



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA LIQUIDACIÓN DE
INVENTARIOS OBSOLETOS DE LIBROS Y NOVELAS DE LA
MICROEMPRESA PAPELERÍA “NUESTRO MUNDO”

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN MARKETING

PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE:

Ingeniera en Comercio Exterior

AUTORA:

EVELIN GISSELA CAÑIZARES NEGRETE

ASESOR:

MGT. CHRISTIAN MORA TORRES

ESMERALDAS – FEBRERO 2020

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de grado de la PUCESE previo a la obtención de título de INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR.

Presidente tribunal de graduación

Mgt. José Luis Vergara Torres
Lector 1

Mgt. María Isabel Chila Godoy
Lector 2

Mgt. Mario Armas
Director de escuela

Mgt. Christian Mora Torres
Director de tesis

Esmeraldas, enero de 2020

AUTORÍA

Yo, **EVELIN GISSELA CAÑIZARES NEGRETE**, declaro que la presente investigación está enmarcada en el actual trabajo de TESIS, es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad de la autora y de la PUCESE.

EVELIN GISSELA CAÑIZARES NEGRETE

C.I. 0803497486

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud y contar con una mente sana para poder haber estudiado sin complicaciones.

Agradecida con mis docentes, por ser parte de mi formación académica y humana para convertirme en una gran profesional. Agradecerles a mis padres, quienes estuvieron conmigo en los momentos más difícil de mi vida estudiantil.

Gracias a mi asesor de tesis, por el tiempo brindado y los conocimientos dados para la elaboración de este proyecto. También, agradecerles a las personas que dotaron de información necesaria para obtener los datos de esta investigación.

Además, agradezco a familiares y demás personas que estuvieron apoyándome indirectamente en esta etapa, contribuyendo en algo para lograr este objetivo.

¡Gracias a ustedes!

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico primordialmente a Dios, por ser quien guía mi camino, llenándome de salud y bienestar. Además, por haberme permitido llegar hasta este punto, dándome calma y motivación para cumplir mis objetivos.

A mis padres Isaías Cañizares O y Cumandá Negrete, por haber sido ese apoyo incondicional aún en momentos de dificultad para ellos, por sus valores transmitidos desde pequeña para hacerme ahora lo que soy, agradezco por sus consejos, por la motivación constante que me han brindado y sobre todo agradezco por su amor y ayuda con mis hijas para poder culminar con mis objetivos propuestos. También por enseñarme a ser perseverante, constante, responsable y humilde, ante todo.

A mi familia, mis hijas Valentina, Victoria y Monserratte Benítez Cañizares, por ser esa motivación para superarme día a día, y ser un ejemplo para ellas en su crecimiento,

A mi esposo, Jorge Luis Benítez, por ser un apoyo y guía para nuestras hijas, por soportar mi ausencia en nuestro hogar para conseguir esta meta planteada desde el momento que empecé.

A mis hermanos, Isaías y Janina y Michael, por ser ese ejemplo de superación, por motivarme a culminar esta etapa tan importante para mi vida profesional.

A todos mis profesores, por haber compartido sus conocimientos y haber ayudado en mi crecimiento.

¡Muchas gracias!

ÍNDICE DE CONTENIDO

AUTORÍA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
ABREVIATURAS.....	viii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	13
Presentación del tema de investigación.....	13
Planteamiento del Problema.....	14
Justificación.....	15
Objetivos.....	17
General.....	17
Específicos.....	17
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO.....	18
Bases teórico – científicas.....	18
Sistemas de inventarios.....	18
Modelo Básico Del Lote Económico De Pedido – EOQ.....	19
Sistema de Clasificación ABC.....	20
Sistema de las 5S.....	21
Sistema KANBAN de Inventarios.....	22
Marketing.....	23
Estrategias de promoción.....	25
Stock.....	28

Inventario.....	29
Tipos de inventarios.....	33
Liquidación.....	35
Reutilización.....	36
Antecedentes.....	37
Marco Legal.....	40
CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS.....	43
Tipo de Estudio.....	43
Población y muestra.....	43
Métodos.....	44
Técnicas e Instrumentos.....	44
Análisis de Datos.....	44
Definición Conceptual y Operacionalización de las Variables.....	
¡Error! Marcador no definido.	
CAPITULO III: RESULTADOS.....	45
CAPITULO IV: DISCUSIÓN.....	48
CAPITULO V: CONCLUSIONES.....	51
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES.....	52
BIBLIOGRAFÍA.....	53

ABREVIATURAS

PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
SRI	Servicio de Rentas Internas
SAP	Systems, Applications, Products in Data Processing / Sistemas, aplicaciones y productos en el proceso de datos
EOQ	Economic Order Quantity / Cantidad económica de pedido
JIT	Just it time / Justo a tiempo
ERP	Enterprise Resource Planning / Planificación de recursos empresariales
NIIF	Normas Internacionales de Información Financiera
CUM	Costo Unitario Mínimo
ACS	Sistema de control Almyta
CIM	Comunicaciones integradas de Marketing
CESE	Consejo Económico y Social Europeo

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1. Siete principios del JAT.....	18
Figura 2. Análisis A – B – C.....	21
Figura 3. Palabras claves del concepto de marketing (Vallejo, 2016).....	23
Figura 4. Composición de los stocks. Fuente: (Carro & González, 2016).....	29
Figura 5. Costos de inventario en una empresa. Fuente: (Serbinio, 2016).....	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I Tipos de promociones de ventas en una empresa.....	26
Tabla II Tipos de inventarios.....	33

RESUMEN

Dentro de toda empresa productiva, el buen manejo de inventarios puede permitir maximizar las ganancias y a su vez minimizar el riesgo de pérdidas tanto económicas como de mercancías que en algún momento llegan a convertirse en obsoleta debido a la baja rotación. Es por esta razón, que es indispensable que estas cuenten con estrategias que ayuden a librarse de esos inventarios aglomerados, y a su vez tratar de recuperar la inversión realizada, además de contar con la implementación de tecnología que le facilite al propietario la realización de inventarios que ayudarían a acortar tiempo al momento de atender clientes y de contar con espacio necesario en sus bodegas. Por consiguiente; se realizaron entrevistas a cinco librerías y papelerías de la parte centro norte de la ciudad de Esmeraldas: Librería Bolívar, Librería Studion, Librería ABC, Bendición Divina y la Librería en estudio “Nuestro mundo” con el objetivo de analizar estrategias de liquidación que ayuden en la disminución de inventarios de libros obsoletos de la Microempresa Librería y Papelería “Nuestro Mundo”, en el cual se llegó a la conclusión de que esta no tiene un conocimiento de cuanto es el valor real de su inventario en productos obsoletos, además de no contar con la implementación de un sistema de control interno de inventarios por lo cual, resulta imprescindible la aplicación de estrategias adecuadas para minimizar esta problemática.

Palabras claves: estrategias, inventario, obsoleto, librería, marketing.

ABSTRACT

Within any productive company, good inventory management can maximize profits while minimizing the risk of both economic and commodity losses that at some point become obsolete due to low turnover. It is for this reason that it is essential that they have strategies that help to get rid of these agglomerated inventories, and at the same time try to recover the investment made, in addition to having the implementation of technology that makes it easier for the owner to recover carrying out inventories that would help shorten time when serving customers and having necessary space in their warehouses. Therefore; interviews were conducted with five bookstores and stationer's shop in the northern central part of the Esmeraldas city: Bolivar Bookstore, Studion Bookstore, ABC Bookstore, Bendición Divina and the Bookstore in study "Nuestro Mundo" with the aim of analyzing strategies that help to minimize inventories of obsolete books of the Microcompany bookstore and stationer's shop "Nuestro Mundo", in which it was concluded that it has no knowledge of the real value of its inventory in obsolete products , in addition to not having the implementation of an internal inventory control system, so it is essential to implement appropriate strategies to minimize this problem.

Keywords: strategies, inventory, obsolete, bookstore, marketing.

INTRODUCCIÓN

Presentación del tema de investigación

El desarrollo de la actividad económica del Ecuador se ha visto influenciado por el progreso de las pequeñas y medianas empresas; dentro de toda empresa el buen manejo de inventarios puede permitir maximizar las ganancias y a su vez minimizar el riesgo de pérdidas tanto económicas como de mercancías que en algún momento llegan a convertirse en obsoletas debido a la baja rotación.

En 2016, en el Ecuador, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se registraron 843.745 empresas, de las cuales 90.5% son dirigidas en microempresas, es decir con ventas anuales menores a 100 mil dólares y entre uno y nueve empleados; seguida de las pequeñas empresas con un 7,5% y ventas anuales entre 100.001 a 1'000.000 entre 10 y 49 funcionarios (Censos, 2017).

En la actualidad, los negocios han estado involucrados a manejar ventas de acuerdo con las temporadas o por cantidades de pedidos, este último se basa en que muchas veces existen empresas que se dedican a importar mercancías y tienen un punto de pedido, pero a todo esto existen casos, en los que se necesitan eliminar ciertas mercaderías que no rotan con frecuencia.

A nivel nacional, según cifras proporcionadas por el gobierno del Ecuador, por cada 10.000 habitantes son 454 empresas, donde Esmeraldas, se encuentra ubicada en el último rango con 315 empresas, en esta ciudad se puede considerar que cuenta con mercados que tienen varias alternativas que ofrecen a su población.

En el tema de papelerías, se encuentra así mismo que existen temporadas en la que se aprecia la baja de ventas; mercancías que necesitan salir del stock de inventarios, entre otros, dentro de esto se encuentran falencias respecto a la falta de estrategias para la liquidación de mercancías aglomeradas, por lo que se aprecia que los negocios no incentivan a los clientes a consumir más.

