es la demanda de un producto no genera –salvo en casos excepcionales– la demanda de otros. La aleatoriedad en la gestión de estos inventarios procede, principalmente, de la demanda y también de

los suministros de acuerdo a lo indicado en los almacenes de producciones de sobrevivir y de rentabilidad.

El inventario según su destino, específicamente dentro de producción se clasifican en:

- ✓ **Materias Primas:** Recurso que requiere la actividad de producción o procesamiento de la empresa.
- ✓ **Componentes:** Artículos que todavía no han sido terminados en el proceso de producción.
- ✓ **Trabajo en proceso:** Inventarios que esperan en el sistema para ser procesados. Los inventarios de trabajo en proceso incluyen los componentes, y también pueden incluir algunos de materias primas. Con frecuencia el nivel de inventario de trabajo en proceso se utiliza como medida de eficiencia en un sistema de programación de la producción.
- ✓ **Bienes terminados:** Son los productos finales del proceso de producción.

### **Funciones que ejercen los inventarios**

- ✓ Absorbe las imprecisiones en la demanda; previenen retrasos en los plazos de entrega de los proveedores y evitar los retrasos en la producción.
- ✓ Permiten aprovechar las economías de escala, son utilizados frecuentemente por cualquier agente logístico: productores, mayoristas y minoristas.
- ✓ Pueden constituir un elemento para estimular la venta. Es un caso que requiere tratamiento diferenciado.

#### **2.1.2.1. Sistemas de Gestión de Inventarios**

En las empresas productoras y comercializadoras, una gran cantidad de artículos que no poseen una misma característica requiere un adecuado

manejo, porque determinan en gran parte la asignación de costos en los procesos y el nivel de eficiencia y eficacia de la gestión financiera.

Entre los sistemas de gestión de inventario se encuentra el modelo ABC, este consiste en la clasificación de los artículos, el mismo tiene como finalidad reducir tiempos, esfuerzos y costos en el control de inventarios, el cual se puede realizar por medio de los siguientes criterios:

- ✓ Costo unitario: Los productos se clasifican de acuerdo al promedio del costo unitario de cada uno de los artículos que integran el inventario.
- ✓ Valor de inventario: Se multiplican las cantidades de artículos en existencia por el costo unitario de cada uno.
- ✓ Valor de utilización: Se toma en cuenta tanto el costo unitario como el consumo. El procedimiento para su realización consiste en seleccionar un criterio de los anteriormente mencionados, para luego ordenar los artículos en forma descendente, fijar los porcentajes del total de los artículos, calcular los valores acumulados para todos los productos y clasificar los productos en A, B o C según su importancia.

#### **2.1.2.2. Control de inventarios**

El control de los inventarios hoy en día es una herramienta fundamental en la administración moderna, ya que esta permite a las empresas y organizaciones conocer las cantidades existente de productos disponibles para la venta, en un lugar y tiempo determinado, así como las condiciones de almacenamiento aplicables en la empresa.

El control de inventarios “es una herramienta fundamental en la administración moderna, ésta permite a las empresas y organizaciones conocer las cantidades existente de productos disponibles para la venta, en un lugar y tiempo determinado, así como las condiciones de almacenamiento aplicables en las industrias”. (Orlando, 2011, p.7).

A través, del procedimiento de control de los procesos operacionales habrá mejores controles en el departamento de operaciones, por ello se debe desarrollar controles preventivos, evaluar y medir los resultados que se obtengan; y de ser el caso tomar medidas correctivas.

El procedimiento de control permitirá establecer los lineamientos para el adecuado desempeño de los colaboradores del departamento de operaciones, pese a que tienen mucha experiencia laboral y profesional, es imprescindible contar con un procedimiento de control que sea utilizado como herramienta que permita dar a conocer prácticas y conocimientos además de mejorar sus funciones. Mediante el procedimiento de control contribuirá a mejorar la eficiencia y organización de los recursos humanos del departamento de operaciones.

En los inventarios, la incertidumbre de la demanda suele ser preocupante, lo cual dificulta mantener un inventario que pueda satisfacer todos los requerimientos; existiendo condiciones donde no se puede cubrir los faltantes de inventarios, con la misma rapidez con que se agotan, causando costos por faltantes, en otras ocasiones existen productos que se deterioran por existir en exceso. (Keiso y Weigandt, 2005, p.125).

Queda bajo esta perspectiva, utilizar los costos opuestos, que no es otra cosa que: Si existe mucho inventario, la empresa pierde; pero también pierde si hay faltantes. No se quiere decir que los demás activos sean susceptible a pérdidas, peor generalmente se enfatiza a controlar lo inherente al efectivo, regalándole a un segundo plano el resguardo del elemento principal para la venta que es lo único que permite el cumplimiento del objetivo de la organización.

En la publicación de la revista Gerencie.com (2014) manifiesta que La rotación de los inventarios, significa la cantidad de veces promedio durante el año estos se resuelven mediante la producción y venta, convirtiéndose su

existencia en cuantas por cobrar efectivo y nuevamente en inventarios. Esta formación se obtiene de los inventarios y del registro de las compras realizadas en el periodo determinado.

Por lo tanto, la rotación del inventario, es un aspecto muy importante a tener en cuenta dentro de la gestión de las empresas. Se refiere a todo aquello que permanece inmóvil, estático o inerte que no produce nada. Las utilidades que generan el movimiento, con la rotación, con el cambio de uno activo por otros. En el caso de los inventarios, entre mayor sea la rotación, mayores serían las posibilidades de aumentar las ganancias.

Una rotación de inventarios eficiente, permite a la empresa mejorar la gestión de su capital de trabajo en la medida en que no lo tiene inmovilizado en un inventario con las consencientes pérdidas.

El stock o inventario representa uno de los componentes de mayor relevancia en la determinación del resultado tanto a través del costo que genera la atención de recursos financieros en su inmovilización como los vinculados a su posesión y custodia.

La alta rotación y un bajo nivel de stock se traduce significativas mejoras de eficiencia ahorra de costos y aplicaciones efectivas de los recursos financieros de toda empresa.

La rotación ideal de inventarios, deberá entonces depender del tiempo que le tome a la empresa adquirir nuevo surtido. La rotación no debe ser tan alta que comprometa la disponibilidad de productos, ni tan baja que implique tener productos sin vender por mucho tiempo.

La gestión de los inventarios de producto terminado, producto en proceso y materias primas, es uno de los aspectos logísticos más complejos en la industria de producción y distribución de bienes. Las inversiones en los

inventarios pueden representar alrededor del 25% de los activos corrientes de una empresa (Vidal, 2002) y el ambiente dinámico en el que los empresarios deben tomar las decisiones relativas al sistema le agrega complejidad al problema de gestión (Axsäter, 2000).

#### **2.1.3.1. La categoría producto en la gestión de inventarios**

En los últimos tiempos, las empresas han ido reorientando sobre todo en su actividad hacia el producto.

El producto es un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable, según el Diccionario Enciclopédico Larousse®, 2014 Cada producto se identifica con un nombre genérico bajo el cual la mayor parte de la gente lo conoce. Para el marketing, el producto va más allá de esta definición, pues cuando un cliente compra un producto, compra un conjunto de atributos que satisfaga sus necesidades. Ante esto se comprende que el término de producto es un bien, servicio, lugar, persona e ideas.

“Un producto es “un bien, servicio o idea consistente en un conjunto de atributos, tangibles e intangibles, que satisfacen al consumidor y reciben a cambio de dinero o alguna otra unidad de valor” (Mullins, 2007, p.22).

En la gestión de la cartera de productos la empresa suele tener lo que se denomina cartera o portafolio (también portfolio) de productos, es decir, varios productos en su oferta al mercado. Esta selección de productos puede tener características diversas según el tipo de empresa y el tipo de negocio. La misma está muy relacionada con la clasificación de productos, para lo cual es muy conocido y aplicado el método ABC.

En el caso de las empresas dedicadas a la moda se recomienda tener amplia variedad de cartera de productos, es decir debe tener prendas de todo tipo, más complementos, más gafas, zapatos, etc. Todas las empresas no son

iguales, por su parte una de alta tecnología especializada en satélites seguro tendrá una cartera de productos mucho más reducida.

En la gestión del producto una empresa generalmente vende varios productos, por lo que el análisis de la estrategia de productos debe contemplar:

- La cartera de productos: conjunto de líneas de productos comercializados
- La línea de productos: conjunto de productos homogéneos.
- La amplitud de cartera: número de líneas de producto.
- La profundidad de dicha cartera: número de productos dentro de cada línea.

Esta gestión, incluye la determinación del producto y su clasificación, la marca, el estudio, el ciclo de vida del producto y la planificación del producto. La finalidad básica de la política de producto es determinar las características necesarias en el producto, a fin de proporcionar al mercado ese producto específico que los consumidores demandan.

La política de producto importante a la hora de gestionar los inventarios radica en resolver tres problemas básicos:

- Buscar nuevos productos.
- Evaluarlos y seleccionar a los mejores candidatos.
- Lanzar nuevos productos.

