Polo del Conocimiento

Pol. Con. (Edición núm. 63) Vol. 6, No 11
Noviembre 2021, pp. 718-741
ISSN: 2550 - 682X
DOI: 10.23857/pc.v6i11.3295

Eficiencia de Inventario en Empresas de Consumo Masivo

Inventory efficiency in mass consumption companies

Eficiência de inventário em empresas de consumo em massa

Cinthia Katherine Sánchez-Sánchez [I]
csanchezsan@ulvr.edu.ec
https://orcid.org/0000-0002-9953-2992

Verónica Violeta Rodríguez-Basantes [II]
vrodriguezb@ulvr.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-0834-0969

Correspondencia: csanchezsan@ulvr.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

***Recibido:** 20 de Octubre de 2021 ***Aceptado:** 31 de Octubre de 2021 *** Publicado:** 15 de Noviembre de 2021

I. Ingeniera en Marketing, Estudiante de la Facultad de Administración, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador

II. Magister en Administración de Empresas Mención en Negocios Internacionales, Contadora Publica Autorizada, Docente de la Facultad de Posgrado-Administración, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Resumen

El tema referente a la gestión de inventario y eficiencia de ventas en empresas productoras de consumo masivo, se lo realiza debido a los inconvenientes existentes en el manejo de inventario distribuido en las tiendas, autoservicios y supermercados, además el problema radica de que no existe un modelo para fijar la entrada y salida de la diferentes marcas y tipos de bebidas. El objetivo es analizar un modelo de gestión inventario que permita el adecuado almacenamiento, abastecimiento y mantenimiento en las bodegas, distribución y entrega con el fin de alcanzar la satisfacción para con los distribuidores, clientes interno y externo a través de un método justo a tiempo en el ahorro los recursos. La metodología aplicada tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, donde el estudio es de carácter exploratorio, no experimental, analítico o y descriptivo, los instrumentos utilizados para recopilar la información es la entrevista a los ejecutivos, y la encuesta dirigida a todos los microempresarios, tienda del sector y autoservicio en el sector norte de la ciudad Guayaquil. Los resultados señalan la necesidad de incorporar un método que permita manejar con antelación y logística de las diferentes marcas y tipos de bebidas que con un servicio de calidad se logra acaparar la atención del mercado y una mayor rentabilidad. En conclusión, el método justo a tiempo, en una herramienta que permite mejorar el manejo de las bebidas de consumo masivo para qué exista el equilibrio entre los proveedores y clientes.

Palabras claves: Eficiencia, Abastecimiento; Justo a tiempo; Inventario; Logística

Abstract

The issue regarding inventory management and sales efficiency in mass consumption production companies is carried out due to the existing inconveniences in the management of inventory distributed in stores, supermarkets and supermarkets, in addition, the problem is that there is no model to set the entry and exit of different brands and types of beverages. The objective is to analyze an inventory management model that allows adequate storage, supply and maintenance in warehouses, distribution and delivery in order to achieve satisfaction with distributors, internal and external customers through a just-in-time method in saving resources. The applied methodology has a qualitative and quantitative approach, where the study is of an exploratory, non-experimental, analytical or descriptive nature, the instrument used to collect

the information is the interview with the executives, and the survey directed to all the microentrepreneurs, store of the sector and self-service in the Sauces sector to the north of the city of Guayaquil. The results indicate the need to incorporate a method that allows the logistics and advance handling of the different brands and types of beverages, which with a quality service are able to capture the attention of the market and a greater profitability. In conclusion, the just-in-time method is a tool that improves the management of mass consumption beverages so that there is a balance between suppliers and customers.

Keywords: Efficiency; Procurement, Just-in-time; Inventory; Logistics

Resumo

A questão da gestão de estoques e eficiência de vendas em empresas produtoras de consumo massivo é realizada pelos inconvenientes existentes na gestão de estoques distribuídos em lojas, supermercados e supermercados, além disso, o problema é que não existe um modelo para definir a entrada e saída de diferentes marcas e tipos de bebidas. O objetivo é analisar um modelo de gestão de estoque que permita adequada armazenagem, abastecimento e manutenção em almoxarifados, distribuição e entrega de forma a atingir a satisfação dos distribuidores, clientes internos y externos por meio de um método just-in-time de economia de recursos. A metodologia aplicada tem abordagem qualitativa e quantitativa, onde o estudo é de natureza exploratória, não experimental, analítica ou descritiva, os instrumentos utilizados para coletar as informações são a entrevista com os executivos, e a pesquisa dirigida a todos os microempresários, loja do setor e self-service no setor norte da cidade de Guayaquil. Os resultados indicam a necessidade de incorporar um método que permita a logística e o manuseio antecipado das diferentes marcas e tipos de bebidas que, com um serviço de qualidade, possam captar a atenção do mercado e aumentar a lucratividade. Concluindo, o método just-in-time é uma ferramenta que aprimora a gestão de bebidas de consumo massivo para que haja um equilíbrio entre fornecedores e clientes.

Palavras-chave: Eficiência; Fornecimento; Just in time; Estoque; Logística

Introducción

En el mundo las empresas e industrias trabajan con base a órdenes de pedidos a través de una llamada telefónica, correo electrónico o mensajes, donde se determina el stock de productos en la resección, los procesos de alistamiento y las estrategias o métodos utilizables para evitar el costo de mantenimiento, las averías, costo de traslado, y costos de obsolescencia que influyen en los costos fijos y variables y que determinan el adecuado abastecimiento, procesamiento y comercialización. El manejo estratégico de los productos almacenados en la bodega de una organización, debe de garantizar el adecuado método de registro y su rotación. El objetivo indiscutible de la gestión inventario es el reducir los niveles de existencia y a la vez asegurar el adecuado abastecimiento de materia prima, insumos, productos en proceso, producto terminado, entre otros en el tiempo justo.

