



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

DEPARTAMENTO DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA

**“GESTION DE INVENTARIOS Y EFICIENCIA DE VENTAS EN EMPRESAS
PRODUCTORAS DE CONSUMO MASIVO”**

AUTORA:

ING. CINTHIA KATHERINE SÁNCHEZ SÁNCHEZ

TUTORA:

MG. VERÓNICA VIOLETA RODRÌGUEZ BASANTES

GUAYAQUIL-ECUADOR

2022



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO: Gestión de inventarios y eficiencia de ventas en empresas productoras de consumo masivo.		
AUTOR: Cinthia Katherine Sánchez Sánchez	TUTOR: Mg. Verónica Violeta Rodríguez Basantes	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil	Grado obtenido: Magíster en Administración de Empresas	
MAESTRÍA: en Administración de Empresas	COHORTE: II	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022	N. DE PAGS: 119	
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración		
PALABRAS CLAVE: Productividad, Gestión, Administración de Empresas		
<p>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 instrumento o utilizado 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 de Sauces al 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 la bebida de consumo masivo para qué exista el equilibrio entre los proveedores y clientes.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF: SI	SI	NO
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono:	E-mail:

Cinthia Katherine Sánchez Sánchez	0996381710	csanchezsan@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	PhD. Eva Guerrero López Teléfono: (04)2596500 Ext. 170 E-mail: eguerrerol@ulvr.edu.ec Directora del Departamento de Posgrado Mg. Violeta Rodríguez Basantes Teléfono: (04)2596500 Ext. 170 E-mail: vrodriguez@ulvr.edu.ec Coordinadora de maestría	

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación es dedicado principalmente a Dios, a Él todo Honor y toda Gloria y a la Santísima Santa Narcisa de Jesús, por acompañarme siempre en todo y cada momento de adversidades y guiarme hacia el esclarecimiento de la Fe y el conocimiento en mi vida diaria.

De manera muy especial a mi familia ya que con vuestro ejemplo, sabiduría y enseñanzas han formado en mí las bases sólidas para mi crecimiento espiritual, personal y profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

A mis padres Bacilio y Aracely, quienes a lo largo de mi vida han sabido darme su ejemplo de trabajo y honradez motivándome con mi formación académica, quienes nunca dudaron en dejar sus raíces para sacarnos adelante, estoy segura de que sin su esfuerzo no lo hubiera podido conseguir, gracias por todo su amor. De igual manera a mis hermanos Yomayra, Evelyn y Jandry por ser un apoyo fundamental en cada reto que se me presenta y siempre estar presto a ayudarme siempre sin dudar nunca en mi inteligencia y capacidad profesional.

A mi esposo Leonel Quimis Luzardo por su ayuda, comprensión, compañía y consejos a diario, por los momentos especiales que hemos compartidos juntos y sobre todo por no dejar de confiar en mí y empujarme a ser mejor cada día, a mi preciosa hija Alejandra Valeska Quimis Sánchez, por ser mi fuente de esfuerzo y motor de superación, por comprender todo el proceso que hemos pasado mientras mamá estudia. A mi suegra Genny Luzardo por enseñarme que nunca es tarde para cumplir una meta propuesta y sobre todo que cada esfuerzo al final tiene su recompensa a mi querida Mary Luzardo por dar una milla más de amor a mi hija y sobre todo por la ayuda en todo momento.

A mi tutora Mg. Verónica Violeta Rodríguez Basantes por ayudarme con sus conocimientos y experiencias y compartir parte de su valioso tiempo.

Y no podía dejar de agradecer a nuestra prestigiosa Institución educativa la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil quien nos abrió las puertas y que a pesar de todo lo sucedido durante este proceso educativo nos buscó la manera de seguir instruyéndonos día a día.

INFORME ANTIPLAGIO

TESIS CINTHIA SANCHEZ 01-06-22

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

< 1%

★ repositorio.cientifica.edu.pe

Fuente de Internet



Firma: _____

Mg. Verónica Violeta Rodríguez Basantes

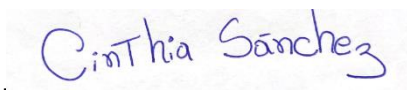
C.I. 0919917955

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Guayaquil, 01 de Abril del 2022

Yo, **Cinthia Katherine Sánchez Sánchez**, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis derechos de autor a la Universidad Laica **VICENTE ROCAFUERTE** de Guayaquil, según lo establecido por las normativas Institucionales vigentes.

Firma: 
Ing. Cinthia Katherine Sánchez Sánchez
C.I. 0922326665

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE LA TESIS

Guayaquil, 01 de Abril del 2022

Certifico que el trabajo titulado GESTIÓN DE INVENTARIO Y EFICIENCIA DE VENTAS EN EMPRESAS PRODUCTORAS DE CONSUMO MASIVO ha sido elaborado por la Ing. Cinthia Katherine Sánchez Sánchez; bajo mi tutoría, y que el mismo reúne los requisitos para ser defendido ante el tribunal examinador que se designe al efecto.



Firma: _____
Mg. Verónica Violeta Rodríguez Basantes
C.I. 0919917955

RESUMEN EJECUTIVO

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 mixto, donde el estudio es de carácter 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 de Sauces VI al 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 la bebida de consumo masivo para que exista el equilibrio entre los proveedores y clientes.

Palabras claves

Productividad, Gestión, Administración de Empresas

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

Productivity, Management, Business Administration

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	IX
ABSTRACT	X
ÍNDICE GENERAL	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XVI
ÍNDICE DE TABLAS	XVII
CAPÍTULO 1	1
MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 TEMA	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.6 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	4
1.7 OBJETIVOS	4
1.7.1 OBJETIVO GENERAL	4
1.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.8 IDEAS A DEFENDER	7
1.9 VARIABLES	7
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	8
2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	8
2.2 MARCO TEÓRICO	10
2.3 INVENTARIOS	10

2.4	OBJETIVOS DE CONTROL DE INVENTARIO.....	10
2.4.1.1	TIPOS DE INVENTARIO	14
2.4.2	FUNCIONES DE LOS INVENTARIOS	15
2.4.3	LOS MÉTODOS DE MANEJO DE INVENTARIO	16
2.4.4	GESTIÓN DE INVENTARIOS	16
2.4.4.1	CONSUMO MASIVO	17
2.4.4.2	GESTIÓN DE INVENTARIO DE CONSUMO MASIVO	18
2.4.5	REQUISITOS DE UNA BUENA GESTIÓN.....	19
2.4.6	VENTAS	19
2.4.7	LA ADMINISTRACIÓN DE LAS VENTAS.....	19
2.4.8	VENTAS DE CONSUMO MASIVO	20
2.4.8.1	MÉTODO ABC.....	20
2.4.8.2	EL MÉTODO PUNTO DE REORDEN	22
2.4.8.3	EL MÉTODO JUSTO A TIEMPO	22
2.4.8.4	MODELO DE CANTIDAD FIJA DE PEDIDO – EOQ.....	24
2.4.9	TIPOS DE EMPRESAS	25
2.4.10	MARCO CONCEPTUAL	26
2.5	MARCO LEGAL	28
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA/ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN... 30		
3.1	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	30
3.3	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	31
3.3.1	MÉTODOS	31
3.3.2	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	31

3.3.2.1	IDENTIFICACIÓN DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	32
3.3.2.2	OBSERVACIÓN.....	32
3.3.2.3	ENTREVISTA.....	32
3.3.2.4	ENCUESTA.....	33
3.3.3	POBLACIÓN.....	33
3.3.4	MUESTRA.....	33
3.4	DEFINICIÓN DEL AMBIENTE O CONTEXTO.....	34
3.4.1	FICHA DE OBSERVACIÓN	35
3.4.2	ANÁLISIS OBSERVACIÓN.....	35
3.4.3	CONCLUSIÓN DE LA OBSERVACIÓN	36
3.5	ENTREVISTA	36
3.5.1.1	ANÁLISIS GENERAL DE LE ENTREVISTA.....	42
3.6	ENCUESTA	44
3.6.1	CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS	55
CAPÍTULO 4		57
INFORME TECNICO.....		57
4.1	TEMA A PROPONER.....	57
4.1.1	OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA.....	57
4.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA	57
4.1.3	JUSTIFICACIÓN	57
4.2	INFORME TÉCNICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE UNA EMPRESA DE BEBIDAS DE CONSUMO MASIVO	58
4.2.1	INFORME TÉCNICO DE LA SOLVENCIA EN LA EMPRESA DE BEBIDA DE CONSUMO MASIVO	58

4.2.2	INFORME DE LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DE BEBIDA DE CONSUMO MASIVO	59
4.2.3	INFORME TÉCNICO DE LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA DE BEBIDA DE CONSUMO MASIVO	60
4.2.4	INFORME TÉCNICO DE LA ROTACIÓN DEL INVENTARIO EN BEBIDAS EN LA EMPRESA DE BEBIDA DE CONSUMO MASIVO	61
4.2.5	DÍAS DE ADQUISICIÓN DEL INVENTARIO.....	61
4.2.5.1	CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS FINANCIERO	62
4.2.6	PROCESO ACTUAL EN LA EMPRESA DE BEBIDA DE CONSUMO MASIVO	63
4.2.6.1	ANÁLISIS ACTUAL CON LOS PROVEEDORES EN LA EMPRESA DE BEBIDA DE CONSUMO MASIVO	63
4.2.7	ANÁLISIS ACTUAL DEL SERVICIO DE ENTREGA DE BEBIDAS DE CONSUMO MASIVO	65
4.2.8	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	66
4.2.9	PROPUESTA DEL MÉTODO “JUSTO A TIEMPO” EN LA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO	66
4.2.10	APLICACIÓN DEL MÉTODO “JUSTO A TIEMPO” EN EL REQUERIMIENTO DE INVENTARIO DE BEBIDAS.....	67
4.2.11	CARACTERÍSTICA DEL MÉTODO “JUSTO A TIEMPO” EN LA EMPRESA DE BEBIDA DE CONSUMO MASIVO	69
4.2.12	INVERSIÓN Y PROYECCIONES CON LA APLICACIÓN DEL MÉTODO JUSTO A TIEMPO	70
4.2.13	COMPARATIVO DEL AÑO 2021 Y 2020.....	74
4.3	BENEFICIOS QUE APORTA LA PROPUESTA	75
4.4	VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA	76

4.5	DIAGRAMA DE GANTT	78
	CONCLUSIONES.....	79
	RECOMENDACIONES	81
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
	ANEXOS	87
	FORMATO DE LA OBSERVACIÓN	87
	FORMATO DE ENTREVISTA	88
	FORMATO DE ENCUESTA	89
	ENTREVISTA DE EXPERTOS 1	91
	ENTREVISTA DE EXPERTOS 2	93
	ENTREVISTA DE EXPERTOS 3	95
	HOJA DE VIDA DE EXPERTOS	97
	EVIDENCIA FOTOGRÁFICA	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Edad de los encuestados.....	45
Figura 2	Género de los encuestados	46
Figura 3	Puntualidad en las entregas de los diferentes pedidos	47
Figura 4	Registro de ingreso de bebidas.....	48
Figura 5	Como percibe la entrega del producto por parte del centro de acopio.....	49
Figura 6	Días de antelación al entregar el producto	50
Figura 7	Logística por parte de la empresa comercializadora.....	51
Figura 8	La empresa comercializadora presenta medidas de bioseguridad.....	52
Figura 9	Servicio que brindan al momento de entregar el producto	53
Figura 10	Frecuencia mensual de los pedidos duplicados o no solicitados.....	54
Figura 15	Descripción de los procesos de almacenamiento	100
Figura 16	Descripción del abastecimiento en puntos de ventas	100
Figura 17	Perchas, Gestión de merchandising en bebidas.....	100
Figura 18	Procesos de producción y abastecimiento.....	101
Figura 19	Control de percha en puntos de ventas.....	101
Figura 20	Personal en trabajo en equipo en bodegas de bebidas.....	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Análisis de la observación percibida en la distribución de productos masivo ..	35
Tabla 2	Análisis de las entrevistas realizadas.....	43
Tabla 3	Edad de los encuestados	45
Tabla 4	Género de los encuestados.....	46
Tabla 5	Puntualidad en las entregas de los diferentes pedidos.....	47
Tabla 6	Registro de ingreso de bebidas	48
Tabla 7	Como percibe la entrega del producto por parte del centro de acopio	49
Tabla 8	Días de antelación al entregar el producto	50
Tabla 9	Logística por parte de la empresa comercializadora	51
Tabla 10	La empresa comercializadora presenta medidas de bioseguridad.....	52
Tabla 11	Servicio que brindan al momento de entregar el producto.....	53
Tabla 12	Frecuencia mensual de los pedidos duplicados o no solicitados os	54
Tabla 13	Análisis de las encuestas	55
Tabla 14	Análisis de la solvencia de la Empresa de bebida de consumo masivo	59
Tabla 15	Análisis de la rentabilidad de la Empresa de bebida de consumo masivo	59
Tabla 16	Análisis de la Liquidez de la Empresa de bebida de consumo masivo	60
Tabla 17	Análisis de la rotación del inventario de la Empresa de bebida de consumo..	61
Tabla 18	Análisis de los días de adquisición del inventario Empresa de bebida de consumo masivo	62
Tabla 19	Procesos actual de pedidos a proveedores del inventario de bebidas.....	64
Tabla 20	Proceso actual de transporte y entrega de bebidas	65
Tabla 21	El método Justo a Tiempo en la empresa de bebida de consumo masivo	68
Tabla 22	Modelo de gestión por el método Justo a Tiempo.....	69

Tabla 23 Inversión de activos con la aplicación del nuevo método Justo a tiempo	70
Tabla 24 Ventas de Bebidas por mejoras en Bodegas en la empresa de bebida de consumo masivo	71
Tabla 25 Costos totales de los materiales	71
Tabla 26 Mano de obra que participa en proceso Justo a Tiempo	72
Tabla 27 Gastos administrativos incurridos en procesos de Justo a tiempo.....	72
Tabla 28 Estado de resultados proyectados y mejoras en los procesos Justo a tiempo.	73
Tabla 29 Proyección de flujo de efectivo, cálculo de la Van y la TIR	73
Tabla 30 Análisis de la Liquidez año 2020 y 2021 en la empresa de consumo masivo.	74
Tabla 31 Proyección del estado de resultados con las mejoras Just A time	75
Tabla 32 Ponderaciones.....	76
Tabla 33 Resumen de preguntas.....	77
Tabla 34 Diagrama de Gantt en la comercialización de bebidas.....	78

CAPÍTULO 1

MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Gestión de inventarios y eficiencia de ventas en empresas productoras de consumo masivo.

1.2 Planteamiento del problema

Los inventarios reflejan la existencia de productos o insumos en la organización, son todos aquellos recursos que son utilizados para su comercialización y poder alcanzar los objetivos trazados, por lo tanto, se requiere modelos de manejo de inventarios preestablecidos, donde se vislumbre un adecuado almacenamiento, mantenimiento y actualización, además se vierte una estructura de procesos acorde a los requerimientos de quienes manejan la entrada y salida de los productos de consumo masivo (Tamayo, 2016).

La mayor parte del inconveniente que se suscita dentro de la organización es la falta de un modelo de manejo de inventario que pueda contrarrestar los problemas de costos, aprovisionamiento, reposición, demanda y reservas, y que su comercialización y demanda, permite obtener un valor económico que generará un margen de ganancia.

Los inventarios constituyen el capital de trabajo de las organizaciones y la decisión de inversión en este rubro. Si bien es cierto un control de inventarios es de vital importancia porque permite integrar en forma ordenada los productos para que se opere de acuerdo con las necesidades de la empresa.

Muchas empresas del sector comercial también presentan problemas de esta índole, debido a la deficiencia en la gestión de inventarios, lo cual implica un desequilibrio en la economía de estas entidades que en su mayoría no puedan mantenerse en el mercado.

El abastecimiento es uno de los principales inconvenientes que existe, donde se requiere un sistema que disminuya los costos de compra a proveedores con base a la demanda existente y las cantidades requeridas. Al momento de que existe un área responsable para cada uno los productos dentro del inventario, se crea la relación y manejo adecuado de los recursos y el control en el costo.

El inventario es una herramienta que permite manejar adecuadamente la información cuando existe requerimientos de productos, al igual de conocer la salida o comercialización de el mismo, siendo necesario el monitoreo para controlar el déficit o el exceso de productos. El ofrecimiento de un servicio de calidad surge al momento de querer otorgar una atención y servicio al cliente de calidad, en el tiempo justo y con todos los materiales requeridos para subsanar una falencia.

El departamento de ventas cuenta con un bajo nivel de asistencia donde se detalla productos faltantes o diferidos, surtido incompleto de pedidos, pérdida gradual del mercado, cancelación de facturas, elaboración de notas de crédito, facturación adicional, pagos extraordinarios en embalajes y fletes, tiempo extra en el departamento de embarques y errores en el surtido de pedidos.

Existe dentro de la empresa de consumo masivo la falta de continuidad en los procesos productivos, donde existe disminución en la productividad, siendo el personal que se acoge a un tiempo extra elevado y aun así existe retraso en las ordenes de fabricación, donde se toma de una orden el pedido para completar otra, también

existe el manejo excesivo de materiales, pérdida de control en los procesos, existiendo una deficiente programación y control de la producción.

1.3 Formulación del Problema

¿Cómo una eficiente gestión de inventarios y manejo de ventas incide en la planeación y control de las empresas productoras de consumo masivo para el abastecimiento del mercado del sector norte de la ciudad Guayaquil?

1.4 Sistematización del Problema

¿De qué manera se establece un marco teórico referente a la gestión de inventario y la eficiencia en las ventas para la presente investigación en el sector de empresas de consumo masivo?

¿Cómo identificar los procesos de inventarios establecidos en las tiendas de barrio y supermercados?

¿Cuáles son los impactos relevantes que generan una mala planificación en los inventarios?

¿Cómo debe estar diseñado un sistema más eficiente que se pueda aplicar para la entrada y salida de los productos de consumo masivos?

¿Existe un proceso de control al momento de abastecer los productos de consumo masivo en las tiendas y autoservicios?

¿Se requiere un método Justo a tiempo para el manejo de los procesos del inventario en el abastecimiento, manejo de bodega, distribución y comercialización de los productos de consumo masivo?