#### **2.1.2.4. Gestión de inventarios**

El ¿cuándo? y ¿cuánto? son las preguntas en las que se basa la gestión de inventarios o gestión de stocks. En efecto si se reaprovisiona el inventario en periodos cortos de tiempo la cantidad pedida debe ser pequeña lo cual reduce el costo de almacenaje pero se incrementa el de realizar los pedidos; si se repone el inventario en periodos largos de tiempo la cantidad pedida

debe ser grande lo cual reduce el costo de hacer el pedido pero incrementa el costo de almacenamiento.

En la gestión de inventarios existen modelos de reaprovisionamiento de inventario que tratan de equilibrar los costes y reducirlos al máximo así con dichos modelos se puede determinar: ¿Cuánto pedir? y ¿Cuándo pedir?

Los autores Gutiérrez, Parada Oscar, Vidal C, y Vidal J (2009), tienen una definición distinta de lo que es una gestión de inventarios, el primero de ellos afirma que las organizaciones ya dejaron las formas clásicas de dirección, es decir el análisis y la optimización de sus áreas funcionales, es por ello que en la actualidad estas empresas están siendo orientadas a enfoques sistémicos e integradores.

#### **2.1.2.5. Beneficios de la Gestión de Inventario**

Además de ayudar a los negocios a mantenerse organizados, una gestión de inventario efectiva también puede ayudar a:

- Mantener el negocio rentable
- Reducir costos
- Alcanzar economías de escala
- Analizar patrones de venta para predecir ventas futuras
- Analizar el comportamiento contra los competidores
- Preparar el negocio para lo inesperado.

Como ya se ha venido referenciando la logística es la disciplina que actualmente se encarga de la gestión de los inventarios, su enfoque agrega un particular valor añadido, que constituye su arma competitiva, la garantía de que existe el producto en un lugar y momento según las exigencias del cliente, a esto se le conoce como disponibilidad del producto.

Existen motivos por el cual es necesario contar con ellos, estas son: protegerse contra incertidumbres, estar adelantados en la demanda y oferta y mantener el tránsito entre los puntos de producción o almacenamiento.

La disponibilidad del inventario es un indicador y puede medirse de diferentes formas, sobre relacionado el tiempo en que un producto estuvo representado en un periodo determinado con relación al tiempo en que la empresa brinda servicio a sus clientes. Otra forma es a través de las cantidades.

La disponibilidad del inventario es un indicador importante que mide la gestión del inventario eficiente, es esencial para asegurar que el negocio tenga suficientes productos almacenados para cubrir la demanda del consumidor. Si no se maneja correctamente puede resultar en que el negocio pierda dinero en ventas potenciales que no pueden satisfacerse o que malgaste dinero teniendo demasiado inventario.

### **2.1.3. Gestión de la demanda**

La gestión de inventarios es un punto determinante en el manejo estratégico de toda organización. Las tareas correspondientes a la gestión de un inventario se relacionan con la determinación de los métodos de registro, los puntos de rotación, las formas de clasificación y los modelos de re inventario, determinados por los métodos de control.

Los objetivos fundamentales de la gestión de inventarios son:

- Reducir al mínimo "posible" los niveles de existencias y
- Asegurar la disponibilidad de existencias (producto terminado, producto en curso, materia prima, insumo, etc.) en el momento justo.

## **Costo de quiebre de Stock (Costo de inexistencias)**

El costo de quiebre de stock funciona como un "Shadow Price" en relación a cada unidad en inventario que posibilita el proceso de partida doble en la búsqueda de un equilibrio entre costos de operación de inventario.

Dentro de este grupo de costos se incluyen todos los consecuentes de un proceso de pérdida de ventas e incumplimiento de contratos, que redundan en tres básicos grupos:

- Pérdida de ingresos por ventas
- Gastos generados por incumplimiento de contratos
- Re pedido y sustitución.

Sin embargo identificar de manera cuantitativa el costo total por quiebre de stock es una tarea compleja, dado que una necesidad insatisfecha puede generar la pérdida de un cliente y la pérdida de credibilidad de la organización, factores difícilmente cuantificables y que solo a través de un sistema de gestión de calidad podría lograr óptimas aproximaciones aunque igualmente subjetivas de las consecuencias del quiebre de stock.

Debido a los avances en la fabricación y la distribución, está disminuyendo el coste del desarrollo de nuevos productos y servicios y se está acelerando el tiempo de comercialización. Esto ha supuesto un aumento de las demandas de los clientes, de la competencia local y global y de la presión en la cadena de suministros.

Para seguir siendo competitivas las empresas deben reinventarse a sí mismas, de forma que la cadena de suministros abastecimiento y adquisición, planificación de producción, cumplimiento de pedidos, gestión de inventarios y atención al cliente ya no sea un ejercicio de trastienda basado

en los costes, sino una operación flexible diseñada para enfrentarse de forma efectiva a los desafíos actuales.

Se puede aprovechar el Internet que está demostrando ser una herramienta eficaz en la transformación de las cadenas de suministros de todas las industrias. Proveedores, distribuidores, fabricantes y vendedores trabajan ahora más estrecha y eficazmente que nunca. La cadena de suministros actual, controlada por la tecnología, permite a los clientes gestionar sus propias experiencias de compra, aumentar la coordinación y conectividad entre los socios de suministro y ayudar a reducir los costes operativos de cada una de las compañías de la cadena.

#### **2.1.4. Satisfacción del cliente**

La participación del consumidor en el proceso prestación de servicios, es un excelente estrategia a desarrollar por esto es importante ante todo conocer más a fondo a que tipos de clientes se les esta brindado el servicio, para mejorarlo continuamente.

Para encontrar los tipos de clientes se deben primero se debe tener muy claras las siguientes definiciones:

Cliente: Es la persona más importante para una empresa, la cual accede a un servicio o producto por medio de una transacción financiera.

El servicio al cliente: Un conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de los clientes externos.

Satisfacción: Se define como el cumplimiento de los requisitos determinados para obtener un resultado positivo.

Siguiendo en el mismo orden de ideas, La satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos. (Grande, 200, p. 35)

$$\text{Satisfacción} = \text{Percepciones} - \text{Expectativas.}$$

Es importante resaltar que este parámetro al que las empresas están dando mayor importancia cada día, por ser el que les permite visualizar como están posicionadas en el mercado y diseña estrategias que la conduzcan a abarcar una mayor porción del sector donde se encuentran.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

La empresa KPRIS'S BOUTIQUE, no tiene reglamentado nada sobre los inventarios, ni si quiera desde el punto de vista contable, a pesar de poseer un sistema llamado Smartest para el control de los mismos, este es de obligatorio cumplimiento de los inventarios para su disponibles y su rotación y el cual se respalda en el SRI para sus declaración mensuales y las importaciones cada 4 meses.

## **2.3. Variables de investigación. Conceptualización**

**Variable independiente:** Gestión de los inventarios.

Es el seguimiento de los bienes almacenados de una compañía, donde se monitorea la cantidad y surtidos para establecer el momento de reponer productos o comprar manteniendo el producto en existencia.

**Variable dependiente:** Disponibilidad de los productos.

La disponibilidad de que un producto significa que el producto esté disponible para ser encontrado o utilizado. Es decir, la existencia de un producto en un lugar determinado, en el momento determinado, y al precio convenido.

## 2.4. Glosario de términos

**Administración.** Es la coordinación de todos los recursos a través del proceso de plantación, dirección y control, a fin de lograr objetivos establecidos.

**Control.** El proceso para determinar lo que se está llevando a cabo, valorización y, si es necesario, aplicando medidas correctivas, de manera que la ejecución se desarrolle de acuerdo con lo planeado.

**Eficiencia.** Expresión que se emplea para medir la capacidad o cualidad de actuación de un sistema o sujeto económico, para lograr el cumplimiento de objetivos determinados, minimizando el empleo de recursos

**Estrategias.** Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización.

**Gestión.** Un conjunto de reglas y métodos para llevar a cabo con la mayor eficacia un negocio o actividad empresarial

**Inventarios.** Operación que permite conocer exactamente el número de artículos que hay dentro del almacén, puede determinar también los emplazamientos de artículos o mercancías.

**Logística.** El proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo.

**Operaciones.** Como una colección de técnicas y funciones, reconociendo las disciplinas que interactúan y se traslapan, se hace evidente la necesidad de contar con un concepto integrador.

**Plan.** Modelos sistemáticos de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encausarla.

**Plan de mejoras.** Es un buen instrumento para identificar y organizar las posibles respuestas de cambio a las debilidades encontradas en la autoevaluación organizacional.

**Planificación.** La planificación es un proceso para la toma de decisiones que

nos lleva a prever el futuro de cualquier organización, usando los recursos necesarios tanto humanos como materiales para el logro de los objetivos que se desean alcanzar de una manera más eficiente y económicamente posible

**Procedimientos.** Método de ejecutar algunas cosas.

**Proceso.** Conjunto de fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.

**Productos.** Caudal que se obtiene de algo que se vende o el que ello reeditúa.

**Stock.** Mercancías guardadas en un almacén.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Presentación de la Empresa**

KPRIS'S BOUTIQUE, se encuentra ubicada en el cantón La Troncal, provincia del Cañar, en la Av. 25 de Agosto 1318 y Alfonso Andrade, su actividad económica principal es la compra y venta al por mayor y menor de prendas de vestir para damas, caballeros y niños, además realiza venta de productos complementarios como es la bisutería. Inició sus actividades comerciales en junio del 1999, mediante el registro en el Servicio de Rentas Internas en calidad de persona natural a nombre de Cajamarca Guambaña Bertha Magdalena y con número de RUC 0301368957001, actualmente se encuentra en la categoría de Persona Natural Obligada a Llevar Contabilidad. Su capital inicial propio estimado para el inicio de sus actividades fue de \$ 2000,00 y la diferencia se financio mediante crédito otorgado por Banco Bolivariano.