Este trabajo investigativo analizará si la librería Nuestro Mundo cuenta o no con estrategias que le ayuden a dar una mejor rotación de sus inventarios, en caso de no existir algún tipo de estrategia o mecanismo de eliminación de los inventarios de baja rotación.

Planteamiento del Problema

Uno de los principales problemas que presentan los negocios de Esmeraldas es que no tienen una cultura de eliminar sus inventarios a través de ventas que estén relacionadas con promociones o liquidaciones; por lo que es un común denominador, que varios locales comerciales almacenen mercaderías de cualquier tipo y en algunos casos sin cuantificar el costo financiero y de ocupación de espacio físico; y en muchos casos los propietarios al no tener un control exacto sobre los inventarios siguen comprando más mercadería aumentando el mismo

Hoy en día la liquidación de inventarios de productos obsoletos se ve un poco afectada, esto es debido a que los propietarios de los negocios no cuentan con estrategias para deshacerse de mercaderías sobrantes.

De acuerdo a la información proporcionada por el propietario de la Librería y Papelería Nuestro Mundo, supo manifestar que uno de los problemas principales encontrados por él, es que tiene una cantidad de productos aglomerados y de baja rotación, además de no conocer el valor exacto en dólares, los mismos que están ocupando un espacio innecesario dentro de la papelería; otro de los problemas, es que presenta la falta de control de la mercadería almacenada actualmente, sumada la falta de algún tipo de software relacionado al tema.

A esto se pudo constatar que el propietario no maneja una política de eliminación o liquidación de inventarios; es decir, no aplica promociones, combos y cualquier otra estrategia que le permita eliminar su inventario de una manera correcta, fundamentándose que desconoce estrategias de marketing para la eliminación de las mismas, así mismo una de sus limitaciones es que no cuenta con la implementación de un sistema tecnológico.

Por lo tanto, conforme a lo anterior, se plantean las siguientes interrogantes:

¿Qué tipo de estrategias de marketing se podrían implementar para la liquidación de inventarios con baja rotación?

¿Cuál es el stock de inventarios de libros y novelas obsoletos de la Librería y Papelería Nuestro Mundo?

¿Cuáles son las razones que influyen en la aglomeración de mercancías de la Librería y Papelería Nuestro Mundo?

¿Qué propuestas de eliminación de inventarios se pueden aplicar para la papelería?

Justificación

A través de esta investigación se busca analizar las problemáticas que tiene la Empresa Nuestro Mundo referente a la aglomeración de inventarios obsoletos; cuáles son los factores determinantes que influyen en ella, buscando así una solución que presente cambios importantes dentro de la administración de la empresa y para mejores tomas de decisiones.

Es por esta razón, que es indispensable para cualquier empresa contar con estrategias que ayuden a librarse de esos inventarios aglomerados, y a su vez tratar de recuperar la inversión realizada, además de contar con la implementación de tecnología que le facilite al propietario la realización de inventarios que ayudarían a acortar tiempo al momento de atender clientes y de contar con espacio necesario en sus bodegas, así mismo analizando un modelo que permita la mejoría referente a las cantidades administradas de inventario que ayuden a la eliminación de las mismas y sobre todo encontrar la cantidad necesaria; es decir, su punto de reorden para provisionar el local de nuevas mercancías sin sobrepasar pedidos.

Complementando a lo anterior, es demostrativo realizar esta investigación debido a que en la actualidad la papelería Nuestro Mundo y en la ciudad de Esmeraldas en general se ha apreciado que existen falencias acerca de conocimientos referente a inventarios y sus liquidaciones, para así, buscar el mejoramiento de la empresa.

A su vez esta investigación pretende servir de ayuda principalmente a la papelería Nuestro Mundo tanto sus propietarios como el personal que labora y están encargados de sus bodegas, aportándole información útil y necesaria enfocada en un mejor manejo de inventarios; así mismo busca ser fuente de información para otros negocios comerciales y personas con formación referente al tema.

Objetivos

General

Analizar estrategias de liquidación que ayuden en la disminución de inventarios de libros obsoletos de la microempresa librería y papelería Nuestro Mundo.

Específicos.

1. Identificar el stock de inventario de libros obsoletos de la librería y papelería Nuestro Mundo.
2. Analizar los factores que influyen en la aglomeración de libros dentro de la librería y papelería “Nuestro Mundo”.
3. Identificar estrategias que ayuden a la eliminación de inventarios de productos que tengan baja rotación.

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

Bases teórico - científicas

Sistemas de inventarios

En la siguiente investigación se hablará de los modelos que puedan aportar en la mejora de inventarios. Por un lado, se tiene el modelo que aporta en el sistema de minimización de inventarios conocido como el **Just in Time (JAT)- Justo a Tiempo**, este modelo fue creado en 1980 con la finalidad de tener una producción a grandes escalas, pero con un mínimo de inventario, esto quiere decir que se realizará un pedido precisamente cuando se necesite y lo necesario.

El mismo que tiene como bases fundamentales, priorizar las mejoras a los procesos, minimizar las operaciones, eliminar residuos y la flexibilidad enfocada en la mejora en el tiempo de reacción (Arciniegas, 2002). Por consiguiente, en la figura 1 se detallan los siete principios esenciales de Just in Time.



Figura 1. Siete principios del JAT.

Modelo Básico Del Lote Económico De Pedido - EOQ

Además, se encuentra el modelo de cantidad económica de pedido, más conocido como Modelo Básico Del Lote Económico De Pedido - EOQ, creado en 1913 por Harris Ford Whitman; es una herramienta muy utilizada para gestionar inventarios de empresas a nivel mundial. Esta herramienta busca perfeccionar y a su vez minimizar la cantidad de pedidos de un producto en su punto de reorden. El modelo de cantidad económica de pedido se caracteriza básicamente por su sencillez a la hora de calcular la cantidad por orden o pedido. Así mismo, los supuestos que introduce este modelo facilitan su aplicación pues se asume la existencia de variables constantes como la demanda (tanto la demanda anual es constante, como la demanda durante el "lead time") (Chopra, 2008).

Autores señalan que la Cantidad Económica de Pedido hace referencia a un modelo dirigido al control de inventarios. Dicho modelo se basa en la demanda de un producto y a su vez el costo que conlleva el mantenimiento de inventario y el costo del punto de reorden de un producto, indicando la cantidad óptima de unidades a ordenar puesto que así disminuirá los costos que conllevan su mantenimiento (Nahmias, 2007). Por otro lado, se tiene al autor (Bustamante, 2004) indicando que el principio EOQ es simple, buscando hallar un punto de equilibrio donde los costos que llevan ordenar un producto y los costos del mantenimiento del inventario sean iguales.

Otros autores señalan que punto de reorden al equilibrio de los costos de compras, pedidos, tener en inventario y quedarse sin inventario, con el propósito de llegar a la cantidad óptima de una orden de compra. (Robbins, 2002). Los autores indican que el objetivo principal del método es disminuir lo más posible al mínimo el total de los costos ligados a llevar inventarios y a colocar pedidos. Si la cantidad de pedido aumenta, los costos por llevarlo también ascienden.

Por otro lado, la facilidad que existe al momento de suponer y comprender el modelo EOQ puede resultar cualquier clase de inconvenientes, esto es debido a que puede existir incertidumbre referente a si un producto o mercancía tiene o no una demanda constante alejándose así de la realidad y haciendo referencias a que puedan darse demandas irregulares (grandes volúmenes), demandas estacionales tal vez por el tiempo

(temporadas altas y bajas), entre otras. En fin, el componente más débil al que se puede enfrentar una empresa al momento de proyectar su punto de reorden es la incertidumbre de cómo va a resultar su demanda, es ahí donde incitará escoger y utilizar métodos probabilísticos que faciliten el cálculo de la cantidad estrictamente necesaria de los pedidos en base al modelo Punto de Reorden.

Según autores de la Administración de Operaciones Producción y Cadena Suministro enumeran estrategias que ayudan en la demanda de inventarios.

- **Nivelar la carga en las instalaciones.** Las empresas de servicios sincronizan la producción con la demanda. Han creado estrategias únicas para nivelar la demanda con el fin de evitar que los clientes tengan que esperar el servicio.
- **Eliminar las actividades innecesarias.** Un paso que no agrega valor es un candidato para la eliminación o reingeniería con el fin de mejorar la consistencia del proceso o reducir el tiempo invertido en realizar tareas.
- **Reorganizar la configuración física.** Con frecuencia, las configuraciones del área de trabajo requieren de una reorganización durante una implementación esbelta. A menudo, los fabricantes logran esto estableciendo celdas de manufactura para producir artículos en lotes pequeños, en sincronía con la demanda.
- **Introducir la programación basada en la demanda.** Debido a la naturaleza de la producción y el consumo de servicios, una programación basada en la demanda (dirigida al cliente) es necesaria para operar un negocio de servicios. Además, muchas empresas de servicios separan sus operaciones en instalaciones “al fondo” y “de contacto con el cliente”.

Este sistema se diseñó con el fin de tener una carne para hamburguesa fresca en la parrilla incluso antes de que el cliente hiciera su pedido.

Sistema de Clasificación ABC

Asimismo, se encuentra el Sistema de Clasificación ABC, el cual es una aplicación del principio de Pareto al inventario en una empresa, donde su objetivo principal es enfocar los recursos en los pocos artículos críticos y no en los triviales e innecesarios. Este divide

al inventario en tres categorías de productos a los cuales se les asigna las tres letras A – B – C tal como se explica en la figura 2 (Arciniegas, 2002).