Los inconvenientes existentes por la falta de control y manejo del inventario, donde suele existir la partida doble en el costo operativo del inventario, que refleja la pérdida de la venta o el incumplimiento de un contrato. El interés de una empresa de consumo masivo es mantener los inventarios como un mal necesario, debido a que su trabajo consiste en la mitigación de la demanda en el mercado, cumplir con la oferta y la demanda, y mantener flujo continuo tanto de elaboración de producto y su distribución de manera programada.

Señala Tamayo (2016) que se requiere de modelos de manejo de inventarios preestablecidos, donde se vislumbre un adecuado almacenamiento, mantenimiento y actualización, además se vierta en una estructura de procesos acorde a los requerimientos de quienes manejan la entrada y salida de los productos de consumo masivo. Para Veloza (2016) el inventario es un conjunto de bienes que se encuentran de manera física almacenados en las bodegas, y que su comercialización y demanda permite obtener un valor económico que generará ganancias y a la vez justificar el trabajo de varios colaboradores inmerso dentro de la organización.

La falta de abastecimiento es uno de los principales inconvenientes que existe en los productos de consumo masivo, donde se requiere un sistema que disminuya los costos de compra a proveedores con base a la demanda existente y las cantidades requeridas. Tomando en consideración las diferentes acciones conflictivas se considera la siguiente promulgación del Problema: ¿Cómo una buena gestión de inventarios incide en la eficiencia de las ventas en las empresas productoras de consumo masivo de la zona norte de la ciudad Guayaquil?

Además de conocer la repuesta a las siguientes interrogantes dentro de la sistematización como ¿Cuáles son los impactos relevantes que generan una mala planificación en los inventarios?, además de ¿Cómo debe estar diseñado un sistema en el método más eficiente que se pueda aplicar para la entrada y salida de los productos de consumo masivos?, y por ultimo ¿Porque es necesario el manejo de un nuevo método de inventario que permita disminuir los costos y gastos en la entrada y salida de los productos de consumo masivo?.

Dentro de los antecedentes de la presente investigación se detalla lo señalado por Jibaja (2017) que la gestión de inventario es un conjunto de actividades que involucra el mantenimiento y la salvaguarda de todos los productos almacenados, por lo tanto, son todas aquellas estrategias que involucra un adecuado manejo y sustento del inventario. González (2017) en su tema gestión inventario y control interno plantea el interés por captar clientes para poder conseguir el incremento de las ventas, el objetivo es manejar el nivel de producción para poder acaparar toda la distribución exigida por la demanda. Señala Vilela (2017) en su tema gestión inventario en una empresa de artículos eléctricos, que el problema está en la previsión y tiempo de reposición del insumo y la mercadería, no se lleve un control adecuado del stock y muchas veces no se respeta las políticas y lineamientos en el manejo de la mercadería. El objetivo abarca valorizar todas las operaciones realizadas y administrar adecuadamente la existencia con el fin de que se almacene la cantidad de artículos requerido para la comercialización

Para Coba (2017) en el tema gestión inventario y su relación eficiente con la gestión de compra, manifiesta que entre sus principales inconvenientes está la atención a gran cantidad de comerciantes que se acercan a la organización de manera intempestiva, por lo que se requiere el abastecimiento de inventario de manera continua, y no existe un manejo adecuado de la rotación. El objetivo es determinar los pasos o lineamientos necesarios en la gestión de inventario para evitar la pérdida y deterioro de la mercadería y mejorar la atención y asistencia a los clientes. Rojas (2018) en el título de gestión inventario de rentabilidad en el área de logística de una empresa de salud donde existe complicación en el manejo de los procesos de abastecimiento del stock para que éste sea óptimo y esté disponible con base a las necesidades del cliente. El objetivo es determinar un modelo adecuado de gestión inventario que permita el equilibrio entre los pedidos de proveedores y de los clientes.

Manejo de los inventarios

El manejo del inventario es una misión que permite el control de todos los bienes almacenados, donde se encuentran inmerso en un proceso de adaptación ante las maquinarias, materiales, moldes, envase, materia prima, entre otros. La misión implica la estabilización entre todo lo que conforma la capacidad instalada y la utilizada, donde la producción y los requerimientos del mercado en un factor estratégico para el buen manejo de las bodegas dentro de la organización. Dentro de la misión que se establezca políticas y lineamientos que permitan la inducción al todo el personal inmerso en las bodegas, con el fin de controlar tanto el abastecimiento, el ingreso de la materia prima y las ventas (Díaz, 2016, p. 42).

Señala Cabrera (2019) que la misión del inventario tiene que ver directamente con la acumulación de la materia prima y las provisiones para poder procesar el producto final, esto consiste en un trabajo donde se determina cada uno de los procesos para alcanzar el manejo adecuado de la logística de producción, distribución y ventas. En conclusión, los inventarios en un recurso importante y estratégico dentro de la organización que permite mantener la existencia de bienes para abastecer al mercado de productos de consumo masivo. En las Funciones de los inventarios señala Espinoza (2018) que el manejo del inventario, es el resultado de lineamientos y políticas claras dentro de la organización, cada uno cumple una función determinante en el abastecimiento, almacenamiento y mantenimiento, siendo el talento humano el principal eje de gestión operativa, para el buen cumplimiento de las funciones de las bodegas.

Los métodos de manejo de inventario se realiza un pronóstico en la distribución o venta, elaborando un presupuesto que permita definir el costo del inventario, su adecuación y transportación, compra u obtención de insumos relacionados, también incluye la logística de almacenaje, embarque y registros contables. Entre los principales métodos más utilizado en la administración y control del inventario se encuentra el modelo ABC, cantidad económico de pedido (CEP), el punto de orden y reorden, existencia de reserva, y las razones financieras de control y manejo del inventario (Velázquez, Pereda, & Serranom, 2018, p. 28).