En la actualidad KPRI'SS BOUTIQUE, basa el desarrollo de sus operaciones en su esquema organizativo, el cual está compuesto por diferentes niveles de participación; definido así por sus dueños, se encuentran dirigidos por la gerencia general y estos son: departamento de contabilidad, administración, jefe de ventas.

#### **Base legal de creación y funcionamiento.**

Inicia sus actividades el 01 de junio de 1999, en el año de la peor crisis bancaria en el Ecuador, con un capital propio de \$2000.00 dólares americanos y con capital financiado mediante préstamo bancario en aquel entonces al Banco Bolivariano por \$ 2000.00, su primer establecimiento estuvo ubicado en la Av. 25 de Agosto y Av. Alfonso Andrade bajo el nombre de K'prichos Boutique donde está funcionando actualmente la heladería la

nieve, en el año 2001 realizan el cambio de domicilio del establecimiento ubicándose en su dirección actual que es en la Av. 25 de Agosto 1318 y Av. Alfonso Andrade frente a la librería Cordero, K'prichos Boutique.

Para el año 2010 inauguran el local para niños en el mismo edificio, satisfaciendo así las necesidades de la población Troncaleña, en julio del 2011 K'prichos Boutique cambia su nombre a Kpris's Boutique registrándola como su marca en la ciudad de Quito en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. Marca que hace incursión en el mercado en el mes de Agosto del 2012.

En la actualidad cuenta con un edificio propio de tres pisos dedicada al almacenaje, exhibición y venta de sus mercaderías, en las cuales el primer piso ofrece productos de dama, segundo piso para caballeros y el tercer piso para niños.

Su misión es:

Atender las necesidades de moda y del vestir de la comunidad Troncaleña proporcionando a sus clientes servicios y productos de calidad con calidez, mostrando una rentabilidad creciente y sostenible y a sus empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias profesionales.

La visión que tiene definida se concreta en:

Ser una empresa líder en el mercado local en el año 2018, en distribución de moda en diseños infantil, para el caballero y la mujer de hoy, con estilo internacional, que se distingue por proporcionar un excelente servicio a sus clientes.

**Objetivos institucionales:**

- ✓ Satisfacer las necesidades de moda de nuestros clientes, innovando constantemente para estar a la altura de las nuevas tendencias.
- ✓ Fortalecer a la institución con los cambios que ocurren en el mercado tomándolos como una oportunidad para crecer.

- ✓ Ser elegidos y reconocidos como la mejor boutique de la zona.
- ✓ Brindar a nuestros empleados la oportunidad de crecer junto a la empresa;
- ✓ Informar con transparencia y veracidad a las instituciones públicas o privadas que requieran información financiera de la empresa.

#### **Políticas generales:**

- ✓ La entidad aplicara descuentos a los productos determinados.
- ✓ Toda mercadería que ingrese a la empresa no deberán tener falencias.
- ✓ Días de descanso del personal que labora en la empresa. Designación de horario para almuerzo del personal que labora.

#### **Principios y valores**

Respeto. Implica los límites de las acciones de cada individuo, hasta donde podemos llegar y donde empieza las acciones de otro individuo, es la base para una buena convivencia social.

Honestidad. Aquella cualidad humana que nos lleva a elegir actuar con base a la verdad y justicia, respetando reglamentos, normas, leyes.

Honradez. Es actuar con la verdad siendo justo e íntegro en las acciones que desarrollamos.

Responsabilidad. Es cumplir con el compromiso que hemos adquirido, ser responsable implica ganar la confianza de las personas que requieren de nuestros servicios.

Compañerismo. Es la necesidad de ayudar al prójimo sin esperar recompensa alguna, buscando el bienestar común.

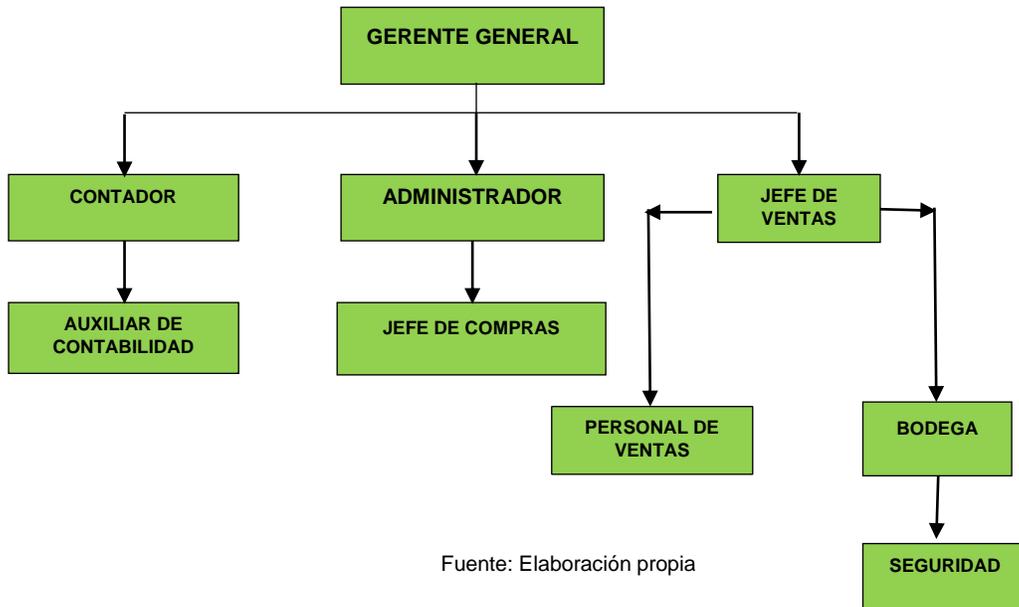
Equidad. Es el reconocimiento y respeto de los derechos a los demás individuos.

Profesionalismo. Refleja el respeto, humildad y compromiso en las actividades a desarrollar de un individuo.

Solidaridad. Es actuar en beneficio de otras personas, sin recibir nada a cambio.

La estructura organizacional de la empresa se muestra en la figura 3.1.

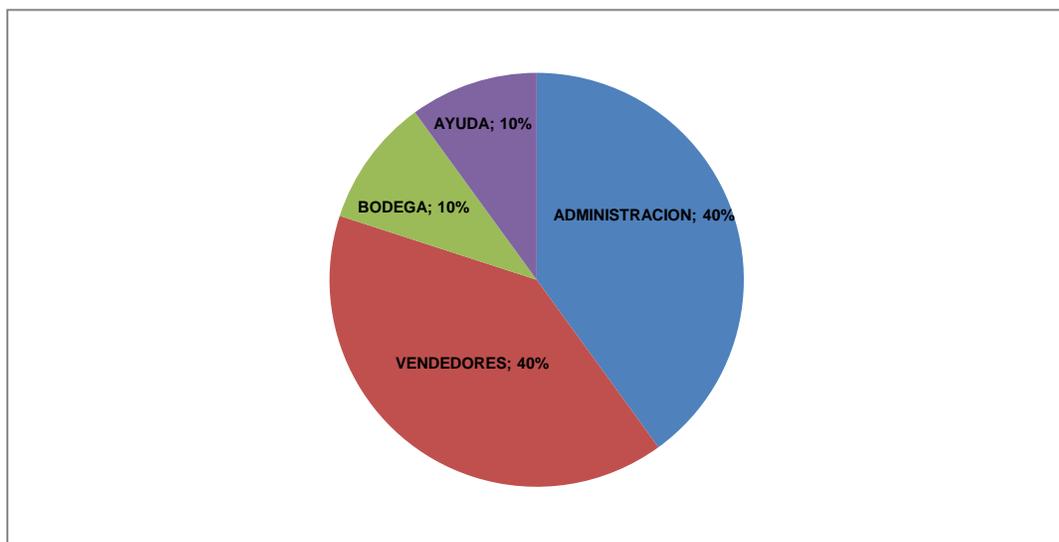
**Figura 3.1.** Estructura organizacional de KPRIS'S BOUTIQUE.



Para su desempeño de la empresa cuenta con un total de 10 personas distribuidas como muestra la figura 3.2.

**Figura 3.2.** Cantidad de trabajadores de KPRIS'S BOUTIQUE.

**Figura 2** Nomina del personal



Elaboración: Mayra Cajamarca

## **Entorno específico**

**Clientes:** Los clientes son aleatorios, fundamentalmente los que viven en el Cantón La Troncal. A medida que KPRIS'S BOUTIQUE, fue adquiriendo exclusividad en marcas fue obteniendo el número de clientes gracias a los precios y la calidad de atención al cliente. Al principio la empresa vendía marcas solo nacionales, con el pasar del tiempo empezó a distribuir marcas internacionales, así fidelizando nuevos clientes.

