



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

DICIEMBRE 2022- ABRIL 2023

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

COMERCIO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN

COMERCIO

TEMA

**GESTION DE INVENTARIOS EN LA DESPENSA “REGALITO DE DIOS MARTINCITO”
DE LA CIUDAD DE BABAHOYO DEL 2022**

EGRESADA

DIANA ISABEL MONSERRATE LEON

TUTOR

ING. NIVELA ICAZA JOSE MARÍA, Ph.D

AÑO 2023

Índice

1	Planteamiento del Problema.....	5
2	Justificación.....	7
3	Objetivos.....	8
4	Línea de Investigación.....	9
5	Marco conceptual	10
6	Marco Metodológico.....	19
7	Resultados.....	21
8	Discusión de resultados	25
9	Conclusión	27
10	Recomendaciones	28
11	Referencias.....	29
12	Anexos	30

Resumen

El estudio de caso titulado “Gestión de inventarios en la despensa “Regalito de Dios Martincito” en la ciudad de Babahoyo Periodo 2022”, la cual su principal actividad económica es la compra y venta de productos de primera necesidad, productos de la canasta básica, productos de aseo personal, productos de limpieza y víveres para el hogar, tiene como objetivo general; Analizar la gestión de inventario de la despensa “Regalito de Dios Martincito”, para mejorar las ventas, se aplicó el método hipotético-deductivo, puesto que permitirá indagar bases a partir de hechos y de esta manera generar comentarios pertinentes para el desarrollo de este estudio de caso, las técnicas que se implementan fueron las siguientes: la técnica de la entrevista hacia los colaboradores y una segunda entrevista hacia la gerente propietaria, llegando a concluir lo siguiente:

El estudio está enmarcado bajo los lineamientos establecidos por la Universidad técnica de Babahoyo con los cuales se buscó determinar y conocer los factores problemáticos presentados en el la despensa “Regalito de Dios Martincito”, de manera que se ha identificado déficit en la gestión actual en el sistema de inventarios y el control de stocks, ocasionando inseguridad a los clientes por no encontrar los insumos requeridos para su necesidad, además la falta de estrategias de almacenamiento, ha producido una deficiente organización de mercaderías en el área de bodega, y por la inadecuada distribución de perchas en el establecimiento. Estas y otras peculiaridades negativas que afectan a la despensa, se detallan más a fondo en el desarrollo del presente estudio.

Palabras claves: Gestión de inventarios, planificación estratégica, abastecimiento, competencia, control de mercaderías.

Abstract

The case study entitled "Inventory management in the pantry "Regalito de Dios Martincito" in the city of Babahoyo Period 2022", whose main economic activity is the purchase and sale of basic necessities, basic food basket products, personal hygiene products, cleaning products and groceries for the home, has as its general objective To analyze the inventory management of the pantry "Regalito de Dios Martincito", to improve sales, the hypothetical-deductive method was applied, since it will allow us to investigate bases based on facts and in this way generate relevant comments for the development of this study. In each case, the techniques that are implemented were the following: the interview technique with the collaborators and a second interview with the owner manager, reaching the conclusion of the following:

The study is framed under the guidelines established by the Technical University of Babahoyo with which it was sought to determine and know the problematic factors presented in the pantry "Regalito de Dios Martincito", so that deficits have been identified in the current management in the inventory system and stock control, causing insecurity to customers for not finding the inputs required for their need, in addition to the lack of storage strategies, has produced a deficient organization of merchandise in the warehouse area, and due to inadequate distribution of hangers on the property. These and other negative peculiarities that affect the pantry are detailed in more depth in the development of this study.

Keywords: Inventory management, strategic planning, supply, competition, merchandise control.

1 Planteamiento del Problema

El comercial “Regalito de Dios Martincito”, inicia su actividad mercantil un 30 de marzo del 2016, la cual su propietaria es la Sra. Tapia Prieto Jeliver Gabriela con RUC N° 125075725001, con un periodo de posicionamiento en el mercado babahoyense por más de 7 años, y su principal actividad económica es la compra y venta de productos de primera necesidad, productos de la canasta básica, productos de aseo personal, productos de limpieza y víveres para el hogar. Y sus principales proveedores son; Dismero, La Fabril, Coca Cola, Supan y adquisición de insumos agrícolas comestibles al por mayor en mercados locales. Además de contar con diez colaboradores que se encargan de labores como; limpieza, distribución y logística, administración, caja, atención al cliente, control de inventario y organización en perchas.

En la gestión de inventario utilizado en el comercial presenta un inconveniente sobre el control de mercaderías, lo que ha ocasionado un declive en las ventas por distribuir productos que se encuentran caducados, por un inadecuado manejo de mercaderías que se da en el momento que se ingresa al local, y tienden por acumularlos, lo que genera que se estropeen o se pierdan por no contar con el registro adecuado, y surja preocupación por parte de los consumidores, por tener que regresar a cambiar el producto de manera continua.

El espacio para el área de exhibición de productos es muy reducido, además de no contar con una previa planificación en el orden de las perchas, lo que genera que varios productos no se puedan vender de manera rápida; además de no contar con la información requerida del detalle de los productos, la cual ha causado que los clientes no puedan localizar la mercadería, que desean por el desorden que se presenta de manera interna en el local, y tienden por no adquirir todo lo que

desean y busquen otras casas comerciales para abastecerse, lo que produce que las ventas entren en declive.

En el Comercial, se han identificado varios productos de menor valor de impacto, lo que ha presentado pérdida por falta de conocimientos de las necesidades actuales, esto se debe a la deficiencia en el área de compra y venta; además la carencia de un estudio de mercado, tiende a basarse a otras casas comerciales para copar sus modelos de estrategias de fidelización de clientes, lo que ha resultado que los clientes no tengan la confianza de adquirir sus productos por falta de innovación, causando déficit gradual de pocos clientes durante el último periodo semestral de junio a diciembre.