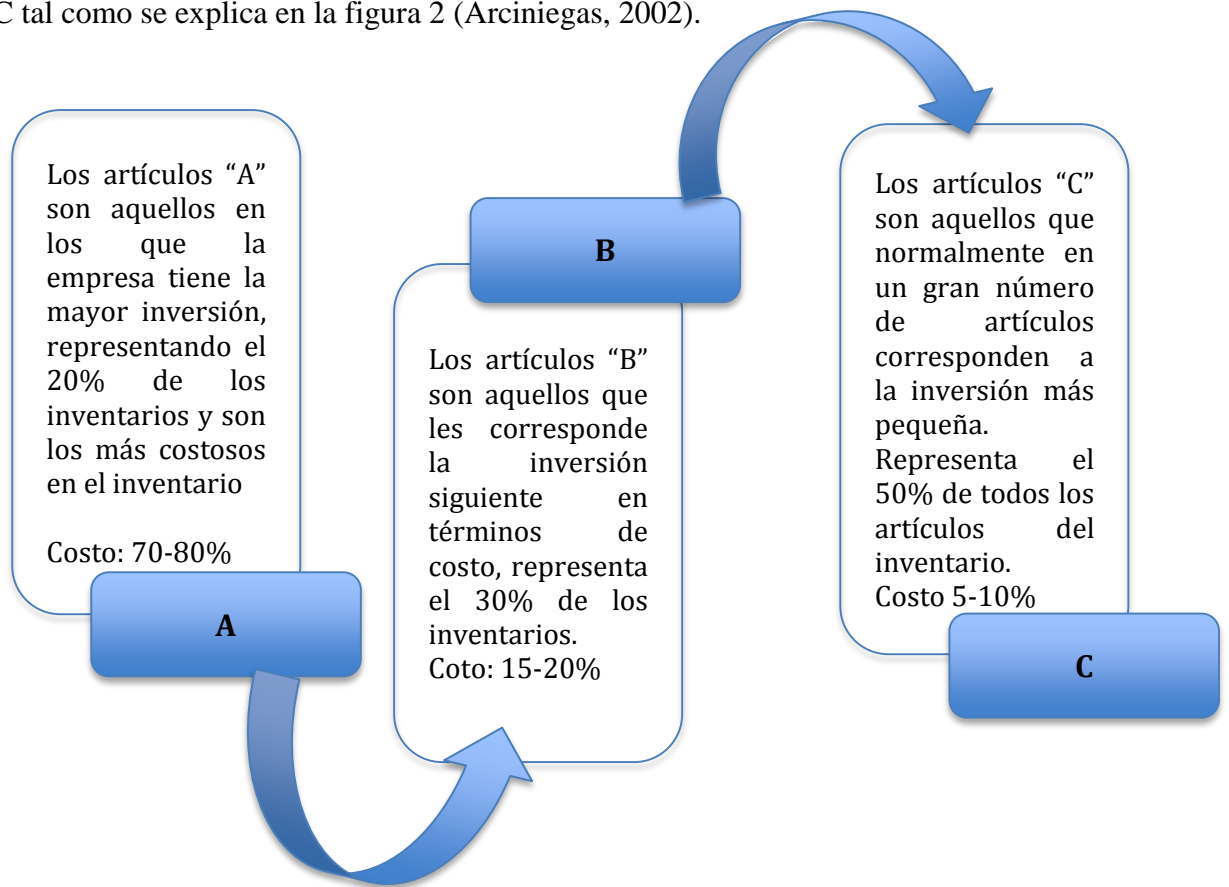


Figura 2. Análisis A – B – C.

Sistema de las 5S

Fue desarrollado e implementado en primera instancia por las empresas japonesas que buscaban mantener el orden y la limpieza en cada una de las operaciones de la organización, y con el alto grado de éxito alcanzado, este sistema fue adaptándose paulatinamente en diferentes países a nivel mundial. Las 5S, cuenta con cinco fases: SEIRI (organización), SEITON (orden), SEISO (limpieza) y SEITKETSU (control visual), los cuales de manera conjunta buscan alcanzar una incremento en la productividad de la compañía, manteniendo el orden y la limpieza y a su vez mejorando considerablemente las condiciones a los que se enfrentan día a día los trabajadores, todo esto con el objetivo de minimizar la cantidad de productos obsoletos y mejorar sustancialmente la producción economía de la misma (Faulí, Ruano, Latorre, & Ballestar, 2013).

Sistema KANBAN de Inventarios

También se encuentra el Sistema KANBAN de Inventarios, cuyo término principal significa “tarjeta” y es originario de Japón. Este sistema básicamente se trata de una tarjeta que se encuentra pegada a contenedores, el mismo que contiene una orden de trabajo a realizarse. Donde, cada lote del proceso de producción encaja perfectamente en mencionado contenedor y presente una calidad excelente sin deterioro o defecto alguno. De tal manera, la meta es minimizar el inventario total y por ende los tamaños de los lotes correspondientes, cabe recalcar, que es este tipo de sistema el inventario es movido única y exclusivamente cuando resulta totalmente necesario (Arciniegas, 2002).

De tal manera, que se detallan dos software que sirven para complementar los sistemas de inventarios implementados por las empresas. Donde se tomaron en cuenta SAP, software pagado y ABC Inventory, software libre.

El SAP “*Systems, Applications, Products in Data Processing*” es un software ERP (Enterprise Resource Planning) que se enfoca en los sistemas, aplicaciones y en los productos que son esenciales para el respectivo procesamiento de los datos de pequeñas, medianas y grandes empresas. Se caracteriza por ser usado en todo el mundo y por ser ofertado por IBM, que a pesar de ser relativamente costoso, suele ser una inversión idónea para su potencialización en el mercado y por lo tanto, en incrementar las ganancias de la empresa que lo aplique. Siendo una de sus principales funciones, la gestión y control del inventario en la empresa con la finalidad de rotar el mismo y evitar los productos obsoletos (Villa, Puerta, & Núñez, 2015).

El software ABC Inventory, es un programa gratuito y de total y libre acceso para las personas interesadas en controlar el inventario de sus pequeñas y medianas empresas. El mismo que forma parte del Sistema de Control Almyta (ACS) y se creó con la finalidad de gestionar todos los recursos de una empresa mediante un seguimiento exhaustivo y sencillo de cada paso del ciclo de vida del producto, partiendo desde la realización de la compra a los proveedores correspondientes, su estadía en las bodegas y perchas, sin dejar atrás su posterior entrega final al cliente. Adicional al manejo y control de inventarios, cumple otras funciones tales como: gestión de ventas, órdenes de compra, cotizaciones, registro de base de datos, código de barras y más (Alenkar, Alves, Alves, & Tadeu, 2015).

Marketing

El marketing es considerado como una ciencia debido a la utilización de técnicas y métodos para conseguir la realización de los objetivos planteados es pro de la satisfacción de las necesidades de cada uno de los clientes mediante la entrega de una producto o servicio con valor agregado de tal forma que tanto la organización o empresa y sus respetivo stakeholders reciban los beneficios pertinentes. En efecto, el marketing cuenta con tres enfoques, el primero enfocado hacia el productor siendo las organizaciones los que deciden qué producir, el segundo enfocado hacia las ventas con la finalidad de vender más y el tercero enfocado hacia el cliente para satisfacer las necesidades y exigencias de los mismos (Vallejo, 2016).

Es así, como la palabra “marketing”, cuenta de cinco palabras claves del propio concepto, tal como detalla en la figura a continuación.



Figura 3. Palabras claves del concepto de marketing (Vallejo, 2016).

Asimismo, el marketing estratégico se lo considera como aquel elemento que establece las líneas maestras de la comunicación y la comercialización de una empresa u organización, con el objetivo de aprovechar al máximo las oportunidades del mercado. Concepto que va de la mano con la planeación estratégica, la cual es toda actividad llevada a cabo por cualquier área de una empresa para la planeación adecuada en cada una de sus actividades a ser realizadas (Guazhima & Guzmán, 2014).

Acorde a lo mencionado anteriormente, surge necesario la conceptualización de la estrategia de mercado, la misma que es la lógica de la mercadotecnia con la que toda unidad de negocios aspira lograr sus objetivos planteados en base a un conjunto de estrategias específicas para aquellos mercados meta, para el posicionamiento, la mezcla de la mercadotecnia y de los niveles de los gastos en la misma (Guazhima & Guzmán, 2014).

Dentro de las estrategias del mercado, se encuentran las siguientes decisiones según (Ferrel & Hartline, 2012). Las mismas que se centran en dos elementos: un mercado meta y una mezcla de marketing o cuatro P (Producto, Precio, Plaza, Promoción).

Estrategia 1. Segmentación del mercado y mercados meta, donde este resulta de un proceso de segmentación, de un proceso donde el mercado total se lo divide en segmentos relativamente más pequeños agrupándolos por necesidades o características parecidas para posteriormente aplicar las actividades de marketing correspondientes. Actualmente, los mercadólogos han tomado medidas actualizadas para la selección del mercado meta, como la utilización de redes sociales o la identificación por radiofrecuencia, el cual permite a la empresa enfocar su segmento con ofertas de productos o mensajes promocionales. Este tipo de estrategia brinda a la empresa, un importante ahorro de tiempo y de gastos innecesarios y enfocarse solo a los clientes que están interesados en su producto o servicio.

Estrategia 2. Decisiones de producto, la elección del producto o servicio a ofertarse es una de las estrategias de marketing más importantes, importancia que radica en la correlación que existe entre el producto y las necesidades de los clientes, porque mientras mayor y más sólido sea el vínculo entre los beneficios del producto o servicios y lo que necesita el cliente, mayor será las ventas del mismo.