Algunos de los clientes que solían ser parte de los mejores compradores de KPRIS'S BOUTIQUE, ya no lo son debido a que los proveedores de las marcas nacionales que la empresa tiene, ahora su competencia cuenta con las mismas marcas.

Los clientes tienen la facilidad de encontrar distintas marcas reconocidas como en prenda de vestir, calzado, y accesorios, todo esto en un solo lugar, siempre renovando y una variedad de precios donde también la atención juega un papel muy importante, la comodidad de nuestro almacén lo harán pasar un momento muy agradable, será la mejor opción para realizar sus compras para toda la familia.

Se aplican algunas estrategias para resaltar la diferencia, aplicando las mejores estrategias para la atención a nuestros clientes, la empresa tiene una serie de actividades distribución de los productos, la logística de salida, ventas y marketing y servicio. Las actividades de apoyo en la infraestructura (administración y gerencia).

- Apoyo publicitario.
- Atención al cliente personalizada.
- Toda la exhibición de la mercadería en su lugar.

Nuestra innovadora propuesta de tener todo lo que necesita nuestro cliente para lucir elegante en un solo lugar y con marcas reconocidas que tendrá la oportunidad para elegir. Una gran variedad de modelos y colores siempre estando a la moda.

- Marcas reconocidas
- Variedad de modelos y colores.
- Un completo surtido de accesorios para toda ocasión.

Nuestra empresa tiene exclusividad en marcas para toda la familia. En sus necesidades diarias, actividades profesionales, tiempo libre, ocasiones especiales es el principal eje de nuestro esfuerzo.

Como se trata de una empresa de venta directa, donde se realiza cobros en cheque, tarjetas de crédito, tarjetas de débito y si es en efectivo se le ofrecerá un descuento al momento de cancelar en caja

Todo esto con la satisfacción de conservar el nivel de servicio, conservar nuestros clientes y desarrollar nuevos clientes así como también nuevos productos.

**Competencia:** En el entorno competitivo la empresa Kpris's boutique es bastante agresivo ya que el almacén cuenta con prendas de vestir para toda la familia, donde ha crecido mucho en los últimos años, ya que KPRIS'S BOUTIQUE, no compite solo con marcas internacionales si no que se enfrenta como marcas nacionales ya que otros almacenes cuenta con ciertas marcas nacionales y prendas de vestir chinas con una gran fuerza al mercado ya tienen copias de dichos modelos.

**Características de competidor:**

El mercado de prendas de vestir en el cantón la troncal como lo hemos expuesto antes es fuerte pero para KPRIS'S BOUTIQUE, la competencia directa son otros almacenes como:

- **Torres boutique:** cuenta con las marcas kancan, americana.
- **Spor Line torres boutique:** tiene marcas como Static moda, Piccadilly
- **Adrianita boutique:** cuenta con prendas de vestir en marcas chinas donde son réplicas de ciertos modelos.

Ya que estas boutiques cuentan con unas marcas y tienen cierta similitud en las prendas de vestir en marcas chinas.

El personal está capacitado en el área de las ventas con excelente presentación personal y buenas relaciones interpersonales. Todo esto con la satisfacción de conservar el nivel de servicio, conservar nuestros clientes y desarrollar nuevos clientes así como también nuevos productos.

La principal idea de la empresa es alcanzar el reconocimiento, como la mejor opción donde compras sus prendas de vestir y así mismo generar fuente de empleo en esta ciudad a medida que vamos creciendo.

Los proveedores debido al tema que se investiga se detallan en el capítulo IV.

### **3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

#### **TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

La Investigación Descriptiva, también conocida como la investigación estadística, que describe los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. (Carvajal, 2015).

La investigación presente es descriptiva porque describe y analiza la gestión de inventarios de la empresa KPRIS'S BOUTIQUE, para facilitar la disponibilidad y rotación de los productos.

La Investigación explicativa, se conoce con el nombre de investigación explicativa al proceso orientado, no sólo a describir o hacer un solo acercamiento en torno a un fenómeno o hecho específico, sino que busca establecer las causas que se encuentran detrás de éste. (Carvajal, 2015)

Esta investigación es explicativa porque busca establecer las causas y efectos para ayudar a orientar y realizar un análisis y señalar las razones del por qué

existe daños y pérdidas en la mercadería en la empresa KPRIS'S BOUTIQUE, y evitar los inconvenientes suscitados continuamente con los clientes.

La investigación Correlacional, permite medir el grado de relación que existe entre las dos variables que se propone en esta investigación. La correlación, implica la manipulación de las variables específicamente pero no directamente, sino mediante un procedimiento de selección.

La variable correlacional permitirá en esta investigación evaluar las mejoras a través de la relación que establece entre las variables, Variable Dependiente: (Disponibilidad de los productos), Variable Independiente:( Gestión de los inventarios.) A los procesos anteriores y realizar mejoras en los inventarios actuales con el fin de generar ingresos y cumplir con los objetivos propuestos por la empresa KPRIS'S BOUTIQUE, Se aplicará técnicas (encuesta) para desarrollo de la investigación y obtener información del mercado, que permitirá comprender de manera fácil la justificación del problema de investigación.

### **3.3 PROCEDIMIENTO A SEGUIR EN LA INVESTIGACIÓN**

El procedimiento a seguir en la investigación es:

- Diagnóstico de la gestión de inventarios de KPRIS'S BOUTIQUE
  - Descripción del proceso para gestionar los inventarios de mercadería de la empresa KPRIS'S BOUTIQUE
  - Análisis de la gestión del inventario de la empresa KPRIS'S BOUTIQUE
  - Análisis de la disponibilidad y rotación de productos
- Propuesta de mejora

## **Técnicas y herramientas utilizadas en el estudio**

### **Observación Directa**

Se observan hechos espontáneos en los procesos del estudio fotográfico y en el inventario.

### **Diagrama de flujo**

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso.

El diagrama de flujo ofrece una descripción visual de las actividades implicadas en un proceso mostrando la relación secuencial entre ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación con las demás, el flujo de la información y el número de pasos del proceso para llevar un óptimo inventario.

### **El método ABC**

Este método y técnica nos permitirá determinar la rotación que tiene el inventario en las bodegas, movimientos originados por motivos de ventas, compras, devoluciones; y detalles de importancia como obsolescencia, deterioro por estar stockeados por mucho tiempo en las bodegas de la empresa ocasionando pérdidas.

**Diagrama de causa y efecto**, es también llamado Diagrama de "Ishikawa" porque fue creado por Kaoru Ishikawa, experto en dirección de empresas interesado en mejorar el control de la calidad; también es llamado "Diagrama Espina de Pescado" porque su forma es similar al esqueleto de un pez.

Está compuesto por un recuadro (cabeza), una línea principal (columna vertebral), y 4 o más líneas que apuntan a la línea principal formando un ángulo aproximado de 70° (espinas principales). Estas últimas poseen a su vez dos o tres líneas inclinadas (espinas), y así sucesivamente (espinas menores), según sea necesario.

Es una representación gráfica que permite identificar y facilitar el análisis de problemas en un proceso. Consiste en mostrar la causa raíz del problema y las fuentes (sub causas) que contribuyen a su generación.

### **Técnica de las 5 W y 2 H**

Esta es una herramienta que se utiliza para definir con claridad un proyecto, determinar las razones por las cuales se va a trabajar ese proyecto y no otro, definir la meta e identificar la mejora que se necesita.

Esta técnica se utiliza cuando se necesita enunciar un proyecto o solución de un problema en forma clara y precisa con hechos y datos.

Se aplica de respondiendo las siguientes preguntas:

**Qué:** Se define que se va hacer para mejorar, para alcanzar la meta propuesta.

**Por qué:** Se definen claramente las razones por las cuales se trabajará en ese proyecto en particular.

**Cómo:** Se debe reunir toda la información disponible, cualitativa y cuantitativa, que permita definir como llevar a cabo la mejora, a través de cuales acciones.

**Quién:** Se establecen los responsables de llevar a cabo cada una de las etapas de la propuesta.

**Cuándo:** Se establece la fecha límite de alcanzar la solución del problema, es decir, la culminación de la propuesta. Un proyecto que no tiene un calendario bien definido, será un proyecto con bajo nivel de prioridad.