La falta de métodos de control de inventario tales como; análisis ABC, LIFO y FIFO, Seguimiento de mercaderías y stocks de seguridad, ha generado que los insumos no cuenten con una buena rotación de mercadería, y los lácteos y artículos que tengan fechas de caducidad cortas, se echen a perder por la déficit distribución que mantiene el comercial, y este problema afecta de manera directa en las ventas, por el poco conocimientos que tienen los colaboradores sobre el sistema de inventario; además de retrasar las órdenes de compra, por el desconocimiento de la demanda actual que tiene la empresa.

El posicionamiento de mercado del comercial no se encuentra actualmente estable, puesto que la competencia se localiza en una posición más alta en el mercado, y las estrategias que tiene la empresa, se dan de manera errónea, causando que los consumidores no puedan ser fidelizados, puesto que la falta de promociones, ofertas u descuentos, así como las herramienta de las

plataformas digitales, tales como; Facebook y WhatsApp, las mantiene desactualizadas y no puedan conseguir un nicho de mercado más amplio, lo que ha generado que los clientes no puedan adquirir información directa en sus domicilios o lugares de trabajo, sobre los productos que se ofertan.

2 Justificación

El siguiente caso de estudio se desarrolla dentro de la despensa “Regalito de Dios Martincito” del cantón Babahoyo, tiene como principal objetivo llevar a cabo un minucioso y detallado análisis teniendo el conocimiento y la respuesta de problemas prácticos, que se ha observado por medio de un inadecuado manejo en el control de inventarios, además se emplea para identificar el sistema erróneo en el área de registro de mercaderías, permitiendo un mayor control en la administración de bienes, con la finalidad de resolver inconvenientes en el proceso de venta y en la información brindada a los clientes

Los beneficios que aportará este estudio de caso, realizado en la despensa “Regalito de Dios Martincito”, será de extender la búsqueda de información necesaria, para de esta modo llegar a la problemática y con lo recolectado, inquirir bases y fundamentos que permitan identificar las causas existentes mostrados en el control de inventarios; además este trabajo ayudará a buscar posibles soluciones, permitiendo una mejor optimización de recursos en la despensa y de esta manera realizar un correcto sistema de fidelización de clientes, mediante un específico control en el sistema de registro de mercaderías de forma segura y eficaz.

El trabajo desarrollado en la despensa antes mencionada, se proyectara a corregir los inconvenientes existentes en la empresa, como también identificar las causas de origen y las

consecuencias que ha llevado el equívoco control en la administración de inventario; además este estudio de caso, podría servir de base para el estudio de diversas soluciones, que pueden ser implementadas de manera interna en el área de ventas y registro de mercaderías, y una viable mejora en el sistema de atención al cliente, puesto que le podría ayudar al negocio a lograr su supervivencia en el mercado

3 Objetivos

Objetivo General

Analizar la gestión de inventario de la despensa “**REGALITO DE DIOS MARTINCITO**”, para mejorar las ventas.

Objetivo Específicos

- Identificar los factores problemáticos que influyen en la gestión de inventario, a través de una entrevista dirigida al propietario del comercial.
- Determinar el proceso de abastecimiento, aplicando una encuesta a los colaboradores de la despensa “Regalito de Dios Martincito”
- Implementar herramientas para la mejora de la gestión de inventario del establecimiento.

4 Línea de Investigación

El estudio de caso titulado “Control de inventario en el comercial “Regalito de Dios Martincito” en la ciudad de Babahoyo 2022”, se plantea mediante una investigación realizada en el sistema de control de insumos comestibles y uso personal, puesto que se analizan diversos factores que influyen directamente en el sistema de ventas, la cual se induce a realizar una evaluación del aprovisionamiento de mercaderías, que es parte principal del área de despacho, y es la acción base para el buen trabajo de la empresa, este estudio de caso se relaciona con la línea de investigación: gestión financiera, administrativa, tributaria y control, y se enmarca en la sublínea: empresas e instituciones públicas y privadas, debido a las razones que a continuación se detallan.

Se establece una correlación directa entre las acciones propias del comercial “Regalito de Dios Martincito”. De la ciudad de Babahoyo y la línea de investigación: gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, debido a que la identidad comercial se dedica a la compra y venta de insumos alimenticios y de aseo personal, puesto que el ineficiente manejo el control de mercaderías, se ha presentado por la falta de coordinación administrativa, en la cual se ha vuelto reflejado en el declive de las ventas, puesto que hace hincapié en el área financiera, misma que es la que permite el desempeño de las metas, destinadas a la gestión de inventarios.

Este estudio de caso se enmarca dentro de la sublínea: empresas e instituciones públicas y privadas, debido a que la variable a estudiar es la gestión de inventarios, puesto que la misma que representa un proceso de evaluación de recursos interinstitucional coordinado que, en conjunto, brindará a las empresa coordinación entre operaciones de suministro para lograr los objetivos

propuestos en el control de inventario, sobre las políticas y actividades, para de esta manera solucionar inconvenientes en el ingreso de mercaderías.

5 Marco conceptual

Gestión de inventario

Según Humberto (2018), la gestión de inventario en las empresas comerciales es esencial porque permitir ordenar, distribuir y entregar correctamente los productos, y la mala gestión surgen consecuencia, como algunas empresas han sufrido grandes pérdidas financieras, es decir, por lo tanto, debe haber un control estricto para detectar la pérdida de materias primas o productos que afectan a la actividad económica real (pg. 28).

Con base al concepto del Autor, la idea que se plantea, es un adecuado control de inventarios que permita obtener la cantidad óptima para satisfacer la demanda y brindar asistencia el crecimiento del negocio. Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es analizar importancia de la gestión de inventarios en las empresas comerciales utilizando estudios de casos desarrollo ilustrativo; además el inventario de una empresa comercial es un grupo de bienes en el que destinados a la venta en el marco de su actividad económica, estos productos deben llevarse a cabo metódica y detalladamente, basándose en características similares de otros, permite a las autoridades saber cuánto y dónde se almacena el inventario para satisfacer las necesidades del cliente.

Objetivos de los Inventarios

Los principales objetivos de la gestión de stock (inventario) son:

- Apoyar la rentabilidad de la empresa
- Disminuir las ventas perdidas
- Entregar oportunamente los bienes
- Dar un nivel adecuado de servicio con un costo de stock en equilibrio
- Responder ante imprevistos de la demanda y la oferta

Importancia de los inventarios

La necesidad de tener existencias en almacén nace o tiene su origen en la utilidad que nos reportan estos stocks. Referidos a:

- **Cantidad:** disponer del artículo en la cantidad necesaria.
- **Oportunidad:** tener los productos en el momento o lugar deseado
- **Calidad:** garantizar una calidad conveniente del bien en el momento de ser utilizado
- **Precio:** disfrutar del artículo con los requisitos anteriores y al precio más económico.

(Holguín, 2018).

Tipos de Inventario

Existen distintos tipos de inventarios (stocks), con diferencias notables entre las distintas industrias, y los más comunes son los siguientes:

- **Inventarios de materias primas:** Según Guerra (2019), estas son materias primas o insumos esenciales, que se convierten en productos semiacabados o terminados en el

proceso de fabricación, producción o construcción. Y al menos el control periódico del inventario de materias primas es ideal, ya que el control continuo o en tiempo real suele ser más costoso, aunque todo depende del valor y volumen del inventario de la empresa. Cuanto mayor sea el stock y menor el valor, más costoso será monitorearlo constantemente y viceversa.

- **Inventario de mercaderías:** son bienes que posee una empresa, destinados a generar directamente ingresos habituales, es decir, son adquiridos con la intención de venderlos; además las empresas comerciales, utilizan el sistema de compra-venta de mercaderías.
- **Inventarios de productos en proceso:** están formados por los insumos en proceso de fabricación, es decir, por aquellos artículos que están siendo manipulados durante el proceso de producción. se trata de productos parcialmente terminados.
- **Inventarios de productos terminados:** para Ibarra (2020), Es obvio que, en una empresa, más concretamente en una fábrica, se suele utilizar distintas materias primas para elaborar el producto final; iniciar una línea de producción requiere materias primas que se transforman mecánica o físicamente en un producto final que, una vez terminado, se puede almacenar para su distribución y venta. Cuando el producto está correctamente almacenado y ya no necesita pasar por la línea de producción, se puede vender, podemos decir que es un inventario de productos terminados.

Análisis del método de inventarios ABC

Para Johnson (2020), el análisis ABC es un sistema para diseñar la distribución de inventario en un almacén. El objetivo de este enfoque es optimizar la organización de los productos para que los más atractivos y más demandados por el público puedan llegar a

ellos de forma más directa y rápida. Esto reduce el tiempo de búsqueda y aumenta la eficiencia.

- **Zona A: Lo más importante.** Según Amaya (2019) Existen debido a su alto costo, alta utilización o alto retorno de la inversión, en otras palabras, son bienes de primera calidad. Suele suponer el 15% de todas las unidades, aunque su valor suele oscilar entre el 70% y el 80% del valor total del inventario. Reciben más atención que los inventarios físicos en otras áreas, como negociaciones para mantener un suministro estable, pronósticos de demanda más precisos, revisiones frecuentes, ubicaciones cercanas, mejores condiciones de almacenamiento, etc. (Pg. 32).
- **Zona B: Con importancia secundaria.** Estos son artículos de valor medio. Suelen estar entre el 20% y el 30% y valen entre el 15% y el 25% del valor total. No están en las mismas condiciones que el inventario de la Zona A, pero sus costos de inventario y escasez están bajo control. Serán evaluados para determinar si deben ser promovidos a A o C.
- **Zona C: Poco importantes.** Constituyen la mayor parte del inventario, pero son los artículos de menor valor. Requieren poca supervisión.

Características del control

Un buen control de inventarios debe posibilitar.

- **Reflejar la naturaleza de estructura organizacional.**

Un sistema de control deberá ajustarse a las necesidades de la empresa y tipo de actividad que se desea controlar.

- **Oportunidad**

Un buen control debe manifestar inmediatamente las desviaciones, siendo lo ideal que las descubra antes que se produzcan.

- **Accesibilidad**

Todo control debe establecer medidas sencillas de entender para facilitar su aplicación. Las técnicas muy complicadas en lugares útiles, crean confusiones.

- **Ubicación estratégica**

Resulta imposible e incosteable implantar controles para todas las actividades de la compañía, por lo que es necesario implantarlos en ciertas áreas de valor estratégico, según lo indica Garcia (2020).

- **Control interno**

El autor Robbins (2018) plantea que el control interno se refiere a un conjunto de procedimientos de verificación automática creados por la superposición de datos proporcionados por diferentes departamentos o centros operativos. El renglón de existencias suele ser el más importante de los activos circulantes, no solo en términos de cantidad, sino también porque las utilidades de la empresa provienen de su gestión; por lo que es muy importante implementar un adecuado sistema de control interno para esta línea, el cual tiene las siguientes ventajas:

- Reducir los altos costos financieros asociados con el mantenimiento del inventario
- Reducir el riesgo de fraude, robo o daño físico
- Evita perder artículos que están en oferta
- Evitar o minimizar pérdidas por precios bajos
- Reducir los costos anuales de inventario físico.

Atención al cliente

El servicio de atención al cliente, también conocido como atención al cliente, es una herramienta de marketing responsable de establecer un punto de contacto con los clientes y construir relaciones con ellos a través de varios canales, antes, durante y después de la venta. Sus principales objetivos son: lograr que el producto o servicio llegue a su público objetivo, se utilice correctamente y genere satisfacción en el cliente. Para lograr estos objetivos, es importante brindar apoyo, asesoramiento, orientación, dirección y cualquier cosa que pueda ayudar en el proceso.

Según Brown (2019), busca brindar soporte de productos y/o servicios a los clientes de una empresa (privada o pública) mediante un conjunto de prácticas o procedimientos que cubren necesidades generales (consultas, sugerencias, reclamos y reparaciones técnicas) así como problemas específicos y puntualidad. que requiere una atención especial. Se considera un canal de soporte postventa reactivo, lo que significa que se activa luego de que el cliente reporta un problema específico con la intención de solucionarlo, lo que puede hacerse por correo electrónico, teléfono o personalmente.

Competencia comercial

La competencia comercial deriva del campo de los negocios, también del marketing, la capacidad de desempeñar un papel a través de la experiencia. Nace en el seno de la empresa, en la gestión diaria del mercado primero, en cada proyecto y producto, formando directores y gerentes con la experiencia necesaria para comprender la situación real del mercado. Pero si bien el conocimiento de este competidor funciona, actualmente es débil e impreciso. Sin embargo, se

necesita explicarlo en detalle porque es una importante fuente de experiencia que ayuda a comprenderlo mejor y a su desarrollo.

Para Jimenez (2018), la competencia comercial, parecen ser una importante fuente de conocimiento a partir de experiencias y eventos cotidianos que los mercados globales nos presentan en su microeconomía funcional. Esta información es recolectada y entrenada en las empresas y emprendimientos, y es absorbida diariamente por los gerentes de cada empresa para competir en un mercado cada vez más difícil. De hecho, es su experiencia, tiempo, lo que cuenta como una persona de sustancia y liderazgo cuando se considera contratarlos en el mundo de los negocios, incluso si es solo experiencia y no pleno conocimiento de actuación.

Estrategias de marketing en control de inventario

- **Automatización de sistemas:** Los sistemas manuales de gestión de inventario a menudo conducen a errores humanos, como errores de conteo. Si bien los empleados pueden ayudar a los clientes fuera de la tienda, a menudo también deben realizar un seguimiento del inventario, lo que también puede llevar mucho tiempo y ser ineficiente. Estas ineficiencias pueden resultar en pérdidas de ventas y un impacto negativo en la experiencia del cliente.
- **Evaluar análisis de datos:** Lograr análisis de datos relacionados con el inventario en tiempo real, como pronósticos de ventas, permitirá a los gerentes tomar decisiones de reposición precisas e informadas. Por ejemplo, los informes de datos que brindan información sobre la demanda de los consumidores permiten a los propietarios de negocios

decidir si aumentar o disminuir el inventario. Este tipo de análisis predictivo de datos tiene muchas ventajas.

- **Focus on Demand:** Según Alemán (2018), también conocida como estrategia de extracción, esta forma de gestión de inventario se centra en las tendencias de la demanda de los clientes. Cuando un cliente recoge o compra un artículo de una empresa, el gerente cumple con la solicitud. Este enfoque es adecuado para empresas que desean mantener bajos los costos de inventario. La desventaja de esta estrategia es que puede ser difícil para las empresas ajustar rápidamente el inventario para que coincida con la demanda, ya que las tendencias en la demanda de los consumidores fluctúan rápidamente. Esto puede conducir a gastos excesivos o gastos excesivos, lo que afecta negativamente a los márgenes.
- **Reabastecimiento basado en proyecciones:** Este método implica crear o comprar inventario en función de las necesidades previstas de la empresa. Este enfoque, conocido como estrategia de empuje, mantendrá bajos los costos operativos porque se crea una gran cantidad de productos en un solo pedido. Una posible desventaja de usar esta estrategia es que la demanda real no coincide con las expectativas.

Costo de Inventarios

Para Flamarique (2018), los costos de inventario son los costos asociados con el almacenamiento y mantenimiento del inventario durante un período de tiempo. Los costos de inventario generalmente se expresan como un porcentaje del valor anual del inventario (inventario promedio anual; es decir, para un minorista, el número promedio de artículos comprados a proveedores por año). Estos costos varían según la unidad de negocio, pero

siempre son altos. Generalmente se asume que los costos de almacenamiento por sí solos son el 25% del valor del inventario disponible.

PEPS (Primera entrada Primeras salidas)

Según Pablo (2019) es una estrategia de almacenamiento utilizada principalmente para evitar que los productos se echen a perder debido a factores como la luz, el polvo, la humedad y la temperatura. Sin embargo, también se puede usar para evitar que los artículos se vuelvan obsoletos en los almacenes y que sean extremadamente difíciles de vender.

Flexibilidad

Para Santos (2020) en estos tiempos, la capacidad de reaccionar rápidamente es fundamental y las empresas solo pueden hacerlo a través de cadenas de suministro digitales. Atrás quedaron las hojas de cálculo, los correos electrónicos y los faxes utilizados para actualizar varios estados. La coordinación eficaz del flujo de información entre el abastecimiento, el almacenamiento, la fabricación, la gestión de pedidos y el envío es fundamental para responder a la demanda de los clientes, lo que a su vez reduce los costos de inventario y envío.

6 Marco Metodológico

Tipos de enfoque

El enfoque de la metodología utilizada para llevar a cabo en esta investigación es cuantitativa y cualitativa. En el enfoque cuantitativo, se basa en el empirismo lógico y se enfoca en encontrar las causas, explicando los hechos que conducen a los problemas y como afectan en el desarrollo del comercial. El enfoque cualitativo, se describe en este estudio de caso sobre las deficiencias en el control de inventario interno, se busca un planteamiento correcto, que permita desarrollar ideas de mejora continua, para un mejor desempeño laboral.

Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizado en este estudio de caso es documental y descriptivo. Es documental porque permite la selección y recopilación de información mediante una minuciosa lectura analítica y revisión de material digital, tales como documentos de páginas web, blogs, libros digitales, además de fuentes bibliográficas y bases de datos indexadas para el desarrollo del tema de investigación. Es descriptivo en tanto incluye una descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual del comercial, así como una comprensión del proceso de control interno de inventarios y un análisis de la realidad para el estudio y de esta manera llegar a la interpretación correcta.

Métodos

Los métodos que se utilizaron para realizar este estudio de caso, fue a través del método hipotético – deductivo, puesto que se basó en estudios aplicados, en el control interno del sistema de inventarios en el comercial “Regalito de Dios Martincito”, además indagar hechos y de esta

manera realizar ideas concretas y adecuadas que permita conocer de forma directa la información pertinente y fiable y a su vez desarrollar una resolución acertada sobre el objetivo de la investigación con relación a este método e impulsó observar y obtener información verídica en el área de ingreso y registro de mercaderías existente.

Técnicas

En el desarrollo de la presente investigación, para identificar y analizar el control de inventarios presentado en el comercial se implementó la técnica de la entrevista dirigida a la propietaria de la empresa, la cual permite obtener información más profunda sobre los inconvenientes suscitados en el control de inventarios; además se realizó una encuesta dirigida a los empleados, sobre cómo se realiza el proceso de abastecimiento y de esta manera analizar el trabajo en conjunto que se realiza entre diversas áreas como de bodega, administración, atención al cliente y así generar un resultado deseado.

Instrumentos

Para la elaboración de este estudio de caso, se utilizaron dos instrumentos indispensable para el desarrollo adecuado de la investigación, primero se realizó un cuestionario , compuesto de 10 preguntas directas sobre las incidencias que se han presentado de manera interna en el área de control de mercaderías y un formulario de 8 preguntas objetivas sobre el proceso que se lleva a cabo al momento de recibir la mercadería hasta el percheo, logrando obtener información requerida para el manejo en el control de inventarios.

7 Resultados

Tabla 1: Organización de la mercadería

<i>Orden</i>	<i>Aspecto</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
1	Totalmente de acuerdo	5	50 %
2	De acuerdo	3	30 %
3	Neutral	2	20 %
4	En desacuerdo	0	0 %
5	Totalmente en desacuerdo	0	0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados del Comercial “Regalito de Dios Martincito”

Elaborado por: Diana Isabel Monserrate León

Análisis: Con los resultados obtenidos identificamos que el 50% de los empleados están totalmente de acuerdo en que la mercadería se organizó de manera eficiente mientras que el 20% de los colaboradores manifiestan un resultado neutro sobre dicha estrategia, concluyendo así la aceptación para la organización de las mercaderías en la despensa.

Tabla 2: Productos caducados y en mal estado por el poco control del espacio en bodega

<i>Orden</i>	<i>Aspecto</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
1	Totalmente de acuerdo	6	60 %
2	De acuerdo	4	40 %
3	Neutral	0	0 %
4	En desacuerdo	0	0 %
5	Totalmente en desacuerdo	0	0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados del Comercial “Regalito de Dios Martincito”

Elaborado por: Diana Isabel Monserrate León

Análisis: Segunda pregunta Mediante los datos obtenidos decimos que el 60% de los colaboradores resaltan que están Totalmente de acuerdo en que los productos en mal estado o caducados son debido al poco espacio de bodega así también el 40% de los colaboradores está de acuerdo en las afectaciones que produce la falta de espacio, concluyendo así que las falencias que conducen a los problemas de caducidad y daño en los productos son consecuencias del reducido espacio en bodega.

Tabla 3: Poco manejo de la información detallada de productos ofertados

<i>Orden</i>	<i>Aspecto</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
1	Muy negativo	4	40 %
2	Negativo	4	40 %
3	Neutro	1	10 %
4	Positivo	1	10 %
5	Muy positivo	0	0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados del Comercial “Regalito de Dios Martincito”

Elaborado por: Diana Isabel Monserrate León

Análisis: Con los resultados obtenidos identificamos el 40% de los colaboradores considera negativo que la despensa no maneje una adecuada información de los productos que ofrece Por consiguiente un 10% de los empleadores considera que es positivo que la despensa no tenga dicha información finalizando Así que el mayor porcentaje de encuestados considera la importancia y eficiencia de la información que deberían tener los productos en la despensa.

Tabla 4: Espacio disponible en la empresa

<i>Orden</i>	<i>Aspecto</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
1	Totalmente Satisfecho	0	0 %
2	Muy Satisfecho	2	20 %
3	Neutral	1	10 %
4	Poco Satisfecho	4	40 %
5	Nada Satisfecho	0	0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados del Comercial “Regalito de Dios Martincito”

Elaborado por: Diana Isabel Monserrate León

Análisis: Con los datos obtenidos decimos que el 40% de los trabajadores están poco satisfechos con el espacio de la empresa y un 20% de los colaboradores si está muy satisfecho con dicho espacio, por consiguiente, se determinaron varios factores que se han suscitado y teniendo como porcentaje alto el problema del espacio de la empresa.

Tabla 5: Estrategias de fidelización de clientes

<i>Orden</i>	<i>Aspecto</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
1	Muy de acuerdo	3	30 %
2	Algo de acuerdo	4	40 %
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20 %
4	Algo en desacuerdo	1	10 %
5	Muy en desacuerdo	0	0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados del Comercial “Regalito de Dios Martincito”

Elaborado por: Diana Isabel Monserrate León

Análisis: Dados los resultados de la encuesta identificamos que el 40% de los colaboradores está algo de acuerdo en que se implemente estrategias para fidelizar clientes mientras que un 10% está algo en desacuerdo en que se tomen dichas decisiones, concluyendo así que serían de gran aceptación y decisión implementar las estrategias de fidelización del cliente en la despensa.

Tabla 6: Importancia de la comunicación entre los colaboradores

<i>Orden</i>	<i>Aspecto</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
1	Si	7	70 %
2	No	0	0 %
3	Talvez	1	10 %
4	Posiblemente	2	20 %
5	Otro	0	0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados del Comercial “Regalito de Dios Martincito”

Elaborado por: Diana Isabel Monserrate León

Análisis: Con los resultados obtenidos en la encuesta se identificó que el 70% de los colaboradores resaltan que Sí es de suma importancia la comunicación entre ellos mientras que el 10% nos comenta que talvez sería importante dicho relacionamiento como conclusión la gran parte de los colaboradores está dispuesto a tener más comunicación entre ellos para una mejor eficacia dentro de la despensa.

Tabla 4: Proceso de abastecimiento

Orden	Cuestionario	Aspectos relevantes
1	¿De qué manera se realiza el control de abastecimiento de los productos en la empresa?	Por medio de un colaborador encargado en la recepción de mercaderías, se examina que los productos lleguen completos y en buen estado.
2	¿Como se almacenan las mercaderías que ingresan en la empresa?	Se almacenan en cartones apilados y estanterías de carga manual la cual ocupa el espacio reducido que se tiene en bodega
3	¿Cómo se distribuye la mercadería por el poco espacio que presenta la empresa?	Se distribuye las mercaderías en un lugar donde se tenga espacio puede ser en perchas o cartones tratando que se haga visible la mercadería.
4	¿Cree que los productos en deterioro o caducados se debe a un mal manejo de almacenamiento dentro de bodega?	Intuyo que sí, debido a que no se lleva registro de las mercaderías que ingresan y no se lleva en cuenta los productos ya existentes
5	¿Como controla el problema de los productos caducados que son vendidos erróneamente a los clientes?	Detalle que realiza un cambio con otro producto que no esté caducado y en caso de no tener dicho producto procedemos a la devolución del dinero.
6	¿Cuál es el proceso que realiza para el abastecimiento en el área comercial?	Identificar los productos que más sobresalen para su posterior compra y abastecimiento en perchas.
7	¿Ha considerado usted que la empresa debe mejorar el registro de mercaderías nuevas y existentes?	Es posible que sí, ya que ayudaría a no vender productos en mal estado o caducados y ayudaría a tener registro de las mercaderías que ingresen para que no se echen a perder.

Fuente: Entrevista aplicada al propietario de la empresa “Regalito de Dios Martincito.”

Elaborado por: Diana Isabel Monserrate León

8 Discusión de resultados

Mediante el análisis de los datos obtenidos por medio de la encuesta dirigida a los colaboradores de la despensa “Regalito de Dios Martincito”, manifestaron en su mayoría que están de acuerdo en la implementación de un sistema de organización de mercaderías. En el cual se indica que es indispensable realizar una estrategia de almacenamiento utilizada principalmente para evitar que los productos se echen a perder debido a factores como la luz, el polvo, la humedad y la temperatura. Sin embargo, también se puede usar para evitar que los artículos se vuelvan obsoletos en los almacenes y que sean extremadamente difíciles de vender.

Los colaboradores en un porcentaje mayor al 50%, sobre los productos caducados y en mal estado que se deben al poco espacio que tiene la empresa, están de acuerdo en la implementación de nuevas estrategias y mejorar la distribución de mercaderías. Es necesario buscar soporte de productos y/o servicios a los clientes de una empresa (privada o pública) mediante un conjunto de prácticas o procedimientos que cubren necesidades generales (consultas, sugerencias, reclamos y distribución) así como problemas específicos en el área donde se almacene la mercadería y la puntualidad, que requiere una atención especial.

Las estrategias de fidelización de clientes según los colaboradores en un grado superior al 40%, están de acuerdo con la implementación de estrategias que permitan atraer clientes y abarcar más el mercado copiando o mejorando los métodos de fidelización de las demás casas comerciales. La competencia comercial, parecen ser una importante fuente de conocimiento a partir de experiencias y eventos cotidianos que los mercados globales nos presentan en su microeconomía funcional. Esta información es recolectada y entrenada en las empresas y emprendimientos, y es absorbida diariamente por los gerentes de cada empresa para competir en un mercado difícil.

Por medio de los datos obtenidos de una ficha de entrevista se evidencio que la empresa “Regalito de Dios Martincito” realiza el control de mercaderías asignando a un colaborador encargado en la recepción de mercaderías a proveedores, la cual primero se examina que los productos lleguen completos y en buen estado. La gestión de inventario en las empresas comerciales es esencial, porque permitir ordenar, distribuir y entregar correctamente los productos, y la mala gestión surgen consecuencia, como grandes pérdidas financieras.

En respuesta de la pregunta sobre cómo se almacenan las mercaderías, resalto la gerente que implementa estrategias que se utilizan para ubicar las mercaderías en un lugar donde se tenga espacio, como; pequeñas islas, distribución en perchas o cartones, con la finalidad que se haga visible la mercadería. La estrategia del sistema ABC permite diseñar la distribución de inventario en un almacén, y el objetivo de este enfoque es optimizar la organización de los productos para que los más atractivos y más demandados, y de esta manera llegar al público de forma más directa y rápida.

La realización de un estudio de mercado para determinar la demanda actual sobre la necesidad de los consumidores para el abastecimiento del comercial, indica la gerente que no dispone de las herramientas o el conocimiento para ejecutar dicho estudio, pero es algo que se podría implementar en un futuro. La estrategia de extracción y estudio de mercado sobre la gestión de inventario se centra en las tendencias de la demanda de los clientes, cuando un cliente recoge o compra un artículo de la empresa, el gerente cumple con la solicitud este enfoque es adecuado para empresas que desean mantener bajos los costos de inventario.

9 Conclusiones

En el siguiente caso de estudio se analizó cada uno de las problemáticas que influyen en la gestión de inventarios de la despensa “Regalito de Dios Martincito”, control de mercaderías deficiente, la cual ha afectado en las ventas por distribuir productos que se encuentran caducados; además el espacio para el área de exhibición de productos es muy reducido y no cuentan con la información requerida del detalle de los consumibles, ocasionando que los clientes no puedan localizar la mercadería que necesitan; como también el riesgo del posicionamiento en el mercado sea inestable frente a las demás casas comerciales.

El proceso de abastecimiento implementado en la despensa, inicia por medio de un sistema de pedidos y de las funciones de los colaboradores cuando llega la mercadería, se examina que los productos lleguen completos y en buen estado, para luego almacenarse en cartones colocados verticalmente y en estanterías por cartones de presentación, la cual ocupa el poco espacio disponible que se tiene en bodega; además la organización de los productos en las perchas se realiza por secciones; como insumos del hogar, bazar y variedades y consumibles, pero la distribución varía dependiendo la cantidad de productos que se disponga para la venta.

La gestión de inventarios aspira a mejorar los inconvenientes previamente mencionados tomando en cuenta el análisis y la investigación realizada, puesto que es importante la planeación estratégica y la aplicación de métodos de inventario puesto que se caracterizan por la distribución de probabilidades, de tal manera que la despensa pueda tomar decisiones de manera oportuna, enfrentando el riesgo vinculado a los faltantes de recursos materiales o personales; además de establecer la cantidad correcta a pedir, comprende el sondeo del total de costos mínimos que abarca mantenimiento, configuración y pedidos.

10 Recomendaciones

Implementar estrategias de control en el área de bodega, que permitan reducir el incremento de productos que se encuentren en mal estado y en deterioro, y de esta manera diseñar un sistema de registro periódico; como evaluaciones técnicas del producto y su distribución, para almacenar de forma correcta la mercadería; además de capacitar a los colaboradores, sobre la relación y trabajo en conjunto sobre las áreas de abastecimiento, para una mayor productividad en la despensa, y lograr mejorar la atención al cliente, comercializando productos y servicios de calidad por medio de la gestión de inventario.

Realizar inspecciones semanales en el área de bodega, que ayuden a mejorar el sistema del proceso de abastecimiento, a través de un procedimiento para colocar de forma apropiada los cartones que se encuentran apilados en el local, de manera que se encuentren ordenados por códigos y estanterías adecuadas para el almacenamiento de los productos, evitando niveles altos de stocks, que producen que muchos productos no se vendan, y tiendan a estropearse o pasar el tiempo de vencimiento; además crear zonas específicas para la salida rápida de productos, como pequeñas islas o vitrinas que permita al cliente tener variedad de artículos para su elección.

Aplicar nuevas estrategias de gestión de inventarios, tales como; reducir el tiempo de registro manual, por medio de un proceso sistemático en computadora, y esta manera no se agrupen los productos de forma inadecuada. Implementar métodos de distribución de productos, como el método A, B, C, puesto que se basa para identificar el 20% de los productos que genera aproximadamente el 80% de los resultados monetarios y los categoriza como productos clase A, al siguiente 30% de productos los clasifica como productos clase B y al 50% restante como productos clase C, mejorando la rentabilidad económica de la despensa.

11 Referencias

- Alemán, J. L. (2018). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC Editorial.
- Amaya, J. (2018). *Toma de decisiones gerenciales: Métodos cuantitativos para la administración*. Barcelona: ECOE EDICIONES.
- Amaya, J. A. (2019). *Toma de decisiones gerenciales: Métodos cuantitativos para la administración*. Barcelona: ECOE EDICIONES.
- Brenes, P. (2021). *Técnicas de almacén*. Madrid: Editex.
- Brown, A. (2020). *Gestión de la atención al cliente*. Barcelona: Ediciones Díaz de Santos.
- Flamarique, S. (2018). *Gestión de existencias en el almacén*. Barcelona : Marge books.
- García, L. A. (2020). *Control de inventario*. bogota: Ecoe Ediciones.
- Guerra, V. (2019). *Modelos y sistemas de inventarios*. Madrid: Ediciones Akal.
- Holguín, V. (2018). *Fundamentos de control y gestión de inventarios*. Cali : Programa Editorial UNIVALLE.
- Humberto, G. S. (2018). *Inventarios manejo y control*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Ibarra, A. U. (12 de 09 de 2019). *Unab Universidad Andres Bello*. Obtenido de Sistema de abastecimiento para la empresa Movitec S.A.: <http://repositorio.unab.cl/xmlui/handle/ria/6916>
- Jimenez, C. (2018). *Análisis de la Competencia: Manual para competir con éxito en los mercados*. Cali: Iesa, C.A., Ediciones.
- Johnson, F. (02 de 06 de 2020). *Repositorio Dspace*. Obtenido de Administracion de compras y abastecimiento: <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/2062>
- Mora, L. A. (2019). *Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes - 1ra Edición*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Pablo, P. (2019). *Gestión de inventarios*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Robbins, S. P. (2018). *Administracion* . Madrid: Pearson Educación.
- Santos, E. (2020). *Compras e inventarios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

12 Anexos

Anexo 1

CERTIFICADO RUC

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES		SRI ...le hace bien el país!	
NUMERO RUC:	1250757257001		
APELLIDOS Y NOMBRES:	TAPIA PRIETO JELIVER GABRIELA		
NOMBRE COMERCIAL:			
CLASE CONTRIBUYENTE:	RISE	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:	NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL:		NUMERO:	
CONTRIBUYENTE EN SUSPENSIÓN TEMPORAL: No			
FEC. NACIMIENTO:	09/03/1997	FEC. ACTUALIZACIÓN:	
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	30/03/2016	FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:	
FEC. INSCRIPCIÓN:	30/03/2016	FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:			
VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS EN TIENDA			
DOMICILIO TRIBUTARIO:			
Provincia: LOS RIOS Cantón: BABAHOYO Parroquia: CLEMENTE BAQUERIZO Calle: T Número: S/N Intersección: CALLE B Referencia: A DOS CUADRA DEL COLEGIO EUGENIO ESPEJO Email: gabita_prieto@hotmail.com Celular: 0991708738			
DOMICILIO ESPECIAL:			
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:			
* REGIMEN SIMPLIFICADO			
GRUPO	CATEGORIA	RANGO	CUOTA MENSUAL
ACTIVIDADES DE COMERCIO	1	0-5000	1.32
			TOTAL A PAGAR: 1.32
El valor de su cuota final será la sumatoria de todos los grupos de actividades que constan en esta sección. El valor final a pagar podrá ser superior si existe retraso en el pago de sus cuotas, de acuerdo al vencimiento establecido según su noveno dígito del RUC.			
Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)			
Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
JURISDICCION:	ZONA 5 LOS RIOS	CERRADOS:	0
 FIRMA DEL CONTRIBUYENTE		 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	
Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verídicos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se derivan (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).			
Usuario:	CVBANO	Lugar de emisión:	BABAHOYO/AV. ENRIQUE
		Fecha y hora:	30/03/2016 11:36:07
Página 1 de 2			