En la Gestión de inventarios describe López (2018) que es una estrategia que se mantiene el entorno empresarial para controlar adecuadamente el inventario de una organización, el papel que juega el inventario es de interés para las actividades logísticas que permiten reducir los costos y a la vez mejorar el control de las múltiples unidades almacenadas, una adecuada

gestión permite disminuir los costos de inventario, dentro de la gestión también se regula las existencias con que se cuentan en materia prima, insumos, componentes, provisiones, procesamiento y productos terminados para abastecer la demanda. González (2020) indica que la gestión de inventarios es una acción interrelacionada con la cadena de valor y con estrategias que tiene el propósito de satisfacer al cliente, es la necesidad de crecimiento en ambientes competitivos, bajo estrategias de diferenciación en el manejo del nivel de servicio a las necesidades del negocio.

La legislación del Ecuador (2008), en su artículo 304 trata del desarrollo, y dinamismo de los mercados dentro del Plan Nacional de Desarrollo. La LORTI (2015) hace énfasis en llevar contabilidad en la gestión empresarial que ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios. Un sistema de inventario es un conjunto de procedimientos aplicados para el control de los materiales y productos con sistemas de gestión de inventarios a Pymes (Mayorga, Moreno, Arellano, & Pazmiño, 2020, p. 70).

Para Reyes (2019) la Gestión es una combinación de toma de decisiones que responde a varias interrogantes desde la gerencia, la administración de inventario es el manejo de la cantidad de inventario a organizar. La Gestión de Inventarios la forman tres actividades que son las existencias, la toma física y la evaluación a los procedimientos.

Consumo masivo

Determina Cabezas (2018) que el consumo masivo, representa la cantidad de cliente que tiene la marca de un producto o servicio para ser demandado de manera continua y que refleja la necesidad de cobertura en un determinado sector. Señala Rodriguez (2019) que el consumo masivo representa los objetivos estratégicos de la organización para ubicar un producto o servicio dentro del mercado, siendo competitivo y eficiente para que las preferencias sean relativas al trabajo estratégico realizado por el área de comercialización de la empresa.

En lo que a la Gestión de inventario de consumo masivo se refiere el autor Cruz (2017) indica que consiste en realizar una lista ordenada y valorada de todos los bienes o productos con que cuenta una organización. De igual forma Laveriano (2016) señala que es una logística de aprovisionamiento, pedidos y distribución del inventario, donde las obligaciones a proveedores son parte del análisis y estudio realizado.

La Administración de las ventas

Una compañía puede gastar mucho dinero en publicidad, pero si no cuenta con un grupo de vendedores que siga el esfuerzo y cierre la venta, no se lograrán los objetivos de la organización. Las funciones del administrador de ventas varían considerablemente, dependiendo de la magnitud de la empresa en que trabaja, el número de los agentes de ventas, la cantidad y calidad de los productos que vende y métodos de distribución (Rodríguez, 2019).

Rodríguez, también es enfático en señalar que todo vendedor debe tener relaciones constantes y continuas con el cliente, porque debe existir un beneficio de ganar la confianza y efectividad en la negociación a través de un proceso interactivo donde se busca satisfacer las necesidades y requerimientos de cada uno de los distribuidores reflejados en la calidad en el producto.

Las ventas para Quitio (2018) la empresa de consumo masivo cuenta con posicionamiento en el mercado en niveles aceptables al momento de que las ventas están en continuo crecimiento debido a las líneas que es de interés de los clientes en el consumo que mueve la economía. Las organizaciones según Barbery & Jurado (2019) se realiza una fuerte inversión en las empresas de consumo masivo para promocionar y causar un impacto inmediato en la distribución y la combinación sinérgica de promociones para el consumidor final. Cabezas (2018) manifiesta que en la actualidad las ventas de productos de consumo masivo a nivel local, nacional e internacional siempre tiene una producción de mayor cuantía, en la comercialización buscando elevar el rendimiento al por mayor y menor. Los consumidores son las personas que realizan el pedido, para ser entregados en el lugar de venta al consumidor.

El método justo a tiempo

Para Salazar (2018) el método justo a tiempo consiste en eliminar todos aquellos desperdicios que existe tanto en el abastecimiento como en el mantenimiento del inventario dentro del área de bodega, donde se considera el ahorro en los suministros e insumo dentro de la logística de control.

Señala Alvarado (2020) que la valoración del inventario se la realiza utilizando dos métodos conocidos en el mercado de gestión, se utiliza el método primero lo que se solicita para la venta sea lo primero que se quiere, y el método de promedio ponderado considera la variante de que es primero lo que se ingresa debe de salir para la venta, donde el precio era gustado acorde a la entrada del inventario. Normalmente ambos métodos son utilizados para evaluar la cantidad y el

precio que posee el inventario, es decir, se establece un control donde se valida la existencia del inventario inicial y la compra de insumos realizadas.

Describe Zúñiga (2017) que el control del inventario viene desde la antigüedad, donde el ser humano siente la necesidad de almacenar sus alimentos, para que estos sean consumidos al momento que se vive una guerra o crisis económica, para así poder enfrentar la escasez existente. De igual manera se procedía a establecer un control de cada alimento para abastecer a cada familia en las actividades cotidianas. El término de cero inventarios aparece al momento de que la bodega no hay la existencia necesaria requerida por los clientes, donde existía el agotamiento frecuente. Normalmente este proceso se da cuando el producto no tiene una mayor oferta, pero si existe una amplia demanda.

Chávez (2019), señala que el manejo del inventario son procesos técnicos dentro de la administración y las finanzas, donde se registran los insumos y mercadería existente para ser vendidos, donde se registra el precio de la adquisición y el precio de venta. El método justo a tiempo en una herramienta efectiva y clave para utilizar los productos e insumos almacenados. Es importante el registro del abastecimiento y almacenamiento y ventas del inventario para adecuar un desempeño adecuado y el correcto funcionamiento de la logística de ahorro de desperdicios. Normalmente una organización tiene retrasos en la entrega de un producto, esto ocasiona costos, por lo tanto, la calidad refleja una estrategia de interés para los clientes.