**Dónde:** Se determina la extensión y ubicación de la propuesta.

**Cuánto:** Se debe enunciar los costos de la propuesta y como incide en la satisfacción del cliente y en la organización.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

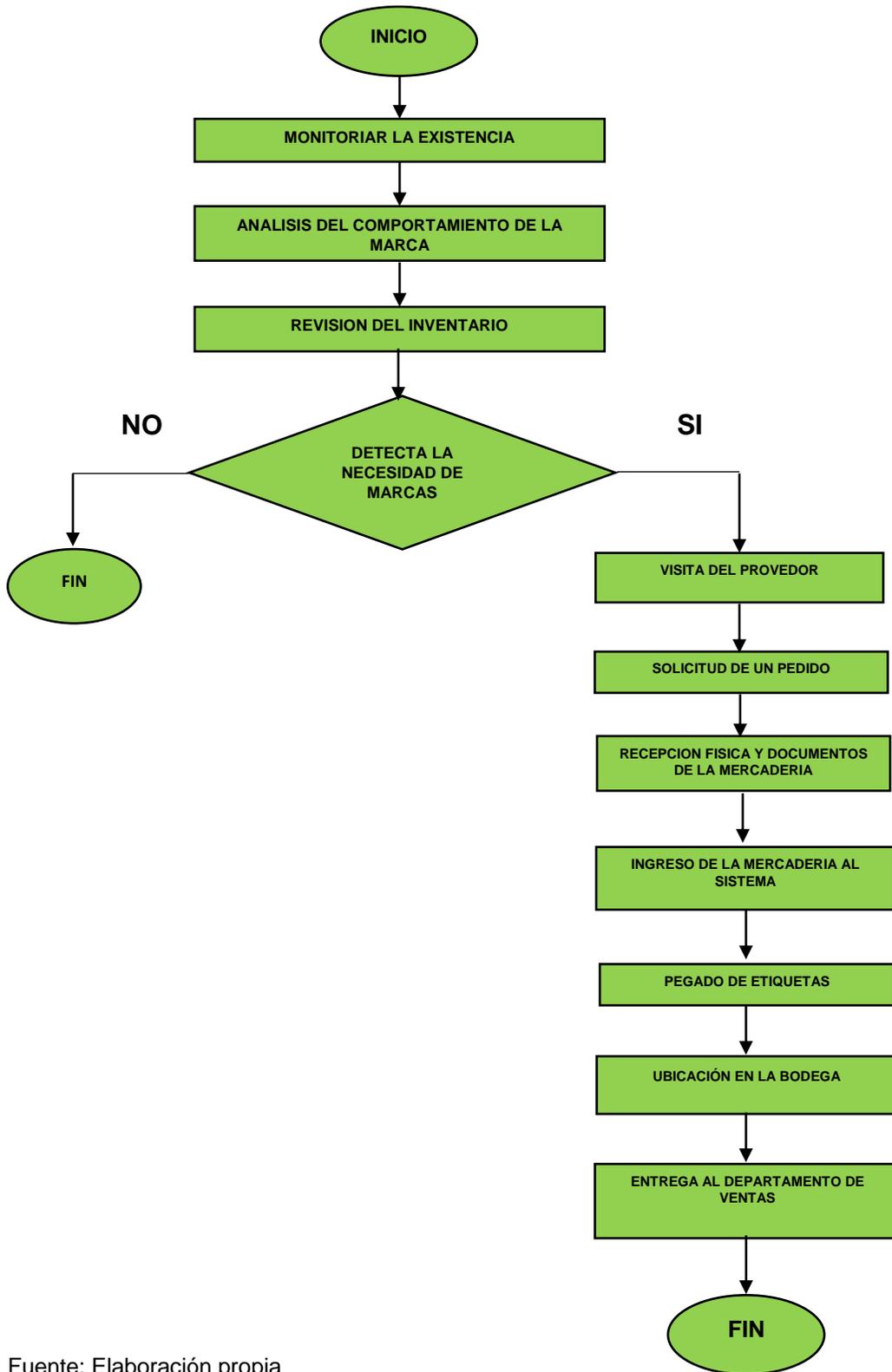
#### **4.1. Diagnóstico de la gestión de inventarios de KPRIS´S BOUTIQUE**

La empresa KPRIS´S BOUTIQUE en la actualidad maneja un inventario de 5000 ítems equivalente a un valor de 130000,00 dólares, divididas en diferentes códigos, marcas que son agrupadas dependiendo del tipo de mercadería los principales productos que se comercializan.

##### **4.1.1. Descripción del proceso para gestionar los inventarios de mercadería de la empresa KPRIS´S BOUTIQUE**

La empresa KPRIS´S para mantener la venta de sus productos lleva a cabo un proceso de gestión de inventarios que se representa en la figura 4.1.

**Figura 4.1.** Flujograma de la gestión de los inventarios



Fuente: Elaboración propia

#### **4.1.2 Análisis de la gestión del inventario de la empresa KPRISS BOUTIQUE**

La gestión de los inventarios comienza a realizarse cada dos meses, se hace monitoreo a la mercadería para ver las existencias y el movimiento que ha tenido en modelos, tallas y colores.

Se hace un análisis del comportamiento de cada marca de acuerdo a su rotación para tener de forma certera el nuevo stock que se pedirá cuando venga el proveedor.

Cuando se acerca la fecha de la visita del proveedor un día antes o el mismo día se revisa el inventario nuevamente de la marca para ver si tiene movimientos más de salida de mercadería, si no se detecta nada no se pide la marca, si se verifica que la mercadería empezó a rotar se pide las marcas que se detecta de acuerdo a las necesidades.

En caso de haber mayor demanda de compra en los modelos, tallas, colores, se procede a pedir la nueva colección de modelos que se presenta para el nuevo pedido.

El agente vendedor nos visita en el almacén para realizar los respectivos pedidos de acuerdo a las tendencias de moda de cada marca con sus respectivos muestrarios físicos ya sean en calzado o prendas de vestir. Una vez que se realiza el pedido el agente vendedor nos realiza una nota de pedido que es entregada en el mismo instante.

Algunas empresas tienen como política en los pedidos que sean entregados en un lapso de tiempo de 2 meses y otros en 3 meses.

Los proveedores envían la mercadería por diversos medios de transporte (TramacoExpress, Coop. Santa, Servientrega, etc.) Con entrega a domicilio o a su vez se retira de las oficinas. Al momento de la llegada de la mercadería, se recibe en la planta baja del almacén donde está el área de caja y una persona ahí es la encargada de recibir la mercadería con su respectiva guía.

El vendedor o cajero está autorizado para recibir la mercadería. Considerando los siguientes detalles:

- Revisión de guía con mercadería (cajas – bultos – sacos).

La persona que recibió la mercadería informa al departamento de bodega que llevo mercadería para que proceda a reconfirmar con la guía respectiva que el vendedor o cajero recibió al momento de la entrega del medio de transporte.

La persona encargada en bodega procede a la revisión de la mercadería de acuerdo a las facturas emitidas de cada empresa y con la respectiva nota de pedido que fue entregada el día de la visita del proveedor.

Se procede a ingresar las referencias de cada prenda de acuerdo a los colores, tallas y precios según la factura emitida en la base de datos del Excel que está en red con el departamento administrativo.

Una vez revisada la factura y confirmado que todo está en orden tanto los valores y referencias, la persona de bodega entrega las facturas físicas al personal del departamento administrativo para el respectivo ingreso al sistema Smartest que tiene la empresa.

El departamento administrativo antes de ingresar las facturas al sistema revisa lo siguiente:

- Primero que estén cuadrados los valores de pago y cantidad de prendas en Excel con en el físico de la factura de cada proveedor, que

este bien escritos los nombres y apellidos en la factura que emite cada empresa, RUC, fecha de emisión, fecha de caducidad, autorización del Sri, números de secuencia de las facturas de acuerdo a su impresión en la misma.

- Se procede al respectivo ingreso al sistema si todo está en orden de acuerdo al archivo de Excel del departamento de bodega, se realiza las respectivas retenciones a cada proveedor, el sistema nos emite un respectivo número de ingreso el cual se anota en cada factura para que de acuerdo a ese dígito se impriman las etiquetas.
- Las facturas ingresadas en el sistema Smartest, son entregadas al departamento de bodega para que proceda a la impresión de etiquetas con sus respectivas referencias, códigos de barra y precios de venta al público, las mismas que serán pegadas en las respectivas prendas de acuerdo a la información que viene detallado en cada marca.
- Una vez que se realizó el pegado de etiquetas se procede a la ubicación en la bodega en sus respectivos lugares designados para cada marca.
- La persona encargada de bodega procede a entregar la mercadería nueva al departamento de ventas para su ubicación correspondiente para sus lugares de venta.

#### **4.1.3. Demanda de los productos**

La demanda de inventarios no se tiene en cuenta como tal en la empresa, se hace de manera empírica, no se utilizan los datos históricos de la demanda como referencia, ni un método específico de planificación. Si el Gerente observa que el nivel de inventario de cierta marcas es demasiado bajo, no hay stock y la oferta en el momento es buena procede con la planeación de la compra.

Temporadas: épocas o temporadas que representa el año. Debemos tener en cuenta que hay productos que se demanda todo el año teniendo una

demanda continua, hay otras que solo son demanda en determinadas temporadas del año y hay otros que tienen demanda irregular, es decir, que su demanda suele aumentar o bajar en determinada épocas.

Aspiraciones de ventas: debemos tener en cuenta nuestras aspiraciones de ventas, es decir, tener en cuenta cuanto es lo que quisiéramos vender, o cuales quisiéramos que sean nuestros objetivos de ventas, pero siempre teniendo en cuenta otros factores, sobre todo, los factores limitados del negocio que se debe tomar en cuenta.

#### **4.1.4. Caracterización de los productos como inventarios**

La empresa KPRISS BOUTIQUE, agrupa los inventarios en diferentes grupos como son calzado, accesorios, lencerías, prendas de vestir, perfumería. La empresa comercializa distintas marcas como son:

##### **Marcas brasileras**

- Bebece
- Vizzano
- Moleca
- Molekinha
- Piccadilly
- Beira Rio
- Andrum,
- ViaMarte,
- Kolosh
- Pegada

##### **Marcas americanas:**

- Kancan.
- Andree,
- Cielo,
- Americana.

