



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**Propuesta de mejora para el manejo de los inventarios de mercadería
del Economarket “Don César”**

Autora: Michelle Kathiuska Lázaro Franco

Tutor: MSc. Ismelis Castellanos López

Guayaquil, Ecuador

2021



INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO SUPERIOR EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

Propuesta de mejora para el manejo de los inventarios de mercadería del
Economarket “Don César”

Autora: Michelle Kathiuska Lázaro Franco

Tutor: MSc. Ismelis Castellanos López

RESUMEN

Economarket “Don César” es una empresa dedicada a la compra y venta de insumos de primera necesidad, iniciando sus actividades en el año 1999, Playas – Ecuador. El estudio dirigido hacia la empresa surgió debido a la necesidad de proponer mejoras al manejo y control de los inventarios de mercadería para garantizar la disponibilidad de productos e incrementar su rotación. Para realizar la investigación se emplearon diversas técnicas y herramientas tales como encuestas dirigidas a empleados y gerente, entrevista al gerente, y el diagrama de Ishikawa, el cual permitió determinar las causas del problema presentado en la entidad y sus efectos. A partir de estas herramientas se obtuvieron diversos resultados que dieron consigo la creación de un plan de mejora, el cual fue estipulado mediante el análisis del 5W2H. De esta manera, se logra estipular resultados concretos basados en que la entidad debe establecer un registro o sistema correcto para el control y manejo de inventario, promoviendo la creación de políticas y capacitaciones a sus empleados que promuevan cambios significativos en su gestión, alcanzando resultados positivos basados el crecimiento de la empresa y la satisfacción a los clientes.

Inventario

Manejo

Disponibilidad

Rotación



INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO SUPERIOR EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

Propuesta de mejora para el manejo de los inventarios de mercadería del
Economarket "Don César"

Autora: Michelle Kathiuska Lázaro Franco

Tutor: MSc. Ismelis Castellanos López

ABSTRACT

Economarket "Don César" is a company dedicated to the purchase and sale of basic necessities, starting its activities in 1999, Playas - Ecuador. The study directed towards the company arose due to the need to propose improvements to the management and control of merchandise inventories to guarantee the availability of products and increase their rotation. To carry out the research, various techniques and tools were used, such as surveys directed at employees and managers, an interview with the manager, and the Ishikawa diagram, which will determine the causes of the problem presented in the entity and its effects. From these tools, various results were obtained that led to the creation of an improvement plan, which was stipulated through the 5W2H analysis. In this way, it will be possible to stipulate concrete results based on the fact that the entity must establish a correct registry or system for the control and management of inventory, promoting the creation of policies and training for its employees that promote significant changes in their management, emphasizing Through this, it is possible to obtain positive results for the growth of the company and customer satisfaction.

Inventory

Management

Availability

Rotation

INDICE GENERAL

Contenido

CARATULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO	vi
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
INDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Ubicación del problema en un contexto.	1
1.1.2. Situación conflicto	3
1.1.3. Formulación del problema.....	3
1.1.4. Delimitación del problema	3
1.2. Variables de la investigación.	3
1.2.1. Variable Independiente	3
1.2.2. Variable Dependiente.....	4
1.3. Objetivos de la investigación	4
	x

1.4. Justificación de la investigación	4
CAPÍTULO II	6
2.1. Fundamentación teórica	6
2.1.1. Antecedentes históricos	6
2.1.2. Antecedentes referenciales	23
2.2. Fundamentación Legal	25
2.3. Variables de Investigación. Conceptualización	28
2.4. Glosario de Términos.....	30
CAPÍTULO III.....	33
3.1. Presentación de la empresa	33
3.2. Diseño de investigación	37
3.3. Población y Muestra	38
3.3.1. Población	38
3.3.2. Muestra	39
3.4. Procedimientos o pasos para seguir en la investigación:	41
3.5. Técnicas e instrumentos de la investigación.....	41
CAPÍTULO IV.....	44
4.1. Análisis e interpretación de los resultados.....	44
4.2. Plan de mejora.....	58
4.3 Conclusiones.....	61
4.3. Recomendaciones	62
4.4. Bibliografía.....	63
4.5. Anexos.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sistema ABC.....	16
Figura 2. Logo del Economarket “Don César”.....	33
Figura 3. Ubicación geográfica del Economarket “Don César”	34
Figura 4. Empleados del Economarket “Don César”	35
Figura 5. Estructura Organizativa del Economarket “Don César”	36
Figura 6. ¿La empresa cuenta con los productos que necesita el consumidor?	47
Figura 7. ¿Al agotarse el stock de algún producto se realiza la compra inmediata?	48
Figura 8. ¿La mayoría de los productos que ofrece la empresa está a la vista del cliente?	49
Figura 9. ¿Cada cuánto tiempo hacen la revisión de fechas de caducidad de los productos?.....	50
Figura 10. ¿Considera usted que la gestión del inventario dentro de la empresa satisface las necesidades del cliente?	51
Figura 11. ¿Considera que las instalaciones para el almacenaje de la mercadería en bodega es el adecuado?.....	52
Figura 12. ¿Los productos que ofrece la empresa son de calidad y con fechas de expiración largas?	53
Figura 13. ¿Las compras realizadas para aumentar el inventario son cantidades que abastecen las necesidades del consumidor?	54
Figura 14. ¿En la recepción de la mercadería se ejecutan los controles de verificación, inspección o recuento?	55
Figura 15. ¿Se realizan análisis de rotación de mercadería para evitar productos en obsolescencia?	56

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Plantilla de trabajadores	35
Cuadro 2. Proveedores del Economarket "Don César"	36
Cuadro 3. Principales productos o servicios	37
Cuadro 4. Población de la investigación	39
Cuadro 5. Muestra de la investigación	41
Cuadro 6. Técnicas e instrumentos de la investigación	41
Cuadro 7. ¿La empresa cuenta con los productos que necesita el consumidor?	46
Cuadro 8. ¿Al agotarse el stock de algún producto se realiza la compra inmediata?	47
Cuadro 9. ¿La mayoría de los productos que ofrece la empresa está a la vista del cliente?	48
Cuadro 10. ¿Cada cuánto tiempo hacen la revisión de fechas de caducidad de los productos?.....	49
Cuadro 11. ¿Considera usted que la gestión del inventario dentro de la empresa satisface las necesidades del cliente?	50
Cuadro 12. ¿Considera que las instalaciones para el almacenaje de la mercadería en bodega es el adecuado?.....	51
Cuadro 13. ¿Los productos que ofrece la empresa son de calidad y con fechas de expiración largas?	52
Cuadro 14. ¿Las compras realizadas para aumentar el inventario son cantidades que abastecen las necesidades del consumidor?	53
Cuadro 15. ¿En la recepción de la mercadería se ejecutan los controles de verificación, inspección o recuento?	54
Cuadro 16. ¿Se realizan análisis de rotación de mercadería para evitar productos en obsolescencia?	55

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Ubicación del problema en un contexto.

Según (Guerrero M. , 2001) el conjunto de las microempresas de una nación representa una fuente de progreso debido a que impulsan a la economía, generan empleos y nuevos mercados, convirtiéndose en una herramienta para el desarrollo y crecimiento de una industria nacional.

Uno de los desafíos de mayor magnitud en las microempresas se centra en el manejo de las existencias que permite enfrentar con eficiencia la demanda de los clientes, considerando que el control y gestión de inventarios representa en gran medida un factor para la eficacia del servicio al cliente. El inventario forma un recurso importante para generar éxito dentro de las empresas, siendo una de las grandes inversiones que forman parte de los activos corrientes de menor liquidez pero a la vez genera mayor rentabilidad, garantizando el flujo productivo y la continuidad del negocio.

De acuerdo a (Durán, 2012) el buen control y administración del inventario de la mercadería respecto a sus ventas, pedidos y rotaciones; es muy importante para optimizar las utilidades de la empresa. (López, Gómez, & Acevedo, 2012) señalan que una empresa puede considerarse eficiente aún teniendo una alta rotación de inventarios y una baja disponibilidad de sus productos; sin embargo, esto podría causar deficiencias significativas a lo largo del tiempo en algunos de los procesos. Dentro de los procesos, estos pueden enlazarse con los administrativos, servicio al cliente, gestión de inventarios, entre otros.

Durante muchos años han sido muy notorios los inconvenientes que poseen las empresas con el inventario, tales como: toma física no concuerda con el sistema Kardex, productos que están dañados y/o caducados, falta de sistematización y capacitación al personal operativo que se involucran en dichos procesos.

(Bastidas, 2010) contribuye que la adecuada gestión de inventarios representa uno de los temas más complejos de las grandes empresas, siendo el manejo estratégico respecto al abastecimiento de productos, debido a que constituyen la disminución de los niveles de existencia y a la vez la disponibilidad de estos de manera constante.

Las organizaciones carecen de estrategias para administrar correctamente sus bienes y servicios, por lo cual, establecer un equilibrio entre su disponibilidad y costos asociados de un adecuado inventario y sus existencias es un desafío, pero previene pérdida de ingresos por venta y asegura la continuidad de procesos de la empresa.

Por lo general, las empresas mantienen inventarios tanto de materias primas como de productos elaborados, cada uno cuenta con un proceso diferente ya que implican diferentes etapas las cuales requieren un control adecuado, sin embargo, es muy recurrente que las empresas tengan estos inconvenientes y necesiten asesoramiento para mejorar dichos procesos, ya que son vitales dentro de la actividad económica y financiera.

En tanto, (Sanmiguel, 2019) afirma que los controles del inventario consisten en administrar las existencias de la empresa con el objetivo de reducir costes, evitar fraude, y proporcionar información financiera actual. Su importancia se refleja en la distribución del material que la empresa posee, por lo cual no llevar este control provoca insuficiencia en el inventario que es relacionado con la insatisfacción del cliente al buscar otro proveedor.

1.1.2. Situación conflicto

El Economarket “Don César” es una empresa del Cantón Playas, provincia del Guayas liderada por su gerente propietario desde el año 2003 y se dedica a la compra - venta de víveres de primera necesidad. En los últimos años, en la entidad se ha detectado un frágil control de inventarios de productos de consumo masivo, siendo el mismo un factor negativo respecto a la disponibilidad de sus productos y su debida rotación, afectando en diversos departamentos de la estructura organizacional y su funcionamiento.

Se han encontrado diversas falencias relacionados al control de entrada y salida de los productos que se comercializan debido a que no se lleva un registro adecuado de la cantidad actual de existencias pues hay productos que se agotan y otros tienen una baja rotación, los pedidos de los productos se aplican con procesos inadecuados provocando compras masivas de productos sin frecuencia, desconocimiento de la cantidad actual de existencias en bodega, lo cual afecta en gran medida al desarrollo económico y administrativo de la entidad.

1.1.3. Formulación del problema

¿Qué incidencia tiene el manejo actual de los inventarios de mercadería en los resultados de la disponibilidad y rotación de los productos en el Economarket “Don César” del cantón Playas?

1.1.4. Delimitación del problema

Campo de la investigación: Logística

Aspecto: Manejo de control de inventario

Área: Inventarios de mercadería del Economarket “Don César”

1.2. Variables de la investigación.

1.2.1. Variable Independiente

Manejo de los inventarios de mercadería.

1.2.2. Variable Dependiente

Disponibilidad y rotación de mercadería.

1.3. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Proponer mejoras al manejo de los inventarios de mercadería del Economarket “Don César” para garantizar la disponibilidad de productos e incrementar la rotación.

Objetivos específicos

- Fundamentar los aspectos teóricos sobre inventarios
- Diagnosticar el manejo de los inventarios actualmente en el Economarket “Don César” y su incidencia en la disponibilidad y rotación de los productos.
- Proponer alternativas de mejora para el manejo de los inventarios del Economarket “Don César”

1.4. Justificación de la investigación

Siendo el Economarket “Don César” uno de los más influyentes dentro del mercado, es de suma importancia conocer y analizar el control del inventario de la mercadería para así, obtener eficiencia y eficacia dentro de su administración.

La investigación es conveniente debido a que analiza de manera rigurosa el manejo de los inventarios, obteniendo información confiable y actual sobre las existencias de la mercadería, con el fin de evadir problemas relacionados a la falta de disponibilidad, exceso de compras debido a las falencias de las operaciones de compras, baja rotación, entre otros. Esta propuesta orientará a la entidad a regular el orden del manejo del inventario, a partir de mejorar el proceso, sea en verificación, supervisión, determinación de las necesidades, selección de los mejores proveedores entre otros.

La relevancia social de esta propuesta se basa en ofrecer a los consumidores productos de calidad que satisfagan sus necesidades, siendo la empresa capaz de afrontar con rapidez las exigencias de la demanda para elevar del nivel de calidad del servicio hacia el cliente. Además de obtener mayor eficiencia en sus procedimientos de compra y venta al igual la creación de estrategias de diferenciación que contribuyan a la disminución de los costos para obtener un nivel alto de rentabilidad de su activo más importante como lo es la mercadería.

La aplicación práctica se centra en que la propuesta brinda métodos y estrategias que la empresa debe considerar para implementar sistemas más eficientes respecto a la comprobación de entrada y salida de los productos, condiciones y políticas del inventario, movimientos de la mercadería, y aplicación de costos variables.

La empresa se encuentra en todas las condiciones necesarias para que se pueda implementar la propuesta, considerando que la entidad ha otorgado acceso para la información que se requiera durante el proceso de la investigación.

La utilidad metodológica de la investigación no solo pretende analizar la problemática y solucionarla, sino convertir la propuesta en una guía de asesoramiento para el Economarket "Don César", ayudando a que la entidad este en capacidad de establecer estrategias y procesos eficientes para el control de inventarios de su mercadería. Además, se considera que la investigación puede ser una referencia para otras empresas que presenten problemas idénticos y no conozcan los procedimientos o métodos para solucionarlos, y así no afecten a su situación económica y administrativa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Antecedentes históricos

Gestión Administrativa

(Reyes A. , 2007) señala que la administración se considera un conjunto sistemático de normas que ofrece como beneficio la máxima eficiencia para estructurar y controlar una empresa, por lo tanto, el éxito de una empresa depende de forma directa e indirecta, de su buena administración.

Actualmente, las empresas tienden a sentir importancia por la administración, sin embargo, muy pocas se mantienen firme frente a las diversas condiciones que varían en el entorno debido a que no tienen una mejora constante de esta acción por lo cual, pierden una gran ventaja como la obtención de buenos resultados de rentabilidad.

Inventario

(Nieto, 2004) afirma que el inventario hace referencia de todos los bienes que representan el patrimonio de una entidad, que estipula el derecho de cobro al igual que deudas, es decir, los bienes y derechos conforman gran rentabilidad dentro de los activos, mientras que las deudas enlazan al Pasivo de la empresa. Se considera una de las piezas más importantes para la iniciación de una contabilidad, debido a que no sería posible poder llevar a cabo una contabilidad si la conformación del patrimonio no es conocida.

Es decir, el inventario representa el conjunto de materias primas, componentes, provisiones de la empresa para la compra - venta, venta o fabricación durante un período, considerando que su comercialización depende de la demanda o la cadena de abastecimiento.

Stock

(Páez, 2020) representa al stock como el conjunto de existencias que se ubican en bodega hasta su venta o uso. El stock tiene 3 funciones, entre estas se encuentra:

- Reguladora: la empresa estará en la capacidad de afrontar los incrementos a las ventas por su previsión.
- Comercial: se centra en la logística empresarial, dado que ayuda a cumplir con las condiciones de los clientes.
- Económica: mejora la economía al comprar al por mayor dado que posibilita la negociación de precios.

Importancia del inventario dentro del mercado

(Durán, 2012) la importancia de los inventarios depende de la actividad económica de la cual la empresa se dedica, sin embargo, una de las razones que enlazan el gran valor del inventario, es que ayudan a las empresas a prevenir la escasez, de tal manera controlar y ahorrar productos para mejorar su rentabilidad y obtener más ganancias; por lo tanto, si se mantienen inventarios con costos altos podría causar problemas de liquidez debido a que un inventario paralizado provoca la inmovilización en sus recursos financieros que concretamente, podrían ser utilizados en funciones que generen mayor rentabilidad para la empresa.

Por lo tanto, el inventario tiende a ser importante debido a que es el componente fundamental de la empresa para su producción y comercialización, considerando que su estado podría afectar a la empresa.

Un inventario controlado, supervisado y ordenado; ayuda en gran medida a la distribución correcta del material que se dispone, poder controlar la mercancía, establecer y analizar reporte del financiamiento de la empresa, identificar la demanda de los productos.

Funciones del inventario

El complejo manejo del inventario tiende a ofrecer servicios a diversas funciones que generan la flexibilidad de las operaciones de administración, convirtiéndose en una necesidad de gran nivel debido a que permite el desarrollo y un correcto desenvolvimiento en cada uno de los procesos. Según (Heizer & Render, 2009) las funciones más importantes del inventario son:

- Identificar las fluctuaciones de la demanda para desintegrar sur relación con la empresa, obteniendo un inventario que permita brindar a los clientes diversos productos sin tener problemas por su rotación.
- Reducir los costos variables del inventario de la empresa, al obtener descuentos por pedidos al por mayor.
- Proteger a la empresa de situaciones como la inflación o aumento de precios que son consecuencias externas a la empresa.
- Analizar los procesos de producción para separarlos, considerando la rotación y disponibilidad de los productos para identificar si se necesita de un inventario adicional que desarticule a los proveedores de los procesos de producción.

Tipos de Inventario

(Garrido & Cejas, 2017) plantean que los tipos de inventarios son:

- Inventario Inicial: se realiza cuando las empresas comienzan con sus operaciones, es decir, es el inventario de la mercadería que refleja el saldo propio antes de realizar el proceso de compra de más mercadería o venta de las existencias.

- Inventario Final: ya finalizado el período contable, se realiza este inventario, siendo el mismo de gran importancia debido a su presencia en los estados financieros de la empresa que ofrece información actual sobre los recursos que se disponen.
- Inventario de previsión: este inventario se mueve dependiendo de la rotación de la mercadería por la demanda, es decir, se poseen para así cumplir con las necesidades de los clientes ya conocidos y que sean futuras.
- Inventario en consignación: se considera estos inventarios cuando un consignador traslada bienes a otra entidad con el objetivo de que los venda a nombre del consignador.
- Inventarios periódicos o Intermitentes: se basa en la medición del inventario desde el inicio hasta el final del período contable, considerando un conteo físico de la mercadería trimestral, semestral o anual.
- Inventarios perpetuos: aporta información actual debido a que se registran las transacciones y saldo de la mercadería sobre una base diaria, ofreciendo grandes ventajas como control del inventario y sus costos.
- Inventarios de materias primas: se utiliza para obtener información actualizada sobre el stock de las existencias, ayudando a la empresa para la generación de productos finales que se fabriquen.
- Inventarios de productos en proceso: son aquellos activos que están en estado de modificación, es decir se añade mano de obra, costos indirectos, entre otros.
- Inventarios de productos terminados: este inventario se realiza cuando la mercadería está disponible para la venta a los clientes, por lo cual se debe de realizar un conteo.
- Inventario físico: representa el inventario real de la mercadería almacenada, siendo una lista en donde se verifica el estado y su estatus.

Gestión de Inventario

La gestión de inventarios de acuerdo a (Ladrón de Guevara, 2020) se refiere a la organización, planificación y control de las existencias o mercaderías que las empresas poseen, siendo estas acciones de gran importancia para tener la capacidad de fijar normas o políticas de inventario relacionadas a la rotación y disponibilidad de los productos, planificar las estrategias de previsión de entrada y salida de la mercadería, establecer un control de los costos, valor del inventario y su cadena de abastecimiento, ofreciendo a la empresa mayor rentabilidad.

Objetivos de la gestión de Inventario

- Establecer un control entre los movimientos y las salidas de las existencias.
- Reducir los diversos costos del inventario para obtener mayor rentabilidad
- Identificar las variaciones de las salidas de los productos respecto a su demanda para prevenir consecuencias por la rotación de la mercadería.
- Equilibrar los costos del inventario y la calidad de servicio, considerando los sistemas de reposición y el stock del almacenamiento.

Importancia del inventario dentro de la entidad

(Garrido & Cejas, 2017) atribuyen que la gestión de inventario representa una de las operaciones más complejas de la empresa por su importancia en el correcto manejo estratégico.

Las inversiones realizadas por las empresas para sus inventarios son considerables, por lo tanto, los inventarios de productos en proceso o finales conforman un factor con un potencial alto para que la entidad logre mejoras en sus sistemas.

La importancia de esta gestión se centra en las consecuencias de diversos fenómenos como la globalización, el incremento e ingreso de nuevos productos, apertura de varios mercados, producción y distribución; estos fenómenos se producen de manera independiente a la administración de la empresa, por lo tanto, producen que la entidad se mantenga alerta respecto a la gestión de inventarios, capacitándose constantemente para enfrentar diversas situaciones que afectan a sus inventarios.

Variables que afectan a la gestión del inventario

Existen dos factores relevantes que definen con exactitud la evolución y comportamiento de las diversas situaciones del inventario, entre éstas, (Ladrón de Guevara, 2020) afirma que se encuentran la demanda, costos, nivel de servicio.

Demanda

Según (Iglesias, 2013) la demanda es el grupo de bienes y/o servicios adquiridos por consumidores en diferentes valores, a diferencia de una unidad de tiempo definida. La rotación y comportamiento de un artículo del inventario depende de la demanda de este. La demanda influye en gran medida en los tipos de inventarios, por lo tanto, la cantidad de stock de un artículo dependerá del desenvolvimiento de la demanda. Las características de la demanda son:

- La cantidad y período de pedidos
- Unidad de medida
- Uniformidad
- Distribución física
- Calidad de los pedidos previos

Costos del Inventario

Los costos del inventario se relacionan con el aprovisionamiento, almacenaje y mantenimiento de este en un período de tiempo definido.

Es importante conocer los procedimientos de los costes, para aplicar las decisiones correctas en la gestión de inventarios.

De acuerdo con (Ladrón de Guevara, 2020) los costos del Inventario se clasifican de la siguiente manera:

- **Costos de aprovisionamiento**

Este coste se basa en el total de dinero que se genera cada vez que se realiza el pedido de un artículo. Por lo tanto, se considera dos tipos de costos que se enlazan con el aprovisionamiento:

Costo de pedido: considera a los costos de inspección, administración, y depósito en las diversas áreas del almacén.

Costo de emisión de pedido: representa los costos al realizar pedidos, tales como: elaboración de facturas, distribución, administración, correspondencia, entre otros.

- **Costos de almacenaje**

Representa los costos que tiene la empresa al mantener una cierta cantidad de artículos en el inventario ya sea por la movilización, organización, verificación, instalación de los productos. Los elementos que conforman este costo son: seguros, robos, capital, obsolescencia, almacén. Los costos más comunes en el almacenaje son:

- ✓ Costos por seguro, robos, accidentes, y obsolescencia.
- ✓ Costos por instalación de equipos para el manejo del inventario
- ✓ Costos del almacenamiento (renta, luz, etc.)
- ✓ Costos por operación
- ✓ Costos para la gestión de inventario

- **Costos de rotura de stock**

Este costo incurre cuando no se puede atender a la demanda por la falta de disponibilidad del producto en el inventario, dando así una demanda insatisfecha que puede presentar dos casos:

- ✓ **Demanda diferida:** se presenta cuando no hay existencias del pedido de un cliente en el momento y se recurre a hacer un pedido retardado, es decir, será atendido cuando haya existencias; a esta situación se lo relaciona con el costo de carencia.
- ✓ **Demanda perdida:** el cliente realiza un pedido y no hay existencia dentro del inventario, y se pierde definitivamente al cliente; generando el costo de rotura que se basa en perder la demanda por no atenderla. Además, este costo puede ocasionarse debido a:
 - Retraso o reprogramación de pedidos o producción
 - Retraso en importaciones de la mercancía
 - Falta de gestión en las operaciones del empleado encargado de bodega
 - Reemplazo de materiales o mercadería

Nivel de Servicio

Esta variable se basa en el nivel de operación que tiene la empresa para afrontar la demanda de los consumidores al momento de su compra, es decir, no presentar problemas por faltas de existencias que perjudiquen las necesidades de los clientes.

(Ladrón de Guevara, 2020) asegura que para calcular el nivel de servicio se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de servicio (\%)} = \text{Ventas} * \frac{100}{\text{Demanda}}$$

Siendo la demanda, los productos o unidades monetarias que pueden ser utilizados con los stocks que están disponibles.

Considerando que un 85% de nivel de servicio representa que de los 100 artículos que son demandados, 15 no se hallan indicando una rotura del 15%. Por lo tanto, un nivel de servicio alto representa mayores costes de almacenamiento y pedidos.

Fundamentos del Inventario Físico

El inventario físico se basa en la verificación de las existencias de la mercadería almacenada para reflejar esta información en un período de tiempo establecido o por lo general, al cierre del ejercicio.

Los procedimientos contables obligan a las empresas llevar a cabo una vez al año un inventario físico para que así, sus estados financieros puedan reflejar información más verídica.

Este proceso de inventario tiende a ser muy complejo, por lo tanto, si las empresas no lo ejecutan con eficiencia pueden presentarse problemas como la repetición de la contabilización de los productos, no revisar todos los artículos de la mercadería, errores en los códigos, entre otros.

Por tanto (Westreicher, 2019) asegura que para obtener buenos resultados en el inventario físico se debe seguir los siguientes pasos:

1. Designación de fechas: al realizar este inventario se debe de considerar fechas en donde la empresa tenga menos actividad debido a que se necesita de la mayor cantidad de trabajadores para evitar errores y ahorrar tiempo en el desarrollo de la actividad.
2. Establecer obligaciones: se asigna a uno o varios empleados la distribución de tareas enlazadas al conteo o recuento de mercancías, relleno de fichas, entrada de información al sistema, control del trabajo, etc.
3. Almacenes en buen estado: días antes de la ejecución del inventario, la empresa debe realizar limpieza, reunificar la mercadería, marcar los códigos correctamente, para así optimizar el tiempo.
4. Elaboración de fichas: para obtener mejores resultados en el recuento de las cantidades de los productos se debe de confeccionar y elaborar una ficha que permitirá:
 - Mediante el nombre del producto y su referencia, detallar los artículos por grupo o categoría, establecer características físicas en las fichas técnicas.

- Identificar referencias de descripción y unidad de medida como litros, kilos, metros.
- Obtener información del precio del producto almacenado.

Modelo de control de inventario

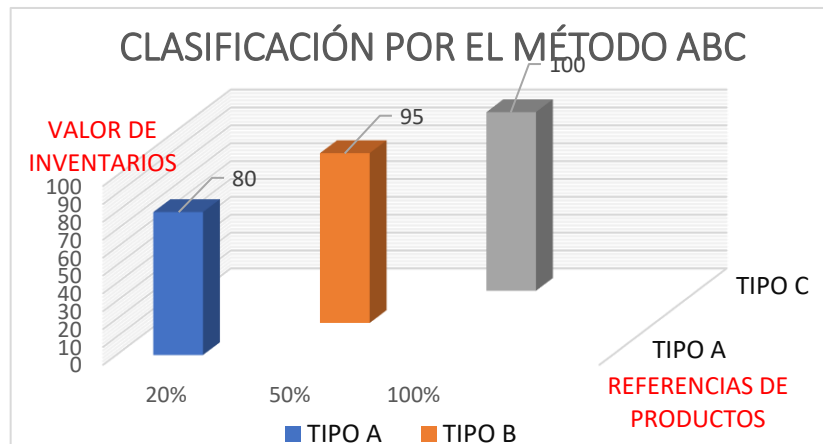
Método ABC

(Guerrero H. , 2009) afirma que el método ABC es un sistema que ayuda a obtener una relación entre los productos, precio unitario y demanda, para identificar los artículos del inventario que poseen mayor impacto respecto a su valor (venta, costos, inventario). Este sistema crear tres categorías referentes al nivel de importancia de la mercadería considerando que cada una tiene un modo de controle distinto, esto con el fin de administrar los recursos y lograr una mejor toma de decisiones para el control de inventarios.

Los artículos según su nivel importancia se pueden clasificar en 3 tipos:

- Tipo A: constituyen aquellos artículos que representan máxima inversión, pero a su vez, mínimas cantidades por la gran rotación que experimentan. Es decir, representa el 20% en inventario y 80% inversión financiera.
- Tipo B: se hace referencia a los artículos que tienen precios y cantidades de nivel medio. Representa el 30% en inventario y 15% de inversión financiera.
- Tipo C: lo componen aquellos productos que requieren de una mínima inversión para obtener grandes cantidades. Representa el 50% en inventario y 5% en inversión financiera.

Figura 1. Sistema ABC



Fuente: Elaboración propia

Sistemas de la clasificación del ABC

Según (Guerrero H. , 2009) los sistemas más representativos para realizar las clasificaciones mediante el ABC son:

- **Por precio unitario**

La clasificación por precio unitario puede considerarse la más sencilla, sin embargo, es muy importante definir un buen criterio para su realización para no tener inconvenientes en su rango de importancia dependiendo del tipo A, B, o C. Para poder aplicar esta clasificación se deben de seguir los siguientes pasos:

1. Establecer un promedio de los precios unitarios del inventario de la mercadería respecto a un definido período.
2. Ordenar los productos de forma descendente acorde a su precio.
3. Clasificar los artículos del tipo A, considerando el 15% de los primeros artículos del listado.
4. Clasificar los artículos del tipo B, considerando el 20% de aquellos artículos restantes del mismo orden.
5. Clasificar los artículos del tipo C, estos corresponden a los artículos restantes, siendo estos los de menor valor.

6. De acuerdo con la clasificación, se fijan políticas basadas en el control de pedidos de inventario considerando su periodicidad.

- **Por valor total**

Este sistema considera a las unidades que se almacenan en stock de cada producto al momento de realizar el cálculo. Lo complejo de esta clasificación se centra en que a la hora de ordenarlos resulta difícil establecer el tipo al que pertenecen, además, como la clasificación cambia constantemente se necesita recalcular ya sea semanal o mensualmente con el único propósito de que el sistema sea eficiente.

Para clasificar los artículos por valor total y obtener un buen resultado, debemos de seguir los siguientes pasos:

1. Obtener los datos del precio unitario promedio de cada artículo del inventario para el período definido.
2. Multiplicamos el costo unitario promedio de artículo por su cantidad disponible en el inventario para encontrar el valor correspondiente de su inventario.
3. Se ordena de mayor a menor los artículos de acuerdo con los resultados del valor del inventario
4. Se multiplica el total de cantidad disponible por los porcentajes correspondientes a los tipos A (15%), B (20%), C (65%). Estos valores indicarán el número de artículos por tipo y se podrán clasificar de forma correcta.

- **Por utilización y valor**

La clasificación por utilización y valor se basa en la demanda de los productos y su valor. Actualmente las empresas invierten gran cantidad de dinero en inventario, sin embargo, por mucho que el producto sea importante por su valor dentro del inventario, si este no tiene una alta rotación no podrá clasificarse como tipo A.

Para realizar una correcta clasificación de artículos por medio de su utilización y valor se realizan los siguientes pasos:

1. Obtener información sobre el precio unitario promedio del artículo durante el período a analizar.
2. Multiplicamos el costo promedio unitario del artículo por su consumo promedio para encontrar su valor de utilización de inventario.
3. Se ordena de mayor a menor los artículos según los resultados obtenidos.
4. Se multiplica el total del consumo promedio por los porcentajes correspondientes a los tipos A (15%), B (20%), C (65%). Los resultados indicarán las cantidades que debe poseer cada tipo de producto.

Ventajas y desventajas del Método ABC

El método ABC tiene gran utilidad dentro de las empresas debido a su capacidad de hacer que los procesos de almacenamiento respecto a la entrada y salida de las mercancías tiendan a agilizarse y ser más eficaces, sin embargo, el método requiere de recursos sustanciales; debido a esto, se presentan a continuación las ventajas y desventajas del sistema ABC según (Pacheco, 2019):

Ventajas

- La utilidad aumenta y la confiabilidad de la información sobre los costos del inventario ofrece mejor exactitud para la toma de decisiones.
- Mediante la clasificación de los productos, genera la jerarquización de los costos que conllevan a la corrección de aquellos productos de bajo volumen, al igual que conocer la demanda de estos.
- Ofrece un análisis más detallado sobre los beneficios, pronosticando nuevas perspectivas sobre los costos y su gestión.
- Elimina los procesos o actividades que no generen valor al producto.
- Restaura la cadena de valor para mejorar sus acciones y procesos de la empresa, convirtiéndose en una potencia dentro del mercado.

Desventajas

- El método es complejo debido a la selección de las actividades, para definir el comportamiento de los costos.
- La implantación de estos recursos genera muchos gastos y es difícil.
- La información que se obtiene mediante el análisis del método es histórica.

Modelos para orden de pedidos de inventarios

Uno de los principales desafíos dentro de un Inventario es conocer la cantidad de unidades que debe poseer la empresa en su almacén, lo cual le permite equilibrar los requerimientos de venta de los productos y los costos de estos.

(Batista, 2018) enfatiza que para determinar las cantidades necesarias en un almacén se debe aplicar el “Método de Máximo y Mínimo”, enfatizando los siguientes conceptos:

- **Existencia mínima**

Es la cantidad de existencias que se debe de tener disponible para los clientes, enfatizando que se pueda cubrir la demanda si la venta se mantiene con su mismo presupuesto.

Existencia mínima = Consumo mínimo promedio * Tiempo de entrega del proveedor

- **Existencia máxima**

Es un volumen grande de productos para garantizar el abasto, considerando que los costos del almacenamiento y su espacio sean bajos al igual que los descuentos de los proveedores podrían resultar mejor trabajar con stock máximo.

Existencia máxima = (Consumo máximo promedio * Tiempo de entrega del proveedor) + existencia mínima

- **Cantidad de Pedido**

Es la cantidad óptima que se pedirá para mantener el control del inventario.

Cantidad de Pedido = Existencia máxima – Existencia actual

- **Punto de reorden**

Es aquel nivel de inventario en el cual se establece una nueva orden de pedido por reposición al proveedor.

Punto de reorden = (Consumo medio diario * Tiempo de entrega del proveedor) + Existencia mínima

Disponibilidad de productos

La disponibilidad de los productos según (Cortés, 2018) hace referencia cuando la empresa dispone de existencias para que sean vendidas al consumidor, siendo esto una gran medida para representar el nivel de servicio al cliente que la empresa ofrece. Dependiendo de la situación, la disponibilidad podría afectar la experiencia de la compra del consumidor al igual que causar cierta pérdida económica en la gestión logística.

Las principales causas de la falta de disponibilidad de los productos son:

- Empresas medianas ejecutan métodos inadecuados a sus inventarios que produce cierto margen de error dentro de las cantidades de las existencias.
- Falencias en la gestión de la entrada de los productos
- Problemas en el control de la mercancía debido a que, en muchas ocasiones, empresas venden productos que no se encuentran en stock.

Para no presentar problemas en la disponibilidad de los productos, se pueden presentar las siguientes estrategias logísticas:

- Reposición inteligente: se basa en el proceso de la satisfacción del cliente. En este caso, cuando un consumidor no puede realizar su compra debido a la indisponibilidad del producto, lo más probable es que el cliente se dirija a la competencia. Sin embargo, si la empresa logra realizar un seguimiento actual de las necesidades de los inventarios, se obtendrán diversos beneficios como el reabastecimiento de las existencias cuando sea necesario, conociendo su demanda por temporadas, cantidad de pedidos, entre otros.
- Aplicar métricas: sería útil aplicar sistemas operativos y logísticos que permitan realizar estrategias que garanticen mediante la información actual la disponibilidad del producto al igual que puedan regular el nivel de stock de los inventarios para detectar el tiempo de un nuevo pedido.

Según (López, Gómez, & Acevedo, 2012) la fórmula para calcular la disponibilidad es la siguiente:

$$\% \text{ disponibilidad} = \frac{\text{Días de representación del producto}}{\text{Días (Período a analizar)}}$$

En el cual, los días de representación del producto es el número de días en que la mercadería ha estado en percha hasta agotarse, mientras que los días (Período a analizar) son el tiempo definido a estudiar la permanencia de los productos.

Rotación de Inventario

De acuerdo con (Vermorel, 2020) la rotación refleja la frecuencia en la que las existencias de la mercadería en un período definido requieren ser abastecido por nuevas existencias para lograr una gestión logística eficiente. Este indicador permite conseguir que el punto de venta este activo y cambie constantemente para que resulte más dinámico y atractivo.

La rotación de inventario es un indicador importante debido a que ofrece información más confiable sobre la cantidad de veces de reabastecimiento que necesita el inventario. Para determinar y calcular la rotación del Inventario se deben de conocer los siguientes conceptos:

Coste mercancías vendidas = es el costo de venta de las mercancías vendidas en el período definido

Promedio Inventarios = es la suma de los saldos del inventario de cada mes dividido por el número de meses. La fórmula para la rotación de Inventario es la siguiente:

$$\text{Rotación de Inventario} = \frac{\text{Coste mercancías vendidas}}{\text{Promedio inventarios}}$$

Es importante considerar que el cálculo de la rotación puede ser mensual y diaria, por lo cual se debe aplicar las siguientes fórmulas:

$$\text{Rotación de Inventario Mensual} = \frac{12 \text{ meses}}{\text{Promedio inventarios}}$$

$$\text{Rotación de Inventario diario} = \frac{365 \text{ días}}{\text{Promedio inventarios}}$$

Una rotación de inventario alta refleja un flujo elevado de las entradas y salidas de la mercadería, lo que significa que la empresa está obteniendo un buen nivel de venta. Mientras más alto sea el indicador, el inventario tendrá mayor liquidez siempre y cuando se apliquen constantemente diversos recursos para mantener sus ventas.

Dentro del inventario, es imposible que todos los productos posean un índice de rotación alto, debido a que existen artículos con una frecuencia baja de venta, pero a la vez son rentables para la empresa. Sin embargo, entre menor sea la rotación de inventario, menor será el trabajo invertido en el inventario de la capital de trabajo.

Según (Valls, 2014) las ventas pueden no ser óptimas por factores como la baja rotación de un producto de la mercadería, puesto que si un producto se mantiene con rotación baja refleja que la empresa ha comprado y pagado tal artículo, pero no ha sido vendido, a lo cual se concluye que la empresa está perdiendo parte de su liquidez para adquirir productos que no generan lo esperado y solo reducen el recurso financiero para las compras.

Una correcta gestión en el Departamento de compras es vital para una empresa debido a que, por su eficiencia en el desarrollo y supervisión de calidad, precio y variedad, permiten a los demás departamentos de ventas facilitar ciertos trabajos relacionados a la mercadería. Si dicha situación refleja lo contrario, la rotación procede a bajar, por lo tanto, no se genera dinero y no se renueva el stock.

Para mejorar el manejo de inventarios se debe de aplicar estrategias y procesos más eficaces respecto a las compras, es decir, si un artículo tiene una baja rotación lo recomendable es sustituirlo, de igual manera, es preciso conocer las entradas y salidas de la mercadería para analizar los márgenes y subsistencia del punto de venta.

2.1.2. Antecedentes referenciales

Dentro del presente estudio, la autora recurre a analizar diversos trabajos investigativos con el objetivo de que sean guías para ejecutar el análisis y la propuesta de mejora sobre el control de Inventario del “Economarket Don César”.

(Loza, 2020) en su investigación titulada “**Propuesta de mejora en la gestión de inventarios de la microempresa Ferretería Alnami**”, plantea el objetivo de proponer mejoras relacionadas a la gestión de inventario, garantizando la disponibilidad de los productos e incrementación del negocio. En el estudio se diagnosticó que la empresa poseía falencias en la gestión y control del inventario, lo cual ocasiona baja liquidez en los ingresos de la empresa.

Los tipos de investigación utilizados dentro de este estudio son: descriptiva, explicativa, correlacional. Las técnicas utilizadas fueron encuestas, observación directa, análisis, diagrama de causa y efecto, entre otros. La conclusión del estudio se basa en un plan de mejora 5W2H para guiar a la empresa en la capacitación a empleados para el servicio al cliente, registros de control del inventario, y orientarlos sobre productos nuevos para obtener mejor demanda.

(Quishpe, 2019) en su estudio **“Propuesta de mejora en el manejo de los inventarios de mercadería en el Comercial IB, ubicado en el Cantón Balao, Período 2019”**, establece el objetivo de proponer mejoras basadas en el manejo del inventario que permita aumentar la disponibilidad y rotación de la mercadería del negocio. Dentro de la investigación, se determinaron falencias en el registro de la entrada y salida de mercadería, numerosas compras con baja rotación y falta de disponibilidad de los productos lo cual provoca insatisfacción de la demanda y a la estabilidad económica de la microempresa.

Los tipos de investigación aplicados fueron descriptiva, explicativa y correlacional. Para el diagnóstico se realizaron entrevistas sobre el manejo del inventario representadas por diagrama de flujo, diagrama de Pareto para la clasificación de ventas, entre otros. El estudio concluyó que la empresa debe crear o mejorar métodos para clasificar productos, determinar cantidad, tiempo y orden de pedidos, al igual que la ubicación de estos dentro de las perchas. Además de, aplicar el análisis de Pareto y Matriz Kraljic, cálculos de disponibilidad, rotación y orden de pedidos a todo el inventario, mediante esto, la empresa podrá tener un buen control de la mercadería, y evitar problemas de disponibilidad.

(Reyes J. , 2020) mediante su investigación titulada **“Propuesta de procedimiento de control interno del inventario de mercadería en la empresa "Securitas S.A."** establece como objetivo el desarrollo de un procedimiento de control del inventario que le permita disminuir la pérdida de liquidez por el deterioro de producto.

De acuerdo con el estudio, la empresa "Securitas S.A." presenta falencias en su inventario, como el mal registro de sus operaciones que originan los faltantes o deterioro de productos, al igual que deficiencia en la verificación de la rotación de la mercadería.

Los tipos de investigación aplicados fueron la descriptiva y explicativa, mientras que las técnicas para el diagnóstico del estudio fueron la recolección de datos, análisis documental, entre otros. La propuesta de mejora del estudio se basa en aplicar un procedimiento del control interno de la mercadería, corrigiendo las deficiencias de las existencias, capacitando al personal en el registro de mercadería para así, ofrecer eficiencia y eficacia en las actividades comerciales del negocio.

2.2. Fundamentación Legal

Considerando que la actividad comercial ejercida por la empresa se relaciona de manera directa con el cliente debido a la demanda de la mercadería, se tiende a analizar las siguientes normas que están enlazadas con los derechos del consumidor y las obligaciones a cerca de la mercadería, las cuales intervienen con la problemática de la investigación.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

En el Capítulo II Derechos y Obligaciones de los Consumidores, se estipula el Art. 4.- Derechos del consumidor, el cual detalla que los derechos son:

1. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
2. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
3. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieran

prestar; (Ley Orgánica de defensa del Consumidor (Ley No. 2000-21), pág. 4)

En el **Capítulo IV Información Básica Comercial**, Art. 9 - Información Pública se expone que:

Todos los bienes a ser comercializados de exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final. Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen. (Ley Orgánica de defensa del Consumidor (Ley No. 2000-21), pág. 6)

Mientras que en el Art. 14. – Rotulado Mínimo de Alimentos se informa que:

Sin perjuicio de lo que dispongan las normas técnicas al respecto, los proveedores de productos alimenticios de consumo humano deberán exhibir en el rotulado de los productos, obligatoriamente, la siguiente información:

- a) Nombre del producto; b) Marca comercial; c) identificación del lote; d) Razón social de la empresa; e) Contenido neto; f) Número de registro sanitario; g) Valor nutricional; h) Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo; i) Lista de ingredientes, con sus respectivas especificaciones; j) Precio de venta al público; k) País de origen; y, l) Indicación si se trata de alimento artificial, irradiado o genéticamente modificado. (Ley Orgánica de defensa del Consumidor (Ley No. 2000-21), págs. 6-7)

Código de Comercio

En el Art. 28 se define que:

Los comerciantes están en la obligación de llevar contabilidad en los términos prescritos en el ordenamiento jurídico. (Código de Comercio, 2019, pág. 8)

Respecto al Art. 682 se determina que:

Contrato de operación logística es aquel por el cual una parte, a la que se denomina operador logístico se compromete con un usuario a la organización, planificación, control y ejecución del movimiento de su inventario, así como a la implementación de ciertos requerimientos ya sea de inventarios, materia prima u otros que el usuario requiera. El contrato de operación logística podrá consistir en una, varias o todas aquellas actividades, las cuales realizará a cambio de una contraprestación o precio. (Código de Comercio, 2019, pág. 96)

REGLAMENTO PARA APLICACION LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, LORTI

El artículo 40 basado en el registro de compras y adquisiciones advierte que:

Los registros relacionados con la compra o adquisición de bienes y servicios, estarán respaldados por los comprobantes de venta autorizados por el Reglamento de Comprobantes de Venta y de Retención, así como por los documentos de importación. Este principio se aplicará también para el caso de las compras efectuadas a personas no obligadas a llevar contabilidad. (Reglamento para aplicación Ley de Régimen Tributario Interno, LORTI, 2021, 22 de febrero, pág. 41)

2.3. Variables de Investigación. Conceptualización

Variable Independiente

Manejo de los inventarios de mercadería:

Representa el sistema del control de inventario basado en los procesos realizados por una entidad, para obtener una administración y control eficiente de la entrada, salida y almacenamiento de la mercadería, al igual que su información relacionada a costos, recursos, entre otros.

La gestión de inventarios es definida como aquellas políticas, decisiones lineamientos. Que conllevan a la fijación del nivel de inventario que debe mantenerse, cuando va a reponerse y a qué medida deben realizarse los nuevos pedidos. (Aguilar, 2009)

Este control ayudará a prevenir las diversas falencias reflejadas en asientos contables, para así evitar la falta de disponibilidad de productos y su baja rotación. Debido a que un sistema de inventario mal estructurado puede traer consecuencias; que ninguna entidad desearía mantener. Tales como:

- **Exceso:** se trata de un inventario abundante, pero que está paralizado por más de 30 días.
- **Desperdicio:** cuando el inventario almacenado es alto, hay la probabilidad de que el producto se dañe o se caduque.
- **Variabilidad:** el exceso de inventario da a conocer la variabilidad de la demanda. Ya que no se tienen los productos con mayor rotación, y los que no se necesitan se tienen almacenado.

Según (Meana, 2017):

Hay una serie de variables que nos ayudarán a que nuestro inventario sea correcto:

- Disponer de documentación y de una base de datos.
- Conocer los productos que almacenamos.
- No cometer errores en el conteo de la mercadería.
- Tener las referencias correctas de los productos.

- No confundirse en la realización de los pedidos.
- Conocer las pérdidas.
- Que el personal esté bien organizado.
- Tener el almacén distribuido en zonas.
- Tener la mercancía bien colocada en sus estanterías.

Variable dependiente

Disponibilidad de mercadería.

Constituye el nivel de servicio al cliente que se presenta mediante el control y gestión del inventario. Considerando que forma parte de las capacidades que posee la entidad de disponer existencias para que sean vendidas al consumidor.

(Peña & Silva, 2016) afirman que el análisis de la gestión de inventarios permite considerar que la falta de disponibilidad de mercadería y la gestión del sistema de inventarios poseen una relación, determinando que, al tener pocos artículos, el precio incrementa mientras que el nivel del servicio de la entidad tiende a disminuir considerablemente, por lo cual se presentan incrementos de costos debido a las faltantes al igual que la pérdida de diversos clientes. Esto puede ser calculado entre la cantidad de días en los que el producto se mantuvo en existencia y los días del período definido en lo que se analizará la disponibilidad del producto.

Según (Fernández, 2017) las empresas no deben de inferir sobre la existencia o no de un inventario, debido a que su actividad requiere del mismo. Deben tomar ciertas decisiones sobre la magnitud de la mercadería que debe mantener en su bodega, dando equilibrio a su inventario y la disponibilidad del producto, ya que dependerá de la demanda de este.

En ciertas ocasiones la falta de disponibilidad es por causa de los proveedores que no mantienen un compromiso alguno con la empresa. Ya que la misma realiza pedidos conforme a la necesidad de su inventario, pero al momento de la entrega no se reciben los productos requeridos.

Ocasionando no solo insatisfacción a la empresa sino también a sus clientes.

Rotación de mercadería

Consiste en los movimientos o cantidad de veces en que las existencias se venden dentro de un período determinado de tiempo. La rotación del inventario se puede obtener mediante el cálculo de costes mercancías vendidas y el promedio de inventarios. Considerando que el coste de mercancías vendidas está basado en el costo de venta de las existencias vendidas en un período definido, mientras que el promedio Inventarios representa la suma de los saldos del inventario de cada mes dividido por el número de meses. El cálculo puede cambiar dependiendo del tiempo definido, debido a que puede ser un inventario mensual o diario.

Se debe de tener un control sobre el movimiento o estancamiento de la mercadería. Logrando una renovación continua según la necesidad de cada producto.

Para obtener la cantidad necesaria de los productos y materiales en existencia y conservar la calidad de los mismos, se debe considerar un plazo de permanencia máximo de 30 días para bienes instrumentales y 90 días para bienes de consumo. Los días determinados pueden variar según la empresa. (Múzquiz, 2013)

Es esencial mantener una gestión de inventario que ayude a obtener los bienes necesarios, ya que; si mantenemos un stock mínimo no se podrá cubrir la demanda de clientes, sin embargo, un nivel alto de inventario puede afectar al margen de ganancias de la empresa. (Gayle, 1999)

2.4. Glosario de Términos

Administración: De acuerdo con (Reyes A. , 2007), “Un sistema de reglas que logra la máxima eficiencia en la forma de coordinar los organismos sociales” (p. 15)

Calidad: (Heizer & Render, 2009) afirman que es la “capacidad de un bien o servicio para satisfacer las necesidades del cliente”. (p. 194)

Control:

(Reyes A. , 2007) sostiene que:

Consiste en el establecimiento de sistemas que permitan medir los resultados actuales y pasados, en relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que esperaba, a fin de corregir y mejorar, y además para formular nuevos planes. (p. 29)

Costos variables: (Heizer & Render, 2009) sostiene que son “costos que varían con el volumen de unidades producidas”. (p. 296)

Demanda: (Guerrero H. , 2009) afirma que “La demanda de un proyecto es la cantidad que se espera vender en el futuro: es mejor aclarar que no es la cantidad de ventas”. (p. 19)

Eficacia: (Robbins & Coulter, 2014), atribuyen que es “hacer lo correcto o llevar a cabo las actividades laborales que derivarán en el logro de los objetivos de la empresa”. (p. 8)

Eficiencia: (Robbins & Coulter, 2014), afirman que “hacer las cosas bien o lograr los mejores resultados a partir de la menor cantidad de recursos”. (p. 8)

Nivel de servicio: (Heizer & Render, 2009) afirman que es el “complemento de la probabilidad de un faltante”. (p. 502)

Operaciones de compras. (Reyes A. , 2007) considera que esta definición “se añaden a las cinco de Fayol y buscan adquirir los bienes que la empresa requiere para sus labores, al mejor precio posible y en la forma más apropiada”. (p. 32)

Punto de reorden: (Heizer & Render, 2009) definen a esto como un “nivel (punto) de inventario en el cual se emprenden acciones para reabastecer el artículo almacenado”. (p. 496)

Sistema de inventario: (Guerrero H. , 2009) contribuye que “es una estructura que sirve para controlar el nivel de existencia y para determinar cuánto hay que pedir de cada elemento y cuándo hay que hacerlo.” (p. 100)

Tiempo de entrega: (Heizer & Render, 2009) afirman que “En el sistema de aprovisionamiento, es el tiempo de un pedido y la recepción del pedido; en el sistema de producción, es el tiempo de entrega, movimiento, colas, configuración y ejecución de cada componente elaborado”. (p. 495)

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Presentación de la empresa

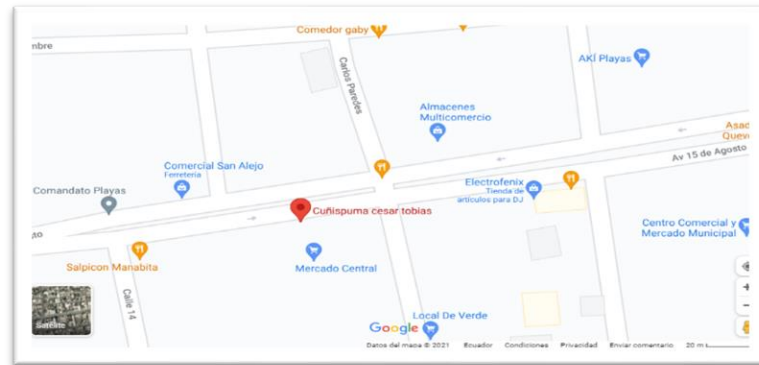
Economarket “Don César” es una empresa que inició sus actividades en 1999. Se encuentra ubicado en la Av. 15 de agosto y Carlos Paredes, del Cantón General Villamil Playas, Ecuador. La entidad es dirigida y administrada por Cunishpuma Sayay Cesar Tobías quién es su propietario. Su actividad laboral se basa en la compra-venta de víveres de primera necesidad, ofreciendo al consumidor diversidad de productos a precios accesibles y convirtiéndose en un lugar reconocido por los ciudadanos del Cantón. La ubicación geográfica exacta se presenta en la figura 3.

Figura 2. Logo del Economarket “Don César”



Fuente: Economarket “Don César”

Figura 3. Ubicación geográfica del Economarket “Don César”



Fuente: Google Maps

La empresa ofrece sus servicios de venta en el cual los productos de tienda son vendidos al por menor a sus consumidores, considerando que la mercadería ofertada es de alta calidad la cual los distingue de las demás empresas del mercado.

Misión

La misión del Economarket “Don César” es comercializar variedad de productos de primera necesidad y brindar a los consumidores mercadería de excelencia para así, satisfacer sus necesidades. Obtener una relación de confianza con el cliente de tal manera que la empresa sea reconocida en el mercado de víveres.

Visión

La visión de la empresa es convertirse en una de las mayores empresas de comercialización de víveres.

Información sobre productos

El Economarket “Don César” maneja una gran cantidad de productos de diversas marcas entre comestibles y no comestibles, ofreciendo al público precios accesibles a su economía. Actualmente, la empresa no posee un control o sistema de su inventario que ofrezca información segura y confidencial sobre la cantidad específica de las existencias, por lo cual, esta es su mayor problemática.

Información sobre clientes

Los consumidores de la microempresa mayormente representan a ciudadanos de clase media y baja, los cuales, por lo general, están entre 6 a 70 años.

La ubicación del Economarket es un factor que ofrece muchas ventajas respecto al reconocimiento del negocio para nuevos clientes, debido a que se encuentra en el centro del Cantón, lo cual conlleva a satisfacer sus necesidades de manera rápida.

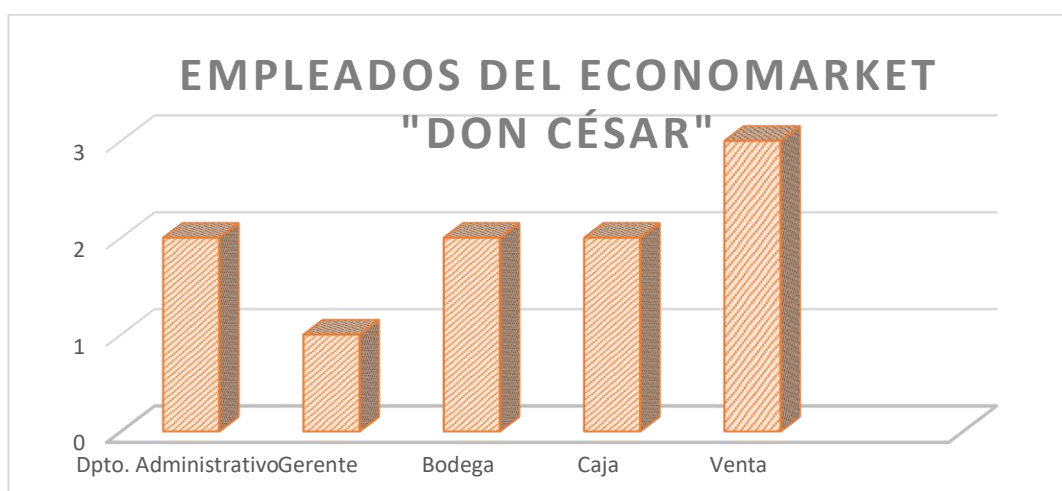
Plantilla de Trabajadores

Cuadro 1. Plantilla de trabajadores

Trabajadores	
Dpto. Administrativo	2
Gerente	1
Bodega	2
Caja	2
Ventas	3
Total	10

Fuente: Elaboración propia

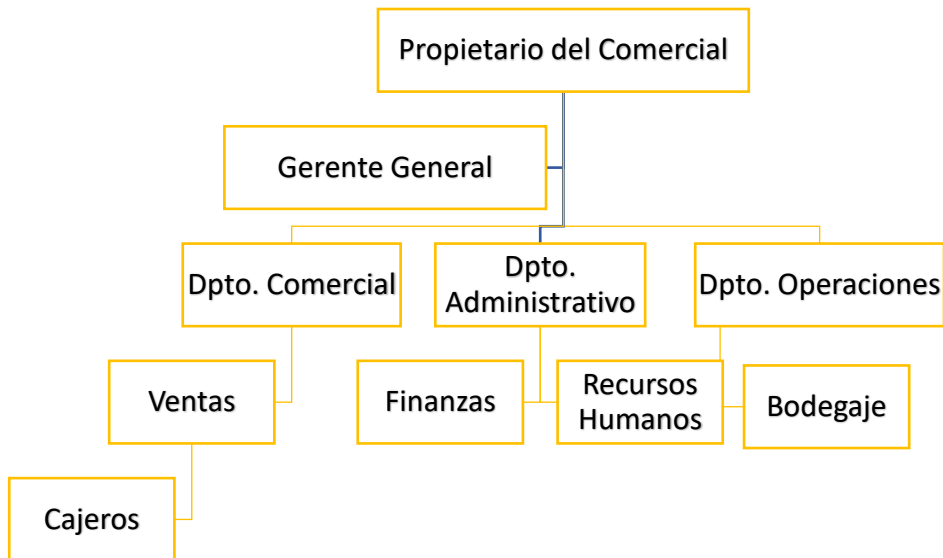
Figura 4. Empleados del Economarket "Don César"



Fuente: Elaboración propia

Estructura Organizativa

Figura 5. Estructura Organizativa del Economarket “Don César”



Fuente: Elaboración Propia

Proveedores más importantes

Cuadro 2. Proveedores del Economarket "Don César"

Proveedor	Productos
Pydaco Cía. LTDA	Aceites, mantecas y grasas, lácteos, pañales, conservas.
Edoplast S.A.	Fundas plásticas, tarrinas, vasos plásticos, fundas papel ecológicas.
Distribuidora Importadora Dipor S. A.	Lácteos, sal.
Devies Corp. S.A.	Aceites, azúcar, harinas, atunes, sardinas, detergentes.
Jefamicorp S.A.	Aceites, azúcar, atunes, sardinas.
Gladys Elizabeth Yánez Moreno	Salsas, condimentos, galletas, lácteos.
Juan José Molina Ortiz	Arroz
The Tesalia Springs Company S.A.	Bebidas gaseosas.

Fuente: Elaboración Propia

Competidores más importantes

- Corporación Favorita CA (Gran Akí)
- Comercial Génesis
- Supermercado El Éxito

Principales productos o servicios

Cuadro 3. Principales productos o servicios

Productos Comestibles		Productos No Comestibles	
✓ Aceites	✓ Sal	✓ Vasos plásticos	✓ Desinfectantes
✓ Quesos	✓ Atunes	✓ Tarrinas Plásticas	✓ Balanceados
✓ Leches	✓ Galletas	✓ Jabones	✓ Papel Higiénico y servilletas
✓ Arroz	✓ Granos Secos	✓ Detergentes	✓ Crema dental
✓ Azúcar			✓ Insecticidas
			✓ Desodorante

Fuente: Elaboración Propia

3.2. Diseño de investigación

Los tipos de estudio son importantes debido a la relevancia de la ejecución de diversos métodos de investigación con los cuales se podrá desarrollar información sólida sobre las áreas determinadas. Según (Ballén, 2007) los tipos de estudio se clasifican de la siguiente manera:

- **Investigación descriptiva:** busca describir o caracterizar las variables, de tal manera, que puedan identificarse datos peculiares para ser diferenciados de otras, ya sea de manera cuantitativa o cualitativa. Es decir, se mide las variables con el objetivo de especificar información importante bajo análisis.

Se considera que la presente investigación corresponde a este tipo de estudio debido a que en la empresa se realizará un análisis exhaustivo de los procesos aplicados actualmente para el manejo del inventario, lo cual permitirá entender su funcionamiento al igual que las falencias para así lograr los objetivos planteados.

Mediante este estudio se conocerá las razones de los eventos que generan problemas al interior de la empresa.

- **Investigación explicativa:** se basan en buscar la relación causal de las variables, encontrando datos cuantitativos para determinar el origen y objetivo de estas, y ejecutar comparaciones.

La propuesta se relaciona con este tipo de investigación debido a que se determinarán las causas por lo cual se origina el mal manejo del inventario que conlleva a la disminución de la rentabilidad de la entidad. Además, este método ayudará a obtener el análisis de las diversas causas y efectos que la entidad posea dentro del área de inventario, investigando casos como la disminución de utilidades debido a la pérdida de productos en mal estado.

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población

La población es el conjunto de elementos con ciertas características de las cuales se desea estudiar para llegar alguna conclusión. Las poblaciones por estudiar pueden ser finitas o infinitas, según el número de elementos que contengan sea finito o infinito. (Lopez, 2006)

Referente a la estructura organizacional del Economarket “Don César” esta se conforma con un número de 10 trabajadores, los cuales están distribuidos de la siguiente manera: 1 gerente que representa el 10% de la organización; el departamento administrativo, bodega y caja que cuenta con 2 trabajadores en cada sección, representando el 20% cada uno dentro de la empresa; mientras que ventas posee 3 empleados que representan el 30% de la entidad.

Cuadro 4. Población de la investigación

	Cantidad	Porcentaje
Gerente	1	10%
Dpto. Administrativo	2	20%
Bodega	2	20%
Caja	2	20%
Ventas	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

3.3.2. Muestra

La muestra es el extracto de la población que se desea estudiar. Por lo general, cuando la población es infinita, se dispone a conocer las características de esta a partir de una muestra, debido a que es imposible obtener resultados de todos los elementos. Por otro lado, cuando la población es finita, existe la posibilidad de examinar todos los elementos de la población. (Lopez, 2006)

Tipos de muestreo

Según (Hernández & Carpio, 2019) concluye que los tipos de muestreo son:

Métodos probabilísticos:

Muestreo aleatorio simple: Es uno de los métodos con mayor simplicidad. Ya que se conoce los elementos que constituyen la población, asignando un número. Y luego con el método azar se asigna cada sujeto hasta que se obtiene la muestra.

Muestreo aleatorio sistemático: esta técnica la obtenemos conociendo la población, seguido de la respectiva numeración de todos los elementos. Para la primera muestra, se elige al azar, las siguientes muestras se realiza mediante la siguiente fórmula:

$$K = \frac{N}{n}$$

Muestreo aleatorio estratificado: en este método se toma en diferentes grupos la población, con alguna característica similar, siendo heterogéneos para diferenciarlos con alguna variable que resalte para la investigación.

Muestreo aleatorio por conglomerados: se utiliza cuando la población es grande y esparcida. Se trata de agrupar a los individuos en un conjunto que forman un elemento, de los cuales contengan componentes de análisis.

Muestreo polietápico: consiste en seleccionar la muestra por grupos o etapas escogidas.

Muestreos no probabilísticos

Muestreo por cuotas: es la formación de grupos de individuos según alguna característica. Al encontrar sujetos que reúnan la misma condición y que representen su población, se fija la cuota.

Muestreo casual: se trata sobre el estudio de fenómenos, enfermedades, a medida que vayan ocurriendo.

Muestreo por redes: al encontrar un individuo de una población establecida cuya característica se relacione con otros y los mismos a otros, de manera sucesiva.

Referente a las definiciones de población anteriores, se puede deducir que la población a utilizar dentro de la investigación se relaciona con la finita, en este caso, conformada por los 10 trabajadores del Economarket “Don Cesar”.

Para (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) cuando se deduce que la población es menor a 50 individuos se determina con veracidad que la población es equivalente a la muestra. Mediante esto se puede deducir que la muestra a utilizar en el estudio es el total de la población.

Cuadro 5. Muestra de la investigación

	Cantidad	Porcentaje
Gerente	1	10%
Dpto. Administrativo	2	20%
Bodega	2	20%
Caja	2	20%
Ventas	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

El método empleado en la investigación es el método probabilístico debido a que se encontró la muestra que se va extraer para emplear las técnicas de investigación.

3.4. Procedimientos o pasos para seguir en la investigación:

Establecer pasos específicos que permitan obtener una gestión de inventarios de calidad para el Economarket “Don César”, los cuales se presentan a continuación:

- Indagar sobre la disponibilidad de productos, que conlleva a la pérdida de clientes.
- Restructurar y establecer la organización de los inventarios.
- Análisis de la disponibilidad y rotación de los productos de la mercadería.

3.5. Técnicas e instrumentos de la investigación

Cuadro 6. Técnicas e instrumentos de la investigación

Técnicas	Instrumentos
Entrevista	Lista de preguntas
Encuesta	Cuestionario

Fuente: Elaboración Propia

La entrevista

Según (Baena, 2017) la entrevista es una técnica de investigación que permite conocer información general necesaria, sobre el tema que se va a indagar. La entrevista como tal, constituye un de las etapas más agradables en una investigación. Se constituye por tres partes fundamentales:

- **Inicio:** dar empatía para que el entrevistado se sienta a gusto para responder las preguntas.
- **Desarrollo:** el entrevistado deberá mantener ciertas actitudes. Tales como; no plantear muchas preguntas, no intervenir en el contenido.
- **Final:** debe ser lo más breve posible, dejando una brecha para entrevistas futura.

La entrevista se la realizará al General mediante una sección de preguntas que se utilizará para diagnosticar las falencias en la gestión de inventarios.

La encuesta

Según (Alvira, 2011) la encuesta es una técnica que recopila información de una forma subyacente, conocida como un método, pero con diferentes diseños de investigación. Según Fases de la encuesta:

- Diseño de un cuestionario
- Determinación de una muestra
- Investigación y desarrollo del trabajo de campo
- Preparación y organización de la información
- Análisis sobre la calidad representativa de la información.

La encuesta va dirigida a los trabajadores que conforman al Economarket “Don César”, dicha técnica consiste en preguntas concretas que nos brindará la información necesaria para obtener las posibles causas de la mala gestión de inventario.

Diagrama de causa y efecto

(Arnoletto, 2007) Concluye que es el diagrama de causa y efecto se relaciona con una gráfica la cual determina la relación de ciertos efectos y las posibles causas que puedan suscitar a través de un problema. Además, este diagrama es representada como una espina de pez, por lo cual, también es nombrada Diagrama de espina de pescado. Actualmente, es más conocida como la espina de Ishikawa, que fue quien la promovió.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de los resultados

En el presente capítulo se detalla las técnicas aplicadas a los colaboradores del Economarket “Don César” y al Gerente General de dicha entidad.

Se procedió a elaborar el listado de preguntas para obtener las posibles causas de la mala gestión de inventarios lo que ocasiona la falta disponibilidad de productos y las incidencias en su rotación.

1. ¿Considera importante llevar una buena gestión de inventario dentro de la empresa?

Claro que es muy importante llevar un excelente inventario, para que todo funcione sistemáticamente acorde a los procesos de la empresa.

2. ¿Cada cuánto realiza el inventario de la mercadería y qué procesos utiliza?

Se lo realiza semestralmente a nivel general, y en productos de rápida rotación en períodos quincenales tales como quintales y librados.

3. ¿Cuál es el método que utiliza para registrar los movimientos de la mercadería, respecto a sus entradas y salidas?

Se utiliza el Kardex sistemático con el método fijo, lo que primero entra es lo que primero sale.

4. ¿Cómo lleva a cabo el proceso de orden de compra; por días establecidos o dependiendo de la cantidad fija o variable del producto?

Las órdenes de compra se las realizan semanalmente para productos que poseen mayor demanda. Por lo general son fijas en las compras que necesite logística, éstos son en períodos mensuales, así mismo variables ya que se verifican stock previamente.

5. ¿En caso de que los proveedores no cumplan con los días establecidos y la cantidad de mercadería requerida al momento de la entrega, que técnica aplica?

Por lo general los proveedores si cumplen con las entregas, en el menor de los casos se lo designa a otro proveedor.

6. ¿Utiliza alguna estrategia con respecto a la ubicación de los productos para llamar la atención del consumidor?

Respecto a la ubicación de los productos, los fríos y congelados se redirecciona al final del pasillo, para que el cliente aprecie las demás líneas que tiene a su disposición. Ofertas y productos al mayoreo van en la entrada del local, snacks y confitería van junto a las cajas efectuando la compra por impulso.

7. ¿Ha existido insatisfacción del cliente por falta de disponibilidad de algún producto, y por qué?

En algunos de los casos si existe inconformidad del cliente por la escasez de productos, se llega a estos cuando requieren traslado o no se concreta una buena negociación con proveedores respecto a los costos.

8. ¿Cuáles son los métodos que usted utiliza ante los productos caducados dentro de su inventario?

En esos casos existentes, se le efectúa la lista de cambios designado a cada proveedor según el producto y mediante notas de créditos se les da la respectiva liquidación de los productos en el sistema.

9. ¿Los proveedores le ayudan con la reposición en su totalidad de los productos que se caducan?

Existen ciertos proveedores que, si ayudan en la reposición de productos, pero también tienen sus parámetros, en el caso de gaseosas no proceden a cambios, en esos casos se les comunica con anticipación para la sustitución de productos por otros más recientes. Y otros, que su política es no cambios en productos caducados.

10. ¿Plantea usted ofertas en productos de baja rotación, que técnicas utiliza?

Los productos de baja rotación además de ser un inventario paralizado están más propensos a caducar, por lo que se procede a ofertarlo en combos o bonificaciones con productos de alta demanda. Adicionalmente se le promociona con un precio especial limitado hasta evacuar la mercadería antigua.

ENCUESTA

1. ¿La empresa cuenta con los productos que necesita el consumidor?

Cuadro 7. ¿La empresa cuenta con los productos que necesita el consumidor?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	20%
A veces	8	80%
Casi Nunca		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 6. ¿La empresa cuenta con los productos que necesita el consumidor?



Fuente: Elaboración Propia

Las respuestas obtenidas de la encuesta correspondiente a la pregunta ¿La empresa cuenta con los productos que necesita el consumidor? Los colaboradores manifestaron que siempre cuenta con los productos que desea adquirir el consumidor con un 20%, otros dicen que a veces los clientes no encuentran lo que necesita con un 80%.

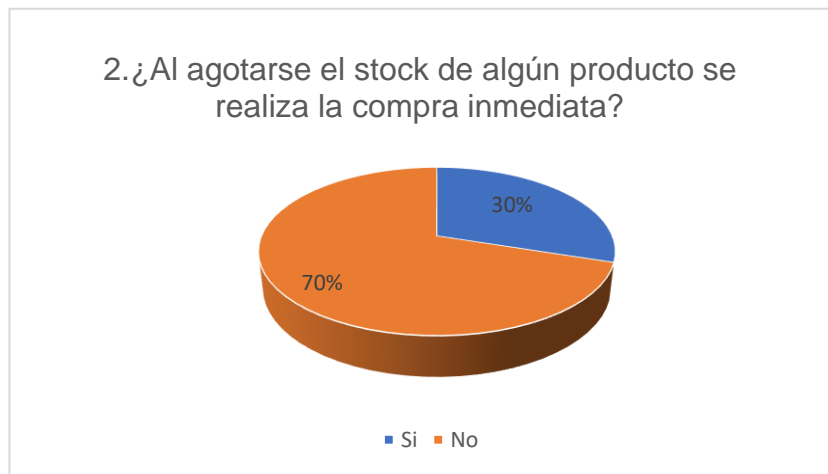
2. ¿Al agotarse el stock de algún producto se realiza la compra inmediata?

Cuadro 8. ¿Al agotarse el stock de algún producto se realiza la compra inmediata?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 7. ¿Al agotarse el stock de algún producto se realiza la compra inmediata?



Fuente: Elaboración Propia

Las respuestas obtenidas de la encuesta correspondiente a la pregunta ¿Al agotarse el stock de algún producto se realiza la compra inmediata? Los colaboradores manifestaron que, si se realizan la compra inmediata con el 30%, por otra parte, aquellos dicen con un 70% que no se abastecen con la mercadería al instante.

3. ¿La mayoría de los productos que ofrece la empresa está a la vista del cliente?

Cuadro 9. ¿La mayoría de los productos que ofrece la empresa está a la vista del cliente?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	50%
A veces	5	50%
Casi Nunca		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 8. ¿La mayoría de los productos que ofrece la empresa está a la vista del cliente?



Fuente: Elaboración Propia

Las respuestas obtenidas de la encuesta correspondiente a la pregunta ¿La mayoría de los productos que ofrece la empresa están a la vista del cliente? Los colaboradores manifestaron que, siempre mantienen los productos a la vista del cliente con el 50% y a veces los mantienen a la vista con el 50%.

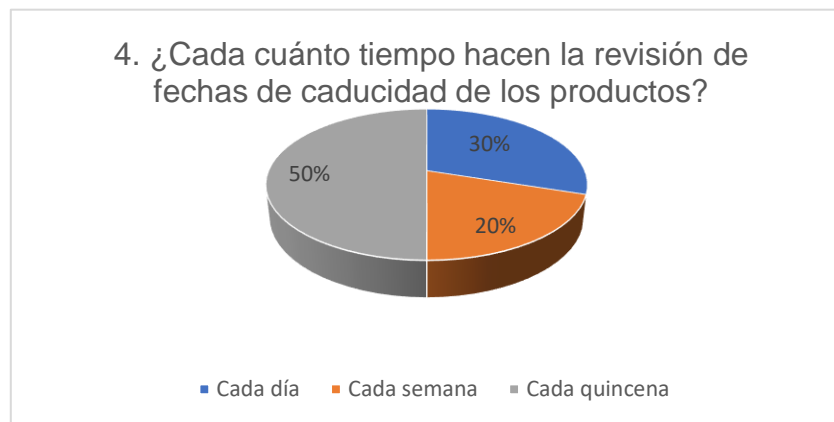
4. ¿Cada cuánto tiempo hacen la revisión de fechas de caducidad de los productos?

Cuadro 10. ¿Cada cuánto tiempo hacen la revisión de fechas de caducidad de los productos?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cada día	3	30%
Cada semana	2	20%
Cada quincena	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 9. ¿Cada cuánto tiempo hacen la revisión de fechas de caducidad de los productos?



Fuente: Elaboración Propia

Las respuestas obtenidas de la encuesta correspondiente a la pregunta ¿Cada cuánto tiempo hacen la revisión de fechas de caducidad de los productos? Los colaboradores manifestaron que, cada día hacen revisión de fechas con 30%, cada semana lo realizan con el 20 %, y cada quincena con un 50%.

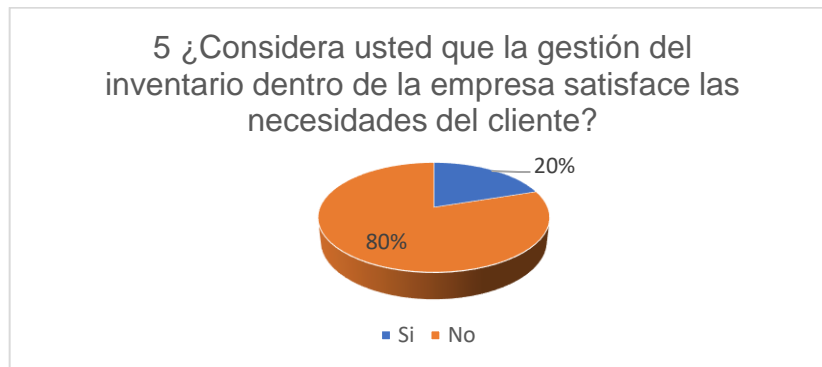
5. ¿Considera usted que la gestión del inventario dentro de la empresa satisface las necesidades del cliente?

Cuadro 11. ¿Considera usted que la gestión del inventario dentro de la empresa satisface las necesidades del cliente?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	20%
No	8	80%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 10. ¿Considera usted que la gestión del inventario dentro de la empresa satisface las necesidades del cliente?



Fuente: Elaboración Propia

Las respuestas obtenidas de la encuesta correspondiente a la pregunta ¿Considera usted que la gestión del inventario dentro de la empresa satisface las necesidades del cliente? Los colaboradores manifestaron que la gestión actual si satisface a los clientes con el 20%, y con un 80% dicen que no consideran satisfactoria la gestión para los consumidores.

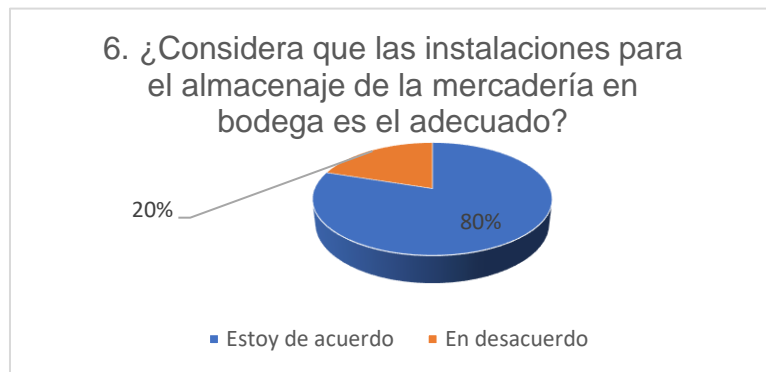
6. ¿Considera que las instalaciones para el almacenaje de la mercadería en bodega es el adecuado?

Cuadro 12. ¿Considera que las instalaciones para el almacenaje de la mercadería en bodega es el adecuado?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Estoy de acuerdo	8	80%
En desacuerdo	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 11. ¿Considera que las instalaciones para el almacenaje de la mercadería en bodega es el adecuado?