1.5 Delimitación de la investigación

Delimitación Espacial

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Ciudad: Guayaquil

Área: Logística

Delimitación temporal: 2020

Sector productivo: Supermercados y tiendas del sector Norte de Guayaquil

Tipo de empresa: Comercial

Tamaño de empresa: Grande

Delimitación Amplia del Conocimiento: Administración de Empresas

Delimitación Específica del Conocimiento: Gestión Empresarial, gestión por procesos, calidad y Productividad.

1.6 Línea de investigación.

Gestión Empresarial, gestión por procesos, calidad y productividad.

Sublínea de Investigación:

Calidad, competitividad y productividad.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Desarrollar la gestión de inventario y eficiencia de las ventas para su mejora en las empresas productoras de consumo masivo de la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Describir los aspectos teóricos y contextuales en el manejo adecuado del inventario y de las ventas a través de métodos que consoliden un adecuado

esquema de control y eficiencia en el manejo de los productos de consumo masivo.

- Identificar los procesos establecidos en el área de logística, para las empresas de consumo masivo al momento del abastecimiento y distribución en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.
- Determinar los impactos generados por falencias en los procesos de los inventarios de las empresas de consumo masivos en el abastecimiento y distribución de bebidas en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.
- Proponer el método Justo a Tiempo aplicado en la gestión por inventario que permita mejoras en la distribución, abastecimiento y comercialización en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Justificación de la Investigación

La presente investigación tiene la finalidad de proponer un método de gestión por procesos de inventario, el cual permitirá monitorear los niveles de productos que se deben mantener, las existencias que se deben reponer y por último el tamaño que deben tener los pedidos de compra, estableciendo un control de inventario que pueda proporcionar garantía y eficiencia en las ventas de la empresa a corto plazo.

La mayor parte de las empresas de consumo masivo en el Ecuador no tienen una mayor dedicación y precaución en el manejo y control de los inventarios, muchas organizaciones realizan los movimientos del inventario de forma manual, dejando a un lado la tecnología y los programas que están inmersos en el manejo de los requerimientos, abastecimiento, y mantenimiento de la mercadería ingresada a las bodegas. El presente trabajo se justifica de manera teórica la importancia del rubro de

inventario, en la que permite comercializar a los diferentes distribuidores y clientes con el fin de que las bodegas tengan el abastecimiento de acuerdo con su necesidad.

La aplicación del método justo a tiempo permitiría que el inventario de la organización esté fortalecido de manera tangible en la estructura o espacio asignado para la comercialización, además establecer estándares de calidad en el abastecimiento y mantenimiento de los productos de consumo masivo.

La justificación práctica abarca la aplicación de procedimientos y lineamientos que dirijan el método justo a tiempo para la correcta gestión del inventario, trae consigo el desarrollo institucional y una imagen corporativa acorde a la necesidad de cada cliente, dando lugar a una guía práctica del método para hacer difundido a todos los colaboradores.

La justificación metodológica ubica un enfoque cualitativo y cuantitativo, donde se utiliza instrumento de recopilación de la información con base a los principales textos guías, libros, ensayos y página web que determinen la aplicación del método justo a tiempo, como medida para solventar los principales inconvenientes en la adquisición, abastecimiento, y mantenimiento de productos de consumo masivo. Quienes participan en los instrumentos de recopilación información son todas aquellas personas que son parte de la base de datos de clientes y distribuidores con que cuenta la organización, además todas aquellas personas que están inmersa en el área de bodega y que constantemente están involucrados en la entrada y salida de los productos, insumos y materia prima.

La utilización de un triángulo metodológico abarca la realización de encuestas a quienes forman parte de los distribuidores y clientes, entrevistas a colaboradores que

dirigen el inventario, y la observación que visualiza los principales inconvenientes suscitados al momento de realizar los pedidos generados.

1.8 Ideas a defender

El desarrollo de la gestión de inventarios y la eficiencia de las ventas mejoraría positivamente en las empresas productoras de consumo masivo de la zona norte de la ciudad Guayaquil.

1.9 Variables

Variable Independiente

Gestión de inventarios y la eficiencia de las ventas

Variable Dependiente

Empresas productoras de consumo masivo

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del problema

Señala 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, dando como resultado un canal de producción acorde a los requerimientos y logísticas de la organización. Se discute dentro del tema que se requiere de una planificación y control de las estrategias para el manejo y uso de los inventarios.

Para 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. La metodología aplicada es de carácter cualitativo y cuantitativo, donde a través de un método descriptivo se establece los detalles y características que debe poseer el inventario, y las existencias en el proceso de ingreso de insumos, materia prima y productos. En conclusión, se valorizan inventario y todas aquellas operaciones relacionadas con el abastecimiento y almacenamiento para poder abarcar la eficiencia en el servicio al cliente con un adecuado plan de producción y venta.

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. Otro objetivo inherente al tema es buscar el equilibrio entre los pedidos y el stock existente con el fin de dar flexibilidad en la adquisición de insumos y productos. La metodología utilizada es de carácter descriptivo, donde los resultados alcanzados permiten cuantificar los pedidos, convenios y nuevas negociaciones para alcanzar una administración eficiente en el manejo del inventario. En conclusión, con una buena gestión en el manejo de inventario va a existir siempre la disponibilidad de materiales y el servicio de entrega eficaz a los clientes.

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 en la organización donde se busca el abastecimiento de inventario de forma continua, y no hay la rotación. El objetivo es el determinar los lineamientos necesarios para evitar la pérdida o deterioro de la mercadería para luego mejorar la atención a los clientes. La metodología aplicada en su estudio es de carácter cualitativo y cuantitativo, donde se establece la incorporación de relaciones interactivas con los proveedores y los clientes. Los resultados alcanzados permitirían que los compradores desarrollen una ventaja de alianza estratégica para el intercambio de información y así compensar el tiempo de entrega de la mercadería.

Señala 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 de manera óptima con base a las necesidades que poseen los clientes. El objetivo es realizar un modelo de gestión inventario para alcanzar el equilibrio con los proveedores y clientes. La metodología aplicada es de carácter exploratorio y descriptivo, donde los instrumentos utilizados para el buen

manejo del inventario son la encuesta y la entrevista. Los resultados alcanzados permiten que los requerimientos para con los proveedores en los productos de salud tenga un manejo equilibrado en el abastecimiento con un óptimo control del inventario, al igual que una adecuada rotación. En conclusión, se requiere que la organización sea productiva en los bienes y servicios ofrecidos, por lo tanto, hay que equilibrar el inventario, evitando los excesos y los gastos por mantenimiento. La gestión inventario señala que hay que establecer proceso de comercialización adecuada para su distribución.

2.2 Marco Teórico

2.3 Inventarios

Se define un inventario como la acumulación de materiales (materias primas, productos en proceso, productos terminados o artículos en mantenimiento) que posteriormente serán usados para satisfacer una demanda futura. La importancia de los inventarios radica en que reducen los tiempos de entrega, reduce los costos de pedido, satisfaciendo rápidamente la demanda (Zapata, 2014)

2.3.1 Objetivos de control de Inventario

Objetivo del control de inventarios: Su objetivo primordial es determinar el nivel más económico de inventarios. Un buen control de inventarios permite:

- ✓ Disponer de cantidades adecuadas de artículos para la venta.
- ✓ Evitar pérdidas en las ventas.
- ✓ Evitar perdida innecesaria por deterioro u obsolescencia, o por exceso de artículos almacenados.

- ✓ Reducir los costos en mantenimiento de inventarios. Por lo consiguiente, el control de inventarios se encarga de regular en forma óptima las existencias en los almacenes. (Zapata, 2014)

La optimización conjunta de estos objetivos significa que no se debe buscar una mejora en alguno de los objetivos descuidando los otros, ya que los tres son igual de importantes. Al intentar disminuir los costos de inventario, se incurrirá en menores niveles de materiales en la empresa, por lo que la probabilidad de satisfacción del cliente baja por los posibles agotamientos; al disminuir los costos operativos la gestión de los inventarios puede llegar a ser insuficiente, lo que genera procesos de información inadecuados y tiempos de entrega de material largos, afectando también el servicio al cliente; y si solo se piensa en incrementar el servicio al cliente, los costos de inventario y los costos operativos se deben incrementar, por lo cual la rentabilidad para la empresa se ve afectada. Por lo anterior se debe buscar un punto en que se satisfagan los tres objetivos sin afectar los otros, lo cual es la función principal de los procesos de gestión de inventarios.

Los inventarios típicamente se gestionan para mantenerse en la empresa, sin embargo, estos pueden encontrarse por fuera de la misma o en condiciones de cuidado especial, por lo cual su manejo es diferente. Además de los tipos de producto que se requieren en inventario mencionados anteriormente (Materias primas, provisiones, componentes, producto en proceso y producto terminado) se requiere ampliar esta clasificación a otros materiales como producto en tránsito, producto en consignación e inventarios en cuarentena.

Los inventarios en tránsito hacen referencia a todos aquellos materiales que son propiedad de la empresa y que se encuentran en movimiento o dentro de los canales de distribución. Este movimiento se debe porque el cliente lo requiere o porque la empresa busca posicionarlos más cerca al cliente para mejorar el tiempo de respuesta una vez el comprador lo solicita. Es importante tener en cuenta el inventario en tránsito, ya que solo hasta que el cliente lo recibe hace parte de éste, luego cualquier deterioro, pérdida o simplemente mal manejo que se le dé a estos durante las etapas de transporte y distribución afecta directamente los costos logísticos y por ende la rentabilidad de la empresa.

Los inventarios en consignación se refieren a los productos que aun siendo propiedad de la empresa son mantenidos en las instalaciones de los clientes. Esto se hace para asegurarle al cliente un alto nivel de servicio, ya que el tiempo de aprovisionamiento de éste es inmediato, en cuanto a que puede disponer en cualquier momento de los materiales puestos en sus instalaciones. Los inventarios en consignación son entonces cantidades de productos que se mantienen en las instalaciones de los clientes pero que todavía son propiedad de la empresa, inclusive, la responsabilidad sobre deterioro y el manejo recae en la empresa proveedora. Los inventarios en consignación deben administrarse eficientemente, ya que estos hacen parte de los activos de la empresa, y un manejo deficiente de estos genera impactos negativos en la economía de la empresa.

Los inventarios en cuarentena se refieren a aquellos productos que requieren almacenarse obligatoriamente por un tiempo determinado, mientras este se adapta a las condiciones de consumo requeridas por los clientes, tal es el caso de algunos comestibles o productos químicos que requieren del cierto tiempo para obtener las

características definitivas del producto. Los inventarios en cuarentena, aunque se encuentran físicamente en los almacenes tienen un tratamiento especial, ya que no deben manipularse para evitar la confusión con el resto de los productos, de manera que estos no están disponibles para los usuarios, con lo cual se asegura que se cumple el tiempo requerido en cuarentena. (Zapata, 2014)

Costos del inventario

Los costos relevantes de los involucrados en la administración del desarrollo de los inventarios son:

Costo de pedido

Se le llama costo de pedido al costo generado por las actividades efectuadas en una solicitud de reaprovisionamiento de existencias, que pueden comprender por ejemplo el costo del papel, costo del teléfono, costo de preparación, etc.

Costo de almacenaje de inventario

Se le llama costo de almacenaje a todos los procesos y actividades efectuadas para mantener el orden, buen estado y existencia del inventario dentro de la planta, incluyendo el costo de inmovilizado del producto, costo de limpieza, costo de espacio.

Costo Total del Inventario

El costo Total de inventario es la suma de los dos costos anteriores: Costo anual de almacenaje y Costo anual de pedido.

2.3.1.1 Tipos de inventario

Según Zapata (2014) los inventarios están divididos por los siguientes tipos de inventarios.

Inventario Perpetuo: El sistema perpetuo ofrece un alto grado de control, porque los registros de inventario están siempre actualizados.

- ✓ Inventario Final: Es aquel que se realiza al cierre del ejercicio económico, generalmente al finalizar un periodo, y sirve para determinar una nueva situación patrimonial
- ✓ Inventario Inicial: Es el que se realiza al iniciar las actividades.
- ✓ Inventario Físico: Es el inventario real. Es contar, pesar o medir y anotar todas y cada una de las diferentes clases de bienes (mercancías), que se hallen en existencia en la fecha del inventario, se realiza como una lista detallada y valorada de las existencias.
- ✓ Inventario Máximo: Debido al enfoque de control de masas empleado, existe el riesgo que el nivel del inventario pueda llegar demasiado alto para algunos artículos. Por lo tanto, se establece un nivel de inventario máximo. Se mide en meses de demanda pronosticada.
- ✓ Inventario Mínimo: Es la cantidad mínima de inventario a ser mantenida en el almacén.
- ✓ Inventario Disponible: Es aquel que se encuentra disponible para la producción o venta.
- ✓ Inventario Permanente: Método seguido en el funcionamiento de algunas cuentas, en general representativas de existencias, cuyo saldo ha de coincidir en cualquier momento con el valor de los stocks.

2.3.2 Funciones de los inventarios

Para Espinoza (2018) el manejo del inventario, en el resultado de lineamientos y políticas claras dentro de la organización, cada uno cumple una función determinante en el abastecimiento, almacenamiento y mantenimiento, donde los colaboradores es el principal eje de las operaciones en el buen cumplimiento de las operaciones en bodegas.

Entre las principales funciones de los inventarios se encuentra el permitir que todas aquellas operaciones de abastecimiento y procesamiento puedan desenvolverse adecuadamente y que en ningún momento exista la falta de insumo o materia prima para la transformación, procesamiento y distribución de la mercadería. Otra función de interés es poder obtener una ventaja competitiva sobre el volumen de abastecimiento, debido a que, si existe la adquisición de determinado producto, éste pueda ser ubicado en gran cantidad para el abastecimiento de cliente distribuidores que buscan proveerse de una línea específica de productos, donde existe el interés de comprar por mayor para disminuir el costo unitario por parte del cliente.

También en función del inventario tratar de proporcionar un stock mínimo para el abastecimiento los clientes, también se puede considerar una reserva de cada uno de los artículos para poder cumplir con la demanda. Otra función interés para el manejo adecuado del inventario es salvaguardar el precio del producto, considerando los factores externos como la inflación, riesgo país, sueldo básico unificado, entre otros indicadores que permitan describir un precio competitivo para con el mercado.

Poner las principales funciones el manejo del inventario es proteger al mismo, es decir, tratar de evitar que existan productos con defectos, que no tengan las especificaciones técnicas requeridas, o que sean afectado por las inclemencias del

tiempo o por descuido de proveedores, es decir, tratar en lo posible de que no existan problemas con la calidad del producto o en su momento que se desplieguen estrellas inadecuadas.

2.3.3 Los métodos de manejo de inventario

Para realizar un control adecuado en la gestión de manejo del inventario se realiza un pronóstico de 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 está inmerso con la existencia y las razones financieras en el control y manejo del inventario (Velázquez, Pereda, & Serranom, 2018).

2.3.4 Gestión de inventarios

Para López (2018) la gestión inventario no es otra cosa que las 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.

El objetivo principal de la gestión inventario es verificar la existencia que una empresa y asegurar el funcionamiento adecuado de las actividades de adquisición y venta de productos, tomando en consideración la optimización para con el servicio a

clientes, costo operativo y el costo de inventario. Señala López que lo que es la gestión inventario se la realiza a través de una evaluación dentro de local o almacén de manera mensual trimestral o anual.

González (2020) indica que la gestión de inventarios es una acción interrelacionada con la cadena de valor 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 sistemáticamente para el control de los materiales y productos con sistemas de gestión de inventarios a Pymes (Mayorga, Moreno, Arellano, & Pazmiño, 2020).

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.

2.3.4.1 Consumo masivo

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. Es importante detallar que la mayor parte de

organizaciones buscan acaparar la atención del mercado por precio, cantidad, calidad o servicio, se aplica múltiples estrategias para que la decisión de compra se ha constante (Cabezas, 2018).

El consumo de productos masivos refleja objetivos estratégicos dentro de la empresa al ubicar una bebida en el mercado, dando competitividad y eficiencia dando lugar a preferencias relativas al trabajo estratégico realizado por el área de comercialización (Rodríguez, 2019).

2.3.4.2 Gestión de inventario de consumo masivo

Según el autor Cruz (2017) señala que la gestión de inventario es la gestión inventario consiste en realizar una lista ordenada y valorada de todos los bienes o productos con que cuenta una organización, se lo realiza de manera detallada según las características del producto o bien que forma parte de la organización, dándole un valor económico para que esté registrado dentro del activo y patrimonio de la empresa.

Una definición se fundamenta en la logística de aprovisionamiento, pedidos y distribución del inventario, donde las obligaciones a proveedores son parte del análisis y estudio realizado. Entre los principales objetivos del buen manejo del inventario y su adecuada gestión es disminuir todos los riesgos y stock de seguridad para con la organización (Laveriano, 2016).

Es parte fundamental de la gestión de inventario reducir los costes y la programación de las adquisiciones de manera eficiente. Es importante reducir las variaciones que existe en la empresa en lo que a la oferta y demanda se refiere para con los clientes. La aplicación de la gestión de inventario permite programar adecuadamente el transporte y todas las exigencias en los proveedores.

2.3.5 Requisitos de una buena gestión

- ✓ Corrección de fallas y errores: La gestión debe detectar e indicar errores de planeación, organización o dirección
- ✓ Previsión de fallas o errores futuros: la gestión, al detectar e indicar errores actuales, debe prevenir errores futuros, ya sean de planeación, Organización o dirección

2.3.6 Ventas

Para (Kotler) el concepto de venta es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado busca hacer, los profesionales del marketing descubrieron que se deben atender los deseos de los clientes que son potenciales, en la actualidad las empresas funcionan con el esquema de ventas sin conocer su significado y el riesgo que implica.

Hacer una venta es hacer un negocio. Las ventas ocurren tanto en empresas, que deben vender sus productos o servicios, como entre personas, cuando por ejemplo venden un artículo usado en los clasificados en el ámbito profesional, el área comercial es fundamental para el sostenimiento u desarrollo de la organización porque sin la venta, no existe facturación, ni pago de sueldos, ni utilidades.