### Marcas colombianas:

- Studio F.
- Haby.
- Tutto.
- Chevignon.
- Americanino

Como empresa tiene la exclusividad de las marcas que aparecen en la figura 4.2.

**Figura 4.2.** Marcas exclusivas



Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta la cantidad de productos diferentes que comercializan la empresa Kpris's boutique para realizar el estudio se toma un grupo de productos, para los cuales se utiliza el sistema Smartest, donde arroja entre las marcas más vendidas del año 2017.

### Ventas mensuales Enero-Noviembre 2017

El análisis se basa en los datos relacionados del total de las ventas mensuales del año 2017 hasta el mes de noviembre, obteniendo un promedio de

\$ 37.9537,25 dólares cada mes, KPRISS BOUTIQUE, se obtuvieron los valores de las ventas netas mensuales del año 2017 y el porcentaje de participación de cada mes con respecto a las ventas netas totales del período

2017, los cuales pueden ser detallados en el siguiente cuadro 4.1 y graficados en la figura 4.4.

**Cuadro 4.1. Ventas por marcas**

MARCAS	2017	% PROM.
MOLECA	93584,00	28,20%
AMERICANINO	78206,38	23,57%
PAT PRIMO	47350,96	14,27%
STUDIO F	41939,46	12,64%
CHEVIGNON	37319,09	11,25%
BEIRA RIO	24435,9	7,36%
VIZZANO	21950,46	6,62%
KANCAN	15872,74	4,78%
BEBECE	12032,48	3,63%
MOLEKIÑA	6845,78	2,06%
<b>TOTAL</b>	<b>379537,25</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Figura 4.4. Ventas**



Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse en el cuadro anterior se muestran que las marcas más representativas de acuerdo a las ventas son Moleca, Americanino, Pat primo.

A partir del resultado se caracteriza algunas características del inventario, como la demanda y la frecuencia de rotación de las marcas.

**Cuadro 4.2.** Característica de los inventarios de las marcas

PRODUCTO	VENTAS 2016	VENTAS 2017	CRECIMIENTO 2016-2017 %	DEMANDA	FRECUENCIA ROTACION
MOLECA	19520,00	93584,00	135	Estable	Alta
KANCAN	9880,26	15872,74	61	Estable	Alta
PAT PRIMO	26741,12	47350,96	77	Estable	Alta
MOLEKIÑA	4567,86	6845,78	50	Estable	Mediana
AMERICANINO	55734,32	78206,38	40	Estable	Mediana
VIZZANO	16139,97	21950,46	36	Estable	Mediana
BEIRA RIO	18768,26	24435,90	30	Estable	Mediana
STUDIO F	38616,95	41939,46	9	Estable	Bajo
CHEVIGNON	43019,79	37319,09	-13	Inestable	Negativa
BEBECE	14899,84	12032,48	-19	Inestable	Negativa
<b>TOTAL</b>	<b>247888,37</b>	<b>331825,99</b>	<b>34%</b>		

Fuente: Elaboración propia

Como puede mostrarse en el cuadro las marcas más representativas en ventas tienen una demanda de sus productos estables, quiere decir que se venden de manera general sistemáticamente y con frecuencias altas de salidas. Sin embargo algunas de las marcas menos representativas tienen una demanda inestable una rotación negativa.

#### 4.1.5. Análisis de los proveedores de cada marca

Uno de los aspectos más importantes en la gestión de inventarios resultan los proveedores, por lo cual se realiza una caracterización del proveedor más representativo de las principales marcas de la empresa KPRIS'S BOUTIQUE. En el cuadro 4.3 se muestra dicha caracterización.

**Cuadro 4.3.** Característica de los proveedores

<b>Kpris's Boutique</b>				
<b>Listado General de Proveedores</b>				
<b>Marca</b>	<b>Nombre</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Entrega del Pedido</b>	<b>Confiabilidad</b>
MOLECA	Aguimashoes Cía. Ltda.	Cuenca	2 meses	Alta
MOLEKINHA	Aguimashoes Cía. Ltda.	Cuenca	3 meses	Alta
BEBECE	Aguimashoes Cía. Ltda.	Cuenca	3 meses	Alta
BEIRA RIO	Aguimashoes Cía. Ltda.	Cuenca	3 meses	Alta
AMERICANA	Jessica Rocío García Silva	Chone	1 mes	Baja
VIZZANO	Juan Fernando Veintimilla	Machala	3 meses	Alta
AMERICANINO	Inducortec Del Ecuador Inducortec S.A. . .	Quito	4 meses	Baja
CHEVGNON	Inducortec Del Ecuador Inducortec S.A. . .	Quito	4 meses	Baja
STUDIO F	Modacol Fgf Compañía Anónima. .	Quito	4 meses	Mediana
PAT PRIMO	Pat Primo Ecuador Comercializadora S.A	Quito	3 Meses	Alta

C:\SMARTEST\PYME1\REPORTES\lisprove.rpt

Fuente: Elaboración propia

Haciendo un análisis entre marcas, productos y proveedores puede referirse que actualmente la empresa KPRIS'S BOUTIQUE tiene marcas muy importantes, de acuerdo a sus ingresos, que sus proveedores no son confiables, según se muestra en los cuadros anteriores.

Aguimashoes, Pat primo y Modacol FGF Compañía Anónima, son proveedores muy confiables en la entrega de sus productos de acuerdo a la fecha establecida en los pedidos. Sin embargo, uno de los problemas que presenta la empresa está relacionado con que las marcas más vendidas tienen un ciclo de reaprovisionamiento relativamente alto, Moleca de 2 meses, Americanino y Pat primo 3, lo que requiere de inventarios de seguridad mayor u una precisión en las cantidades pedidas muy bien proyectadas, algo que no

se lleva a cabo en la Boutique actualmente. Por otra parte, los proveedores de la marca Americanino son poco confiables, lo mismo en tiempos como en cantidades.

#### 4.1.6. Análisis de los indicadores de eficacia de los inventarios

El análisis de algunos de los indicadores que miden la eficacia de los inventarios y su gestión son la disponibilidad de productos y la rotación.

##### 4.1.6.1. Análisis de la disponibilidad

Para determinar el índice de disponibilidad de los inventarios se toma como referencia la marca más representativa y se realiza el análisis a uno de sus productos más vendidos, **Código CL.5109, calzado Moleca**. Se tienen en cuenta todas las tallas, las que no tienen la misma frecuencia de ventas.

El indicador disponibilidad se determina como:

$$\% \text{ CANT. DISPONIBILIDAD} = \frac{\text{CANT. DE DIAS DISPONIBLE EN EXISTENCIAS}}{\text{CANT. DIAS ANALIZADOS}}$$

**Cuadro 4.4.** Análisis de la disponibilidad de calzado Moleca por talla.

TALLAS							MARCA: MOLECA CL.5109				
34	35	36	37	38	39	Total	Demanda	Días de disponibilidad	Dejado de vender cant.	% disponibilidad	Valor dejado ingresar
10	5	10	10	10	2	25	66	23	41	76,67%	1435,00
9	9	11	14	12	2	34	60	21	26	70,00%	910,00
12	14	15	11	5	5	40	65	18	25	60,00%	875,00
15	13	18	14	15	16	45	67	14	22	46,67%	770,00
14	24	16	19	11	7	59	87	13	28	43,33%	980,00
12	5	11	10	14	6	26	45	15	19	50,00%	665,00
6	18	14	10	13	9	42	67	14	25	46,67%	875,00
7	17	18	21	8	3	56	96	15	40	50,00%	1400,00
15	14	12	12	13	13	38	55	18	17	60,00%	595,00
16	10	16	15	11	6	41	59	19	18	63,33%	630,00
5	14	18	9	8	11	41	58	14	17	46,67%	595,00
23	35	29	35	21	12	99	150	15	51	50,00%	1785,00
<b>546</b>							<b>875</b>	<b>199</b>	<b>329</b>	<b>55,28%</b>	<b>\$ 959,58</b>

Fuente: Elaboración propia

El resultado es el que muestra el cuadro 4.5.

**Cuadro 4.5. Disponibilidad general**

<b>AÑO</b>	<b>DIAS DISPONIBLES</b>	<b>DIAS TOTALES</b>	<b>TOTAL</b>
2017	199	334	<b>55,28%</b>

Fuente: Elaboración propia

Con esa disponibilidad el producto estuvo disponible, 199 días del año solamente, para lo cual se estima teniendo en cuenta las ventas promedio mensuales que se dejó de vender \$959,58.

Una de las primeras causas por la que ocurre esto es porque los productos se piden sin tener en cuenta lo que realmente se demanda.

#### **4.1.6.2. Rotación**

La rotación se analiza para la marca Studio F, que a pesar de que es de las de mayores ingresos, rota muy poco, pues sus productos son muy caros. Se muestra en el cuadro 4.6.