Anexo 2**CARTA DE AUTORIZACIÓN**

DESPENSA "REGALITO DE DIOS MARTINCITO"
RUC: 125075725001
CDLA. EUGENIO ESDPEJO CALLE B
LOS RIOS - BABAHOYO

Babahoyo, 09 de Enero del 2023

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos la despensa "REGALITO DE DIOS MARTINCITO" de la provincia de LOS RIOS del cantón BABAHOYO.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante **MONSERRATE LEÓN DIANA ISABEL** de la carrera de comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: **GESTIÓN DE INVENTARIO DE LA DESPENSA "REGALITO DE DIOS MARTINCITO" DE LA CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2022** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente

*Tienda
"Regalito de Dios
Martincito"*
Gabriela Tapia P.

TAPIA PRIETO JELIVER GABRIELA
GERENTE PROPIETARIA
125075725001
tapiavandry@gmail.com

Anexo 4



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

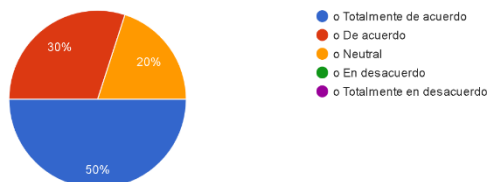


Encuesta

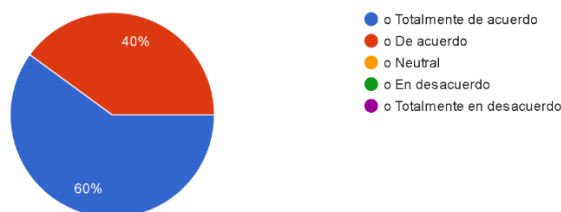
Objetivo: obtener el criterio de los colaboradores a través de esta encuesta en la que se recolectara dicha información

Encuestados: Colaboradores de la empresa “Regalito de Dios Martincito”

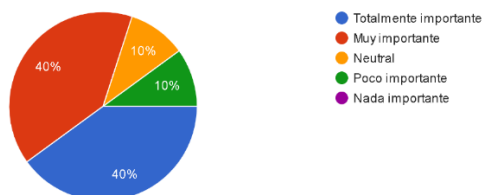
1. ¿Está usted de acuerdo organizar la mercadería en la despensa regalito de Dios Martincito?



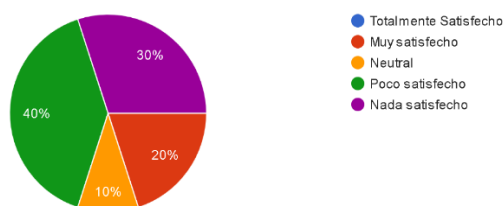
2. ¿Considera que los productos caducados y en mal estado se deben al poco espacio en bodega que tiene la despensa?



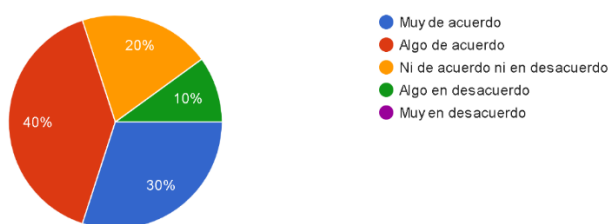
3. ¿Como considera usted que la empresa regalito de Dios Martincito no maneja información adecuada de los productos que ofrece?



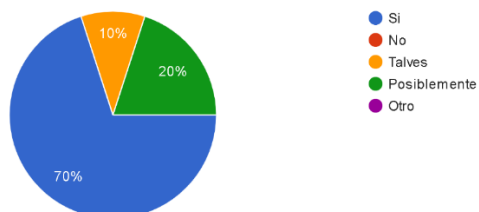
4. ¿Está satisfecho con el espacio que tiene la empresa “Regalito de Dios Martincito”?



5. **¿Usted está de acuerdo que es necesario implementar estrategias de fidelización de clientes en la empresa Regalito de Dios Martincito?**



6. **¿Es necesario para usted la comunicación entre colaboradores para una mejor atención de calidad?**





Anexo 5

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

Entrevista aplicada al gerente propietario de la empresa “Regalito de Dios Martincito” en la ciudad de Babahoyo



Nombre del entrevistado: Sra. Tapia Prieto Jeliver Gabriela

Cargo del entrevistado: Gerente –Propietario

1. ¿De qué manera se realiza el control de abastecimiento de los productos en la empresa?

2. ¿Como se almacenan las mercaderías que ingresan en la empresa?

3. ¿Cómo se distribuye la mercadería por el poco espacio que presenta la empresa?

4. ¿Cree que los productos en deterioro o caducados se debe a un mal manejo de almacenamiento dentro de bodega?

5. ¿Como controla el problema de los productos caducados que son vendidos erróneamente a los clientes?

6. ¿Cuál es el proceso que realiza para el abastecimiento en el área comercial?

7. ¿Ha considerado usted que la empresa lleve un registro de mercaderías nuevas y existentes?