Para Badillo & Karen (2018) la metodología Justo a Tiempo es fabricar los productos con lo estrictamente necesario, en un tiempo preciso, solo lo que se necesita y cuando se necesita. Es un sistema de adaptación que permite la diversidad de los productos, modelos y unidades, donde el objetivo es disminuir stocks, buscando ventajas sinérgicas. El sistema JIT permite alcanzar la competitividad y reducir costos al quitar los desperdicios de materiales, y mano de obra a corto y largo plazo siendo de interés el Identificar las necesidades de los consumidores, medir la relación costo y calidad óptima, reducir basuras no deseadas, desarrollo de una relación fiable con los proveedores y un plan de aumento de la eficacia

Para Álvarez (2018) el método JIT se centra en eliminar el despilfarro de las actividades y procesos para alcanzar una mayor productividad, generando cambios totales en la línea operativa en las tomas de decisiones al maximizar la productividad. Para Alzamora (2020) El sistema Justo a tiempo es un tema de producción continua, donde se aprovecha todos los

elementos de las bodegas, para el montaje exacto y la cantidad necesaria para llevar la industria al máximo nivel, es el mantener el inventario cero, eliminación de los desperdicios y mayor rentabilidad.

En el marco Legal el manejo del inventario abarca el uso de las normas internacionales de información financiera para todas aquellas organizaciones que tienen una logística de entrada y salida de mercadería. El inventario representa uno los principales activos que tiene una entidad empresarial, donde se utilizan diversos tipos de procesos para garantizar el abastecimiento de materia prima, producto de transformación, y productos terminados. También el aspecto legal señala la aplicación de una contabilidad eficiente que utiliza instrumento financiero que permita la amortización del coste, planifique el activo financiero y a la vez pueda cubrir el pasivo. Se detalla claramente la veracidad de la cuenta de pérdidas y ganancias mediante el uso de métodos como el promedio, LIFO o FIFO. (Agudelo & López, 2018).

Objetivos de la investigación

El objetivo general es el analizar el modelo gestión de inventario, que permita mejoras en el almacenamiento, abastecimiento, y mantenimiento de los productos de bebidas de consumo masivo. Se plantea objetivos específicos relacionados con medir los procesos actuales en el manejo del inventario para con los distribuidores, clientes internos y externos en el consumo masivo de bebidas a través de la observación, entrevistas y encuestas a expertos e involucrados y por último se procede a diseñar un proceso mediante el método ¨Justo a tiempo¨ para el ahorro de recursos en el almacenamiento, abastecimiento y mantenimiento del inventario de los productos de consumo masivo.

Metodología

Diseño de la investigación

Para Hernández (2015) enfatiza que en una investigación cuantitativa, se aplica al momento de cuantificar los cálculos de la distribución de producto y en la parte de control con estadístico, la finalidad es determinar el pronóstico del comportamiento y la probabilidad de manejar adecuadamente el abastecimiento de productos de consumo masivo. El enfoque cualitativo está dentro de la esfera inductiva, donde la recolección de datos es con base a la medición social y la evaluación de las variables intervinientes, que conllevan a la solución del problema en el campo

científico. El tipo de investigación sobre las actividades realizadas por las organizaciones en la distribución y comercialización de Producto de consumo masivo, para lo cual se establece el uso de método inductivo, exploratorio, no experimental y descriptivo.

El universo es la población de consumidores de consumo masivo, del cantón Guayaquil, en distintos sectores a quienes se les aplica una encuesta referente al consumo de Producto en los centros de abastos y autoservicios. Para el cálculo de la muestra el universo es la cantidad de ciudadanos que compran productos de consumo para su expansión y comercialización, que, según el INEC, existe un total de 13332 microempresas, autoservicios, tiendas y lugares de abastos de productos de consumo masivo (INEC, 2010)

Muestra

Encuesta dirigida a microempresas, autoservicios y tiendas del sector de Sauces al norte de Guayaquil. Se aplica una muestra al extraer de la población una probabilidad seleccionada, con un grado de error del 5% que permitirá determinar el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z^2\,(P * Q)\,(N)}{(e^2)(N) + (Z^2)(P * Q)}$$

n = tamaño de la muestra

n = Tamaño de la muestra

P*Q = 0,25

Z2 = Margen de confiabilidad. (1,96)

e = Error admisible (0,05)

N = Tamaño de la población (13332)

$$n = \frac{(1{,}96)^2\,(0{,}25)\,(13332)}{(0{,}05^2)(13332) + (1{,}92^2)(0{,}25)} = \frac{(3{,}84)(0{,}25)\,(13332)}{(0{,}0025)(13332) + (3{,}84)(0{,}25)}$$

$$n = \frac{12798}{33.33 + 0{,}96} = \frac{12798}{34.29} = 370$$

En la recolección de información, se aplica la observación directa al abastecimiento en los centros de distribución de productos de consumo masivo, la encuesta a los dueños y administradores, la entrevista a ejecutivos de la organización, El estudio señala que la encuesta se la realiza a los habitantes dueños de tiendas o comercios que distribuyen productos de consumo masivo en Guayaquil. El objetivo de la entrevista es el Conocer el interés de los ejecutivos de las empresas de producto en aplicar el método Justo a tiempo, y de la encuesta es el describir la viabilidad en la aplicación del método justo a tiempo en las empresas comercializadora de consumo masivo.

1. **¿Existe puntualidad en las entregas de los pedidos de los diferentes productos por parte de la empresa comercializadora de consumo masivos?**

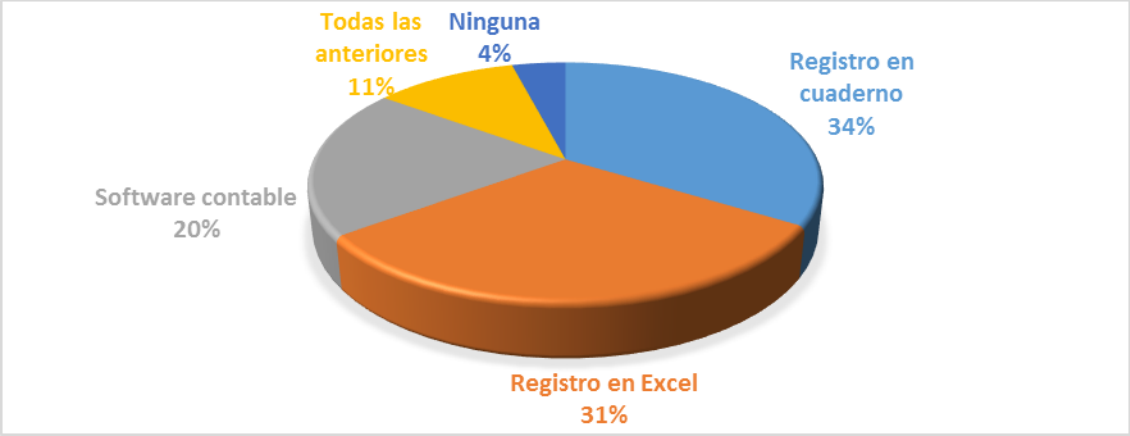
Figura 1 Puntualidad en las entregas de los diferentes pedidos

Nota. Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Según los resultados obtenidos con un 30% están algo en desacuerdo en que existe punt5uaklidad en las entregas de los pedidos de diferentes productos, seguido de un 8% está algo de acuerdo en que existe puntualidad en las entregas de los pedidos por parte de la empresa comercializadora.

1. **¿Cómo registra el ingreso de las bebidas variadas al momento de recibir la entrega por parte de la empresa comercializadora de productos masivos?**

Figura 2 Registro de ingreso de bebidas

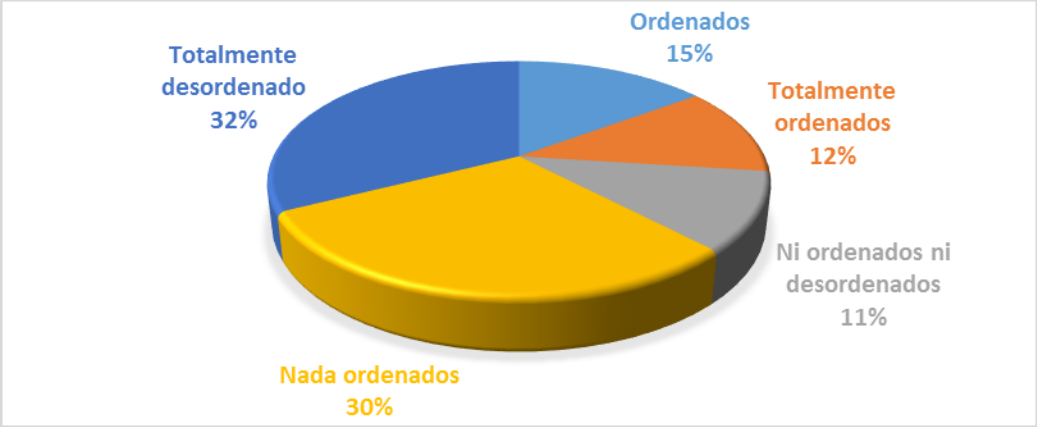


Nota. Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Los encuestados con un 34% registran en cuaderno el ingreso de las bebidas al momento de recibir la entrega, seguido de un 31% registran en Excel el ingreso y con un 20% lo realizan por medio de un software contable.

2. **¿Cómo percibe usted la entrega de producto dentro del centro de acopio, tienda o autoservicio?**

Figura 3 Como percibe la entrega del producto por parte del centro de acopio

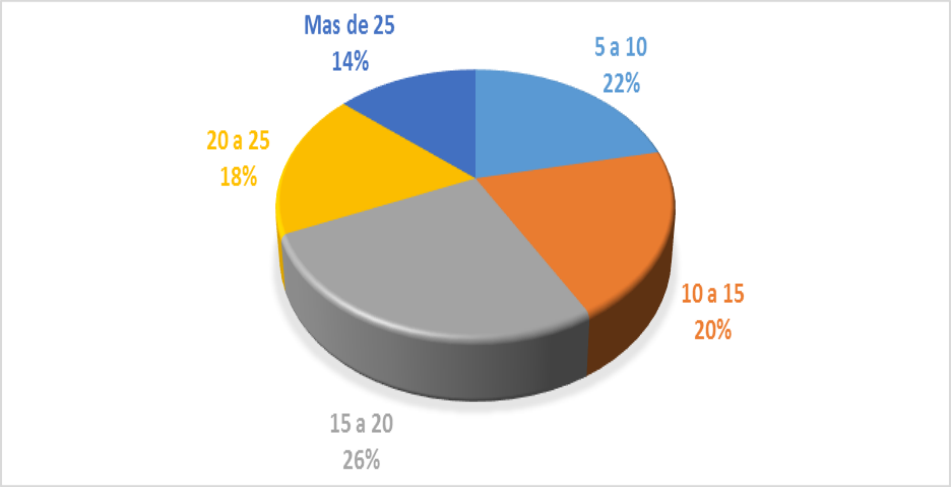


Nota. Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Los resultados obtenidos con un 32% los encuestados perciben las entregas de los productos dentro del centro de acopio totalmente desordenado seguido de un 30% nada ordenada y con un 15% perciben la entrega de los productos ordenadas por parte del centro de acopio.

3. ¿Con cuántos días de antelación se entregan lo productos antes de su vencimiento?

Figura 4 Días de antelación al entregar el producto

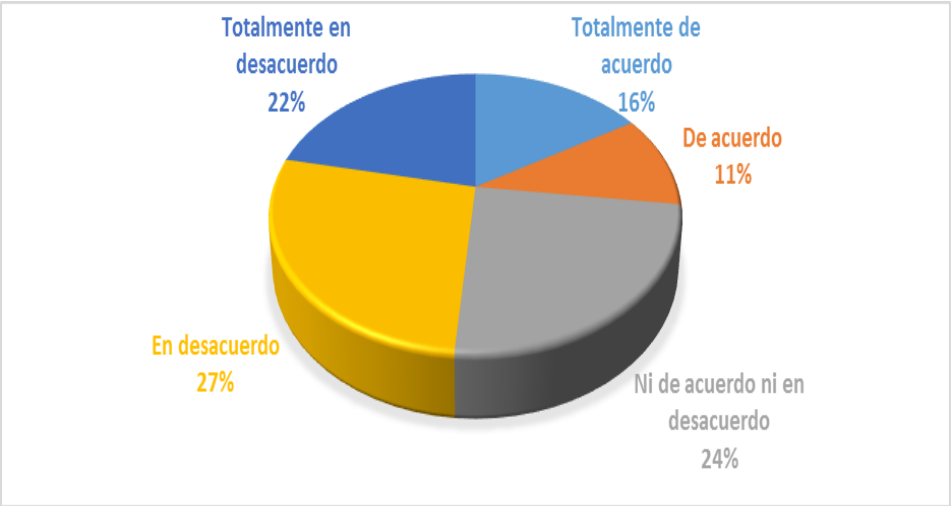


Nota. Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Según los encuestados con un 27% se entregan los productos de15 a 20 días antes de su vencimiento, seguido de un 22% de 5 a 10 días y con menor frecuencia con un 14% con más de 25 días antes de su vencimiento.

4. **¿La empresa comercializadora presenta las medidas de bioseguridad al momento de la entrega de los productos?**

Figura 5 La empresa comercializadora presenta medidas de bioseguridad



Nota. Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Según los datos obtenidos con un 27% los encuestados está en desacuerdo que la empresa presenta medidas de bioseguridad al momento de entrega los productos seguido de un 22% que está totalmente en desacuerdo y con menor frecuencia está de acuerdo con un 11% en que si presentan medidas de bioseguridad.

Interpretación de los resultados

En el análisis de los resultados con un 54% de los encuestados eran mujeres de 18 a 30 años dueñas de las microempresas, autoservicios y tiendas de dicho sector, están en desacuerdo en que no hay puntualidad en las entregas de los pedidos de los productos por parte de la empresa comercializadora de consumo masivos con un 27%, también se observa que la entrega del producto dentro del centro de acopio, tienda o autoservicio es de manera totalmente desordenada e incluso los días que se entregan los productos antes de su vencimiento son de 15 a 20 días lo cual no les favorece porque muchas veces el producto no se vende muy rápido lo cual hace que se pierda la mercadería.

La empresa comercializadora no presenta medidas de bioseguridad al momento de la entrega del producto lo cual no les da confianza porque dichas personas pueden contagiarse por no presentar medidas de bioseguridad, aunque si brindan un buen servicio al momento de realizar la entrega, también están en desacuerdo en que se reciben pedidos duplicados o no solicitados.

Las entrevistas realizadas a ejecutivos señalan que la importancia de un método justo a tiempo, permitiría a la empresa de consumo masivo el ahorro de recursos financiero y tiempo, además mejoraría el servicio al cliente y la entrega inmediata según lo manifestado por todos los entrevistados. La tendencia de crecimiento con la organización y manejo adecuado del inventario permitiría ampliar la cobertura en el mercado, acaparar la atención de nuevos clientes, y manejar una rentabilidad mayor.

Resultados y Discusión

La Solvencia en la empresa de bebida de consumo masivo es conocer la verdadera capacidad de endeudamiento que tiene las empresas de consumo masivo, donde involucra el análisis de los activos fijos, cantidad inventario de bebidas, es el análisis de que si existe mayor cantidad de despachos y distribución para el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 1 Análisis de la solvencia de la Empresa de bebida de consumo masivo

	Año 2020		**Año 2019**	
Solvencia	**1.668.666,00**	**1,86**	**1.710.283**	**1,81**
	895.555,00		946.024	

Nota: medición de la solvencia de Empresa de bebida de consumo masivo

La solvencia es el total del activo sobre el total del pasivo, por lo tanto, en la Empresa de bebida de consumo masivo para el año 2019 existe un indicador de 1,81 y para el año 2020 aumenta a 1,86. EL análisis implica que el resultado obtenido es viable, debido a que existe mayor activo, y el pasivo disminuye. Este indicador en el activo total el inventario aumenta por las ventas, lo que es parte de la solvencia de la Empresa de bebida de consumo masivo.

La rentabilidad de una institución es el resultado de todas las estrategias aplicadas para alcanzar utilidad en la Empresa de bebida de consumo masivo que para el año 2019 era de un 2%, valor que define a la empresa con estabilidad.

Tabla 2 Análisis de la rentabilidad de la Empresa de bebida de consumo masivo

	Año 2020		**Año 2019**	
Rentabilidad	22.611	0,02	40074	0,02
	1.256.956,00		171.0283	

Nota: medición de la rentabilidad de la Empresa de bebida de consumo masivo

Para el año 2019 la utilidad es de 40.074 dólares, para el año 2020 es de 22.611 dólares, sin embargo, al comparar los ingresos que es mayor a la cifra del año 2019. La cuenta indica que hay movimientos pero que se puede alcanzar un mejor resultado, en especial manejando adecuadamente el inventario que posee la Empresa de bebida de consumo masivo.