#### **PRODUCTOS CON MENOR ROTACION**

<b>MARCA-STUDIO F</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SALIDAS DE MERCADERIA</b>	<b>EXITENCIAS</b>	<b>VALOR</b>
STUDIO F.	B. 213456	65	4	61	2135,00
STUDIO F.	FAL. 247889	45	6	39	1755,00
STUDIO F.	CAR. 34566	80	12	68	4080,00
STUDIO F.	BILL. 3980	15	3	12	300,00
STUDIO F.	ENT. 6754	35	9	26	1690,00
STUDIO F.	PT. 2311	60	14	46	3450,00
STUDIO F.	VEST.7652	56	16	40	2520,00
STUDIO F.	TOR. 89724	23	9	14	714,00
STUDIO F.	CALZ. 4352	45	10	35	2625,00
STUDIO F.	CH. 87525	12	2	10	690,00
<b>TOTAL</b>		<b>436</b>	<b>85</b>	<b>351</b>	<b>19959,00</b>

Fuente: Elaboración propia

El índice de rotación se determinó como:

$$\begin{aligned} \text{INDECE DE ROTACION} &= \frac{\text{Ventas Acumuladas}}{\text{Existencias}} \\ \text{Promedio} & \\ 2,25 &= \frac{41939,46}{18623} \end{aligned}$$

Cuadro 4.7

VENTAS MERCADERIAS	EXITENCIAS	INDECE DE TOTACION
41939,46	18623,00	2,25

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al análisis del año 2017 en la tabla se tiene la **marca STUDIO F** donde se puede observar que su rotación fue de 2,25, quiere decir que los productos rotan dos veces en el periodo analizado y como promedio demoran 182 días para ser vendidos. Una de las causas que puede provocar esta situación es que no se hace una adecuada gestión de venta, no exhibiéndose adecuadamente, entre otras.

Los dos indicadores analizados resultaron muy bajos, lo que significa que la gestión de inventarios en la Boutique es inadecuada, y de los elementos de la misma, las principales falencias están:

- en la proyección de las demandas,
- la clasificación de productos,
- el sistema de pedido que utilizan actualmente.

## 4.2. Plan de mejora

El plan de mejora se realiza bajo el principio de la técnica de las 5 W y 2 H, aunque no se represente en un cuadro.

### Propuesta 1. Clasificar los productos

#### ¿Qué?

Clasificar los productos

El **objetivo de clasificar los inventarios** radica en conocer cuáles son los productos más importantes para la Boutique, reconociendo sobre cuales debe existir mayor control, método de pronóstico más exacto y sobre todo para trazarse qué estrategia seguir con cada uno sobre todo de acuerdo a los niveles de ingresos que represente y la frecuencia de venta. En un primer momento solamente la empresa trabajará con un criterio de clasificación, las ventas. Para ejecutarlo debe seguir las siguientes pautas:

- Definir las prioridades en las marcas para comenzar con la clasificación. Puede hacerse de dos formas, de manera general con todos los productos sin importar la marca o tomar como punto de partida la marca más importante y determinar en cada marca los productos estrellas.

#### ¿Cómo?

En el segundo caso tomar como prioridad el estudio de acuerdo a la importancia por marcas determinado anteriormente en el trabajo:

- ✓ Americanico
- ✓ Pat Primo
- ✓ Moleca
- ✓ Studio F
- ✓ Chevignon
- ✓ Beira Rio

- ✓ Vizzano
- ✓ Kancan
- ✓ Bebece
- ✓ Molekiña

- Seleccionar el criterio de análisis para la clasificación. La propuesta es las ventas realizadas.
- Listar los productos de la marca seleccionada y sus ventas, proponiendo tener en cuenta un año como periodo seleccionado para el análisis
- Reordenar los productos en orden descendentes
- Determinar el porcentaje relativo de cada producto en el total del valor:

$$\% \text{ frecuencia relativa} = \frac{\text{Ventas producto } X_i}{\sum \text{Ventas productos } X_n}$$

- Determinar el porcentaje acumulado de los productos analizados

$$\% \text{ frecuencia acum} = \frac{\text{Ventas producto } X_i + \text{Vent prod } X_{i+1} + \text{Vent prod } X_n}{\sum \text{Ventas productos } X_n}$$

- Adoptar y definir los grupos de productos de la clasificación:
  - Grupo A:** Este grupo estará formado por un pequeño número de **artículos de gran importancia**. Aquellos que **representan el 30 % del total de productos**
  - Categoría B:** Abarcará un poco más de productos que el grupo anterior, es decir serán los de **importancia media**. Los artículos **representan el 15% del valor total**.

**Categoría C:** Este grupo estará formado por un gran número de artículos, pero estos serán de muy **poco importancia**. **Los artículos representan el 5% del valor total de stock.**

**¿Quién?**

El gerente será el responsable de dar seguimiento al control del inventario.

**¿Por qué hacerlo?**

Para determinar las prioridades en control, en seguimiento, establecer sistema de pedido, para tener en cuenta las características del proveedor que se seleccione, para la toma de decisiones en presupuesto, etc.

**¿Dónde?**

En el departamento administrativo de la empresa KPRIS'S BOUTIQUE

**¿Cuándo?**

A partir de Enero 2018, durante los tres primeros meses del año

**¿Cuánto?**

Software para clasificación de inventarios = \$ 500

Salario mensual (\$375) de la persona que lo va a ejecutar x 3 = \$ 1.125

**TOTAL = \$ 1.625**

**Propuesta 2. Definir el método de pronóstico de demanda**

**¿Qué?**

Definir el método de pronóstico de demanda

El objetivo de pronosticar la demanda es que se tendrá una estimación más precisa de la cantidad de productos que realmente son demandados por los clientes y en base a ello se realizarán los pedidos y serán las cantidades de inventarios de seguridad a tener.

**¿Cómo?**

La Boutique debe partir de que son productos tienen como características las siguientes:

- Poseen tendencias en el mercado

- Tienen tasa de crecimiento
- Algunos se mueven se acuerdo a la estacionalidad

Se realiza un análisis de los diferentes métodos de pronósticos en casos similares y según la literatura consultada y casos de estudios reales aseguran que el más acertado en este caso y es por ello que se propone es de tipo cuantitativo, **el de series de tiempo**.

Para aplicar este método se debe encontrar **el patrón del pasado y proyectarlo al futuro**. Es decir, **se utilizará las ventas históricas de cada producto durante dos años**.

Teniendo en cuenta la clasificación de los productos que se debe realizar con anterioridad se aplicará el método de pronóstico a los productos A en el primer momento, y así gradualmente los B y por último los C.

#### **¿Por qué?**

Porque es necesario pedir con mayor precisión para garantizar las cantidades necesarias en el momento necesario, de esta manera se garantizará disponibilidad de productos con mayores niveles de satisfacción de los clientes e ingresos estables que proporcionen los resultados financieros esperados a la Boutique.

#### **¿Quién?**

El personal de la empresa KPRIS'S BOUTIQUE será el encargado de colaborar en clasificar los productos por marcas y tallas de manera ordenada de acuerdo al método ABC.

#### **¿Dónde?**

En el departamento administrativo de la empresa KPRIS'S BOUTIQUE

#### **¿Cuándo?**

Una vez se clasifiquen al menos los productos de una marca. Puede abarcar parte del primer trimestre según vaya terminando con la clasificación de las marcas, y además el segundo trimestre del año, entre decisiones, ejecución y seguimiento y adaptación.

### **¿Cuánto?**

Salario mensual (\$375) de la persona que lo va a ejecutar x 5 meses =  
\$ 1.875

### **Propuesta 3. Definir el sistema de pedido de inventarios o productos**

#### **¿Qué?**

Definición del sistema de pedido

El objetivo de la propuesta radica en garantizar pedidos óptimos y garantizar que el producto esté disponible y que no existan productos de poco movimiento o con baja rotación en cantidades altas.

#### **¿Cómo?**

Se propone seguir los siguientes lineamientos para el sistema de pedidos:

#### **Productos A**

- Con proveedor confiable y 1 mes o menos de ciclo de reaprovisionamiento, establecer inventario de seguridad menor, revisión quincenal y pedir cuando la existencia alcance el igual o menor que el inventario de seguridad.
- Con proveedor no confiable: Incrementar el Stock de seguridad, revisión quincenal y pedir cuando la existencia alcance el igual o menor que el inventario de seguridad.

#### **Productos B**

- Con proveedor confiable y 1 mes o menos de ciclo de reaprovisionamiento, establecer inventario de seguridad menor, revisión mensual y pedir cuando la existencia alcance el igual o menor que el inventario de seguridad.
- Con proveedor no confiable: Incrementar el Stock de seguridad, revisión mensual y pedir cuando la existencia alcance el igual o menor que el inventario de seguridad.

## Productos C

- **si el proveedor tiene un ciclo de reaprovisionamiento bajo y está ubicado cerca** de la Boutique, puede considerarse no tener inventario de seguridad pedirlo solo cuando el cliente lo solicite, es decir el inventario pasa estar en manos del proveedor.
- **si el proveedor tiene un ciclo de reaprovisionamiento alto y está ubicado lejos** de la Boutique, puede considerarse tener un mínimo de inventario de seguridad y pedir más si el cliente solicita una cantidad mayor que el inventario de seguridad.

En este caso es necesario fijar un mínimo y un máximo en el inventario.

### ¿Quién?

El jefe administrativo será el responsable de garantizar la disponibilidad de los productos de acuerdo al método ABC.