Fuente: Elaboración Propia

Las respuestas obtenidas de la encuesta correspondiente a la pregunta ¿Considera que las instalaciones para el almacenaje de la mercadería en bodega es el adecuado? Los colaboradores manifestaron que están de acuerdo en que las instalaciones si son las adecuadas con el 80%, y que no son las adecuadas con el 20%.

7. ¿Los productos que ofrece la empresa son de calidad y con fechas de expiración largas?

Cuadro 13. ¿Los productos que ofrece la empresa son de calidad y con fechas de expiración largas?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	50%
A veces	5	50%
Casi nunca		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 12. ¿Los productos que ofrece la empresa son de calidad y con fechas de expiración largas?



Fuente: Elaboración Propia

Las respuestas obtenidas de la encuesta correspondiente a la pregunta ¿Los productos que ofrece la empresa son de calidad y con fechas de expiración largas? Los colaboradores manifestaron que siempre disponen de productos de calidad y con fechas largas con un 50%, hay quienes manifiestan que a veces ofrecen productos de calidad y con fechas largas con el 50%,

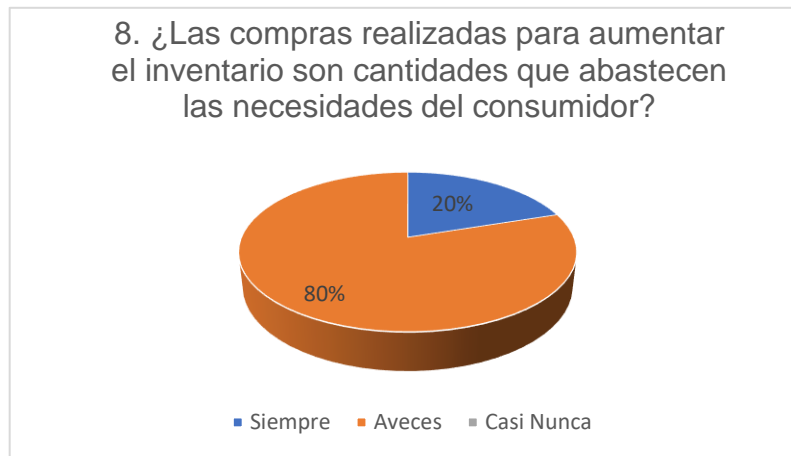
8. ¿Las compras realizadas para aumentar el inventario son cantidades que abastecen las necesidades del consumidor?

Cuadro 14. ¿Las compras realizadas para aumentar el inventario son cantidades que abastecen las necesidades del consumidor?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	20%
A veces	8	80%
Casi Nunca		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 13. ¿Las compras realizadas para aumentar el inventario son cantidades que abastecen las necesidades del consumidor?



Fuente: Elaboración Propia

Las respuestas obtenidas de la encuesta correspondiente a la pregunta ¿Las compras realizadas para aumentar el inventario son cantidades que abastecen las necesidades del consumidor? Los colaboradores manifestaron que siempre es suficiente las cantidades que se adquieren con el 20%, por otra parte, dan a conocer que a veces las compras adquiridas abastecen al local con el 80%.

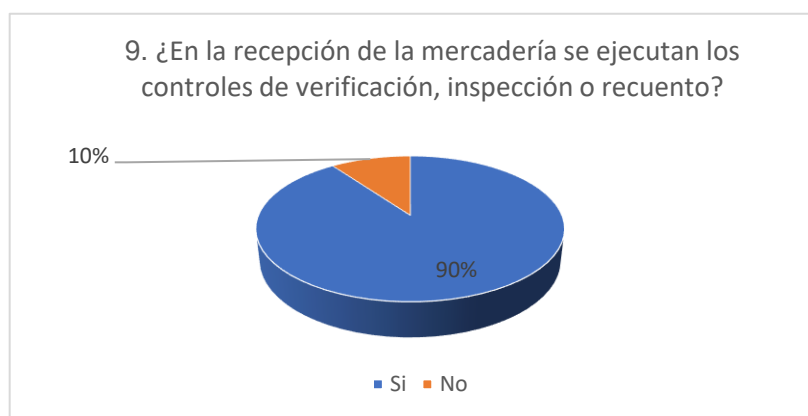
9. ¿En la recepción de la mercadería se ejecutan los controles de verificación, inspección o recuento?

Cuadro 15. ¿En la recepción de la mercadería se ejecutan los controles de verificación, inspección o recuento?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	90%
No	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 14. ¿En la recepción de la mercadería se ejecutan los controles de verificación, inspección o recuento?



Fuente: Elaboración Propia

Las respuestas obtenidas de la encuesta correspondiente a la pregunta ¿En la recepción de la mercadería se procede a ejecutar los controles de verificación, inspección o recuento? Los colaboradores manifestaron que, si se aplican los controles en la recepción de la mercadería con el 90%, otros dicen que no aplican los respectivos controles con el 10%.

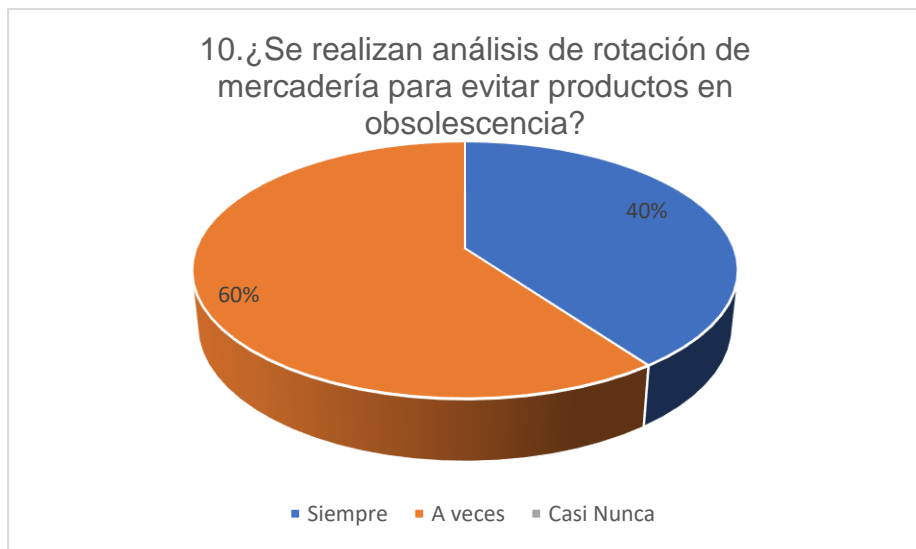
10. ¿Se realizan análisis de rotación de mercadería para evitar productos en obsolescencia?

Cuadro 16. ¿Se realizan análisis de rotación de mercadería para evitar productos en obsolescencia?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	40%
A veces	6	60%
Casi Nunca		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 15. ¿Se realizan análisis de rotación de mercadería para evitar productos en obsolescencia?



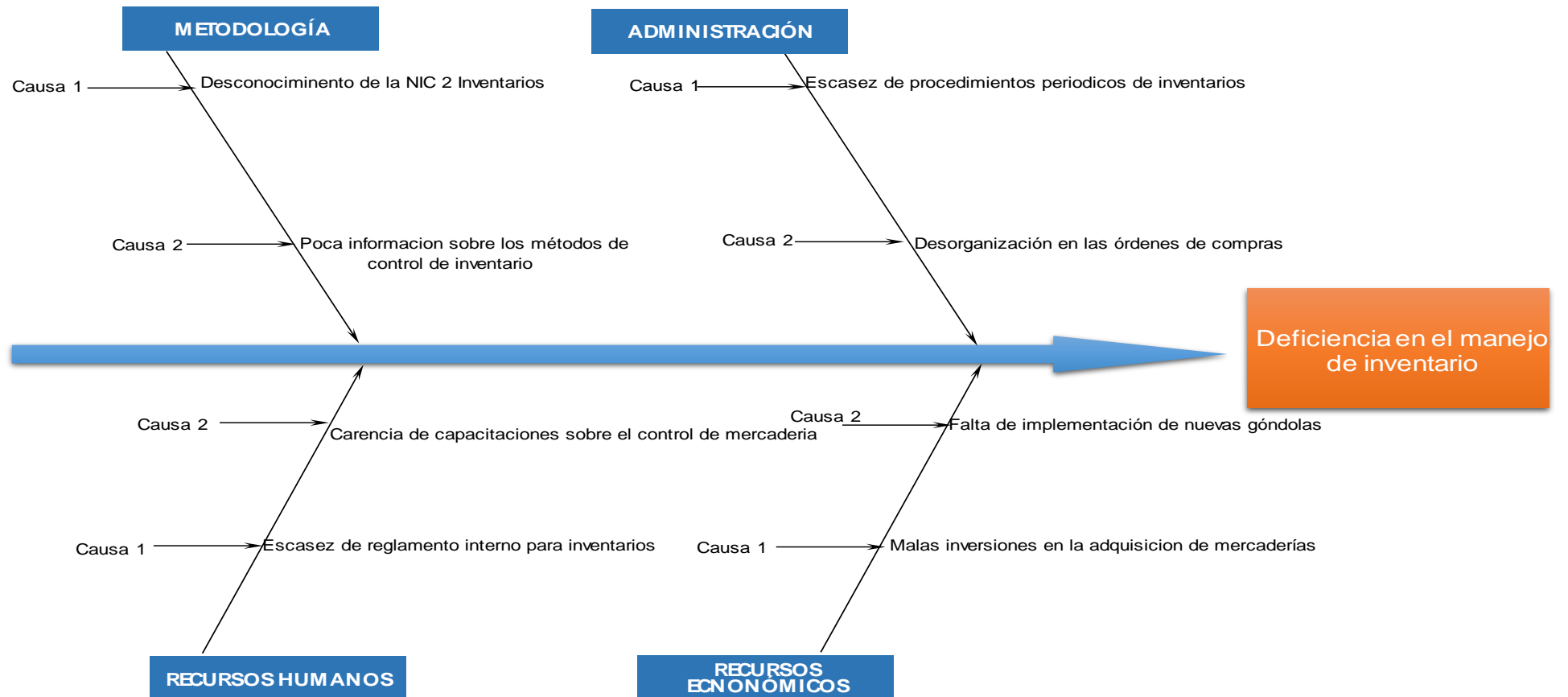
Fuente: Elaboración Propia

Las respuestas obtenidas de la encuesta correspondiente a la pregunta ¿Se realizan análisis de rotación de mercadería para evitar productos en obsolescencia? Los colaboradores manifestaron que, siempre realizan los análisis de rotación con el 40 %, otros dicen que a veces analizan la rotación de la mercadería con el 60%.

Análisis e interpretación

La encuesta realizada a los empleados de dicha empresa da como resultado, que frecuentemente no cuentan con la disponibilidad de productos que necesita el consumidor, no se realizan las compras inmediatas con cantidades necesarias para incrementar el stock. Lo cual, nos da a conocer la falta de gestión del inventario que lleva a cabo la empresa. Más allá, de no llevar un análisis de rotación de productos, no controlar la revisión de fechas de caducidad para evitar caducados. Por lo consiguiente, crea insatisfacción en el consumidor y pérdidas en el inventario.

Diagrama de Ishikawa



4.2. Plan de mejora

	¿Qué?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Cuánto?
1	Establecer un registro o sistema sobre el control de mercadería	La empresa no controla correctamente los casos de disponibilidad y deterioros de mercadería, lo cual genera pérdidas e insatisfacción de los clientes.	Economarket "Don César"	Gerente	Para que el registro sea controlado con eficacia se debería de realizar en un período de cada mes, hasta que se regule el inventario, cuando eso suceda el período puede cambiar a tres meses.	Utilizar un sistema de stock mínimo para identificar la mercadería que está próxima a caducarse o refleja problemas de disponibilidad.	\$ 120
2	Examinar las cantidades a pedir en las órdenes de compra de mercadería	No se aplica un método que permita conocer las cantidades de mercadería reales y necesarias a pedir. Mediante esto se podrá mantener el control del inventario.	Economarket "Don César"	Gerente	El período de revisión de pedidos sería cada 15 días, aunque podría ser variable dependiendo de la clasificación de productos como enlatados, frescos, etc.	Utilizar el método de Máximo y Mínimo, para conocer la existencia mínima, existencia máxima, cantidad de pedido y el punto de reorden;	\$ 30

	¿Qué?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Cuánto?
3	Capacitaciones al personal sobre la organización de la mercadería en bodega.	No se lleva un orden de colocación de productos en bodega, lo cual ocasiona que no se determine físicamente cuáles productos tiene baja o alta rotación, ni los deteriorados.	Economarket "Don César"	Todos los empleados de la entidad, esto con el objetivo de enriquecer sus conocimientos en general de los inventarios y su importancia dentro del desarrollo de la entidad.	El período fijo de capacitación sería cada 6 meses.	Realizar charlas, talleres y evaluaciones, que permitan mejorar los conocimientos de los empleados sobre el mantenimiento del inventario y determinar métodos que ofrezcan mayores ventajas.	\$ 300
4	Capacitaciones al personal sobre la exhibición de productos en venta	Los empleados no aplican métodos eficientes sobre la ubicación de los productos en perchas. Esto ayudaría a que las mercaderías sean conocidas por el cliente y tengan una mejor rotación.	Economarket "Don César"	Los empleados de la entidad.	El período de capacitación sería cada 3 meses	Aplicando conferencias en las cuales personas expertas en estos temas compartan su conocimiento al personal.	\$ 200

	¿Qué?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Cuánto?
5	Creación de Política de inventarios dentro de la entidad	La entidad no administra de forma eficiente la mercadería, lo cual ayudaría a bajar sus costos de mantenimiento de inventario y ofrecer un mejor servicio al cliente.	Economarket "Don César"	Gerente de la entidad	El período sería cada año, considerando que pueden existir cambios de las políticas cuando sea necesario.	Analizando los problemas previstos dentro de la entidad sobre la mercadería e idealizando políticas que promuevan la correcta administración y control de la mercadería.	\$ 100
	TOTAL				\$ 750		

Análisis

El plan de mejora para el Economarket "Don César" fue creado mediante el análisis de 5W2H, el cual permite determinar un plan de acción de manera estructurada y sistemática. Al analizar el costo de este plan, se estima un importe de \$750, considerando que esta propuesta ayudará a obtener mayores beneficios para la empresa en diversos aspectos que se relacionan con la gestión de inventario, la obtención de un personal capacitado, utilización de un registro y puntualización de políticas de inventario, siendo esto conveniente para la empresa para obtener un mejor desempeño sobre la disponibilidad de los productos y su rotación. De tal manera, la entidad podrá controlar eficientemente su inventario, y podrá satisfacer las necesidades de los clientes para obtener mayores ingresos y continuar su crecimiento.

4.3 Conclusiones

Mediante la investigación realizada en la cual se utilizaron como variables principales, el manejo de los inventarios de mercadería y la disponibilidad y rotación de mercadería, y además considerando los diversos estudios o métodos empleados para obtener información confiable y veraz como las encuestas dirigidas a gerente y trabajadores que forman parte de la estructura organizacional de la entidad, se logra concluir lo siguiente:

- Dentro de la investigación se logró fundamentar diversos aspectos teóricos los cuales se relacionan con la gestión de inventarios, su disponibilidad y rotación, de tal manera que se obtuvo información necesaria para analizar de manera correcta la situación de la empresa.
- Se alcanzó a diagnosticar el incorrecto manejo de los inventarios, lo cual provoca la falta de disponibilidad y baja rotación de los productos, ocasionando pérdidas monetarias en la entidad.
- La propuesta de mejora para el manejo de inventarios es el 5W2H, considerando este como una estrategia de orientación para la empresa en diversos aspectos, los cuales se enlazan a que establezcan un registro o sistema para el control de mercadería, controlar cantidades a pedir, capacitaciones al personal sobre la ubicación de mercadería en bodega al igual que la exhibición de productos, además de la creación de políticas que incentiven el control del inventario; todo esto con el fin de garantizar la disponibilidad e incrementación de la rotación de la mercadería.

4.3. Recomendaciones

Considerando las conclusiones mencionadas, se logra determinar las siguientes recomendaciones:

- Implementar estudios más profundizados sobre el manejo de inventarios dentro de un plazo establecido, permitiendo obtener un mejor análisis sobre la situación de la empresa que reduzca el margen de error dentro de la investigación presentada.
- Emplear un nuevo sistema de control de inventario dentro de la empresa, con el objetivo de utilizarlo dentro del estudio y evaluar su eficacia, determinando ventajas y desventajas de esta herramienta e indicar si esta podría ser utilizada de manera continua en la entidad.
- Capacitar a los empleados sobre el manejo de la mercadería dentro de un determinado plazo, obteniendo información que permita evaluar su desempeño, y puntualizar si de esta manera se obtienen resultados positivos para la organización.

4.4. Bibliografía

- Aguilar, G. (2009). Gestión de inventarios como factor de competitividad en el sector metalmecánico de la región occidental de Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, XV(3), 509-518.
- Alvira, F. (2011). *La encuesta: perspectiva general metodológica*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Arnoletto, E. (2007). *Administración de la producción como ventaja competitiva*. Edición electrónica gratuita. Obtenido de Texto completo en www.eudmet.net/libros/2007b/299/
- Baena, G. (2017). *Metología de la Investigación*. Grupo Editorial Patria.
- Ballén, M. (2007). *Abordaje hermenéutico de la investigación cualitativa. Teorías, procesos, técnicas*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Bastidas, E. (2010). *Gestión de Inventarios*. Obtenido de Jimdo: <https://logisticayabastecimiento.jimdofree.com/gesti%C3%B3n-de-inventarios/>
- Batista, M. (19 de Junio de 2018). *Cálculo de mínimos y máximos en inventario*. Obtenido de Next Cloud: <https://blog.nextcloud.mx/2018/06/19/calculo-minimos-maximos-inventario/>
- Código de Comercio*. (2019). Registro Oficial Suplemento 497. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Cortés, G. (04 de 01 de 2018). *La importancia de conocer la disponibilidad de un producto en el PDV*. Obtenido de InformaBTL: <https://www.informabtl.com/la-importancia-de-conocer-la-disponibilidad-de-un-producto-en-el-pdv/#:~:text=El%20punto%20de%20venta%20es%20un%20sitio%20vital%20para%20los%20productos%20comestibles.&text=Por%20tanto%2C%20conocer%20la%20disponibilidad,mayor%20>

- Durán, Y. (2012). Obtenido de Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Visión Gerencial*, (1),55-78.:
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>
- Fernández, A. (2017). *Gestión de inventarios. COML0210*. Málaga: IC Editorial.
- Garrido, I., & Cejas, M. (2017). *La gestión de inventario como factor estratégico en la administración de empresas*. Obtenido de *Negotium*: <https://www.redalyc.org/pdf/782/78252811007.pdf>
- Gayle, R. (1999). *Contabilidad y administración de costos* . México: McGraw-Hill Interamericana.
- Guerrero, H. (2009). *Inventarios* . Bogotá: ECOE.
- Guerrero, M. (11 de Julio de 2001). *Papel de las microempresas para el desarrollo económico*. Obtenido de *Gestiopolis*:
<https://www.gestiopolis.com/papel-microempresas-desarrollo-economico/>
- Heizer, J., & Render, B. (2009). *Principios de administración de operaciones*. México: Pearson Educación.
- Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista ALERTA*, II(1), 76-79. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/7535-Manuscrito-26107-1-10-20190607.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Iglesias, A. (9 de Mayo de 2013). *Factores a tener en cuenta en la gestión del inventario*. Obtenido de *LOGIS*:

<https://logispyme.com/2013/05/09/factores-a-tener-en-cuenta-en-la-gestion-del-inventario/>

Ladrón de Guevara, M. Á. (2020). *Gestión de inventarios*. UF0476. Logroño: Tutor Formación.

Ley Orgánica de defensa del Consumidor (Ley No. 2000-21). (s.f.). Congreso Nacional. Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>

López, I., Gómez, M. I., & Acevedo, J. A. (2012). Obtenido de Situación de la gestión de inventarios en Cuba. *Ingeniería Industrial*, XXXIII(3),317-330:
<https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433581011.pdf>

Lopez, R. (2006). *Cálculo de probabilidades e inferencia estadística con tópicos de econometría* (Cuarta ed.). Caracas: Publicaciones UCAB.

Loza, E. (2020). *Propuesta de mejoras en la gestión de inventarios de la microempresa Ferretería Alnami*. Obtenido de <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/2780/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20LOZA%20CORONEL.pdf>

Meana, P. (2017). *Gestión de inventarios*. Paraninfo S.A.

Múzquiz, D. (Mayo de 2013). Obtenido de repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/17612/1/manual%20admon%20de%20inventarios%20y%20almacenes%202013.pdf

Nieto, A. (2004). *Administración de Empresas - Volumen 1*. España: MAD.

Pacheco, J. (Marzo de 29 de 2019). *¿Qué es el método ABC de inventarios y cuáles son sus beneficios?* Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/metodo-abc-de-inventarios/>

- Páez, G. (22 de Enero de 2020). *Stock (estocaje)*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/stock-estocaje.html>
- Peña, O., & Silva, R. (2016). *Factores incidentes sobre la gestión de sistemas de inventario en organizaciones venezolanas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99345727003.pdf>
- Quishpe, M. (2019). *Propuesta de mejora en el manejo de los inventarios de mercadería en el Comercial IB, ubicado en el Cantón Balao, Período 2019*. Obtenido de <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/2194/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20QUISHPE%20INGA.pdf>
- Reglamento para aplicación Ley de Régimen Tributario Interno, LORTI*. (2021, 22 de febrero). Decreto Ejecutivo 374. Obtenido de http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/Archivos/Transparencia/2021/02-febrero/A2/ANEXOS/PROCU_REGLAMENTO_PARA_APLICACION_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO.pdf
- Reyes, A. (2007). *Administración Moderna*. México: Limusa S.A.
- Reyes, J. (2020). *Propuesta de procedimiento de control interno del inventario de mercadería en la empresa "Securitas S.A."; en el Cantón Guayaquil del año 2019*. Obtenido de <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/2691/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20REYES%20ORTIZ%20JESSICA%20VIVIANA.pdf>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2014). *Administración*. México: Pearson.
- Sanmiguel, M. (29 de Julio de 2019). *La importancia de los inventarios en una empresa*. Obtenido de EKON: <https://www.ekon.es/blog/importancia-inventarios-empresa/#:~:text=de%20los%20clientes.->

,Por%20qu%C3%A9%20son%20importantes%20los%20inventarios%20de%20empresa,material%20del%20que%20se%20dispone.

Valls, A. (17 de Octubre de 2014). *Cómo calcular la rotación de un producto*. Obtenido de Grupo C de Comunicación Interprofesional, S.L.: <https://ferreteria-y-bricolaje.cdecomunicacion.es/reportajes/10783/como-calcular-la-rotacion-de-un-producto>

Vermorel, J. (Marzo de 2020). *Rotación del Inventario*. Obtenido de Lokad: <https://www.lokad.com/es/definicion-rotacion-del-inventario>

Westreicher, G. (13 de Julio de 2019). *Inventario físico*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/inventario-fisico.html#:~:text=Proceso%20del%20inventario%20f%C3%ADsico&text=Informar%20e%20involucrar%20a%20los,facilitar%20la%20elaboraci%C3%B3n%20del%20inventario.>

4.5. Anexos

Anexo 1. Encuesta dirigida a los empleados del Economarket "Don César"

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS

1. ¿La empresa cuenta con los productos que necesita el consumidor?

Siempre		A veces		Casi Nunca	
---------	--	---------	--	------------	--
2. ¿Al agotarse el stock de algún producto se realiza la compra inmediata?

Si		No	
----	--	----	--
3. ¿La mayoría de los productos que ofrece la empresa está a la vista del cliente?

Siempre		A veces		Casi Nunca	
---------	--	---------	--	------------	--
4. ¿Cada cuánto tiempo hacen la revisión de fechas de caducidad de los productos?

Cada día		Cada semana		Cada quincena	
----------	--	-------------	--	---------------	--
5. ¿Considera usted que la gestión del inventario dentro de la empresa satisface las necesidades del cliente?

Si		No	
----	--	----	--
6. ¿Considera que las instalaciones para el almacenaje de la mercadería en bodega es el adecuado?

Estoy de acuerdo		En desacuerdo	
------------------	--	---------------	--
7. ¿Los productos que ofrece la empresa son de calidad y con fechas de expiración largas?

Siempre		A veces		Casi Nunca	
---------	--	---------	--	------------	--
8. ¿Las compras realizadas para aumentar el inventario son cantidades que abastecen las necesidades del consumidor?

Siempre		A veces		Casi Nunca	
---------	--	---------	--	------------	--
9. ¿En la recepción de la mercadería se ejecutan los controles de verificación, inspección o recuento?

Si		No	
----	--	----	--
10. ¿Se realizan análisis de rotación de mercadería para evitar productos en obsolescencia?

Siempre		A veces		Casi Nunca	
---------	--	---------	--	------------	--

**Anexo 2. Encuesta dirigida al gerente del
Economarket "Don César"**

ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE

- 1. ¿Considera importante llevar una buena gestión de inventario dentro de la empresa?**

- 2. ¿Cada cuánto realiza el inventario de la mercadería y qué procesos utiliza?**

- 3. ¿Cuál es el método que utiliza para registrar los movimientos de la mercadería, respecto a sus entradas y salidas?**

- 4. ¿Cómo lleva a cabo el proceso de orden de compra; por días establecidos o dependiendo de la cantidad fija o variable del producto?**

- 5. ¿En caso de que los proveedores no cumplan con los días establecidos y la cantidad de mercadería requerida al momento de la entrega, que técnica aplica?**

- 6. ¿Utiliza alguna estrategia con respecto a la ubicación de los productos para llamar la atención del consumidor?**

- 7. ¿Ha existido insatisfacción del cliente por falta de disponibilidad de algún producto, y por qué?**

- 8. ¿Cuáles son los métodos que usted utiliza ante los productos caducados dentro de su inventario?**

9. ¿Los proveedores le ayudan con la reposición en su totalidad de los productos que se caducan?

10. ¿Plantea usted ofertas en productos de baja rotación, que técnicas utiliza?