2.3.7 La Administración de las ventas

Las empresas deben de escapar la necesidad de una fuerza de ventas, y publicidad, pero los vendedores son los que hacen el esfuerzo y el cierre de la venta, no se lograrán los objetivos de la organización. Las funciones del profesional de ventas dependen de la magnitud en que trabaja, el número de vendedores, y la calidad de las bebidas que se venden y los métodos utilizados en la distribución. El objetivo del vendedor es establecer relaciones duraderas con el cliente, para que ambos obtengan

beneficios, la venta es un proceso interactivo cuyo fin es de conocer las necesidades de los clientes y satisfacerla con nuestro producto (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 clientes distribuidores reflejados en la calidad en el producto.

2.3.8 Ventas de consumo masivo

Para Quito (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 por el interés de los clientes en el consumo, lo que da movimiento a 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.

Señala Cabezas (2018) 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 realizan el pedido en el punto de venta, y son entregados a los clientes en el establecimiento para su consumo.

2.3.8.1 Método ABC

El método ABC, consiste en el manejo del costeo basado en actividades, que consiste en analizar la inversión realizada en el inventario en las diferentes categorías, es decir, se vincula a un Estado de control en cada existen, donde se identifica la

cantidad, el código, y el monto para su vigilancia y constante atención. El método permite controlar la inversión realizadas en cada uno los artículos para disminuir los gastos inmersos dentro del producto mediante una gestión eficiente en el ítem.

Cuando se establece un proceso ABC, se considera al análisis del producto A como la máxima inversión, acarrea toda la magnitud y gestión prioritaria, el artículo B refleja la continuación del producto A, y el producto C refleja una inversión mínima para una gran cantidad de productos. Normalmente el producto A refleja la magnitud de la inversión total, por lo tanto, o se debe tener mayor cuidado y aplicar toda la estrategia necesaria para su distribución y conciliación.

El método de la cantidad económica de pedido (CEP), es parte de un proceso de control del abastecimiento, donde se utilizan instrumentos que permitan cuantificar los artículos dentro del inventario, el modelo permite controlar el producto A que es la estrella dentro de la organización, donde se consideran diferentes costos operativos y financieros que permite tomar la decisión sobre cuánto en la cantidad de pedidos necesario que permita minimizar el costo del inventario total. El modelo de la cantidad económica de orden tiene las siguientes características:

- ✓ normalmente la demanda del producto se conoce, y la planificación se hace en base a los requerimientos del mercado.
- ✓ La demanda es constante y continua en el tiempo, es decir, se planifica lo requerimiento de abastecimiento y distribución de los productos.
- ✓ Los requerimientos se lo realizan en base a lotes acorde al tamaño y a las necesidades de distribución.
- ✓ El abastecimiento cero recibe en conjunto, es decir se hace un solo pedido donde se reciben todos los insumos.
- ✓ No se establece descuentos por la distribución y abastecimientos de gran cantidad de productos, tampoco se permiten faltantes.
- ✓ Los costos variables que existen son solamente con base a los pedidos.

- ✓ Como política estratégica los pedidos se lo realizan en todo momento para evitar que exista escasez.

2.3.8.2 El método punto de reorden

Entre sus principales características encuentra el cálculo de la cantidad económica para con el pedido, es decir, en el monto o en valor efectivo que se solicita por colocar un pedido. El modelo CEP se expone instantáneamente con base al nivel del inventario que existe, donde hall un eje de renovación en cada pedido, se establece la distribución y colocación del inventario, dentro de este proceso se establece un punto de renovación continúa donde se tienen consideración la colocación y resección del pedido.

El punto de reorden en la reestructuración del inventario se considera la cantidad y la calidad a una fecha específica para la orden de compra y el requerimiento de entrega inmediata. El control se establece coordinando la compra con la existencia, garantizando el equilibrio entre los pedidos y el abastecimiento. La resección de los materiales se establece a través de una orden de distribución de los pedidos, donde se planifica el acceso los materiales e insumos.

2.3.8.3 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, para el ahorro de los insumos en la logística de control aplicada.

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, luego se ajusta el precio acorde al ingreso del inventario a las bodegas. Normalmente son utilizados ambos esquemas para que se evalué la cantidad y el precio que tiene el inventario, se da un control que valida la existencia del inventario y la compra del insumo.

Describe Zúñiga (2017) precisa 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.

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 establece el registro del precio que se da en la adquisición y cuál es el precio de venta final. 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. Siempre se dan retrasos en la entrega de una bebida de consumo masivo, que ocasiona una elevación en los costos, por lo tanto, la calidad debe de reflejar las estrategias de interés para con 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 Justo a Tiempo logra el alcance de la competitividad, reduciendo costos al disminuir o quitar los desperdicios en el manejo de materiales, mano de obra e identificando las necesidades de los clientes o consumidores, se estima que la medición del costo y calidad óptima reduciría los desperdicios, esto genera una relación fiable entre los proveedores.

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 que se requiere en la industria es la de mantener el inventario en cero, disminuyendo los desperdicios y gastos para obtener una mayor rentabilidad.

2.3.8.4 Modelo de cantidad fija de pedido – EOQ

Es un modelo matemáticamente optimizado, por lo que es cuantitativo. El objetivo principal es encontrar el equilibrio entre el costo de pedido y el costo de mantenimiento que debe basarse en tener el costo más bajo. Antes de adoptar este modelo y para que su aplicación sea exitosa, cabe señalar que se tiene que considerar ciertos aspectos como saber que la demanda es constante y que el número de ítems de envíos siempre será por lotes, no se les permite romper el inventario, el costo de crear un pedido es constante, y los plazos de entrega de los proveedores pueden determinarse y mapearse (Chávez, 2021).

Este método de control de inventario es el más simple y efectivo, se usa cuando la entidad tiene una necesidad y usa continuamente su inventario, regularmente durante un período. Su propósito es reducir el costo de inventario del principio de una manera que simplifica calcular cuánto cuesta reclamar un producto y mantenerlo en funcionamiento. El EOQ con descuento sobre cantidad estimada, que tiene en cuenta una reducción en el costo de comprar un artículo cuando se compra en cantidad (Orrala, 2020).

Se destaca como un poderoso modelo ya que brinda respuestas satisfactorias incluso con grandes variaciones en los parámetros. En la práctica, determinar con precisión los costos de preparación y manejo es muy difícil, por lo que un modelo robusto es una ventaja. El costo total del EOQ varía aproximadamente del mínimo indispensable, lo que significa que el costo de instalación, de manejo, la demanda e incluso el EOQ representan una pequeña diferencia en el costo total (Avalos & López, 2018).

2.3.9 Tipos de empresas

Cada empresa realiza una actividad diferente las cuales se estructuran según sus necesidades, las empresas pueden dividirse en diferentes formas según su tamaño, su actividad, forma jurídica, según la procedencia de su capital y el territorio en el que actúan. Los tipos de empresas que existen son las siguientes:

La empresa según su forma jurídica determina en número de socios, capital y tipo de responsabilidades de cada uno de los dueños de las empresas, las cuales encontramos las societarias y las autónomas. La empresa según tamaño se da en función del número de los trabajadores, capital existente y volumen de facturación lo

cual permite establecer varios tipos de empresas: las microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas, grandes empresas.

La empresa según el sector económico se da en función con el sector económico y el grupo de actividad que realiza las cuales están las empresas del sector primario, el sector secundario y el sector terciario. La empresa según su procedencia de su capital hace referencia al tipo de capital que utiliza la empresa para la gestión de la empresa la cual encontramos las empresas privadas, las empresas públicas y las empresas mixtas.

Las empresas según el territorio en la que actúan podemos encontrar la empresa local que limita su terreno de actuación a una única localidad, la empresa regional su ámbito de actuación es en una región concreta y la empresa multinacional es la que ofrece sus servicios en más de un país teniendo mayor alcance y expandiendo sus oportunidades de negocios (Caurin, 2017).

2.3.10 Marco Conceptual

Accionista: Es un individuo propietario o portador de acciones, que representa simbólicamente un patrimonio social, donde toma decisiones en la organización. Posee un monto de capital invertido que obtiene como resultados la productividad de su capital.

Administración: Es la gestión de las funciones y recursos que realiza una persona para alcanzar un fin en el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Auditoria: Es un procedimiento sistemático que evalúa los resultados con las evidencias en el carácter económico, es un análisis razonable y real que se fortalece en un informe a los dueños o socios.

Efectividad: Es el cumplimiento de los objetivos trazados de una manera eficiente realizado en el menor tiempo posible y agilitando los recursos utilizados.

Gestión: EL manejo adecuado de los recursos que administra la empresa para el adecuado manejo de los recursos.

Implementar: Son las normas y procedimientos planificado con base a objetivos.

Inventario: Es el conjunto de bienes, artículos mercadería, materia prima para transformarlos y luego comercializarlos dentro de una empresa.

Inventario Final: es un inventario que se ejecuta en una organización al momento de llegar al cierre de un periodo contable, es decir el 31 de diciembre del año actual.

Inventario Físico: Es el inventario físico que mediante un conteo de los bienes materiales que se palpa y son tangibles, disponibles en la negociación, en materias primas o en proceso de transformación.

Inventario Inicial: Es aquel donde se registra la totalidad de los bienes o artículos que son tangibles y se lo cuantifica al inicio del periodo contable vigente.

Inventario Periódico: El inventario periódico es aquel que tiene su desarrollo en la toma física en el tiempo, acorde a las políticas aplicadas en su control según el personal autorizado.

Inventario Perpetuo: Es aquel que promete un proceso de control en las entradas y salidas de la mercadería, se lo hace a través del registro de información real que permite tener resultados de forma mensual, trimestral o provisional.

Organización: Es cuando se determinan varias actividades con el manejo de los recursos implementados, que son indispensables para los objetivos establecidos por la empresa.

Planeación: Es un método o procesos orientando a realizar pasos secuenciales para la identificación y desarrollo de la empresa, reducir el riesgo y alcanzar los objetivos propuestos.

Productividad: Es el rendimiento obtenido mediante una actividad en la ejecución del periodo de tiempo y contable.

2.4 Marco Legal

La representatividad legal del 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 de 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.

Las normas NIIF permite en el tratamiento adecuado de la información contable, señalando el rubro del inventario como uno de los principales argumentos del plan de cuenta que tiene mayor movimiento dentro de la contabilidad, por lo tanto, se manejan costos de ingreso y salida del inventario, para que sea reconocido mediante el registro.

Las NIIF también detallan el costo del inventario, es decir, cuál es el precio más reducido y a la vez el precio más conveniente para la venta establece los costos derivados en la transformación, almacenamiento y adquisición, e incluso se involucra tema relacionado con la ubicación y la condición de la mercadería (NIIF, 2018)

Uno de los principales argumentos legales que se debe de aplicar en la mayor parte las empresas que manejan contabilidad es la descripción del valor neto realizable, donde se fija un precio estimado para la comercialización del producto, agregando todos los gastos estimados en la negociación, donde cada inventario genera utilidad y están reconocido dentro del período y proceso contable.

El aspecto legal indica que una contabilidad eficiente utiliza un instrumento financiero que dirige el coste, planifica el activo y a la vez cubrir el pasivo, establece la veracidad de las cuentas del estado de pérdidas y ganancias mediante el método promedio, LIFO o FIFO. (Agudelo & López, 2018).

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA/ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Enfoque de la Investigación

En esta investigación se aplicó un enfoque mixto, donde el esquema cualitativo abarca el manejo deficiente del inventario, donde a través de la entrevista se vislumbra la percepción de los procesos realizados en el manejo de los inventarios.

El esquema cuantitativo describe la cantidad del inventario, los tiempos de producción, entrega, abastecimiento e indicadores de gestión, donde cada resultado obtenido permite tomar decisiones de los procedimientos o estrategias a aplica en las acciones tomadas, donde se cuantifica cada proceso y se procede a su análisis para mejoras con el uso de una hoja de cálculo.

3.2 Tipo de Investigación

El tipo de investigación fue de carácter descriptivo, porque permitió el desarrollo de cada una de las variables de estudio, incluyendo eventos, políticas y normas aplicadas.

El tipo de investigación que contribuyó para el desarrollo del presente trabajo de titulación fue de tipo descriptiva, dado a que se pudo determinar los procesos del inventario de las empresas productoras de consumo masivo, donde se establece la gestión a través de encuestas, y entrevistas

Se usa un método exploratorio al momento que se establece los métodos de manejo de inventario con base a las citas y estudio bibliográficos con fuentes de

información primaria y secundaria, donde la información descrita forma parte del marco teórico para establecer mejora en los procesos de abastecimiento.

3.3 Métodos y Técnicas de investigación

3.3.1 Métodos

Para el desarrollo de la investigación se empleó la técnica de la observación la encuesta y la entrevista, el cual permitieron conseguir la información necesaria acerca del tema.

El método inductivo permite el manejo de las variables relacionadas, donde se establece un estudio de cada tema de forma cualitativa y cuantitativa, donde en el inventario se desarrolla un esquema generalizado de los procedimientos a considerar de manera general, la interpretación científica desarrollada.

El método analítico consiste en recabar la información para poder tomar decisiones que pueden abastecer una solución inmediata a la logística de control y abastecimiento de las bebidas de consumo masivo, logrando una descripción de cada proceso analizado medido en tiempo y en resultados óptimos obtenidos.

3.3.2 Técnicas e Instrumentos

Las técnicas utilizadas en la presente investigación abarcan una observación directa, al momento que se describe en todos los procesos operativos en el área de producción, distribución y venta de los productos de consumo masivo. Abarca además una población específica que son todas las empresas de servicio y autoservicios, tiendas y centros de abastos que son las encargadas de llegar con las bebidas de consumo masivo al mercado general del sector norte de Guayaquil, otro instrumento de recopilación de información son las entrevistas a los directivos y responsables del

manejo de logística de manejo de inventario, distribución y ventas dentro de la organización.

3.3.2.1 Identificación de Técnicas de Investigación

Con el objetivo de obtener información que conlleve a la mejora productiva del área comercial, se decide analizar los procesos involucrados dentro del proceso de despachos en el área de bodega y área comercial para conocer la manera en que los trabajadores realizan sus actividades en función de la mejora continua y para reafirmar los datos, se desea conocer la parte del proceso, por tal motivo se realiza la observación.

3.3.2.2 Observación

Instrumento importante para desarrollo de la investigación ya que se pudo evidenciar las diferentes falencias dentro de los procesos y a su vez identificar las oportunidades de mejora dentro del área de mantenimiento. Las acciones de imágenes vertidas en los anexos comprueban la realidad del problema, además se evidencia como existe el desorden en las diferentes bodegas de la empresa de consumo masivo, se señala además acciones de entrega del inventario distribuidos a los puntos de ventas.

En el anexo de evidencia referente al almacenamiento de las bebidas de consumo masivo se establece un claro esquema de las herramientas que se utilizan para un adecuado manejo de los productos, donde existe orden de producción, salida de inventario, ingreso a bodega, registros de los clientes, esquemas de distribución y apego en las perchas en el punto de ventas.

3.3.2.3 Entrevista

La entrevista involucra a todos aquellos ejecutivos que son parte de la dirección y de los puntos estratégicos para la distribución de productos de consumo masivos y

que viabiliza la posibilidad de utilizar el método justo a tiempo para aplicarlo en cada centro de abastecimiento de consumo.

3.3.2.4 Encuesta

A pesar de que la investigación tiene un enfoque descriptivo, se consideró realizar una encuesta con el objetivo de consolidar los datos obtenidos en el desarrollo de la investigación. La encuesta está dirigida a todas las microempresas, autoservicios y tiendas del sector de Sauces VI al norte de la ciudad de Guayaquil, donde se distribuyen los productos de consumo masivo a través de venta y preventas en cada plaza.

3.3.3 Población

La población o también denominada universo, es el conjunto de todos los casos que coinciden con varias especificaciones. Los casos de investigación deben ser transparentes y estar sujeto a críticas, por lo tanto, esto se logra, estableciendo una correcta delimitación de la población seleccionada (Hernández, 2018).

La población se encuentra comprendida, según el INEC (2020) por un total de 13.332 entre microempresas, supermercados, tiendas y lugares de abastos de productos de consumo masivo en la provincia del Guayas, se considera la población del sector norte de la ciudad de Guayaquil que abarca un total de 370 establecimientos.

3.3.4 Muestra

Se busca alcanzar una muestra viable acorde al tamaño tenido y a nivel de riesgo utilizado, utilizando proceso matemático se logra el manejo adecuado de la incidencia el error. Para calcular la muestra se toma en consideración la siguiente fórmula de la población finita.

Dónde:

Población (N) ----- 370

Error muestral (e) ----- 0,10

Desviación s de error (σ^2) ----- 0,50

Confianza (Z^2) ----- 1,28

$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 * Z^2}$$

$$n = \frac{370 * (0,5)^2(1,28)^2}{(370)(0,1)^2 + (0,5)^2(1,28)^2}$$

$$n = 20$$

Se procedió a trabajar con una muestra a conveniencia con 370 establecimientos entre tiendas y supermercados del norte de Guayaquil. De los cuales fueron seleccionados un promedio de 20 establecimientos encontrados en el sector de Sauces VI debido a las facilidades de información otorgadas por los administradores y gerentes. Ya que es el canal intermediario y la incidencia en las ventas.

3.4 Definición del ambiente o contexto

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 y 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.

3.4.1 Ficha de observación

La ficha de observación es un formato de evaluación de las actividades, donde se detalla la gestión realizada de una función en la búsqueda de solventar un conflicto dentro de un esquema de investigación.

Instrucciones: Observar las ejecuciones que se realizan dentro del área del despacho

Objetivo: Evaluar los procesos del área, desde el ingreso del pedido, el proceso interno y la salida a los puntos ventas.

Dirigido: Al área de despacho y comercialización

3.4.2 Análisis Observación

Tabla 1

Análisis de la observación percibida en la distribución de productos masivos

Procesos operativos en la distribución de productos de consumo masivo				
Detalles del Proceso	Cumple		Observación	
	SI	NO		
Se cumple con la entrega a tiempo de las bebidas	12	8	No existe el ordenamiento de la mercadería en las perchas por parte del personal	
Existe preventa en las estaciones de servicio, autoservicio y tiendas	15	5	El ejecutivo atiende adecuadamente en los puntos de ventas, sin problema en el pedido	

Existe orden en la mercadería solicitada	8	12	Normalmente hay confusiones en el despacho por lo que no hay una adecuada comunicación	
Hay el compromiso de cumplir con la entrega	16	4	Existe un adecuado proceso que agiliza las entregas, pero el despacho y la distribución tienen inconveniente a destacar	

Elaborado por: Sánchez (2022)

El detalle de los procesos desarrollados a través de la observación da resultados concernientes a si se contribuye adecuadamente a la entrega de bebidas, obteniendo un resultado de 12 que dicen que, Si y 8 que dicen que no, la franja roja simboliza que se debe de hacer cambios en los resultados obtenido, al ser la negativa muy amplia en los esquemas observados, el color verde refleja una aceptación de las actividades al ser evaluadas

3.4.3 Conclusión de la observación

Un esquema real de acciones que permite conocer la realidad en el manejo del inventario en los procesos de entrada y salida de inventario; la gestión en manejo del inventario se la realiza debido a que se establece un contexto de control, mantenimiento, reparación y actualización, donde el conocimiento y la tecnología son parte de acciones reales que permite un adecuado manejo del inventario.

3.5 Entrevista

La entrevista se realizará con el objetivo de conocer los procedimientos que actualmente se desarrolla para el abastecimiento de productos de consumos masivo en tiendas y supermercados y la importancia de una adecuada gestión de procesos.

Se realiza la entrevista a las personas encargadas de los despachos ya que son los encargados del inventario. A continuación, las entrevistas respectivas.

Objetivo: Evaluar los inconvenientes en los manejos y procesos de inventarios.

Dirigido: A personas encargadas de los despachos y vendedores ya que son los responsables directos al momento del despacho.

Entrevistados: jefe de distribución/ jefe de pedidos/vendedores

1. ¿Existe Inconvenientes en el manejo del inventario de los productos de consumo masivo, explique por qué?

Jefe de Distribución: En realidad, la producción, y comercialización de productos de consumo masivos es un problema constante, el lecho del ingreso y la salida de bebidas, considerando la marca, el tamaño, la tipología, y el sector a donde se distribuye, todos estos inconvenientes hacen que el despacho sea lento y que continuamente cita complicaciones en el servicio para con cada cliente que espera la mercadería.

Jefe de pedidos: Si, debido a que existe una gran cantidad de cliente que quiere que la atención se inmediata, realizan el pedido y desean que sea entregado el mismo día, lo que ocasiona dificultad en el servicio, siendo necesario que exista un promedio de al menos 24 horas entre la orden de pedido y la entrega de las bebidas en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Vendedora: Si, normalmente el manejo de inventario en una los problemas de mayor presencia dentro de la organización, y no existe tecnología ni métodos que puedan permitir su accesibilidad con eficiencia.

Conclusión de la pregunta 1

Como conclusión de la primera pregunta nos damos cuenta de que los inventarios no tienen un excelente stock y una buena rotación no se puede llevar un control lineal para el orden y la organización.

2 ¿Cuáles son los lineamientos que se aplica al momento de ordenar el inventario de productos a distribuir?

Jefe de Distribución: El inconveniente que existe es que no se miden los lineamientos para el despacho de las bebidas, se debe establecer un registro de una orden de pedido para ser atendida inmediatamente, sin embargo, este proceso se interrumpe al momento que la orden no se encuentra ubicada adecuadamente en la carpeta, existiendo inconvenientes en el despacho a determinadas tiendas y autoservicio en el sector norte de la ciudad Guayaquil.

Jefe de pedidos: Entre los principales lineamientos es que la orden de pedido llega de manera física, y esta tiene que ser ingresada en el sistema para que lo posterior bodega establezca el despacho y se realice la logística de distribución de las bebidas, la interacción depende del ingreso del pedido al sistema y que en el área de bodega se establezca el abastecimiento y entrega inmediata al transporte encargado de distribuir el producto

Vendedora: Los lineamientos que se aplican es cumplir a cabalidad con todas las órdenes de compras y pedidos, de manera inmediata, donde el transporte a distribuir las bebidas se desplaza por toda la ciudad y cumple con la entrega sin un horario específico.

Conclusión de la pregunta 2

Nos damos cuenta de que por tratar de cumplir las cuotas de venta nos olvidamos de los pequeños lineamientos internos como el orden y la logística.

3 ¿Se controla los gastos en el abastecimiento, almacenamiento y distribución de los productos de consumo masivo?

Jefe de Distribución: La mayor parte los gastos de abastecimiento, almacenamiento y distribución, suele ser un enredo al momento de que existe varias órdenes que son atendida de manera lenta, que no permite un adecuado abastecimiento por parte los proveedores por la falta de comunicación, e incluso no existe un adecuado manejo del sistema de información tanto de proveedores como en los clientes

Jefe de pedidos: Si, existe un control adecuado de los gastos, sin embargo, cuando existe de desorden se prevé costos innecesarios debido a que al momento que se presenta un inconveniente se pierde tiempo y dinero

Vendedora: No, normalmente existe un desglose de valores por situaciones presentada en el abastecimiento, en la distribución de las bebidas y en el almacenamiento las bodegas, esto complica el atender los pedidos de manera inmediata y se utilizan recursos económicos para su gestión.

Conclusión de la pregunta 3

Al momento de tratar de cumplir con todos los pedidos se presentan inconvenientes, y estos genera mal ambiente ya que, por tratar de quedar bien con el cliente externo, genera inconformidad con el cliente interno

4 ¿Considera necesario un nuevo método de control del inventario de productos de consumo masivo? ¿Por qué?

Jefe de Distribución: Sí, es necesario un método que permita administrar adecuadamente la entrada y salida del inventario, el despacho de mercadería oportuna, y la distribución inmediata a cada una de las tiendas o autoservicio en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Jefe de pedidos: Si, se requiere un sistema de información actualizado que permita el manejo adecuado de los diferentes departamentos, donde se establece una interacción entre el área de ventas, bodega, abastecimiento, y distribución.

Vendedora: Si, se requiere un nuevo método, porque sólo así se podría tener en orden toda la logística de abastecimiento, almacenaje, entrega y distribución de la bebida de consumo masivo.

Conclusión de la pregunta 4

Considerar un nuevo método para el manejo y control del inventario nos permitirá dar una respuesta inmediata a los clientes en los despachos oportunos

5 ¿Cree Ud. que el método justo a tiempo es idóneo y eficaz en la distribución y abastecimiento de productos de consumo masivo?

Jefe de Distribución: Sí, el método justo a tiempo, es el más idóneo para la distribución y abastecimiento de bebidas en el sector norte de la ciudad Guayaquil, de esa manera no existiría complicaciones en la comercialización y distribución, e incluso mejoraría la rentabilidad y existiría una mayor interacción con el cliente.

Jefe de pedidos: Si, se requiere un sistema de información actualizado que permita el manejo adecuado de los diferentes departamentos, donde se establece una interacción entre el área de ventas, bodega, abastecimiento, y distribución.

Vendedora: Si, el método justo a tiempo permitiría reducir todos lo gasto innecesario y cumplir a tiempo con todos los requerimientos del cliente interno y externo.

Conclusión de la pregunta 5

Nuestros entrevistados creen que el método justo a tiempo de acuerdo con sus conocimientos considera que nos puede ayudar a reducir gastos innecesarios y optimizar recursos para cumplir con las necesidades de los clientes.

6 ¿Cree usted que un modelo lineal de gestión por procesos bajo el método justo a tiempo va a aportar al mejoramiento de los inventarios?

Jefe de Distribución: Sí, la gestión de proceso bajo el método de justo a tiempo es una opción para organizar las entregas y los pedidos recibidos.

Jefe de pedidos: El modelo lineal permite conocer cuál es la trayectoria de la producción, distribución y comercialización por lo que el mejor justo a tiempo organiza toda la información en cada tema, dando un seguimiento al producto en sus diversas facetas.

Vendedora: SI, siempre y cuando este acompañado con los recursos informáticos necesarios que controle los procesos.

Conclusión de la pregunta 6

Consideran que un método lineal aporta al buen manejo y control de los inventarios.

7 ¿Conoce de lo que es el método justo a tiempo?

Jefe de Distribución: Por supuesto, es la clave para un manejo adecuado de los pedidos, con el método justo a tiempo la información de los pedidos agiliza la producción y la distribución.

Jefe de pedidos: Sí, es un manejo adecuado de los procesos de distribución desde la producción hasta el punto de venta, se realiza el manejo adecuado de la información a través de medios integrados que se adaptan a las necesidades de los clientes.

Vendedora: SI, es una herramienta que permite el manejo adecuado del inventario, su distribución y adquisición, es muy utilizado en los productos de consumo masivo.

Conclusión de la pregunta 7

Todos los entrevistados conocen el método justo a tiempo, sin embargo, consideran que la implementación lleva de mucha logística como tal y de altos recursos económicos.

3.5.1.1 Análisis general de le Entrevista

La técnica de la entrevista fue muy importante para obtener información acerca de las actividades que se ejecutan dentro del departamento de logística y

abastecimientos a tiendas y supermercados y para tener una visión más amplia con respecto a la situación actual.

A continuación, en la tabla 3, se detalla el análisis de la entrevista y los aspectos a mejorar dentro de los procesos.

Tabla 2

Análisis de las entrevistas realizadas

Pregunta	Jefe de Pedidos	Jefe de Distribución	Vendedora	Análisis
1	Hay Problemas	Muchos clientes	No hay tecnología ni métodos	Falta de gestión en el manejo del Inventario
2	Problemas en el despacho	Ingreso pedido al sistema	Cumplir órdenes de compra	No hay lineamientos a seguir para el manejo del inventario.
3	Enredo en los gastos	Si se controla el gasto	No, hay desglose de valores	No se manejan acciones de control en el gasto.
4	Si se requiere un método de inventarios	Si para interactuar en las diferentes áreas	Si, se requiere un nuevo método	Se busca un modelo de gestión en manejo de inventario
5	El justo a tiempo es el idóneo	Para tener información actualizada	Si el justo a tiempo	Justo a tiempo es el mejor método
6	Buena gestión	Conocer la trayectoria de la producción	Acompañado con las Tics	Aplicar recursos en base al justo a tiempo
7	Eficaz y confiable	Producción al punto de venta	Si, Manejo adecuado del inventario	Lo conocen y lo requieren el Justo a Tiempo

Elaborado por: Sánchez (2022)

Tomando en cuenta los criterios emitidos por los entrevistados del sector, se fortalece la intención del presente proyecto de investigación de establecer una alternativa mediante un modelo del método justo a tiempo, que permitiría a la empresa de consumo masivo el ahorro de recursos económicos, 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.

3.6 Encuesta

Con el Objetivo de obtener información que conlleve mejorar la viabilidad en la aplicación del método justo a tiempo en las empresas comercializadora de consumo masivo, y sustente los datos obtenidos mediante la entrevista y la ficha de observación, se procede a realizar una encuesta para poder conocer la parte subjetiva de la problemática y sin la intención de querer medir variables.

Objetivo: Obtener información que conlleve mejorar la viabilidad en la aplicación del método justo a tiempo

Dirigido: La presente Encuesta está dirigida a microempresas, autoservicios y tiendas del sector de Sauces VI al norte de Guayaquil.

Resultados

Edad de los encuestados

Tabla 3

Edad de los encuestados

Detalles	Frecuencia Numérica	Frecuencia Porcentual
De 18 – 30	12	60%
De 31 – 45	5	25%
De 46 – 65	3	15%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

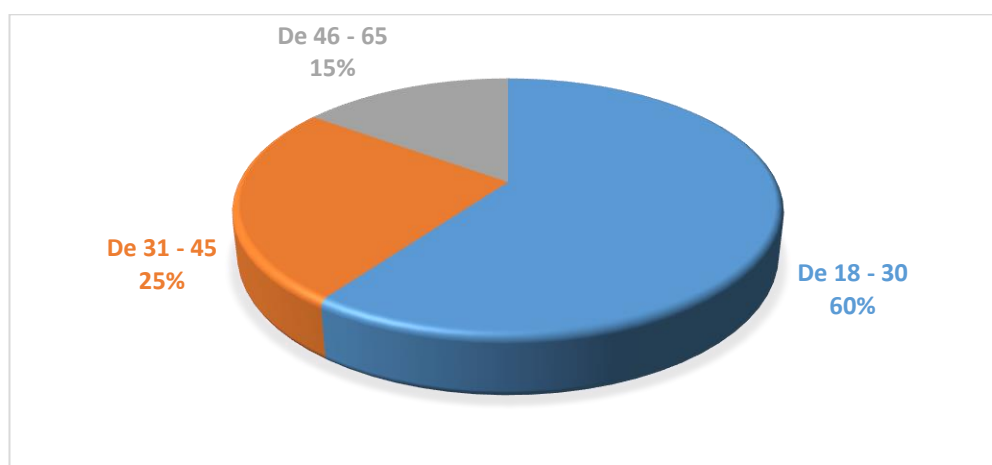


Figura 1 Edad de los encuestados

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

Según los datos obtenidos la edad de los encuestados de las microempresas, autoservicios y tiendas del sector se da con un 60% entre 18 a 30 años, seguido de un 25% que se da de 31 a 45 años y con menos frecuencia un 15% entre 46 a 65 años.

Género

Tabla 4

Género de los encuestados

Detalles	Frecuencia Numérica	Frecuencia Porcentual
Masculino	5	25%
Femenino	15	75%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

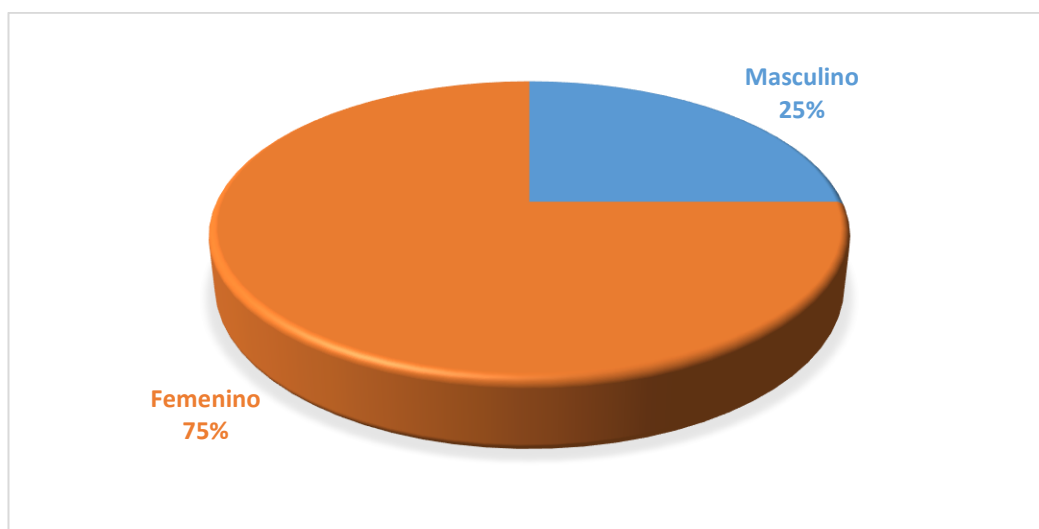


Figura 2 Género de los encuestados

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

Según los resultados obtenidos el género de los encuestados de las microempresas, autoservicios y tiendas del sector con un 75% es de género masculino y con un 25% es femenino.

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

Tabla 5

Puntualidad en las entregas de los diferentes pedidos

Detalles	Frecuencia Numérica	Frecuencia Porcentual
Muy de acuerdo	3	15%
Algo de acuerdo	1	5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	20%
Algo en desacuerdo	5	25%
Muy en desacuerdo	7	35%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

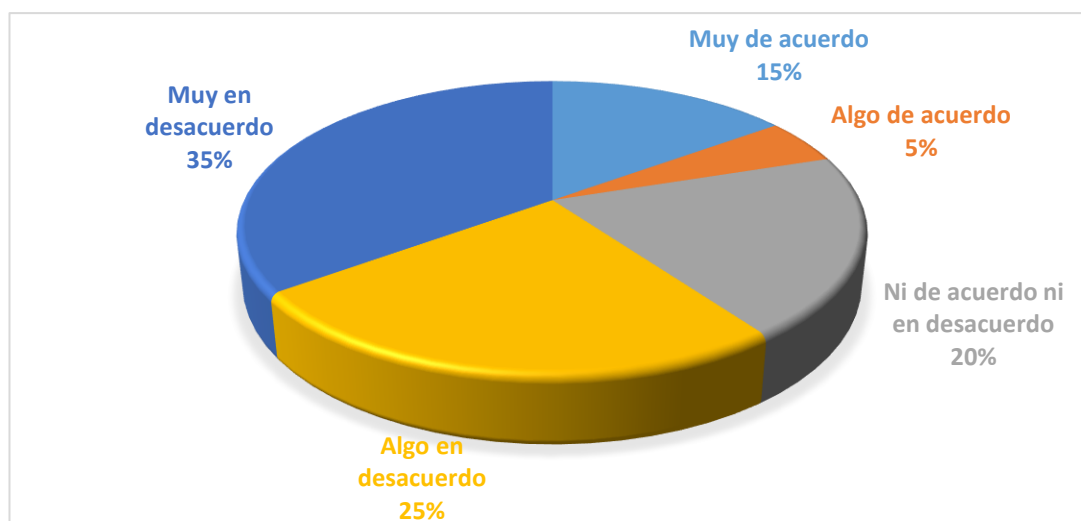


Figura 3 Puntualidad en las entregas de los diferentes pedidos

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

Elaborado por: Sánchez (2022)

Según los resultados obtenidos con un 25% están algo en desacuerdo en que existe puntualidad en las entregas de los pedidos de diferentes productos, seguido de

un 5% está algo de acuerdo en que existe puntualidad en las entregas de los pedidos por parte de la empresa comercializadora

Pregunta 2 ¿Cómo registra el ingreso de las bebidas variadas al momento de recibir la entrega por parte de la empresa comercializadora de productos masivos?

Tabla 6

Registro de ingreso de bebidas

Detalles	Frecuencia Numérica	Frecuencia Porcentual
Registro en cuaderno	7	35%
Registro en Excel	6	30%
Software contable	4	20%
Todas las anteriores	2	10%
Ninguna	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)



Figura 4 Registro de ingreso de bebidas

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

Según los encuestados con un 35% registran en cuaderno el ingreso de las bebidas al momento de recibir la entrega, seguido de un 30% registran en Excel el ingreso y con un 20% lo realizan por medio de un software contable.

Pregunta 3: ¿Cómo percibe usted la entrega de producto dentro del centro de acopio, tienda o autoservicio?

Tabla 7

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

Detalles	Frecuencia Numérica	Frecuencia Porcentual
Ordenados	3	15%
Totalmente ordenados	2	10%
Ni ordenados ni desordenados	1	5%
Nada ordenados	6	30%
Totalmente desordenado	8	40%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

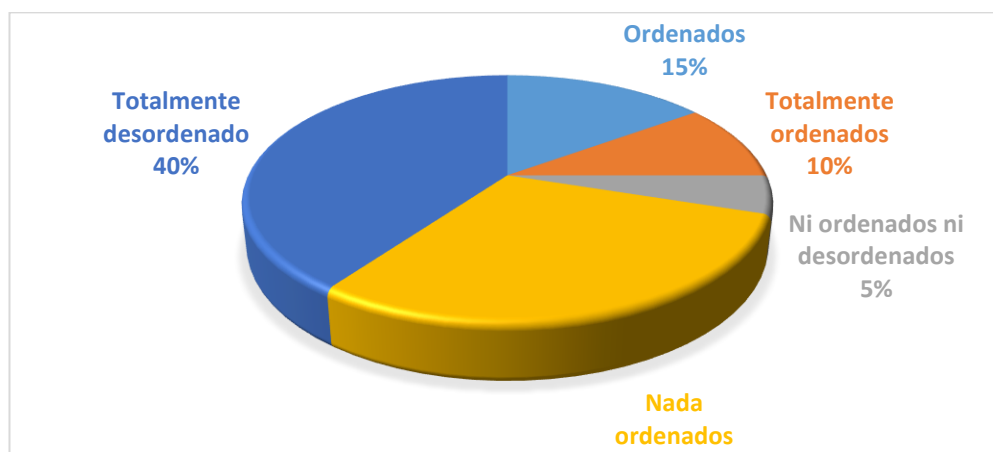


Figura 5 Como percibe la entrega del producto por parte del centro de acopio

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

Según los resultados obtenidos con un 40% 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.

Pregunta 4 ¿Con cuántos días de antelación se entregan lo productos antes de su vencimiento?

Tabla 8

Días de antelación al entregar el producto

Detalles	Frecuencia Numérica	Frecuencia Porcentual
5 a 10	5	25%
10 a 15	4	20%
15 a 20	7	35%
20 a 25	3	15%
Más de 25	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

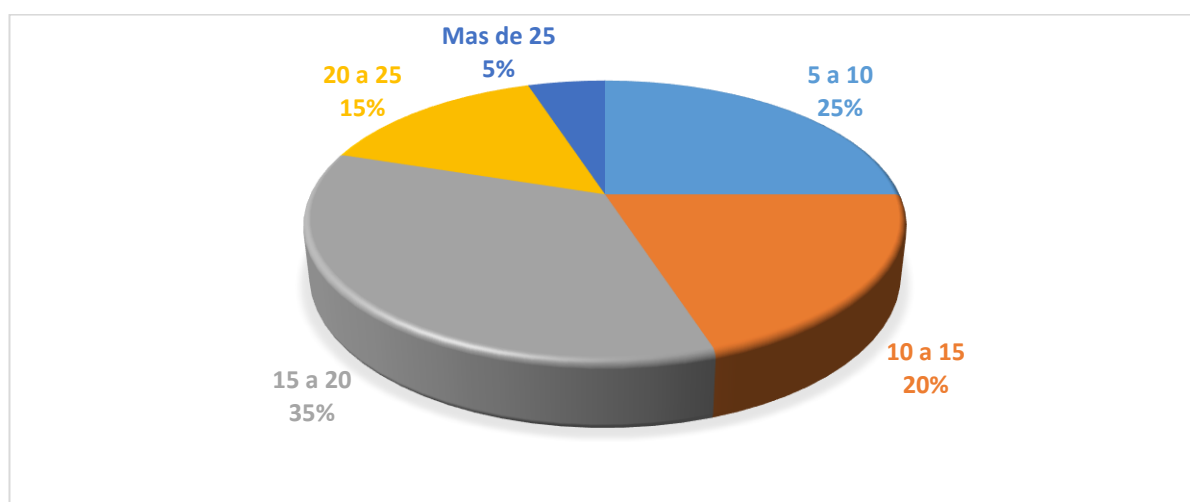


Figura 6 Días de antelación al entregar el producto

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

Según los encuestados con un 35% se entregan los productos de 15 a 20 días antes de su vencimiento, seguido de un 25% de 5 a 10 días y con menor frecuencia con un 5% con más de 25 días antes de su vencimiento.

Pregunta 5: ¿Cómo percibe usted la logística por parte de la empresa comercializadora de consumos masivos?

Tabla 9

Logística por parte de la empresa comercializadora

Detalles	Frecuencia Numérica	Frecuencia Porcentual
Ordenados	10	50%
Totalmente ordenados	1	5%
Ni ordenados ni desordenados	2	10%
Nada ordenados	3	15%
Totalmente desordenado	4	20%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

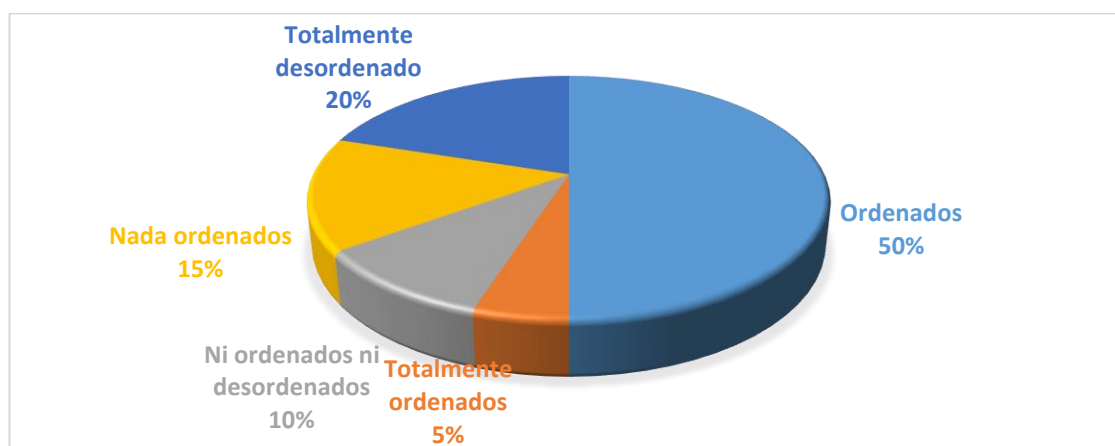


Figura 7 Logística por parte de la empresa comercializadora

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

Según los resultados obtenidos con un 50% los encuestados perciben ordenados la logística por parte de la empresa comercializadora seguido de un 15% perciben nada ordenado la logística y con un 20% perciben la logística totalmente desordenada por parte de la empresa comercializadora de consumos masivos.

Pregunta 6: ¿La empresa comercializadora presenta las medidas de bioseguridad al momento de la entrega de los productos?

Tabla 10

La empresa comercializadora presenta medidas de bioseguridad

Detalles	Frecuencia Numérica	Frecuencia Porcentual
Totalmente de acuerdo	4	20%
De acuerdo	1	5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	25%
En desacuerdo	7	27%
Totalmente en desacuerdo	3	22%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

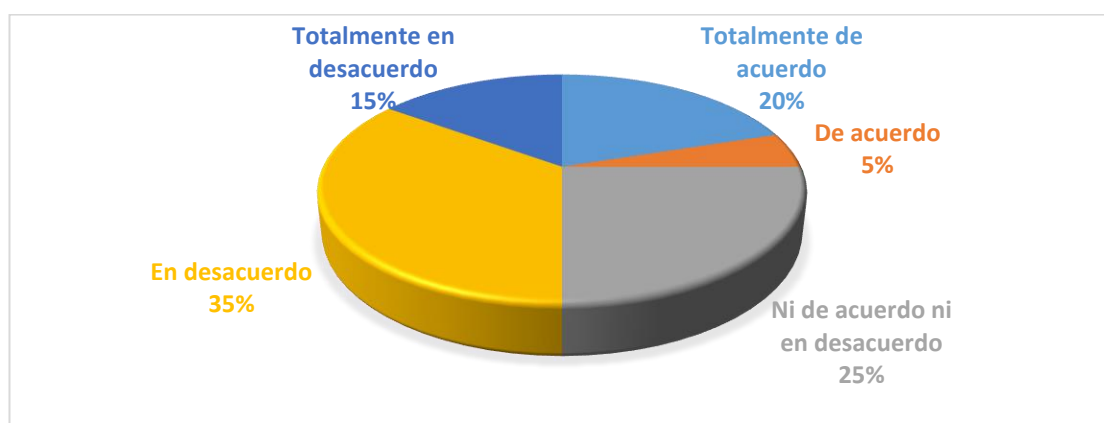


Figura 8 La empresa comercializadora presenta medidas de bioseguridad

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

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 5% en que si presentan medidas de bioseguridad.

Pregunta 7: ¿Califique el servicio brindado al momento de la entrega de productos de la empresa comercializadora de consumo masivos, casillero 1 es el grado más bajo de satisfacción o estar totalmente en desacuerdo, casillero 5 es el grado más alto de satisfacción o estar totalmente de acuerdo?

Tabla 11

Servicio que brindan al momento de entregar el producto

Detalles	Frecuencia Numérica	Frecuencia Porcentual
1 Total insatisfacción	3	15%
2 bajo de satisfacción	4	20%
3 mediana satisfacción	1	5%
4 satisfechos	5	25%
5 alta satisfacción	7	35%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

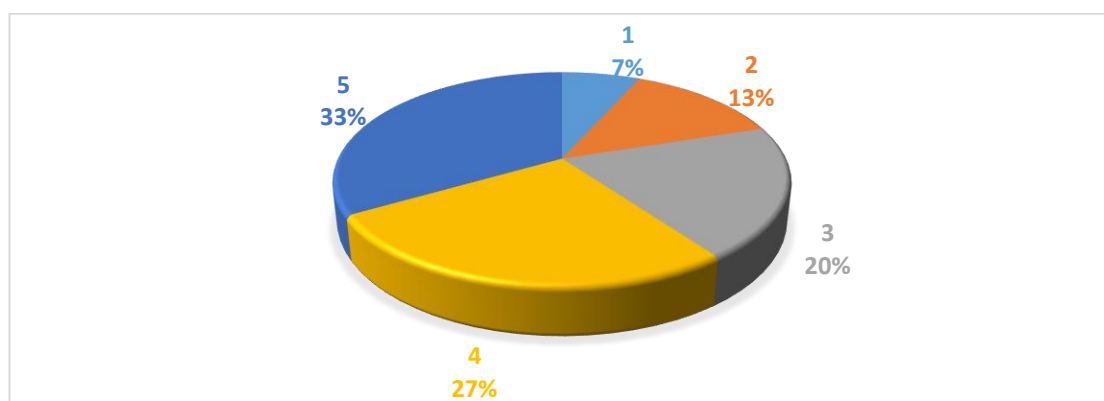


Figura 9 Servicio que brindan al momento de entregar el producto

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

Según los encuestados con un 35% están satisfechos por el servicio que le brindan al momento de la entrega del producto, con un 25% están satisfechos y por menor frecuencia un 5 % está muy insatisfecho el servicio que le brindan al momento de la entrega del producto.

Pregunta 8: ¿Califique con qué frecuencia mensual ha recibido pedidos duplicado o no solicitados por la empresa comercializadora de consumo masivo?

Tabla 12

Frecuencia mensual de los pedidos duplicados o no solicitados

Detalles	Frecuencia Numérica	Frecuencia Porcentual
1 a 5	8	40%
5 a 15	5	25%
15 a 20	4	20%
20 en adelante	2	10%
Ninguna de las anteriores	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

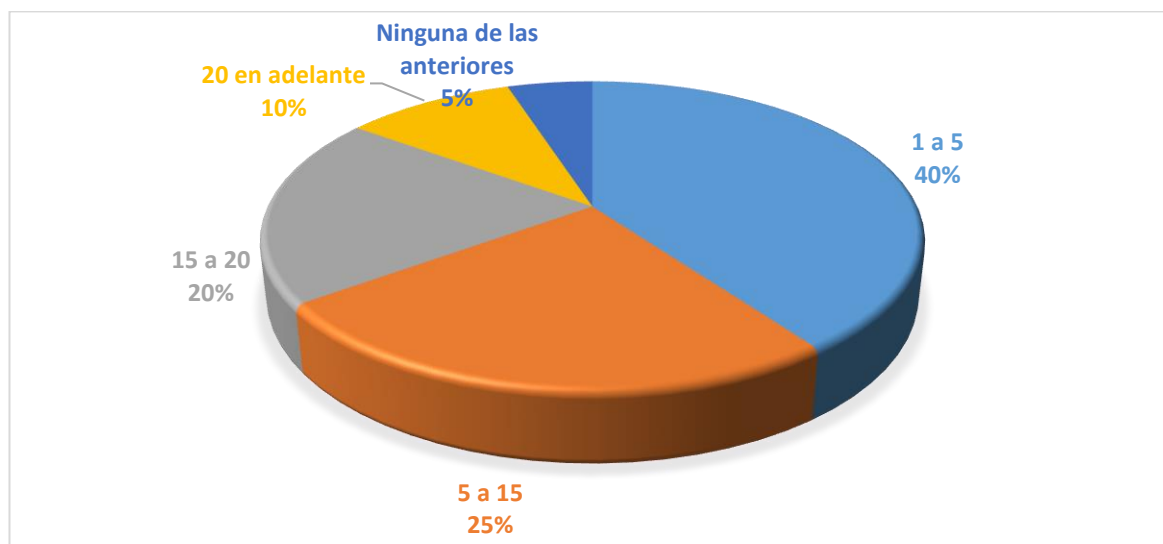


Figura 10 Frecuencia mensual de los pedidos duplicados o no solicitados

Fuente: Investigación de campo realizada a las microempresas, autoservicios y tiendas del sector del norte de Guayaquil

Elaborado por: Sánchez (2022)

Según los encuestados con un 40% la frecuencia mensual de los pedidos duplicados se da entre 1 a 5, con un 25% se da entre 5 a 15 pedidos y con un 10% se da más de 20 pedidos mensuales duplicados o no solicitados.

3.6.1 Conclusiones de las encuestas

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.

Tabla 13
Análisis de las encuestas

Descripción de la Interrogante	Muy de Acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Muy en desacuerdo
Puntualidad en las entregas de los diferentes pedidos	51	29	80	110	100
Descripción de la Interrogante	Registro en cuaderno	Registro en Excel	Software Contable	Todas las anteriores	Ninguna
Registro de ingreso de bebidas	125	115	75	40	15
Descripción de la Interrogante	Ordenado	Totalmente ordenado	Ni ordenado Ni desordenado	Nada ordenado	Totalmente desordenado

Como percibe la entrega del producto por parte del centro de acopio	55	45	40	110	120
Descripción de la Interrogante	Ordenado	Totalmente ordenado	Ni ordenado Ni desordenado	Nada ordenado	Totalmente desordenado
Logística por parte de la empresa comercializadora	99	54	66	80	74
Descripción de la Interrogante	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en Desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo
La empresa comercializadora presenta medidas de bioseguridad	60	40	90	100	80
Descripción de la Interrogante	1	2	3	4	5
Servicio que brindan al momento de entregar el producto	60	70	50	90	100
Descripción de la Interrogante	1^a5	5^a15	15^a20	20 a	N
Frecuencia mensual de los pedidos duplicados o no solicitados	100	90	80	60	40

Elaborado por: Sánchez (2022)

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 sí brindan un buen servicio al momento de realizar la entrega, también están en desacuerdo en que se reciben pedidos duplicados o no solicitados.

CAPÍTULO 4

INFORME TECNICO

4.1 Tema a proponer

Adaptación del Método “Justo a tiempo” para el ahorro de recursos en el almacenamiento, abastecimiento y mantenimiento del inventario de las bebidas de consumo masivo.

4.1.1 Objetivo general de la Propuesta

Determinar la utilidad del método “Justo a Tiempo” en la distribución y comercialización de productos, en las empresas de consumo masivo en la ciudad de Guayaquil.

4.1.2 Objetivos específicos de la Propuesta

Mejorar la distribución de bebidas de consumo masivo y los indicadores del estudio en temas de la actividad, liquidez, solvencia y rentabilidad.

Optimizar los lineamientos del método “Justo a Tiempo” en la distribución y comercialización de productos en las empresas de consumo masivo en la ciudad de Guayaquil.

Implementar el método justo a tiempo para el abastecimiento de inventarios en tiendas, supermercados y distribución para el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

4.1.3 Justificación

La propuesta del método justo a tiempo tiene un formato de aprovechamiento en el manejo de la tecnología y en los procesos combinados, donde se justifica un manejo adecuado de las bebidas, donde se organiza el producto en un esquema de

disponibilidad inmediata para suplir una necesidad de entrega inmediata. La justificación recae en un modelo interactivo que propone un aspecto de gestión en comunicación donde a través de un sistema se planifica la producción y distribución de las bebidas, sino así se justifica el adecuado manejo del inventario considerando el ahorro de tiempo y de recurso económicos, para el monitoreo adecuado de los insumos materia prima y distribución.

El método “Justo a Tiempo” aplicado en la empresa de bebida de consumo masivo exige que se aumente el espacio de la organización en el almacenamiento, mejorando la eficacia en el tiempo de distribución de las diversas bebidas, con el método se logra mayor visibilidad en la gestión de negociación, logrando disminuir el tiempo perdido, reducir el despilfarro, y ampliar el espectro de negociaciones.

4.2 Informe técnico de la situación actual de una empresa de bebidas de consumo masivo

La empresa de comercialización de bebidas de consumo masivo tiene su centro de gestión, la aplicación de indicadores que puedan evaluar las acciones y estrategias que se puedan aplicar para un adecuado manejo del inventario, donde se desarrolla el mantenimiento y la actualización de la entrada y salida de las bebidas, se desarrolló la evaluación a través del indicador de solvencia, liquidez, rentabilidad, manejo de inventario, entre otros que denotan la actualidad del inventario y su destreza en el manejo.

4.2.1 Informe técnico de la Solvencia en la empresa de bebida de consumo masivo

La solvencia permite en 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 14

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

	Año 2021		Año 2020	
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*

Elaborado por: Sánchez (2022)

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 2020 existe un indicador de 1,81 y para el año 2021 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.