### ¿Dónde?

En la bodega de la empresa KPRIS'S BOUTIQUE

### ¿Cuándo?

A partir del **segundo trimestre del 2018**. Una vez se haya clasificado los productos y pronosticado la demanda.

### ¿Cuánto?

Salario de la persona que va ejecutarlo x 2 meses (definir máximos y mínimos, características del proveedor)

Además se proponen también otras acciones a muy corto plazo para eliminar falencias que no dependen de las nuevas estrategias:

- Llevar a cabo remates y promociones para eliminar sobrantes de prendas por temporadas

## CONCLUSIONES

Al terminar el trabajo sobre la gestión de los inventarios la KPRIS`S BOUTIQUE, se concluye lo siguiente:

- Los resultados obtenidos en el indicador de disponibilidad de los productos y en la rotación demuestra que la gestión del inventario en la Boutique tiene grandes falencias, lo que está provocando insatisfacción en los clientes por no encontrar el producto que busca en tallas, color, entre otros.
- Los aspectos que carecen la gestión del inventario en KPRIS`S BOUTIQUE están asociados fundamentalmente a no tener una clasificación de sus productos diseñada y ejecutada. Por otra parte, los pedidos se piden sin tener en cuenta la demanda de los clientes, pues no se hacen proyecciones. Y por último el sistema de pedido se hace más por experiencias y empírea que por algún método adecuado para reaprovisionar los inventarios.
- Las propuestas están relacionadas con lineamientos que se dejan planteados en forma de acciones a la empresa, tales como: procedimiento para clasificar los productos, método adecuado para proyectar las demandas y estrategias para realizar los pedidos de los inventarios.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar el plan de acciones propuesto en este trabajo, extendiendo a todas las marcas y productos los aspectos planteados en el trabajo, aplicando el método ABC para clasificar los inventarios, proyectando las demandas y planificar como se llevará a cabo la implementación de los sistemas de pedidos.
- Inducir a los trabajadores que administran el inventario, en los aspectos a ejecutar, debiendo conocer su papel y responsabilidad en todo el proceso de mejora del inventario, por lo que además se propone se desarrolle un programa de capacitación al personal de la empresa una vez se adopte las propuestas.
- Mantener convenios comerciales con los proveedores de prenda de vestir nacional e internacional, bajo estos lineamientos.
- Se realice una preparación con los empleados en gestión de ventas y se desarrolle el merchandising como estrategia.

## BIBLIOGRAFÍA

Aguilar-Santamaría, P. A. (2012). Un modelo de clasificación de inventarios para incrementar el nivel de servicio al cliente y la rentabilidad de la empresa. Pensamiento & Gestión.

Axsäter, (2000). Aplicación de un modelo de inventario con revisión periódica para la fabricación de transformadores de distribución.

Castillo, Y. (01 de 2014). La logística como método aplicado de almacenamiento.

Chopra y Meindi, (2008). Administración de la cadena de Suministros.

Diccionario Enciclopédico Usual - Ediciones Larousse

Escudero, M. (2014). Logística de almacenamiento. Madrid: Ediciones Paraninfo

Espinoza, (2001). El control de inventarios.

Gary D., (2000). Investigaciones de Operaciones logística en la administración.

Grande, 200, p. 35. Política de manejo de inventario en una empresa de venta de ropa

Guajardo, C., Gerardo, (1996, p. 419). Contabilidad Financiera. Información financiera para la toma de decisiones.

Guerrero, (2009; p.14). Tesis Propuesta de un sistema de administración de inventarios en la comercializadora y reparadora de calzado.

Gutiérrez, Parada Oscar, Vidal C, y Vidal J (2009). Reseña del software disponible en Colombia para la gestión de inventarios en cadenas de abastecimiento (consulta: 25 de agosto del 2012).

<https://www.larousse.mx/obras/diccionario-enciclopedico-usual/>

<https://www.researchgate.net/.../44493137>

Keiso y Weigandt, (2005, p.125). Modelos de Gestión de Inventarios en Cadenas de Abastecimiento.

López., (2013). El inventario como determinante en la rentabilidad de las empresas farmacéuticas.

Mendéz, C. (2013) Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. 4ªed. México, Limusa.

Minguez Pérez, Mónica y BASTOS Boubeta, Ana. (2010). Introducción a la gestión de stocks. 2ª ed. España, Ideaspropias. 2006. MORA, L. Gestión logística integral las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento. Colombia: Ecoe Ediciones.

Mosquera, Genaro. (1994). Apoyo logístico para la administración del mantenimiento industrial.

Muller, M. (2005). Fundamentos de administración de inventarios. Bogotá, Grupo editorial Norma. 2004. PARRA, F. Gestión de Stocks. 3ªed. España, ESIC editorial.

Mullins, (2007:22). Uso del Inventario de los Cinco Grandes en una muestra colombiana.

<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/apl/article/download/3473/3352>

Orlando (2011). Tesis Proponer un sistema de inventario de mercancías en la empresa importadora R&O Venezuela Roveca C.A.



Instituto Superior  
**Tecnológico  
Bolivariano**  
de Tecnología

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÌA  
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

**CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejora para la gestión de inventarios de mercadería de la empresa KPRIS’S BOUTIQUE”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo afecta la gestión de los inventarios de mercadería en la disponibilidad de los productos de la empresa KPRISS BOUTIQUE?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

**Mayra Cajamarca Guambaña**

**Egresada**

**MSc. Noemí Delgado Álvarez**

**Tutora**

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Mayra Alexandra Cajamarca Guambaña en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de mejora para la gestión de inventarios de mercadería de la empresa KPRIS'S BOUTIQUE de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Cajamarca Guambaña Mayra Alexandra

Nombre y Apellidos del Autor



Firma

No. de cedula: 0924187396

*Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más*



Factura: 001-002-000027238



20170304001D01501

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170304001D01501**

Ante mí, NOTARIO(A) GERMAN RICARDO ABAD VELEZ de la NOTARÍA PRIMERA , comparece(n) MAYRA ALEXANDRA CAJAMARCA GUAMBAÑA portador(a) de CÉDULA 0924187396 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en LA TRONCAL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de BENEFICIARIO(A); quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACION, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. LA TRONCAL, a 8 DE DICIEMBRE DEL 2017, (15:02).

  
MAYRA ALEXANDRA CAJAMARCA GUAMBAÑA  
CÉDULA: 0924187396



**REPUBLICA DEL ECUADOR**  
**CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA**  
**DEL CAÑAR**



NOTARIO(A) GERMAN RICARDO ABAD VELEZ  
NOTARÍA PRIMERA DEL CANTÓN LA TRONCAL



*Dr. Germán Abad Velez*  
**Dr. Germán Abad Velez**  
**NOTARIO PRIMERO DEL CANTÓN LA TRONCAL**


**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACIÓN Y CREDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
**CAJAMARCA GUAMBAÑA MAYRA ALEXANDRA**  
 LUGAR DE NACIMIENTO  
**CAÑAR LA TRONCAL LA TRONCAL**  
 FECHA DE NACIMIENTO **1987-02-09**  
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**  
 SEXO **F**  
 ESTADO CIVIL **SOLTERO**

Nº **092418739-6**




INSTRUCCIÓN **SUPERIOR**      PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE**      V4333V4242

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **CAJAMARCA JOSE IGNACIO**  
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **GUAMBAÑA ROSA FLORINDA**  
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN **GUAYAQUIL 2015-04-09**  
 FECHA DE EXPIRACIÓN **2025-04-09**





FIRMA DEL CEDULADO




**CERTIFICADO DE VOTACIÓN**  
 ELECCIONES GENERALES 2017  
 2 DE ABRIL 2017

**008** JUNTA Nº  
**008 - 063** NUMERO  
**0924187396** CÉDULA

**CAJAMARCA GUAMBAÑA MAYRA ALEXANDRA**  
 APELLIDOS Y NOMBRES

**CAÑAR** PROVINCIA  
**LA TRONCAL** CANTÓN  
**LA TRONCAL** PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN  
**ZONA 1**





**ECUADOR ELIGE CON TRANSPARENCIA**

**ELECCIONES 2017**  
 GARANTIZAMOS TU DERECHO

**CIUDADANA (O):**  
 ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017  
 ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS

  
 MARGARITA CALLE  
 ES PRESIDENTA DE LA JRV

IMP 1606.MJ



# CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0924187396

Nombres del ciudadano: CAJAMARCA GUAMBAÑA MAYRA ALEXANDRA

Condición del cedulaado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/CAÑAR/LA TRONCAL/LA TRONCAL

Fecha de nacimiento: 9 DE FEBRERO DE 1987

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

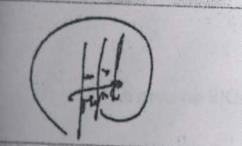
Nombres del padre: CAJAMARCA CARANQUI JOSE IGNACIO

Nombres de la madre: GUAMBAÑA GONZALEZ ROSA FLORINDA

Fecha de expedición: 9 DE ABRIL DE 2015

Información certificada a la fecha: 8 DE DICIEMBRE DE 2017

Emisor: GERMAN RICARDO ABAD VELEZ - CAÑAR-LA TRONCAL-NT 1 - CAÑAR - LA TRONCAL



Certificado: 172-076-41358



172-076-41358

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente