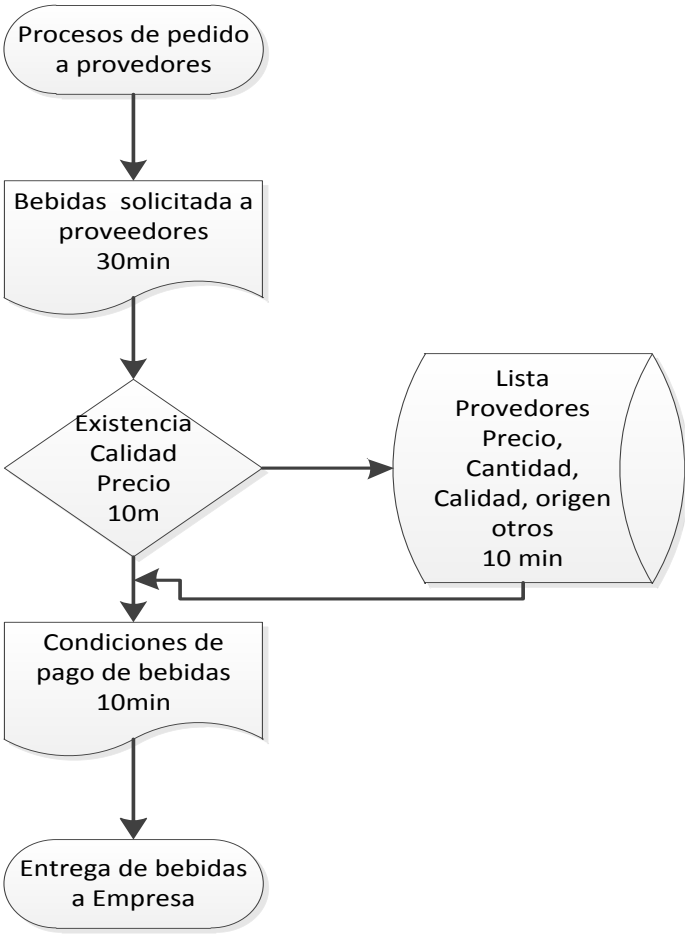
La liquidez es el manejo del activo corriente, con relación al pasivo corriente, su diferenciación es el compromiso y la capacidad que tiene el flujo de efectivo en la cuenta caja, inventario y cuenta por cobrar tomando en cuenta las obligaciones o créditos a corto plazo.

Tabla 3 Análisis de la Liquidez de la Empresa de bebida de consumo masivo

	Año 2020		**Año 2019**	
Liquidez	452.262,00	0,71	477.206	0,82
	634.024,00		**581.329**	

Nota: Medición de la liquidez de Empresa de bebida de consumo masivo

Figura 6 El método Justo a Tiempo en la empresa de bebida de consumo masivo



Nota: Justo a tiempo en los procesos de entrada y salida de bebidas en la empresa de consumo masivo tiempo mínimo 1 hora tiempo máximo 1 hora 30 minutos

El método "Justo a tiempo" disminuye el tomar decisiones en la búsqueda de proveedores fijos con los requerimientos de la calidad en cada marca de bebida a un precio justo y el tiempo de entrega inmediata, donde la gestión se le realiza digitalmente, con la orden de ingreso del pedido, y posteriormente viene la facturación. El tiempo del proceso no pasa los 20 minutos, se establece la transferencia y las bebidas se desplazan a la empresa de forma inmediata y en menos de tres horas. Este proceso permite pasar de vender lo producido a producir lo que se va a vender, evitando despilfarros, los desplazamientos innecesarios de material o personal, se evita la sobreproducción, se reducen los costos, disminuyen las averías y el tiempo de espera.

Comparativo del año 2021 y 2020

Tabla 4 Análisis de la Liquidez año 2020 y 2021 en la empresa de consumo masivo

	Año 2021			**Año 2020**
Liquidez	504906	**80%**	452.262,00	71%
	634024		**634.024,00**	

Nota: Indicador de medición de la liquidez 2021 y 2020

En el año 2020 la liquidez era del 71%, en el año 2021 la liquidez aumenta a un 80%. En conclusión, en el año 2021 con la inversión en el manejo de inventario se cubre el 80% o de toda la obligación a corto plazo en comparación al 71%. Es importante evidenciar todos aquellos inconvenientes que se presenta dentro del manejo de la entrada y salida de bebidas en diferente marcas y tamaños, con el fin de que se reduzca la rotación, disminuya el despilfarro, mejore la calidad de la bebida, también es importante el manejo del servicio y a la vez la relación para con el cliente.

Conclusiones

Es importante que se conozca la demanda que existe en el mercado de bebidas en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, específicamente toda las tiendas, centros de abastos y autoservicio para establecer un cronograma de actividades eficientes que permita distribuir cada una de las marca de bebidas en el tiempo indicado al igual que la cantidad deseada, la organización realizará los respectivos ajustes para realizar el abastecimiento y distribución de los productos acuerdo a la planificación justo a tiempo y a través de lotes acorde a las necesidades de distribución.

La premisa tratada referente a la gestión por procesos en las diferentes tiendas y supermercados mejoraría con la aplicación de un método justo a tiempo en lo que la distribución y manejo de inventario se refiere para todos los productos de consumo masivo, siendo afirmativa esta descripción, dando énfasis a las variables de gestión por proceso y manejo de inventario.

La encuesta realizada a los clientes se denota que el manejo del inventario para con los clientes interno y externo tiene limitaciones en el consumo masivo de bebidas, con el instrumento de la observación se detalla los innumerables errores que existe en el manejo del inventario y en el abastecimiento para con los clientes, las entrevista realizada a los funcionarios o jefes de distintas áreas afines a la comercialización y distribución de bebidas sostienen que se requiere un método interactivo para el manejo adecuado de las ventas y entregas, dando entre las primeras opciones la aplicación del método justo a tiempo para todos los comercios, autoservicios y tiendas en el sector de Sauces al norte de la ciudad de Guayaquil.

El método justo a tiempo va a permitir el ahorro de los recursos financieros, tiempo o procesos, donde se detalla la diferente logística de abastecimiento, mantenimiento, almacenamiento o distribución de bebidas en la ciudad de las Sauces al norte de la ciudad Guayaquil.

Referencias

5. Agudelo, S. D., & López, R. Y. (2018). Dinámica de sistemas en la gestión de inventarios. Obtenido de http://www.revistas.usb.edu.co/index.php/IngUSBmed/article/view/3305/2782
6. ALVARADO, R. Ú. (2020). MANEJO DE INVENTARIO EN EL DEPARTAMENTO DE BODEGA DE LA EMPRESA GRUSEPE S.A. Obtenido de http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8417/E-UTB-FAFI-ICA-000340.pdf?sequence=1&isAllowed=y
7. ALVAREZ, R. P., & QUISPE, E. E. (2018). CAPACIDAD DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON EL MÉTODO JUST IN TIME EN LAS MYPES DE GAMARRA, LIMA, 2018. Obtenido de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2723/TESIS_%20ALVAREZ%20RAMOS%20PEDRO%20Y%20QUISPE%20ELESCANO%20EDSON.pdf?sequence=3&isAllowed=y
8. Alzamora, B. M. (2020). Propuesta del sistema Justo a Tiempo para mejorar la competitividad en la Pesquera B y S SAC, Coishco - 2020. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52492/Alzamora_BMM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

9. Badillo, C. K., & Karen, C. N. (2018). USO DE LA METODOLOGIA "JUSTO A TIEMPO" EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS. Obtenido de https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/metodologia-justoatiempo-empresas.html
10. Barbery, M. D., & Jurado, M. K. (2019). Impacto del gasto promocional en el canal tradicional sobre las ventas de la empresa de consumo masivo. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Documents/out.pdf
11. Cabezas, M. F. (2018). Creación de un sistema de comercialización en línea con entrega a domicilio de productos de consumo masivo, para la empresa Dipromas Cía. Ltda. Obtenido de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28182/1/707%20MKT%20sp.pdf
12. Cabrera, H. C. (2019). Propuesta de un sistema de control de inventarios para mejorar la rentabilidad en una empresa de molinería. Universidad privada del Norte. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/22121
13. CHAVES, P. A., ALONSO, P. C., & FLÓREZ, B. D. (2019). ANALISIS ADECUADO DEL CONTROL EN EL MANEJO DE INVENTARIOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS REALIZADOS EN LA EMPRESA L.B. ELECTRÓNICA BUSHERS, ENTRE ABRIL Y JUNIO DE 2019. Obtenido de http://uniasturias.edu.co/SUMMA/tesis/TG_03_Monograf%C3%ADa_G1_Abril%202019.pdf
14. Coba, L. G. (2017). "Gestión de inventarios y su relación eficiente con la gestión compras en la comercializadora Jhampier S.A.C Cercado de Lima año 2017". Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/3135/Coba_LGJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
15. Cruz, F. A. (2017). GEstion de inventarios. Antequera Malaga. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=s1cpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=gesti%C3%B3n+de+inventario&ots=mCdflI4X_B&sig=qPM1FNnGTGKqOQZMeTrTSRPfEl0#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20inventario&f=false
16. Díaz, C. Y. (2016). LA LOGÍSTICA EMPRESARIAL Y LA ADMINISTRACIÓN DE INVENTAR. http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2012/ydc.html.

17. Espinoza, O. (. (2018). Control de inventario . http://inventariosautores.blogspot.com/2013/02/control-de-inventarios-segun-autores.html: bloqspot.com. Recuperado el 19 de 07 de 2018, de.
18. Gonzales, J. L. (2017). GESTIÓN DE INVENTARIOS Y CONTROL INTERNO. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3119/TSP_CyA__007.pdf?sequence=1&isAllowed=y
19. González, A. (2020). Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva . Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-33052020000100133&script=sci_arttext&tlng=en
20. JIBAJA, D. J. (2017). APLICACIÓN DE GESTIÓN DE INVENTARIOS PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD EN EL ÁREA DE ALMACÉN DE LA EMPRESA SEIN S.R.L., LA VICTORIA, 2017. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11210/Jibaja_DJP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
21. Laveriano, W. (2016). Importancia del control de inventarios en la empresa. http://biblioteca.iplacex.cl/RCA/Importancia%20del%20control%20de%20inventarios%20en%20la%20empresa.pdf.
22. Mayorga, M., Moreno, M., Arellano, A., & Pazmiño, C. (2020). Gestión del sistema de inventarios orientado a pequeñas y medianas empresas, PYMEs, ecuatorianas del sector ferretero: caso de estudio. .
23. Quitio, Y. J. (2018). El Geomarketing como instrumento para la identificación de clientes potenciales del sector comercial de consumo masivo en el cantón Ambato: caso Prodelta. Obtenido de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27981/1/697%20MKT%20sp.pdf
24. Reyes, A. Y. (2019). SISTEMA DE CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE INVENTARIOS EN LA EMPRESA CONSTRUCTORA GROUP ALP S.R.L. CHICLAYO-2017. Obtenido de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6170/Reyes%20Altamirano%20Yesenia%20Ayme.pdf?sequence=1&isAllowed=y

25. Rodríguez, J. (2019). Propuesta de mejora para el manejo de los inventarios de mercaderías. Guayaquil Ecuador: https://repositorio.itb.edu.ec/handle/123456789/1694.
26. ROJAS, S. O. (2018). GESTION DE INVENTARIOS Y RENTABILIDAD EN EL AREA DE LOGISTICA DE LA EMPRESA RED SALUD DEL NORTE S.A.C. HUACHO – HUAURA, 2018. . Obtenido de http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3574/ROJAS%20SACRE%2c%20OSCAR%20IVAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
27. SALAZAR, C. M. (2018). CONTROL Y MANEJO DE INVENTARIOS DE LA FERRETERIA "SAN AGUSTIN" DE LA CIUDAD DE LATACUNGA Y LA EFICIENCIA EN SUS PROCESOS. Obtenido de http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7932/1/PIUACYA004-2018.pdf
28. Tamayo, G. F. (2016). Análisis, diseño e implementación de un sistema de facturación e inventarios para la empresa Corpotecnia. https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4485.
29. Velázquez, M. D., Pereda, Q. M., & Serranom, G. M. (2018). MATERIAL DE APOYO «MÉTODOS DE CONTROL DE INVENTARIOS»SUPPORT MATERIAL «INVENTORY CONTROL METHODS. Obtenido de http://revistas.unica.cu/index.php/uciencia/article/view/221/1174
30. Veloza, P. (2016). Inventarios son bienes tangibles. https://www.academia.edu/13965537/INVENTARIOS_Concepto.
31. Vilela, R. L. (2017). Gestión de inventarios en una empresa de artículos eléctricos – Puente Piedra, 2017. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/21944/Vilela_RLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
32. Zuñiga, A. M. (2017). PROPUESTA DE MEJORA PARA EL MANEJO DE INVENTARIO EN LA FARMACIA DR DURANTE EL 2017. Obtenido de https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/316/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20ZU%c3%91IGA%20ALVARADO.pdf

© 2021 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).