4.2.2 Informe de la Rentabilidad en 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 15

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

	Año 2021		Año 2020	
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

Elaborado por: Sánchez (2022)

Para el año 2020 la utilidad es de 40.074 \$, para el año 2021 es de 22.611, sin embargo, al comparar los ingresos que es mayor a la cifra del año 2021. 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.

4.2.3 Informe técnico de la Liquidez en 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 16

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

	Año 2021		Año 2020	
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

Elaborado por: Sánchez (2022)

En el año 2020 la liquidez presenta un porcentaje del 82%, en el siguiente año 2021 la liquidez disminuye en un 71%. El año 2020 se cubría el 82% de las obligaciones a corto plazo, pero en el año 2021 solo se podía cubrir el 71% de todas las prestaciones y obligaciones, dando un resultado poco satisfactorio.

4.2.4 Informe técnico de la Rotación del inventario en bebidas en la empresa de bebida de consumo masivo

La rotación del inventario en la Empresa de bebida de consumo masivo se compara la cuenta costo de venta con el inventario, y describe el número de veces de adquirir inventario, despacho y distribución.

Tabla 17

Análisis de la rotación del inventario de la Empresa de bebida de consumo masivo

	Año 2021		Año 2020	
Rotación del Inventario	393.913	0,49	463.692	0,62
	804.694		746.733	

Nota: Caculo y análisis de la rotación del inventario en la empresa de bebida de consumo masivo.

Elaborado por: Sánchez (2022)

En el año 2020 el inventario de bebidas de consumo masivo tiene una rotación del inventario de 0,62 veces, es decir, no existía mayor cantidad de órdenes de compra de bebidas, en el año 2021 disminuye a 0,49 veces, donde los resultados alcanzados indica que existe capacidad inventario, pero mínima rotación del mismo en las bodegas de la en la empresa de bebida de consumo masivo creando un tema de pérdida o deterioro de las bebidas almacenadas.

4.2.5 Días de adquisición del inventario

Después de la rotación del inventario de bebidas de consumo masivo, se procede a combinar el número de días de un año, para señalar el número exacto promedio de adquisición y distribución de las bebidas.

Tabla 18

Análisis de los días de adquisición del inventario Empresa de bebida de consumo masivo

	Año 2021		Año 2020	
Días de adquisición del				
Inventario	365	746	365	588
	0,49		0,62	

Nota: Análisis de los días de adquisición del inventario en la empresa de bebida de consumo masivo

Elaborado por: Sánchez (2022)

Dentro de los de adquisición del inventario de bebidas de consumo masivo en el año 2020, el resultado llega a 588 días, en el año 2021 el resultado es de 746 días. Ambos resultados implican que existen serios inconvenientes en el abastecimiento en la empresa de bebida de consumo masivo, es decir se posee gran cantidad de inventario de bebidas y no existe la distribución adecuada, lo que repercute en gastos de conservación de las bebidas, y el deterioro de algunos insumos almacenados.

4.2.5.1 Conclusiones del análisis financiero

Tomando en consideración la solvencia, rentabilidad y liquidez en la empresa de bebida de consumo masivo se establece que la situación financiera es estable, pero existen inconvenientes que con un manejo adecuado de inventario se puede solventar, en las razones financieras, se presenta un esquema irregular en el manejo del inventario bebidas, al estar fijo en la percha por mucho tiempo.

La situación acontecida en el inventario de bebidas en la bodega de la empresa de bebida de consumo masivo hace que se requiere un método justo a tiempo en la entrada y salida de bebidas. La situación amerita procesos de manera inmediata en el

adecuado manejo del inventario y la incorporación de procesos que sean eficientes a corto plazo.

4.2.6 Proceso actual en la empresa de bebida de consumo masivo

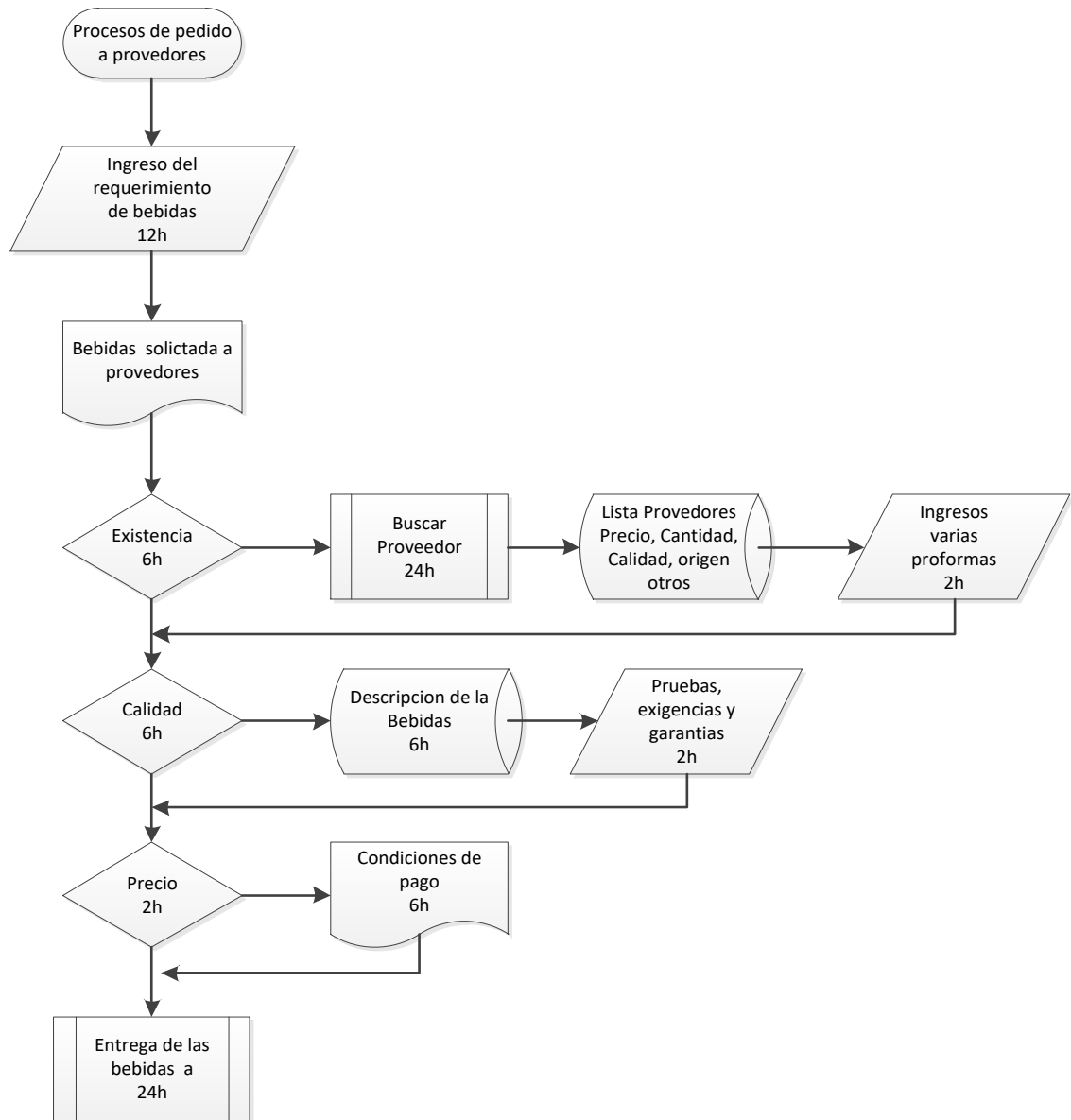
La empresa de bebida de consumo masivo crea la necesidad de un proceso de manejo masivo, donde se describe un método de justo a tiempo para la adquisición de materia prima, manejo de insumo procesos de transformación, envasado y etiquetado, para luego ser empacado el producto y se distribuya en los diferentes autoservicios y tiendas de la ciudad.

4.2.6.1 Análisis actual con los proveedores en la empresa de bebida de consumo masivo

Se vislumbra el requerimiento a los proveedores de bebidas donde se detalla el pedido con tres decisiones requerida en cuanto a precio, cantidad, calidad y procedencia, donde es el precio de aceptación el que tiene mayor repercusión para asumir el pedido en la negociación.

Tabla 19

Procesos actuales de pedidos a proveedores del inventario de bebidas



Nota: Análisis de los procesos actuales desarrollados en la empresa de bebida de consumo masivo en el tiempo promedio mínimo es de 48 horas y un máximo de 96 horas

Elaborado: Sánchez (2022)

El flujo posee tres condiciones importantes, donde el tiempo mínimo de 48 horas, no se está considerando el tiempo de entrega, ni los requerimientos exigidos en la empresa de bebida de consumo masivo a su proveedor, causando malestar al cliente

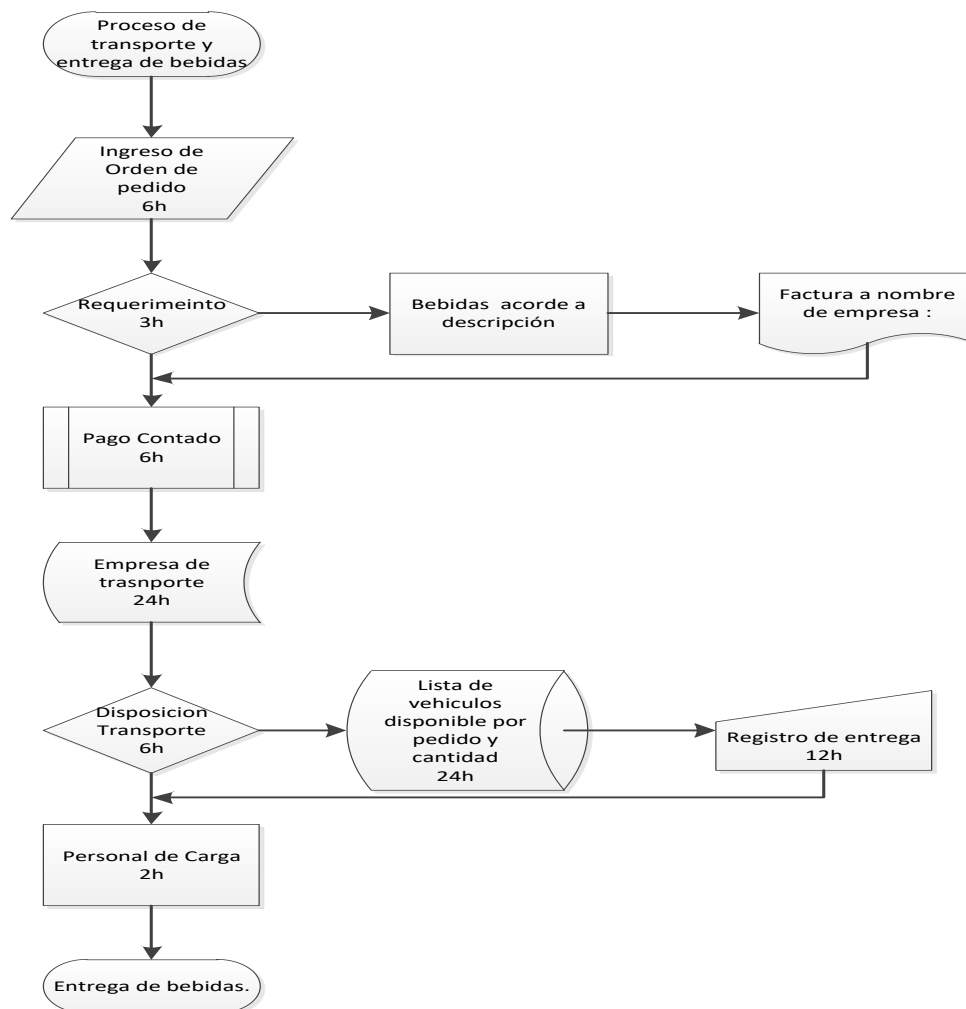
que requiere en el menor tiempo las bebidas, se suma la entrega que está vinculado en el proveedor y de su eficacia en atender la pronta entrega.

4.2.7 Análisis Actual del Servicio de entrega de bebidas de consumo masivo

Es el dar la facilidad en la distribución de bebida para con los clientes del sector norte de la ciudad de Guayaquil, con la transportación de carga en un tiempo inmediato, sin embargo, el problema es que el transporte está relacionado con una entrega inmediata con una ruta dinámica para una mayor agilidad en la entrega.

Tabla 20

Proceso actual de transporte y entrega de bebidas



Nota: Procesos de transporte y entrega de bebidas tiempo mínimo 48 horas, tiempo máximo 75horas.

Elaborado: Sánchez (2022)

Dentro de proceso de distribución se establece una orden de pedido de las diferentes bebidas, luego se analiza el requerimiento para proceder a la facturación y luego la transportación al sector norte de la ciudad, luego se crea un registro de entrega de las bebidas con el personal de apoyo.

4.2.8 Descripción de la propuesta

La situación de la empresa de bebida de consumo masivo es la de tratar de minimizar los procesos de entrega a los autoservicios y tiendas del sector norte de la ciudad de Guayaquil, disminuyendo los costos en el manejo de la entrada y salida de las diversas bebidas, siendo la principal estrategia disminuir el tiempo de entrega y por último tomar los desafíos y requerimientos de los clientes.

El método “Justo a Tiempo” señala un trabajo de distribución de las bebidas acorde a la demanda, es decir, hay que medir los requerimientos que existen en el mercado referente a las diversas marcas de bebidas, con el fin de que las bodegas estén abastecidas en variedad y cantidad, evitando los costos adicionales que merma la liquidez y la rentabilidad.

4.2.9 Propuesta del método “Justo a Tiempo” en la empresa de consumo masivo

.Para la empresa de bebida de consumo masivo mantiene ventaja al aplicar “Justo a Tiempo”, para mejoras en la flexibilidad de los pedidos, respuesta inmediata a los clientes, la planificación de una negociación efectiva, buscando pedidos seguros

que no contemplan previsión alguna, garantizando la productividad y el aprovechamiento del tiempo, esto significa que en la empresa de bebida de consumo masivo se debe de eliminar los gastos relacionados a la gestión del inventario, transporte, sistema informático, distribución, entre otros. La empresa de bebida de consumo masivo debe tener en cuenta la responsabilidad del talento humano en temas del retraso por parte del proveedor, la entrega por parte del distribuir, esto crea consecuencias negativas en el servicio ofrecido. Otro inconveniente es el poder atender los requerimientos de la demanda.

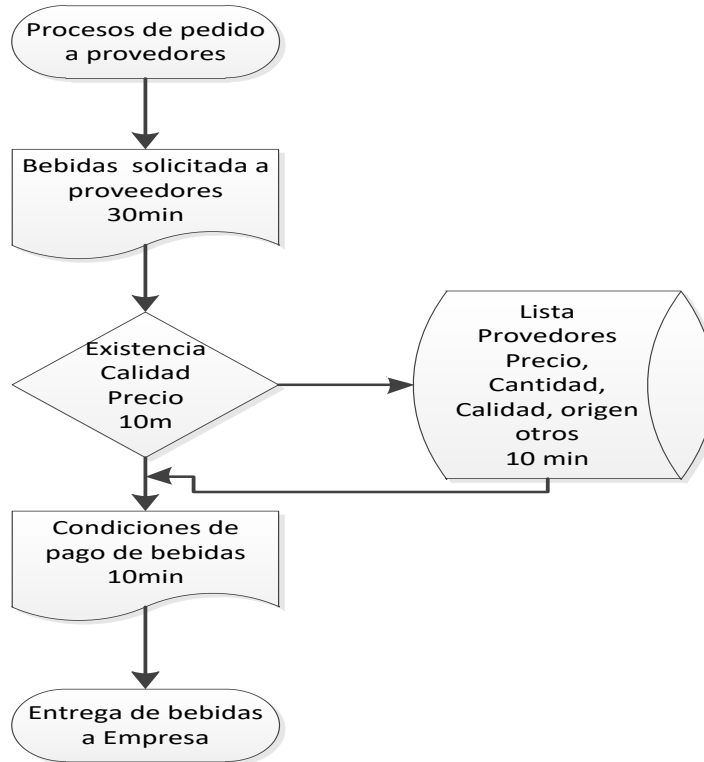
Los inconvenientes es por la limitada colaboración con los proveedores, por lo que el método justo a tiempo permite la realización de un contrato a largo plazo que amerita responsabilidad del proveedor y la confianza que existe entre las partes para contribuir con la entrega a tiempo del inventario de bebidas, es decir, la empresa de bebida de consumo masivo tiene relación amplia con los proveedores vinculados a negociaciones continuas y confiables en las variedades de bebidas y marca con que se cuenta.

4.2.10 Aplicación del método “Justo a Tiempo” en el requerimiento de inventario de bebidas

Desde el punto de vista en el manejo de las bodegas de las bebidas se refiere a la satisfacción en dar al cliente que son los locales, tiendas y autoservicios del sector norte de la ciudad de Guayaquil, esto implica que el método “Justo a Tiempo” velara por la calidad, cantidad requerida y el tiempo real, a un precio justo, este proceso permitiría que el cliente trabaje con la empresa de bebida de consumo masivo.

Tabla 21

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



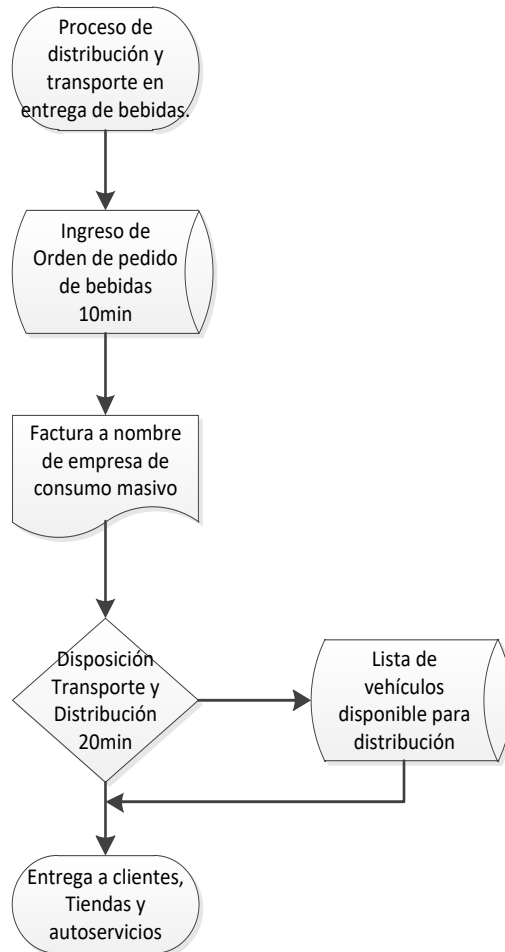
Nota: Justo a tiempo en los procesos de entrada y salida de bebidas en la empresa de consumo masivo tiempo mínimo 1 hora tiempo máximo 1 hora 30 minutos

Elaborado: Sánchez (2022)

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.

Tabla 22

Modelo de gestión por el método Justo a Tiempo



Nota: Proceso Justo a tiempo, Distribución y transporte y entrega de bebidas, tiempo mínimo 2 horas, tiempo máximo 3 horas.

Elaborado: Sánchez (2022)

4.2.11 Característica del método “Justo a Tiempo” en la empresa de bebida de consumo masivo

Las decisiones del cliente para solicitar bebidas en la empresa son por la confianza y fidelización, es decir, todas las expectativas del cliente por nuestras bebidas, tiene vínculo directo con la calidad, entrega inmediata y el costo. Otra

característica del método “Justo a Tiempo” es que el cliente adquiere una bebida que cuenta con todos los regímenes de calidad, entrega inmediata y costos asequibles.

4.2.12 Inversión y proyecciones con la aplicación del método Justo a tiempo

Realizar un método de justo a tiempo dentro de una organización, acarrea cambiar toda la infraestructura en áreas de ventas, bodega, administración, comercialización, distribución, servicio al cliente, entre otras, donde la entrada y salida de las bebidas busca una adecuada viabilidad operativa, donde se ahorran costos y gastos, forjando una mayor rentabilidad.

Tabla 23

Inversión de activos con la aplicación del nuevo método Justo a tiempo

ACTIVO NO CORRIENTE	Cantidad	Valor Unitario	Valor con IVA Total
<i>Área de bodegas en empresas de consumo masivo</i>			
Sistema de cómputo para registro	2	\$ 700	\$ 1.400
Programas de control y manejo de inventario	1	\$ 1.200	\$ 1.200
menaje para nuevas instalaciones	1	\$ 4.000	\$ 4.000
estructura en perchas y gavetas	1	\$ 1.550	\$ 1.550
Iluminación y puntos de corriente	1	\$ 700	\$ 700
Implementos de seguridad en bodegas	1	\$ 1.250	\$ 1.250
implementos de bio seguridad	1	\$ 350	\$ 350
Otros	1	\$ 550	\$ 550
TOTAL			\$ 11.000

Nota: Con base al análisis de los requerimientos de bodega se da una inversión de 11000 dólares en todo el proceso de mejoras en la empresa de bebida de consumo masivo

Elaborado por: Sánchez (2022)

Tabla 24*Ventas de Bebidas por mejoras en Bodegas*

	INGRESO POR VENTA				
	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Número de Clientes nuevos con método Justo a tiempo	8	8	8	9	9
Precio adicional por mejoras	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00
Ingresos Mensuales	3.600,00	\$ 3.708,00	\$ 3.819,24	\$ 3.933,82	\$ 4.051,83
	\$43.200,0				
INGRESOS ANUALES	0	\$44.496,00	\$45.830,88	\$47.205,81	\$48.621,98

Notas: Mejoras en ventas por la aplicación de un control más eficientes en las bodegas en la empresa de bebida de consumo masivo

Elaborado por: Sánchez (2022)

Se observa que existe en un sistema de cómputo para el registro de todo los materiales y la comunicación tanto con proveedores como con clientes y otras áreas administrativas, a través de un programa vinculado a la gestión de servicio y calidad, se establece también un monto por los menajes de las nuevas instalaciones, involucrando iluminación e implementación de estructuras para una mejor ubicación de todas las bebidas. El monto de la inversión es de 11.000 \$.

Tabla 25*Costos totales de los materiales*

	COSTO TOTAL MATERIALES				
	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Material Directo por unidad	\$79	\$79	\$79	\$79	\$79
Unidades al mes de clientes	\$8	\$ 8	\$ 8	\$ 9	\$ 9
Costo Material Directo / Mes	\$632	\$651	\$670	\$691	\$691
Costo Material Directo / Año	\$7.584	\$ 7.812	\$ 8.046	\$ 8.287	\$ 8.287

Nota: Descripción del total de costos incurridos por las mejoras del método Justo a tiempo en la empresa de bebida de consumo masivo

Elaborado por: Sánchez (2022)

Dentro de las proyecciones del costo se estima un total de 632 \$ mensuales adicionales que van a incurrir en los nuevos esquemas de gastos por la aplicación del método justo a tiempo. El monto considera la cantidad de 7584 dólares al año.

Tabla 26

Mano de obra que participa en proceso Justo a Tiempo

MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Costo MOD mensual
Personal de bodega	1	\$ 600,00	\$ 600,00	41,3%	847,80
Control de calidad y sistemas	1	\$ 700,00	\$ 700,00	41,3%	989,10
TOTAL	2		1.300,00		1.836,90
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo MOD / mes	\$ 1.836,90	\$ 1.836,90	\$ 1.836,90	\$ 1.836,90	\$ 1.836,90
Costo MOD / Año	\$22.042,80	\$ 22.042,80	\$ 22.042,80	\$ 22.042,80	\$ 22.042,80

Nota: Participa una persona del área de control de bodega y otra persona en el manejo de los nuevos sistemas

Elaborado por: Sánchez (2022)

Para la aplicación del método justo a tiempo se requiere de un personal en bodega y distribución de bebidas de consumo masivo que se encarga directamente de suministrar las diversas marcas de bebidas, además también se establece la necesidad de una persona que se encargue de control de calidad y manejo del sistema como para mantener la comunicación tanto con clientes, con los distribuidores y proveedores.

Tabla 27

Gastos administrativos incurridos en procesos de Justo a tiempo

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Suministros al año	\$-	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
	\$	\$	\$	\$	\$
Asesoría / año	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00
	\$	\$	\$	\$	\$
Internet y Celular	1.116,00	1.116,00	1.116,00	1.116,00	1.116,00

TOTAL, GASTOS

ADM.	\$9.516,00	\$9.756,00	\$9.756,00	\$9.756,00	\$9.756,00
-------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Nota: Gastos realizados para cubrir asesoría, uso de celular y suministros en la empresa de bebida de consumo masivo

Elaborado por: Sánchez (2022)

Los gastos administrativos, son todos aquellos valores adicionales que están involucrados en la aplicación del método “Justo a tiempo”, entre ellos tenemos los suministro, la asesoría e Internet, su valor anual equivale a un promedio de 9516 \$

Tabla 28

Estado de resultados proyectados y mejoras en los procesos Justo a tiempo

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
VENTAS	\$43.200,00	\$44.496,00	\$45.830,88	\$47.205,81	\$48.621,98
(-) Costo de Venta	\$ (29.626,80)	\$ (29.854,32)	\$ (30.088,67)	\$ (30.330,04)	\$ (30.330,04)
(=) Utilidad Bruta	\$13.573,20	\$14.641,68	\$15.742,21	\$16.875,76	\$18.291,94
(-) Gastos Administrativos	\$(9.516,00)	\$(9.756,00)	\$(9.756,00)	\$(9.756,00)	\$(9.756,00)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$4.057,20	\$4.885,68	\$5.986,21	\$7.119,76	\$8.535,94
(=) UAIT	\$4.057,20	\$4.885,68	\$5.986,21	\$7.119,76	\$8.535,94
(-) Participación Trabajadores 15%	\$ (608,58)	\$ (732,85)	\$ (897,93)	\$ (1.067,96)	\$ (1.280,39)
(-) Impuesto a la Renta 25%	\$ (862,15)	\$(1.038,21)	\$(1.272,07)	\$(1.512,95)	\$(1.813,89)
UTILIDAD NETA	\$2.586,47	\$3.114,62	\$3.816,21	\$4.538,85	\$5.441,66

Nota: Estado de resultado proyectado con base a las mejoras realizadas con el método Justo a tiempo

Elaborado por: Sánchez (2022)

Se observa que la mejora realizada permite un ingreso adicional de \$ 2586 dólares, y que este tiende a seguir aumentando conforme los próximos cinco años.

Tabla 29

Proyección de flujo de efectivo, cálculo de la Van y la TIR

CÁLCULO DE TIR Y VAN

	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
INVERSIÓN TOTAL	\$(11.217,46)					
UAIT		\$4.057,20	\$4.885,68	\$5.986,21	\$7.119,76	\$8.535,94
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (608,58)	\$ (732,85)	\$ (897,93)	\$ (1.067,96)

Pago de IR EFECTIVO NETO	\$ -	\$ (862,15)	\$ (1.038,21)	\$ (1.272,07)	\$ (1.512,95)
(+) Deprec. Área Prod.	\$4.057,20	\$3.414,95	\$4.215,16	\$4.949,76	\$5.955,02
(+) Deprec. Área Adm.	\$918,08	\$ 918,08	\$ 918,08	\$ 918,08	\$ 918,08
(+) Valor Residual de Act. Tang.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación Cap. Trabajo					\$6.409,61
(+) Préstamo concedido	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$(11.217,46)	\$4.975,28	\$4.333,02	\$5.133,23	\$5.867,84
					\$ 13.500,17

TIR 42,04%

VAN \$7.163,47

Pay Back 2,44 Años

Nota: Tasa Interna de Retorno y Valor actual neto son favorables con la aplicación del método Justo a Tiempo

Elaborado por: Sánchez (2022)

Se realiza la comprobación de que, si el método justo a tiempo tiene viabilidad, efectivamente los resultados muestran que se tiene un valor actual neto positivo de \$ 7163 dólares, además de una tasa de retorno de alrededor de 42%, ambos valores señalan que la aplicación del método justo a tiempo es adecuado y necesario.

4.2.13 Comparativo del año 2021 y 2020

Tabla 30

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

Elaborado por: Sánchez (2022)

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%.

Tabla 31

Proyección del estado de resultados con las mejoras Just A time

Estado de resultado proyectado	Año	2021
Total, de ingresos		1.079.684,00
Costo de venta	-	393.913,00
Gastos administrativos	-	425.226,00
Gastos de venta	-	134.422,00
Gastos financieros	-	60.312,00
		(1.013.873,00)
Utilidad antes del impuesto		65.811,00
Impuesto a la renta	-	13.759,00
Utilidad neta		52.052,00

Nota: Estado de resultado proyectado al año 2021

Elaborado por: Sánchez (2022)

Dentro del balance de Estado de resultado proyectado para el año 2021 se observa que las ventas aumentan acorde a la administración adecuada del inventario, donde el costo de venta y los demás gastos mantienen la misma tendencia, siendo el inventario que en la actualidad es proactivo y al pasar a ser parte del ahorro o de la entidad genera una mayor utilidad.

4.3 Beneficios que aporta la propuesta

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.

4.4 Validación de la propuesta

El proceso de validación será ejecutado a través del método Delphi, el mismo que según (Suarez, 2013) es “una metodología estructurada para recolectar sistemáticamente juicios de expertos sobre un problema, procesar la información y a través de recursos estadísticos, construir un acuerdo general de grupo” (pág. 256). La metodología cuenta con diferentes etapas iniciando con la selección de los expertos, identificando el objetivo de estudio, generando los formularios de validación y desarrollando la validación. Para la asignación de valores se utiliza la siguiente escala:

Tabla 32

Ponderaciones

Criterio	Ponderación
Muy de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3
Poco de acuerdo	2
En desacuerdo	1

Fuente: (Suarez, 2013)

Los diferentes expertos que valorarán la propuesta de acuerdo con su criterio y experiencia, asignándole una ponderación entre 1 y 5 siendo 1 la menor puntuación y 5 la máxima. Una vez obtenidas todas las ponderaciones, se procede al cálculo de la media aritmética y la varianza para determinar el nivel de factibilidad y dispersión de las respuestas. (Ver Anexo No. 6). El método está conformado por una ronda de pregunta, en las que se realiza la valoración constante de la propuesta.

Tabla 33

Resumen de preguntas

Preguntas	PhD. William Rolando Quimis Delgado	Mg. Santillán López Raúl Gustavo	Mg. Mendoza Moreira Luis Alberto
¿Cree Ud. que el tema tiene relación directa con el sector de las empresas de consumo masivo? ¿Explique por qué?	5	5	5
¿Considera Ud., que las teorías que se han investigado fortalecen la identificación de la problemática?	5	5	5
¿Cree Ud. que la metodología de investigación utilizada es la correcta? ¿Por qué?	5	5	5
¿Considera Ud. que la propuesta es Coherente para su aplicación?	5	5	5
¿En términos generales, considera Ud. que este tema tiene trascendencia y aplicabilidad?	4	4	4

Elaborado por: Sánchez (2022)

La siguiente tabla de acuerdo a la validación de cada uno de los expertos está de acuerdo en el desarrollo de la propuesta y esta aterrizada a la realidad actual ya que actualmente es uno de los mayores inconvenientes de las empresas de consumo masivo en saber cómo manejar su inventario de manera productiva.

4.5 Diagrama de Gantt

Tabla 34

Diagrama de Gantt en la comercialización de bebidas

Descripción	1h	2h	3h	4h	5h	6h	7h
Almacenamiento de las bebidas	■	■					
Registro en el sistema	■	■	■				
Salida de bultos de bebidas		■	■	■	■		
Transportación sectorizada			■	■	■	■	■
Entrega de Bebidas en autoservicio y punto de venta				■	■	■	■
Canalización de productos terminados por cada distribuidor			■	■	■	■	■

Elaborado por: Sánchez (2022)

CONCLUSIONES

Habiendo revisado los referentes teóricos es importante que se conozca la demanda que existe en el mercado de bebidas de consumo masivo en el sector norte de Sauces VI de la ciudad de Guayaquil, específicamente en las tiendas, centros de abastos y autoservicio para establecer un cronograma de actividades eficientes que permita distribuir cada una de los productos 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 de acuerdo a la planificación con el método justo a tiempo y a través de lotes acorde a las necesidades de distribución.

Con respecto a la gestión por procesos en las diferentes tiendas y supermercados mejoraría con la aplicación de un método justo a tiempo en la distribución y manejo de inventario se refiere para todos los productos de consumo masivos, siendo afirmativa esta descripción, dando énfasis a las variables de gestión por proceso y manejo de inventario.

Con el primer objetivo de la presente investigación al establecer un marco teórico que permita el manejo adecuado de inventario, donde se estableció la definición del método justo a tiempo como la principal herramienta para incorporar una gestión de abastecimiento, almacenamiento y mantenimiento de la bebida de consumo masivo, se realizó un análisis a los principales pasos a realizar para fortalecer la puesta en marcha del método.

Posterior al desarrollo de la encuesta realizada a los clientes se denota que el manejo del inventario 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 el abastecimiento hacia los clientes, las entrevista realizada a los funcionarios o jefes de distintas áreas afines a la comercialización y distribución de bebidas 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 VI 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.

Finalmente, dentro del análisis realizado con la aplicación del método justo a tiempo existe una inversión aproximada de \$ 11.000, que genera un flujo de efectivo producto de nuevas negociaciones que da como resultado una tasa interna de retorno del 42%, un valor actual neto de \$ 7.163, y un tiempo de recuperación de la inversión de dos años. Los indicadores denotan la factibilidad en la aplicación del método justo a tiempo, considerando los nuevos clientes que se incorporan a la entidad por la calidad de servicio ofrecido y los precios con que se cuentan.

RECOMENDACIONES

Es importante que la empresa de consumo masivo realice actividades de inducción para la aplicación del nuevo método justo a tiempo, donde se involucre a las diferentes áreas de servicios que tiene relación con el abastecimiento, almacenamiento, mantenimiento y distribución de las bebidas.

Quienes forman parte el manejo del sistema información integrados deben ejecutar adecuadamente los lineamientos que existe el método justo a tiempo, es decir, la inversión realizada tiene que traer mejoras dentro de la empresa de consumo masivo a tal punto de que los programas se reduzcan en tiempo y a la vez se plantee un servicio al cliente de calidad.

Se recomienda ampliar la cobertura de nuevos clientes mensualmente, considerando que existe un método eficiente que mejora el área de bodega y la distribución de las bebidas. Los procesos establecidos en el área de logística en las empresas de bebidas de consumo masivo deben de actualizar las técnicas para acaparar la materia prima y a los proveedores con eficiencia con base a un cronograma de trabajo para el abastecimiento y distribución en locales y tiendas de la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

Se recomienda que las falencias que existen en los procesos y manejo de los inventarios en las empresas de consumo masivos sean evaluadas por las autoridades y operarios para manipular las mejoras en relación al costo beneficio y al tiempo en el abastecimiento y distribución de bebidas. Por lo que se requiere un método Justo a Tiempo aplicado en la gestión por inventario para la eficiencia en la distribución, abastecimiento y comercialización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (s.f.). Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1444/index.htm>.
- 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>
- 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>
- 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
- 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_BM-M-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- 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/oeI/2018/09/metodologia-justoatiempo-empresas.html>
- 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>
- 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>
- 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>
- Caurin, J. (2017). *emprendepyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-empresas>
- CHAVES, P. A., ALONSO, P. C., & FLÓREZ, B. D. (2019). *ANÁLISIS 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%20C3%ADa_G1_Abril%202019.pdf

- 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
- 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=mCdfII4X_B&sig=qPM1FNnGTGKqOQZMeTrTSPfEl0#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20inventario&f=false
- Díaz, C. Y. (2016). *LA LOGÍSTICA EMPRESARIAL Y LA ADMINISTRACIÓN DE INVENTAR*. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2012/ydc.html>.
- 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.
- Estrada, T. (2017). ESTÁNDAR DE PROCEDIMIENTOS COMO MEJORA DE CONTROL INTERNO DEL INVENTARIO DE UNA EMPRESA IMPORTADORA. En J. (. Steffano. Obtenido de www.cursosfemxa.es/blog/13261-metodo-abc-clasificacion-productos
- Garcia, A. C. (2017). *Análisis del mercado de bombones artesanales para el diseño de estrategias de marketing mix para la marca Choco Black*. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49592>.
- Gonzaga, A. S., Alaña, C. T., & Yáñez, S. M. (2018). *Estrategias para la fijación de precios de productos de consumo masivo en la provincia de El Oro*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000200221&script=sci_arttext&tlng=en
- 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
- 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
- Hernandez, S. R. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huaranca, J. N. (2020). *Métodos de control de inventarios en el sector comercial: Una revisión bibliográfica (2015 – 2020)* . Obtenido de <http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/956/Trabajo%20de%20Investigaci%C3%B3n%20-%20Huaranca%20Jibaja%2c%20Nicol%3%a1s%20Jhonny.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Izar, L. J., & Ynzunza, D. C. (2012). *Determinación del Costo del Inventario con el Método Híbrido*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/944/94425393006/>

- 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
- 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>.
- López, M. E. (2019). “*Gestión de control y su relación con el manejo de inventario de la empresa Inversiones Shimba, Tarapoto año 2018*”. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37464/L%c3%b3pez_MER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Macías, A. R., León, R. A., & Limón, L. C. (2018). *Análisis de la cadena de suministro por clasificación ABC: el caso de una empresa mexicana*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-AnalisisDeLaCadenaDeSuministroPorClasificacionABC-6750256.pdf>
- 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*. .
- MEJÍA, M. N., & QUINTERO, R. J. (2020). *LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SU IMPLEMENTACIÓN EN EL MÉTODO JUSTO A TIEMPO (JUST IN TIME)*. Obtenido de <https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstream/handle/ucordoba/4009/Mejia%20Martinez%20Natalia-%20Quintero%20Reyes%20Jesus%20David.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- NIIF. (2018). *Norma Internacional de Contabilidad 2; párrafo 10*.
- PAREDES, Y. H. (2020). *DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIOS ABC, A LA SOCIEDAD CASA BRITO, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14021/1/82T01024.pdf>
- Prieto, C. B. (2017). *El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n46/0123-1472-cuco-18-46-00056.pdf>
- 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>
- R, B. (2005).

- Reátegui, R. K. (2019). *Método de clasificación ABC para mejorar la gestión de inventarios de la Empresa Grupo Hecaliro Jia SAC – 2018* . Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Re%C3%A1tegui_RKJ.pdf
- 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>
- Rodríguez, J. (2019). *Propuesta de mejora para el manejo de los inventarios de mercaderías*. Guayaquil Ecuador: <https://repositorio.itb.edu.ec/handle/123456789/1694>.
- 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>
- 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>
- Saldarriaga, V. F. (2020). *Optimización de la gestión del almacén en productos químicos sólidos para el mantenimiento de equipos aplicando el método ABC en la Compañía Distribuidora, 2018*. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8071/2/IV_FIN_108_TI_Saldarriaga_Valladares_2020.pdf
- 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>.
- Torres, H. J., Pérez, P. S., & Bermúdez, H. J. (2017). *Implementación del método Justo a Tiempo (JIT)*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/59-201-2-PB.pdf
- 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>
- Veloza, P. (2016). *Inventarios son bienes tangibles*. https://www.academia.edu/13965537/INVENTARIOS_Concepto.
- 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

Willian, L. (2016). *control de inventarios Problemas frecuentes* .
<http://biblioteca.iplacex.cl/RCA/Importancia>.

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%20ZUCUMIGALVARADO.pdf>

Anexos

Formato de la observación

Objetivo: Evaluar los procesos del área, desde el ingreso del pedido, el proceso interno y la salida a los puntos ventas

Nombre de la Institución	Empresa A		
Profesional evaluador			
Objetivos	Mejorar las áreas de comercialización		
Actividades realizadas	Si	No	Observación
Planes de control de inventario			
Estrategias de trabajo de entrada del Inventario			
Estrategias de salida del Inventario			
Aplicación del Método ABC			
Gestión de Inventarios			

Formato de entrevista

Objetivo: Evaluar los inconvenientes en los manejos y procesos de inventarios

- 1. ¿Existe Inconvenientes en el manejo del inventario de los productos de consumo masivo, explique por qué?**
- 2. ¿Cuáles son los lineamientos que se aplica al momento de ordenar el inventario de productos a distribuir?**
- 3. ¿Se controla los gastos en el abastecimiento, almacenamiento y distribución de los productos de consumo masivo?**
- 4. ¿Considera necesario un nuevo método de control del inventario de productos de consumo masivo? ¿Por qué?**
- 5. ¿Cree Ud. que el método justo a tiempo es idóneo y eficaz en la distribución y abastecimiento de productos de consumo masivo?**
- 6. ¿Cree usted que un modelo lineal de gestión por procesos bajo el método justo a tiempo va a aportar al mejoramiento de los inventarios?**
- 7. ¿Conoce de lo que es el método justo a tiempo?**

Formato de encuesta

Objetivo: Obtener información que conlleve mejorar la viabilidad en la aplicación del método justo a tiempo

Edad de los encuestados

De 18 – 30 ()

De 31 – 45 ()

De 46 – 65 ()

Género

Masculino ()

Femenino ()

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

Muy de acuerdo		Algo de acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		Algo en desacuerdo		Muy en desacuerdo	
----------------	--	-----------------	--	--------------------------------	--	--------------------	--	-------------------	--

Pregunta 2 ¿Cómo registra el ingreso de las bebidas variadas al momento de recibir la entrega por parte de la empresa comercializadora de productos masivos?

Registro en cuaderno		Registro en Excel		Software contable		Todas las anteriores		Ninguna	
----------------------	--	-------------------	--	-------------------	--	----------------------	--	---------	--

Pregunta 3: ¿Cómo percibe usted la entrega de producto dentro del centro de acopio, tienda o autoservicio?

Ordenados		Totalmente ordenados		Ni ordenados ni desordenados		Nada ordenados		Totalmente desordenado	
-----------	--	----------------------	--	------------------------------	--	----------------	--	------------------------	--

Pregunta 4 ¿Con cuántos días de antelación se entregan lo productos antes de su vencimiento?

5 a 10		10 a 15		15 a 20		20 a 25		Más de 25	
--------	--	---------	--	---------	--	---------	--	-----------	--

Pregunta 5: ¿Cómo percibe usted la logística por parte de la empresa comercializadora de consumos masivos?

Ordenados		Totalmente ordenados		Ni ordenados ni desordenados		Nada ordenados		Totalmente desordenado	
-----------	--	----------------------	--	------------------------------	--	----------------	--	------------------------	--

Pregunta 6: ¿La empresa comercializadora presenta las medidas de bioseguridad al momento de la entrega de los productos?

Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo	
-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------	--

Pregunta 7: ¿Califique el servicio brindado al momento de la entrega de productos de la empresa comercializadora de consumo masivos, casillero 1 es el grado más bajo de satisfacción o estar totalmente en desacuerdo, casillero 5 es el grado más alto de satisfacción o estar totalmente de acuerdo?

1		2		3		4		5
---	--	---	--	---	--	---	--	---

Pregunta 8: ¿Califique con qué frecuencia mensual ha recibido pedidos duplicado o no solicitados por la empresa comercializadora de consumo masivo?

1 a 5		5 a 15		15 a 20		20 en adelante		Ninguna de las anteriores
-------	--	--------	--	---------	--	----------------	--	---------------------------

Entrevista de Expertos 1



FORMULARIO DE ENTREVISTA

Objetivo:	La presente entrevista tiene como objetivo, conocer el punto de vista técnico / profesional de un experto en Finanzas, administrador de empresas, economía para la aplicación del método justo a tiempo dentro del desarrollo de una empresa.
Dirigido a:	Experto(a) en Administración de empresas, Finanzas y tributación, economía empresarial
Apellidos y Nombres del Profesional:	PhD. William Rolando Quimis Delgado

Cuestionario

A	Aspectos relativos a la gestión de Inventarios con el método justo a tiempo en empresas grandes, medianas y pequeñas	
1	¿Cree Ud. que el tema tiene relación directa con el sector de las empresas de consumo masivo? ¿Explique por qué?	
	Observación del Experto: Si tiene relación directa con el sector de las empresas de consumo masivo debido a que cuando existe una gestión optima de inventarios esta actividad puede coadyuvar en los objetivos de cumplimiento de ventas.	
2	¿considera Ud., que las teorías que se han investigado fortalecen la identificación de la problemática?	
	Observación del Experto: Si, porque se utiliza un estudio científico que describe los principales pasos a realizar en el manejo de los inventarios de los productos de consumo masivo.	
3	¿Cree Ud. que la metodología de investigación utilizada es la correcta? ¿Por qué?	
	Observación del Experto: si desde mi punto de vista es importante determinar a través de una observación exploratoria la manera en que los inventarios son manejados, porque solo observando cómo está vinculado internamente el proceso de engranaje para llegar a la venta hará eficiente la colocación del producto en el mercado.	
4	¿Considera Ud. que la propuesta es Coherente para su aplicación?	

	Observación del Experto: la propuesta si es coherente para su aplicación y lo que recomienda el estudio se puede aplicar y esta aterrizada a la realidad de la situación.	
5	¿En términos generales, considera Ud. ¿Que este tema tiene trascendencia y aplicabilidad?	
	Observación del Experto: claro que si ya que, a partir del estudio, otros pueden hacer una investigación basándose en los resultados aquí obtenidos. Tiene innovación ya que encontramos 2 variables fortaleciendo la variable independiente y su aplicabilidad en las empresas productora de consumo masivo.	

Entrevista de Expertos 2



Universidad Laica
VICENTE ROCAFUERTE
de Guayaquil

FORMULARIO DE ENTREVISTA

Objetivo:	La presente entrevista tiene como objetivo, conocer el punto de vista técnico / profesional de un experto en Finanzas, administrador de empresas, economía para la aplicación del método justo a tiempo dentro del desarrollo de una empresa.	
Dirigido a:	Experto(a) en Administración de empresas, Finanzas y tributación, economía empresarial	
Apellidos y Nombres del Profesional:	Santillán López Raúl Gustavo	
Cuestionario		
A	Aspectos relativos a la gestión de Inventarios con el método justo a tiempo en empresas grandes, medianas y pequeñas	
1	¿Cree Ud. que el tema tiene relación directa con el sector de las empresas de consumo masivo? ¿Explique por qué?	
Observación del Experto: Se puede evidenciar que existe una relación directa con la optimización y manejo eficiente del inventario para generar una mayor cantidad de ingresos que permitan obtener liquidez para la empresa.		
2	¿considera Ud., que las teorías que se han investigado fortalecen la identificación de la problemática?	
Observación del Experto: Se considera que las teorías indicadas en el trabajo sustentan adecuadamente la identificación de los problemas evidenciados.		
3	¿Cree Ud. que la metodología de investigación utilizada es la correcta? ¿Por qué?	
Observación del Experto		

	Para el análisis de las variables indicadas se considera que la metodología es sustentable tomando en cuenta la limitación de información y las condiciones actuales para efectuar la investigación.	
4	¿Considera Ud. que la propuesta es Coherente para su aplicación?	
	Observación del Experto: La propuesta guarda mucha relación con la realidad actual y sobre todo puede ser aplicada a industrias con diferentes actividades.	
5	¿En términos generales, considera Ud. ¿Que este tema tiene trascendencia y aplicabilidad?	
	Observación del Experto Se considera que bajo los parámetros actuales las industrias pueden adoptar la propuesta desarrollada en el trabajo de titulación sin mayores complicaciones. Lo que permitirá optimizar su producción e incurrir en costos adicionales por el manejo del inventario.	

Entrevista de Expertos 3



Universidad Laica
VICENTE ROCAFUERTE
de Guayaquil

FORMULARIO DE ENTREVISTA

Objetivo:	La presente entrevista tiene como objetivo, conocer el punto de vista técnico / profesional de un experto en Finanzas, administrador de empresas, economía para la aplicación del método justo a tiempo dentro del desarrollo de una empresa.		
Dirigido a:	Experto(a) en Administración de empresas, Finanzas y tributación, economía empresarial		
Apellidos y Nombres del Profesional:	Mendoza Moreira Luis Alberto		
Cuestionario			
A	Aspectos relativos a la gestión de Inventarios con el método justo a tiempo en empresas grandes, medianas y pequeñas		
1	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">¿Cree Ud. que el tema tiene relación directa con el sector de las empresas de consumo masivo? ¿Explique por qué?</td> <td style="width: 50%;">Si, actualmente dentro del mercado de consumo masivo muchas empresas carecen de un método o sistema que les permita manejar de manera más productiva el inventario de sus bodegas.</td> </tr> </table>	¿Cree Ud. que el tema tiene relación directa con el sector de las empresas de consumo masivo? ¿Explique por qué?	Si, actualmente dentro del mercado de consumo masivo muchas empresas carecen de un método o sistema que les permita manejar de manera más productiva el inventario de sus bodegas.
¿Cree Ud. que el tema tiene relación directa con el sector de las empresas de consumo masivo? ¿Explique por qué?	Si, actualmente dentro del mercado de consumo masivo muchas empresas carecen de un método o sistema que les permita manejar de manera más productiva el inventario de sus bodegas.		
Observación del Experto: Ninguna me parece un buen tema.			
2	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">¿considera Ud., que las teorías que se han investigado fortalecen la identificación de la problemática?</td> <td style="width: 50%;">Por supuesto bajo esta teoría podemos conocer y ampliar la problemática de la investigación.</td> </tr> </table>	¿considera Ud., que las teorías que se han investigado fortalecen la identificación de la problemática?	Por supuesto bajo esta teoría podemos conocer y ampliar la problemática de la investigación.
¿considera Ud., que las teorías que se han investigado fortalecen la identificación de la problemática?	Por supuesto bajo esta teoría podemos conocer y ampliar la problemática de la investigación.		
Observación del Experto: Ninguna las teorías son las idóneas			
3	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">¿Cree Ud. que la metodología de investigación utilizada es la correcta? ¿Por qué?</td> <td style="width: 50%;">Sin duda la investigación del proyecto bajo el método descriptivo usando sus tres teorías tanto de observación, entrevista y encuestas son las que permiten identificar de manera exacta la problemática del mal manejo de inventario de las empresas de consumo masivo</td> </tr> </table>	¿Cree Ud. que la metodología de investigación utilizada es la correcta? ¿Por qué?	Sin duda la investigación del proyecto bajo el método descriptivo usando sus tres teorías tanto de observación, entrevista y encuestas son las que permiten identificar de manera exacta la problemática del mal manejo de inventario de las empresas de consumo masivo
¿Cree Ud. que la metodología de investigación utilizada es la correcta? ¿Por qué?	Sin duda la investigación del proyecto bajo el método descriptivo usando sus tres teorías tanto de observación, entrevista y encuestas son las que permiten identificar de manera exacta la problemática del mal manejo de inventario de las empresas de consumo masivo		

	Observación del Experto Ninguna el método de investigación es el ideal.	
4	¿Considera Ud. que la propuesta es Coherente para su aplicación?	Si ya que actualmente es uno de los mayores inconvenientes de las empresas de consumo masivo en saber cómo manejar su inventario de manera productiva
	Observación del Experto: Ninguna	
5	¿En términos generales, considera Ud. ¿Que este tema tiene trascendencia y aplicabilidad?	Por supuesto es un buen tema, haber investigado de manera exacta una problemática en las empresas de consumo masivo sobre el uso de su inventario.
	Observación del Experto ¡¡¡Ninguna, buen tema EXITOS!!!	

Hoja de vida de expertos

William Rolando Quimi Delgado *Ph.D*
Alborada 5ta etapa Cond. Aparnor 501 3er piso Dpto. 302
Teléfono Celular: 0987325962
E-mail: wquimid@ulvr.edu.ec. – willyqd63@hotmail.com

1.- DATOS PERSONALES

Edad:
Lugar y fecha de Nacimiento:
Estado Civil:
Nacionalidad:
Cédula de Identidad:
Afilación al I.E.S.S.:

57 años
Marzo 28 de 1963
Casado
Ecuatoriano
0907951909
87630120



2.- ESTUDIOS REALIZADOS

4to. Nivel

Ph.D en Educación

Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Unidad de Pos Grado – Facultad de Educación
Lima – Perú

Reg. Senescyt 6041145367

Maestría en Administración de Empresas en la Universidad de Guayaquil.

Convenio Universidad de BUENOS AIRES
– ARGENTINA UBA- Mención Especial en
Recursos Humanos y en Marketing.

Reg. Senescyt 1006-05-643090

3er. Nivel

Universidad:
Lugar:
Escuela:
Titulo Obtenido:

Laica Vicente Rocafuerte
Guayaquil
Publicidad y Mercadotecnia
Lcdo. En Mercadotecnia

Magister Luis Alberto Mendoza Moreira

27 de junio de 1986 (35 años) Casado/a
Urb. Monterrey, Manta, Manabí, Ecuador
(099) 5501279 /
lmendozacbc86@gmail.com



Cumplir con las metas requeridas por la empresa y desarrollar al máximo mis habilidades adquiridas en mi carrera para el bienestar y crecimiento de la empresa.

EXPERIENCIA LABORAL

Agosto, 2015- Actual

Ecuador

Ajecuador S.A.

(Comercio)

JEFE DE VENTA (ascenso)

Encargado de la agencia de Manabí, liderar y guiar a la fuerza de venta al cumplimiento mensual de su presupuesto mediante estrategias comerciales e incentivos diarios, coordinar la flota de entrega, que las unidades están operativas al 100% y la entrega sea efectiva, liquidación diaria, programación de inventario, presentación de resultados y manejo del personal de bodega.

COORDINADOR DE TRADE MARKETING MANABI

Encargado de Capacitar y Auditar a la fuerza de venta, ejecutar los planes de Trade y distribuir el material Pop, captación de nuevos giros de negocio y desarrollo de la marca en los puntos de venta.

Agencias a cargo:

- AGENCIA MANTA
- Econored DISTRIBUDOR Portoviejo,
- Econored DISTRIBUDOR Chone,

Mg. Santillán López Raúl Gustavo



Experiencia Docente

Docente de pregrado por más de 15 años Universidad

Católica De Santiago de Guayaquil

Escuelas de Auditoría, Administración, Economía, Especialidades Empresariales

Profesional

Docente posgrado Universidad Laica Vicente Rocafuerte

Maestría de administración de empresas

Maestría en contabilidad y auditoría

Tutor de tesis

Laboral

Gerente financiero

Laminados Industrial La Chilenita

Evidencia Fotográfica



Figura 11 Descripción de los procesos de almacenamiento



Figura 12 Descripción del abastecimiento en puntos de ventas



Figura 13 Perchas, Gestión de merchandising en bebidas



Figura 14 Procesos de producción y abastecimiento



Figura 15 Control de percha en puntos de ventas



Figura 16 Personal en trabajo en equipo en bodegas de bebidas