Estrategia 3. Decisiones de fijación de precios, esta es una estrategia de suma importancia debido a las siguientes razones, en primer lugar, porque la fijación de precios es la mezcla idónea que conlleva a la generación de los ingresos y utilidades, segundo, este se encuentra estrechamente relacionado con la demanda del cliente, lo que hace que el precio suba o baja, tercero, este es un favor cambiante, es decir que el precio se puede cambiar fácilmente dentro del programa de marketing y finalmente, la señal de importancia de la calidad que da la fijación de precios, debido a que los consumidores consideran que a mayor precio, mayor es la calidad del producto o servicio.

Estrategia 4. Decisiones de distribución y cadena de suministro, esta es una de las estrategias menos notorios dentro del marketing, sin embargo, resulta necesario que la administración de la distribución y la cadena de suministro se realice a cabalidad, que el producto llegue al lugar correcto y en perfecto estado. Estas decisiones, incluyen actividades desde la adquisición de la materia prima, la fabricación de los productos finales y la disposición y entrega final de los mismos.

Finalmente, se encuentran las decisiones de promoción como estrategia número cinco, donde el incorporar promociones y social marketing, en la actualidad resulta imprescindible para lograr vender todos los productos ofertados y deshacerse de los productos obsoletos o no vendidos, aprovechando todos los medios posibles, como las redes sociales para así poder llegar a una mayor cantidad de público.

En efecto, se hablará más a fondo sobre la estrategia de más importancia en el presente estudio, como lo es las decisiones o estrategia de promoción.

Estrategias de promoción

Hoy por hoy se ha cambiado el término promoción por el de “Comunicaciones Integradas de Marketing - CIM”, el cual se enfoca en la coordinación de todas y cada una de las actividades promocionales, ya sea la publicidad en los medios, correos vía directo, ventas personales, promoción de las ventas y demás para poder llegar a más clientes y vender todos los productos ofertados en su empresa y no llenarse de inventarios obsoletos (Andrade, Fucci, & Morales, 2010).

Por lo tanto, existen seis tipos de promociones de ventas, los mismos que se detallan en la tabla I (Tellis & Redondo, 2002).

Tabla I

Tipos de promociones de ventas en una empresa.

PROMOCIONES DE VENTAS	Rebajas
	Las rebajas consisten en ofrecer artículos en el mismo establecimiento a un precio inferior al fijado antes de esta promoción. No cabe calificar de rebajas la venta de productos no ofrecidos a precio ordinario con anterioridad, ni tampoco la venta de artículos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario. Las rebajas sólo pueden tener lugar como tales en dos temporadas anuales: una iniciada al principio de año, y la otra, en torno al periodo estival de vacaciones.
	Saldos
	Los saldos son productos con un valor de mercado manifiestamente disminuido, debido a su deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia. No se pueden vender como saldos aquellos productos que impliquen riesgo o engaño para el comprador, o que no sean ofrecidos realmente a un precio inferior al habitual. Tampoco cabe ofrecer como saldos artículos que no pertenecieran al comerciante seis meses antes del inicio de este tipo de promoción, salvo en tiendas dedicadas específicamente a saldos. Las ventas de saldos deben anunciarse necesariamente con esta denominación o como “venta de restos”.
	Liquidaciones
	Las liquidaciones son ventas de carácter excepcional y finalidad extintiva de determinadas existencias que, anunciadas con esta denominación u otra equivalente, tienen lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o son realizadas por el comerciante en alguno de los casos siguientes: <ul style="list-style-type: none">a) Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial debe indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.b) Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.c) Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.d) Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

Obsequios

Por obsequio se entiende el ofrecimiento de bienes o servicios, de forma gratuita o a precios especialmente reducidos, ya sean con entrega automática o bien mediante la participación en sorteos o concursos. La comunicación a cualquier persona que haya resultado agraciada con un premio debe advertir inexcusablemente que éste no se encuentra condicionado a la adquisición de determinados productos o servicios.

Los bienes o servicios en que consistan los obsequios promocionales deben entregarse en un plazo máximo de tres meses, a contar desde el momento en que el comprador reúna los requisitos exigidos.

Ventas directas

Las ventas directas son aquellas en que un fabricante o mayorista ofrece la mercancía al consumidor sin más intermediarios, en unas condiciones económicas habitualmente mejores gracias a la reducción del canal de distribución. En este ámbito está prohibido que el vendedor invoque su condición de fabricante o mayorista, a menos que reúna las circunstancias siguientes:

- a) Que, en el primer caso, fabrique realmente la totalidad de los productos puestos a la venta y, en el segundo, venda fundamentalmente a minoristas.
- b) Que los precios ofertados sean los mismos que aplica a otros comerciantes, mayoristas o minoristas, según los casos.

Ofertas

Son aquellas promociones no contempladas específicamente en las anteriores categorías, consistentes en precios inferiores o condiciones más favorables que las habituales, para estimular las ventas. Los productos presentados como ofertas no pueden estar deteriorados o ser de peor calidad que los que más tarde se venderán sin promoción, a precio normal.

Por consiguiente, cada una de las estrategias de promoción mencionadas en la tabla 1, junto con el presente proyecto de investigación aportará a las empresas de pequeña y mediana producción, a minimizar de manera sustancial aquellos productos obsoletos, es decir; productos que se encuentran en estanterías, bodegas y perchas por más tiempo del programado, que han tenido procesos de rotación deficiente y que, por lo tanto, no han sido vendidos a cabalidad. De manera tal, que mediante la implementación de las mismas

y con la utilización del software adecuado, las empresas mejoren su productividad y alcancen un óptimo nivel de competitividad en el mercado (Zapata, 2014).

Stock

Para el correcto funcionamiento de una empresa eficiente resulta importante llevar a cabo una gestión adecuada de los productos que se adquieren día a día. Es así, como a stock de una empresa se lo considera como un conjunto de mercancías o productos que se encuentran en la misma, y que están organizadas en un determinado lugar para posteriormente ser comercializados de la mejor manera posible y en su totalidad.

Por lo tanto, la empresa u organización debe de contar con un stock óptimo mediante una gestión eficiente con la finalidad de no abarcar muchos productos no vendidos u obsoletos. Por tal razón, se define al stock óptimo como el nivel de mercancía que garantiza una pertinente atención a la demanda o consumo de los productos, con la finalidad de minimizar costos externos o adicionales (Fardel, 2014).

En todo caso, las funciones del stock son las siguientes:

- Acercamiento de la mercancía adecuada y necesaria al establecimiento de producción o al almacén para llevar a cabo la actividad empresarial pertinente.
- Compensación de las disimilitudes entre las previsiones de las ventas y las ventas reales que tiene una empresa u organización.
- Control y vigilancia del valor de los productos inmovilizados de la empresa (Carro & González, 2016).

En virtud de lo mencionado anteriormente, es necesario mencionar cual es la composición de los stocks, la misma que se muestra en la figura 4.

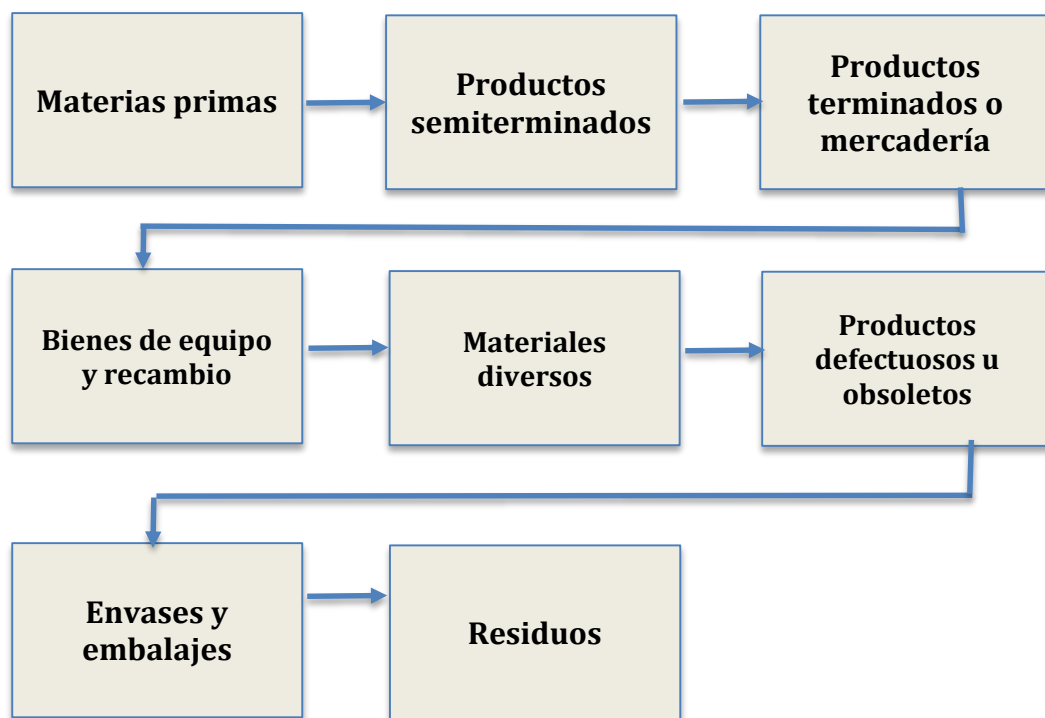


Figura 4. Composición de los stocks. Fuente: (Carro & González, 2016).

Inventario

Al momento de realizar políticas de inventarios no sirve la misma para cada producto, por un lado “el lanzamiento de un nuevo producto tendrá un comportamiento de demanda muy errático, uno maduro tendrá un comportamiento muy estable y el de salida tendrá una tendencia a la baja”, imaginando que cuentan con un inventario de 30 días, van a terminar obsoletos y serán los candidatos perfectos a los remates y rebajas con la consecuente pérdida financiera. Es por ello que, la segunda estrategia, tiene que estar enfocada a las políticas de inventario, poniendo especial cuidado a los niveles y fluctuaciones de la demanda (Chiñas, 2010).

Además, se conoce que el inventario involucra el capital, utiliza el espacio de almacenamiento, requiere de manejo, se deteriora y, en algunas ocasiones, se vuelve obsoleto, causa impuestos, necesita ser asegurado, puede ser robado, y algunas veces se pierde (Hugo Hernando Duarte Valderrama, 2010, p. 65).

Según los autores Girlich y Chikán, el desarrollo conjunto de las teorías de inventarios y la aplicación de las matemáticas y la estadística se inició desde los años 50 cuando la Oficina de Investigación Naval de California destinó recursos para la investigación.

Pero para entender un poco mejor este tema investigativo, es importante familiarizarnos con los términos a tratar, por lo que empezaremos preguntando; ¿A qué se conoce como inventario?

Autores como (Zapata, 2014) y (Durán, 2012) señalan que un inventario son los productos, bienes o materiales utilizados en una empresa y los cuales se tiene a entera disposición. Dentro de las empresas, el inventario es un elemento tangible y físico mantenido dentro de una instalación y al elemento intangible que existe en los registros de la organización.

A lo que el autor Areli Rojas de Gante cita, un inventario no es nada más que un determinado número de mercancías o productos terminados con la finalidad de permanecer almacenados en una bodega ya sea para producir o venderlos. Así mismo, el hecho de que exista el almacenamiento de productos, estos ocasionan un valor económico congelado pero que al final siempre terminará representando un costo para la empresa.

Poniendo como ejemplos de inventarios dependiendo el tipo de empresa los siguientes: materias primas, trabajo en proceso, productos terminados, suministros, personal, dinero en efectivo, entre otros (Corredor, Ducuara, & Herrera, 2016).

Así mismo, es de suma importancia conocer la demanda de los clientes de acuerdo a sus pedidos en las distintas épocas del año, como es el caso de las librerías que sus temporadas altas son en los meses de marzo, abril y mayo.

A lo que se conoce como demanda de un producto o mercancía es a la cantidad de unidades que se necesitan para satisfacer las necesidades de los consumidores, dichas cantidades son tomadas de un inventario existente para un uso específico.

Como complemento a los inventarios, cabe mencionar el objetivo de realizarlo, el cual es velar por la provisión y distribución adecuada de los materiales necesarios en la empresa a fin de evitar a cabalidad el incremento de los costos por la pérdida de los mismos. Y así satisfacer las necesidades reales de la empresa, convirtiéndose la realización de inventarios, en una acción de importante control y vigilancia (Loja, 2015).

Por ende, según (Loja, 2015), las funciones del inventario en una empresa son:

- Conservar la independencia entre las distintas operaciones en la empresa.
- Afrontar las variaciones de la demanda del producto.
- Admitir la flexibilidad en la planificación de la producción.
- Resguardarse frente al inventario agotado, mostrando un margen de seguridad para la escasez de proveedores y problemas con la calidad de los productos.
- Conseguir ventaja económica de los descuentos por la cantidad de la compra realizada.
- Resguardarse de la inflación y de los cambios de precios.

En cuanto al modelamiento de los inventarios, cabe recalcar que esta contesta a dos grandes interrogantes, los cuales se aplican a cada uno de los productos del inventario, las cuales son: ¿Cuánto ordenar? – Cantidad óptima de pedido – y ¿Cuándo colocar una orden? – punto óptimo de reorden –.

En efecto, dentro de las razones para mantener un inventario dentro de una empresa u organización se encuentran: la protección contra la incertidumbre, el tiempo de entrega, la demanda, el tiempo de consumo, los cambios de programas y el nivel de los servicios al cliente (Serbinio, 2016).

El inventario tiene varios tipos de costos, los mismos que se muestran en la figura 5.

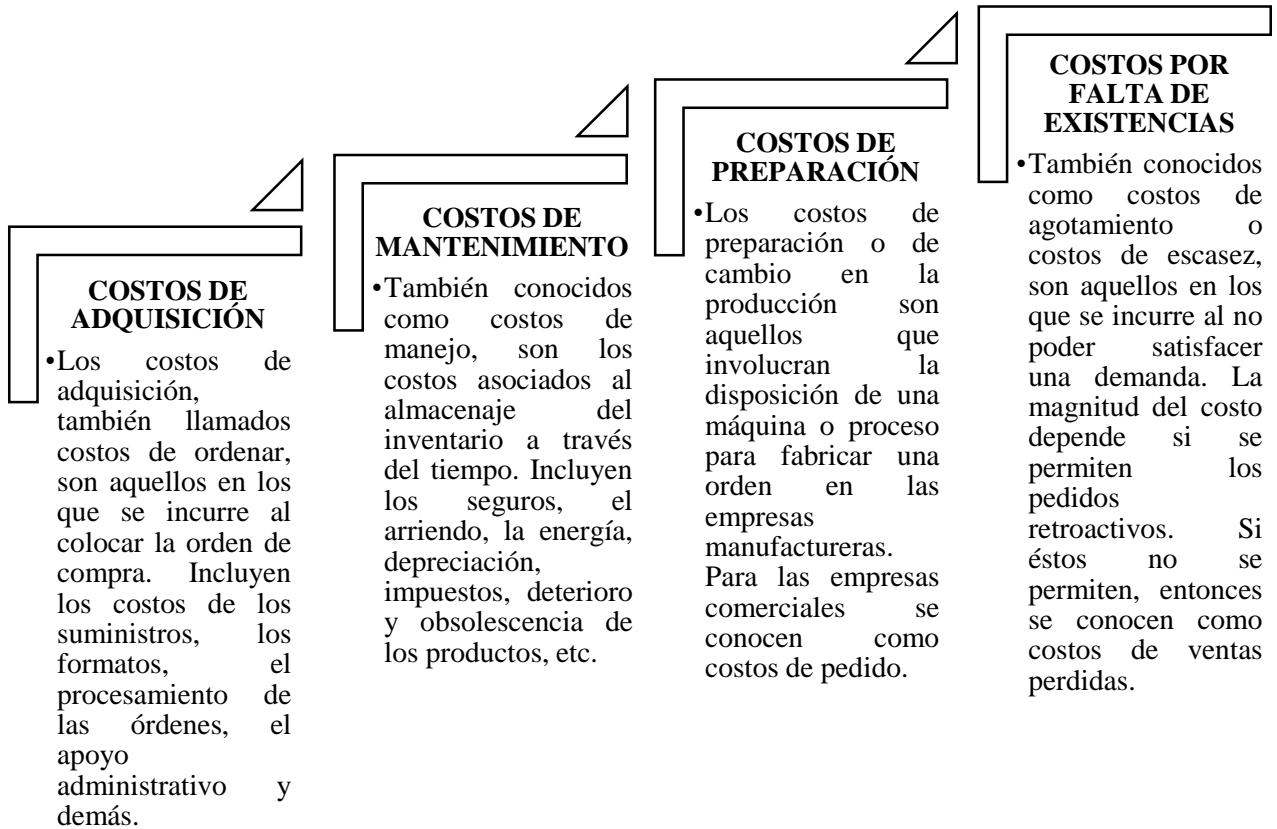


Figura 5. Costos de inventario en una empresa. Fuente: (Serbinio, 2016).

Tipos de inventarios

En la tabla II se enlistan los tipos de inventarios que existen en una empresa u organización (Loja, 2015).

Tabla II

Tipos de inventarios.

INVENTARIOS	
Tipo	Descripción
1. Inicial	Es el que se realiza al dar comienzos a las operaciones. Representa el valor d las existencias de mercancías en la fecha que comenzó el periodo contable.
2. Final	Es aquel que realiza el comerciante al cierre del ejercicio económico, generalmente al finalizar un periodo, y sirve para determinar una nueva situación patrimonial, después de realizadas las operaciones mercantiles de dicho periodo.
3. Físico	Es el inventario real, es contar, pesar, medir y anotar todas y cada una de las diferentes clases de bienes, mercancías, que se hallen en existencia en la fecha del inventario.
4. De productos terminados	Son todos aquellos bienes adquiridos por las empresas manufactureras o industriales, las cuales son transformadas para ser vendidos como productos elaborados.
5. En tránsito	Se utilizan con el fin de sostener las operaciones para abastecer los conductos que ligan a la compañía con sus proveedores y sus clientes, respectivamente,
6. De materiales y suministro	Son aquellos materiales con lo que se elaboran los productos realizados en una empresa, pero que no pueden ser cuantificados de una manera exacta.
7. De materia prima	Son aquellos materiales que son directamente utilizados en la fabricación del producto. Lo conforman todos los materiales con los que se elaboran los productos, pero que todavía no han recibido procesamiento.
8. De productos en proceso	Son productos parcialmente elaborados a los que les faltan algunas etapas o procesos para convertirse en producto terminado. También se denominan producción en proceso.

9. En consignación	Es aquella mercadería que se entrega para ser vendida pero el título de propiedad lo conserva aún el vendedor.
10. Máximo	Debido al enfoque de control de aspas 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.
11. Mínimo	Es la cantidad mínima de inventario a ser mantenidas en el almacén.
12. Disponible	Es aquel que se encuentra disponible para la producción o venta.
13. En línea	Es aquel inventario que aguarda a ser procesado en la línea de producción.
14. En cuarentena	Es aquel que debe de cumplir con un periodo de almacenamiento antes de disponer de mismo, es aplicado a bienes de consumo, generalmente comestibles u otros.
15. De previsión	Se tienen con el fin de cubrir una necesidad futura perfectamente definida, se diferencia con el respecto a los de seguridad en que los de previsión se tienen a la luz de una necesidad que se conoce con certeza.
16. De seguridad	Son aquellos que existen en un lugar dado de la empresa como resultado de incertidumbre en la demanda y oferta de unidades en dicho lugar.
17. De anticipación	Son los que se establecen con anticipación a los periodos de mayor demanda, a programas de promoción comercial o a un periodo de cierre de planta.
18. De lote o de tamaño de lote	Estos son inventarios que se piden en tamaño de lote porque es más económico hacerlo así que pedirlo cuando sea necesario satisfacer la demanda.
19. Estacionales	Los inventarios utilizados con este fin se diseñan para cumplir más económicamente la demanda estacional variando los niveles de producción para satisfacer fluctuaciones en la demanda.
20. 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.
21. Obsoletos	Un inventario de productos obsoletos consiste en un listado donde se identifican el tipo de existencia, su localización, los tipos de productos presentes y sus cantidades, el estado en que se encuentran, las condiciones de almacenamiento y los riesgos que representa. El mismo es una herramienta de gestión que permite tener un

diagnóstico de la situación de los productos obsoletos, permitiendo evaluar la problemática, priorizar y definir planes de acción.

Dentro de la tabla explicada a detalle anteriormente, es importante destacar en este estudio, el inventario de productos obsoletos, para lo cual es necesario entender que es obsolescencia. Según el Consejo Económico y Social Europeo (CESE) en su Dictamen CCMI/112 Duración de la vida de los productos e información al consumidor indica que obsolescencia es aquella acción del hombre al momento de crear un producto para que este tenga una fecha de caducidad y sí este sea dejado a un lado por productos nuevos, lo que incrementa considerablemente el consumismo en las personas, situación que a su vez es preocupante en todos los aspectos. (Serbinio, 2016).

De tal manera, se pueden distinguir cuatro tipos de obsolescencia, la programada que es la que tiene un periodo de vida corto, la indirecta, la que por falta de piezas de recambia hay que reemplazar, la obsolescencia por incompatibilidad, por fallas en el funcionamiento que obliga al consumidor a comprar un mejor producto y la psicológica, es la que está encaminada a hacer pensar a los consumidores que el producto existente no sirve, que es obsoleto (Rodríguez, 2017).

Liquidación

Se conoce como liquidación, a toda venta fraccionada de todos los activos de una empresa, por lo tanto, se considera como una salida del mercado de una empresa u organización (Delgadillo, 2011).

Referente a la liquidación de inventarios, es un proceso en el que las empresas terminan el negocio o eliminan por completo sus productos. La liquidación de un inventario suele ser una actividad común para las empresas que necesitan deshacerse del inventario. Los artículos obsoletos, inventarios viejos o rotos están sujetos a procesos de liquidación de una empresa. En otras ocasiones, el exceso de inventario puede necesitar ser liquidado para preparar a la empresa para la adquisición de nuevos artículos que será ofrecido a los clientes. Cuando liquida un inventario, la empresa no suele obtener el precio completo de los artículos o rentables, a veces la venta de estos productos es por debajo del costo al que fue adquirido (Thomason).

Además es de suma importancia aportar con una definición de Pymes, donde (Wilson, 2007) hace referencia a que, una de las formas de reconocer una Pyme en cada país es basándose en el número de personas que laboran y por sus ventas anuales, además, según información proporcionada por el SRI (SRI, 2015) se conoce como Pymes al conjunto de pequeñas y medianas empresas, presentan características como el volumen de sus ventas, capital social, cantidad de trabajadores con la que constan, dividiéndose en diferentes actividades económicas - comerciales.

Por lo tanto, basándose en lo dicho anteriormente se podría definir a las pymes como organizaciones que se dedican a actividades económicas, pero con un máximo de trabajadores y ventas anuales.

Reutilización

El propósito de esta fase es la utilización de productos o partes en funciones que desempeñaba anteriormente o con otros fines. Aquí aparecen los proveedores de suministro secundario de partes a través de la desagregación de los productos. Unas partes van al sistema productivo y otras por sus características, se eliminarán.

Pueden formar parte de esta fase: productos devueltos, excedentes, productos caducados, productos obsoletos, productos deshechos, que se pueden reconstruir, reutilizar, revender, reparar, re- fabricar, reciclar, reempaquetar, entre otros.

Antecedentes

A nivel mundial, existen varias investigaciones acerca de inventarios dirigidos a buscar una manera correcta sobre el manejo y orden de pedidos según la demanda de los consumidores, entre los cuales se destacan los detallados a continuación.

Según un estudio realizado en Venezuela por Carlos Enrique Bustos Flores y Galia Beatriz Chacón Parra el cual tenían como objetivo el análisis de diferentes modelos determinísticos de inventarios para una demanda independiente se basaron, de los más conocidos, en: un solo lote, EOQ, Balanceo de periodo fragmentado, Costo Unitario Mínimo, entre otros, haciendo referencia a que, la demanda conocida con un grado de certidumbre de un producto registrado en un inventario es independiente de la demanda de x producto que se lleve en el mismo inventario además, recalcan que “los inventarios amplían un conjunto de bienes para satisfacer las necesidades de ofertantes (Bustos & Chacón, 2010). Uno de los juicios por lo que se justifica mantener un inventario es alcanzar economías a escalas, la incertidumbre referente a la demanda y aceptación que tiene un producto ante los consumidores, las especulaciones, los costos de los sistemas de control, entre otros” (Nahmias, 2007) Siendo así, fundamentaron la utilización de los modelos mencionados anteriormente para llegar a la conclusión de que el método un solo lote es el más costoso y por ende el menos indicado.

Por otra parte, Heizer y Render (2001) indican que los costos asociados a los inventarios se agrupan en dos categorías: costos de pedido¹ y costos de mantenimiento. Los de pedido comprenden los costos de especificaciones, orden de compra, seguimiento a los proveedores, documentos de oficina, personal administrativo, etc., necesarios para procesar el propio pedido; los costos de mantenimiento incluyen los costos de alquiler de almacenes, depreciación, costos operativos, impuestos, costo de oportunidad del capital, seguros, costos de financiamiento, pérdidas, desechos, obsolescencia, entre otros.

En sí este artículo tiene como finalidad analizar los modelos como el EOQ (punto de reorden), el CUM (costo unitario mínimo), entre otros que existen para la minimización de inventarios tomando como punto de referencia una demanda independiente.

Por otro lado, Rosa Andrade, Daniel Tello, Óscar Romero de la Universidad Austral de Chile buscaban un modelo para la administración de inventarios e indican que por lo general las empresas de hoy en día buscan su economía día a día y no constan con políticas y visión a futuro. Como los autores del artículo anterior el inventario ocurre por las hipótesis que crean los tipos de demanda, es por ello que se da la creación de modelos para la disminución de dichos inventarios analizando el comportamiento de demanda que tiene cada producto.(Andrade, Tello, & Romero, 2015).

Finalmente, en el año 2015, Casas realizó un estudio sobre la elaboración de un modelo para el manejo y la gestión del inventario de material obsoleto para su adecuada distribución y disposición final, en el cual se concluyó que la carencia de la realización de inventarios conlleva a pérdidas económicas para las empresas debido a que desconocen la cantidad de productos no vendidos debido a la falta de rotación de los mismos, por ende, recomiendan la creación de estrategias de promoción y la utilización de software para que lleven el inventario de su organización de la mejor manera posible y así evitar la reducción de la productividad de la misma (Casas, 2015).

Además, en la empresa KAST S.A. se llevó a cabo un estudio sobre la aplicación de un sistema De inventarios que faciliten el control de los productos que ofrece, el mismo que fue llevado a cabo por (Márquez & Ponguillo, 2012), donde el autor afirma que una buena realización de inventarios demuestra una excelente coordinación en cada una de las áreas de empresa y a su vez demuestra orden y limpieza en las bodegas, estanterías y perchas para una búsqueda rápida y venta ordenada de dichos productos.

Definición Conceptual y Operacionalización de las Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información	Preguntas
Inventario	Es un determinado número de mercancías o productos terminados que permanecen almacenados en una bodega ya sea para producir o venderlos.	1. Investigar diferentes empresas que dispongan de inventarios aglomerados	Bodega	Dinero invertido Sobre ventas	Entrevistas		¿Realiza inventarios en su local? ¿Conoce la cantidad de mercancías con la que dispone su negocio? ¿Cuentan con políticas para la liquidación de inventarios?
Liquidación de Inventarios	Proceso en el que las empresas terminan el negocio o eliminan por completo sus productos.	2. Conocer si cuentan con políticas que ayuden a la eliminación de inventarios obsoletos	Administrativo	sobre stock de inventarios de libros aglomerados	Investigativo y	Propietarios de empresas a entrevistar	Si realiza inventarios, ¿cada que tiempo los realiza?

<p>Promociones Baja rotación o estrategias para liquidación</p>	<p>Las promociones de ventas se revelan como determinantes para muchas categorías de productos al constituir el mecanismo clave para conseguir la atención de los consumidores.</p>		<p>Políticas de Inventarios</p>	<p>Estrategias de marketing para promociones</p>	<p>Observación</p>		<p>¿Cuáles piensa que sean los motivos por lo que los negocio se aglomeran de inventarios obsoletos?</p>
---	---	--	---------------------------------	--	--------------------	--	--

Marco Legal

La presente investigación, enfocada a las estrategias de manejo de inventarios en pequeñas y medianas empresas, se enfoca en la siguiente normativa legal.

En la *Constitución de la República del Ecuador* del año 2008, se destacan el artículo **86** y **281**; donde en el primero se detalla que nuestro país se debe de caracterizar por ser justo, democrático, productivo y sostenible mediante la utilización de los medios productivos pertinentes y la generación de una fuente de empleo digno y voluntario, por otro lado, en el segundo artículo mencionado, se hace referencia a la necesidad de que a las diferentes actividades productivas adopten y cumplan las políticas tributarias, fiscales, comunitario y de producción acordes a su nivel de producción con el objetivo primordial de incrementar el nivel de vida de los y las ecuatorianas implementando nuevas y mejoradas tecnologías mediante un comercio justo y equitativo (Asamblea Nacional, 2008).

Referente a los códigos que rigen temas relacionados a inventarios se encuentra el **Art. 251** del *Código de Comercio* el cual hace referencia a que todo comerciante sea esta persona natural o jurídica tiene como obligación registrar sus procedimientos productivos y económicos en el cual se incluye una gestión de inventarios de los productos ofertados. La persona tiene la opción de llevar un libro de venta sin estar obligado a registrarlo en dicho artículo. Además, según el **Art. 450** del *Código de Comercio* establece que, para que un inventario pueda ser avaluado debe de encontrarse en concordancia con cada uno de los métodos y procedimiento que se encuentran dentro de la legislación fiscal.

La *Superintendencia de Compañías* se refiere a los beneficios dirigidos a los favorecidos públicos y privados productivos y financieros de la misma, la cual brinda información concerniente e importante sobre sus actividades económicas de derecho avaluadas por instituciones comerciales del país indicando todo lo referente a su economía según lo registra las NIIF (Lopez, 2012).

Y finalmente, se encuentra la normativa de la *Gestión tributaria*, donde el **Art. 9** concierne a la recaudación de impuestos por parte de cualquier actividad económica productiva y a su vez a la devolución de sus tributos.

CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo de Estudio

Para la realización de esta investigación se utilizó el tipo de estudio cualitativo, esto es porque se pretende investigar a propietarios de locales ubicados en la ciudad de Esmeraldas, con la finalidad de obtener información acerca del tipo de control que llevan referente a sus inventarios con el propósito de cumplir cada uno de los objetivos, y a su vez investigar si dichos negocios cuentan o conocen de estrategias que ayuden en el manejo con sus mercancías existentes, por otra parte, se empleará el tipo de estudio Cuantitativo debido a que se obtendrá cantidades referente a los inventarios de libros obsoletos con los que cuenta la papelería.

Utilizando para la investigación un alcance exploratorio donde se realizará un análisis amplio a propietarios de diferentes locales sobre la administración de sus inventarios, por lo que los objetos de estudio serán los encargados tanto de administración como los de bodegas.

Población y muestra

Universo: Para el siguiente estudio se consideró la base de datos que maneja el Servicio de Rentas Internas de la ciudad de Esmeraldas donde manifestaron que existen 22 librerías en la zona centro y norte de la ciudad de Esmeraldas; donde solo se consideró estas zonas por ser una competencia directa para la librería en estudio “Nuestro Mundo” el total de encuestas Se realizaron las entrevistas en la parte norte centro de la provincia de Esmeraldas a 22 negocios comerciales, librerías – papelerías, los que cuenten con un stock de inventario de mercancías (SRI, 2019).

Muestra: En función a la información que proporcione datos referentes a los objetivos planteados anteriormente se tomó la muestra perfilada y útil de 5 librerías – papelerías, donde para la determinación de la misma no se usó fórmula estadística alguna, debido a que se realizaron entrevistas a los diferentes propietarios de locales en cuestión.

Métodos

Para la presente investigación y mediante los objetivos proyectados, se recurrió a la utilización del método de investigación inductivo con la finalidad de buscar una solución para el presente estudio, recolectando toda la información necesaria e importante para llegar a los resultados deseados y poder acotar mediante entrevistas a realizar a diferentes negocios sobre la creación de políticas que ayuden a la eliminación de inventarios obsoletos, basándose en el universo de propietarios de diferentes papelerías ubicadas en la ciudad de Esmeraldas como lo son la Librería Bolívar, Librería Studion, Librería ABC, Bendición Divina y la Librería en estudio “NUESTRO MUNDO”.

Técnicas e Instrumentos

Para la realización de esta investigación y con la finalidad de aportar conocimientos sobre medidas que puede tomar la empresa Librería y Papelería “Nuestro Mundo” se tomó como instrumento a validar las entrevistas a profundidad que se realizaron a los diferentes propietarios de empresas que cuenten con inventarios; estas se realizaron in situ y dirigidas a los propietarios de los negocios cuya actividad comercial está dirigida a librerías y papelerías ubicados en la parte centro norte de la ciudad de Esmeraldas. El propósito de realizar estas entrevistas fue tener mayor conocimiento sobre políticas que ayuden a la disminución de los inventarios de productos obsoletos.

Análisis de Datos

Mediante la información recolectada de entrevistas realizadas a diferentes propietarios de negocios de la ciudad de Esmeraldas, la aplicación de los métodos y técnicas antes nombrados, se analizó cada principio que pueda aportar a la creación de políticas que ayuden a disminuir las mercaderías aglomeradas con el propósito de entender las necesidades existentes del propietario de la empresa objeto de estudio.

CAPITULO III: RESULTADOS

En este capítulo se encuentran todos los datos recopilados de las entrevistas realizadas para el análisis de los objetivos planteados en esta investigación, una vez realizadas se obtienen los siguientes resultados:

Stock de inventario de mercancías obsoletas.

Según los datos recopilados de las entrevistas realizadas a los diferentes encargados de la administración de negocios en la ciudad, supieron manifestar que tienen un conocimiento de lo que es un inventario como tal, pero no de lo que significa un inventario obsoleto. Donde, la propietaria de la librería y papelería “Nuestro Mundo”, aseguró que el concepto de inventario se trata básicamente de realizar un estado de todo el material que posee tanto en bodega como en perchas, sin embargo; considera necesario que todos los propietarios de locales comerciales del cantón deberían tener conocimiento sobre términos como “obsoleto”.

De acuerdo con la entrevista realizada, la mayoría de los entrevistados supieron manifestar que al momento de administrar sus inventarios el proceso que llevaban a cabo era organizar las mercancías por ítems, y una vez realizado esto estimaban de 3 días a una semana para cerrar el almacén y hacer el conteo físico de cada producto, a diferencia de otra propietaria de la librería “Nuestro Mundo”, quien supo manifestar que no contaba con un proceso de conteo uno a uno sino más bien que, al momento de necesitar un producto solo se dirigía a su lugar en perchas y bodegas para constatar las cantidades que existían sin hacer uso de un software que le facilite este proceso.

Cabe recalcar que otro factor importante a analizar, que influye en esta investigación es el sistema de control de inventarios donde, al aplicar la entrevista a los diferentes locales comerciales sus resultados fueron positivos referente a si utilizaban o no un sistema de control de inventario informático, a diferencia de la Librería y Papelería Nuestro Mundo quien afirmó no contar con algún tipo de programa.

Referente al valor en dólares que posee cada local, según los propietarios entrevistados, incluyendo al objeto principal de estudio, los cuales manifestaron tener desconocimiento

de cuanto era el valor total exacto en dólares; sin embargo, se atrevieron a dar valores estimados de cuanto tenían en sus inventarios.

Factores que influyen en la aglomeración de mercancías.

Referente a lo que piensan los entrevistados de cuáles podrían ser los motivos por lo que los negocios se aglomeran de mercancías que no rotan con facilidad, la información recopilada reveló, que una de las razones podría ser la forma descontinuada de llevar los inventarios; explicándolo mejor, no ser rigurosos al momento de estimar un plazo de tiempo; es decir, cuantos inventarios son necesarios al año para saber la cantidad de mercadería exacta con la que disponen en sus bodegas y así evitar pérdidas a futuro.

Por otro lado, la propietaria de la librería y papelería “Nuestro Mundo”, indicó que los motivos por lo que los negocios se aglomeran de inventarios es, primero realizar una adquisición muy alta de mercancías, donde recalcó que otro factor que podría influir es la adquisición de una nueva mercadería que remplazaría a la antigua, dejando a esta con una baja rotación, otro punto que no favorece según la entrevistada es adquirir un producto que no tiene salida, un producto innecesario.

Por otro lado, el 100% de los entrevistados, propietarios y encargados de la administración de los locales manifestaron no conocer a ciencia cierta el valor en dólares exacto de cuanto inventario se encuentra obsoleto.

Tipos de estrategias para la liquidación de sus inventarios que tienen poca salida.

Los entrevistados supieron presentar que las posibles estrategias que han tomado para salir de esos inventarios con baja rotación es realizar ofertas tales como; el segundo producto a mitad de precio, o comprar el producto y la aplicación del mismo es totalmente gratis, pero según lo indicado por la propietaria de la librería y Papelería Nuestro Mundo es que no ha tomado ninguna estrategia que le beneficie salir de esos productos con baja

rotación para así ir disminuyendo su inventario sino solamente ofrecer la mercadería archivada.

Según los datos recopilados de los entrevistados todos a excepción de lo manifestado por la propietaria de la librería y papelería “Nuestro Mundo” no cuenta con un sistema de software que le facilite el control de inventario por lo que indicó que su única estrategia para medir la rotación de su inventario era estar siempre en contacto con la mercadería ubicada en bodegas o perchas.

Además, otros datos obtenidos de las entrevistas realizadas a los locales comerciales aseguraron contar con estrategias que les ayude en la disminución de inventarios obsoletos, indicando que existían mercaderías que se deterioran en la presentación de sus empaques o que perdían su lucidez ya sea por el tiempo que se encuentran en perchas o por ser productos muestrarios, pero, que aun así no pierden su valor de utilización. Una de las estrategias que utilizan es cambiar ese empaque de presentación o simplemente ubicar el producto a mitad de precio. Sin embargo a diferencia de “Nuestro Mundo”, se pudo observar la carencia de los diferentes tipos de estrategias que pudieran plantear para la disminución y liquidación de esos inventarios obsoletos.

Tácticas para la eliminación de inventarios de productos que tengan bajas salidas.

Referente a las estrategias que se puedan implementar en un negocio comercial para que ayude a salir de esos inventarios con baja rotación los entrevistados respondieron que los negocios hoy en día deben de ser muy dinámicos, para así, poder sobrevivir a un mercantilismo que siempre empuja hacia la competitividad, pero que a su vez se necesita de una inversión para poder contar con estrategias que ayuden en la disminución de las mercancías con bajas rotaciones.

CAPITULO IV: DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo principal identificar estrategias que ayuden en la liquidación de inventarios obsoletos de la Librería y Papelería Nuestro Mundo, para lo cual se ha entrevistado a los propietarios de diferentes locales comerciales de la ciudad de Esmeraldas que cuenten con un inventario en sus negocios tales como; Luz y Vida, Librería Bolívar, Librería Studium, Bendición Divina y Librería Nuestro Mundo; todo esto con el propósito de realizar un análisis de cómo cada una de estas aplican o no aplican las distintas estrategias para eliminar inventarios obsoletos basándose en estrategias de marketing.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las distintas entrevistas a los propietarios de los locales comerciales ubicados en la parte centro norte de la ciudad de Esmeraldas, y comparando estudios previos en base a investigaciones similares, el modelo determinístico planteado por Bustos y Chacón, expresan que los inventarios de los distintos negocios deben de estar enfocados a realizar sus pedidos de acuerdo a la demanda de sus clientes, todo esto con la finalidad de satisfacer las necesidades y exigencias de los consumidores con los productos adquiridos; comparando con los resultados de las entrevistas, los distintos propietarios de librerías en el centro de la ciudad de Esmeraldas se abastecen de acuerdo a su experiencia de compra pasada y supuestos indicadores de mercados definidos en base a su experiencia, muy contrario a lo que manifestaron (Bustos & Chacón, 2010).

Si se utiliza otra investigación como la de ofertantes de (Andrade, Tello, & Romero, 2015) de la Universidad Austral de Chile, donde esta buscó modelos de administración de inventarios que se enfocaran a la disminución de los mismos, indicando que en la actualidad las empresas buscan una economía diaria y no se preocupan por contar con políticas, estrategias, además de una visión a futuro que ayude a surgir sus negocios y según los resultados de las entrevistas realizadas en este estudio, se evidencia que las librerías entrevistadas no utilizan ningún tipo de tácticas, acumulando así mercancías que llegan a convertirse en obsoletas si no tienen una salida constante.

En el tema tecnológico sobre manejo de inventarios, de acuerdo a las entrevistas realizadas, se obtuvo que de las cinco librerías, solo tres cuentan con un sistemas de control de inventarios, mientras que la Librería y Papelería “Nuestro Mundo” no cuenta con un software que le facilite el control del inventarios, cómo tampoco los recursos generados por ventas o egresos; prácticamente, esta librería funciona como las primeras del siglo pasado, por lo que no conocen a ciencia cierta cuál es su stock real de inventario, así como los obsoletos; por lo que los resultados tienen mucha relación con lo establecido anteriormente con la falta de utilización de estrategias para eliminar inventarios.

De acuerdo al párrafo anterior, el estudio realizado por Melendres, en el año 2014 sobre la información de los inventarios de la librería y papelería ABC de la ciudad de Ambato, recomienda también que se implemente un sistema de inventario, resultados que repercutieron en la situación económica de la empresa, debido a que se mostraron pérdidas en las ganancias por los artículos que no se han vendido desde hace mucho tiempo, por lo tanto el autor recomienda que se implemente un adecuado sistema de inventarios y la utilización de un software para el mismo, de tal manera que al aplicar estrategias de promoción puedan aumentar su productividad y mantenerse competentes en el mercado por lo que se podría implementar este tipo de propuesta en la librería “Nuestro Mundo” (Melendres, 2014).

Otro aspecto que se pudo encontrar de acuerdo a las entrevistas realizadas es la falta de estrategias para la eliminación de inventarios con baja rotación por lo que de esta realidad, se plantean algunas estrategias de promoción para corregir la cantidad de material obsoleto presentado en la librería y papelería “Nuestro Mundo”, con la finalidad de obtener algún tipo de ganancia con la misma, aunque esta no sea la correspondiente al costo de los mismos. En primera instancia, crear alianzas estratégicas con las escuelas de la ciudad de Esmeraldas con la finalidad de incentivar a la práctica de la lectura, la cual ha ido en decadencia conforme pasan los años, esto mediante la realización de ferias de libros, clubes de lectura y concursos de libro leído, los mismos que se llevarán a cabo con la previa negociación con las instituciones educativas de la venta de los libros que se encuentran obsoletos en la librería y papelería en cuestión a un precio bajo, inclusive al valor de costo del mismo.

Adicional a esto, se propone una estrategia de ofertas, donde por cada compra de \$10 en la librería y papelería tiene la opción de escoger un libro gratis o también venderlos a 2 unidades por el precio de uno. Y en última instancia, las donaciones, en tal caso de que no se consigan vender los libros obsoletos, estos puedan ser donados a fundaciones, a escuelas o a las personas de un estatus socioeconómico bajo, medio bajo.

CAPITULO V: CONCLUSIONES

Una vez obtenido los resultados en esta investigación se puede establecer las siguientes conclusiones basándose en las variables y objetivos.

- La librería y papelería Nuestro Mundo no tiene conocimiento de cuanto es el valor real de su inventario en productos obsoletos, además de no contar con la implementación de un sistema de control interno de inventarios.
- Los factores más influyentes encontrados en esta investigación referente al motivo que causa la aglomeración de inventarios dentro de la papelería “Nuestro Mundo” son, la falta de conocimientos de políticas y estrategias que incentiven en una mayor rotación de los productos con baja salida.
- La identificación y aplicación de diferentes estrategias ayudaran a cualquier negocio sea grande o pequeño a mejorar la administración y a su vez asegurará su éxito.
- La librería y papelería Nuestro mundo no cuenta con algún tipo de promociones que le ayude a disminuir los inventarios con baja rotación.

CAPITULO VI: RECOMENDACIONES

- La librería y papelería Nuestro Mundo debe de empezar realizando un conteo uno a uno de los productos con los que cuenta en el local para así tener un conocimiento de cuanto es el valor real de su inventario, y cuanto de este se encuentra obsoleto; a su vez analizar y aplicar diferentes estrategias para la eliminación o disminución de dichos productos. Sumado a esto la implementación de un sistema de inventario le ayudaría a tener un mejor control y vigilancia de todo el stock de mercancías con la que dispone para evitar posibles pérdidas e incluso la quiebra.
- La implementación de un software ayudaría a cualquier negocio comercial simplificar el factor tiempo al momento de solicitar el valor ya sea en dólares o realizar un conteo físico de los productos ubicados en bodegas, perchas o esperando a ser producidos.
- Buscar un profesional en temas para la creación de estrategias de marketing con la finalidad de aplicar alguna promoción, descuento, entre otras para en lo posible desaparecer ese inventario obsoleto con el que cuentan.
- Aplicar promociones que ayuden a disminuir los inventarios obsoletos y a su vez los que tengan baja rotación.

BIBLIOGRAFÍA

- Alenkar, T., Alves, S., Alves, J., & Tadeu, C. (2015). Development of new methods of inventory management in a refrigeration company.
- Andrade, C., Fucci, M., & Morales, M. (2010). Estrategias de Marketing Promocional en Unidades de Servicio de Información de la Universidad del Zulia. *Revista de Ciencias Sociales*, 68 - 79.
- Andrade, R. D. (2003). Legislación económica del Ecuador. Abya Yala.
- Andrade, R., Tello, D., & Romero, Ó. (2015). Modelo matemático para la administración de inventario en una microempresa del rubro alimenticio, caso de aplicación.
- Arciniegas, C. (2002). Modelo de plan estratégico para la gestión de inventarios para los repuestos John Deere de Ponce YEPES S.A.
- Asamblea Nacional. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Ecuador.
- Bustamante, A. (2004). Principios de Administración de Operaciones. En *Principios de Administración de Operaciones*. México: Espanta.
- Bustos, C., & Chacón, G. (2010). Contaduría y Administración 57 (3), julio-septiembre 2012: 239-258 Modelos determinísticos de inventarios para demanda independiente Un estudio en Venezuela.
- Carro, R., & González, D. (2016). Gestión de stocks.
- Casas, J. (2015). Propuesta de modelo para el manejo de material obsoleto almacenado en el inventario del centro de distribución para su respectiva evacuación y disposición final.
- Censos, I. N. (31 de Octubre de 2017). INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-registro-843-745-empresas-en-2016/>
- Chiñas, D. G. (23 de Febrero de 2010). *Cadena De Suministro y Logística*. Obtenido de Cadena De Suministro y Logística: <file:///C:/Users/Michael/Desktop/TESIS%20GISSELA%20CANIZARES/Cuatro%20estrategias%20para%20disminuir%20tus%20niveles%20de%20inventario%20%E2%80%93%20Cadena%20de%20Suministro%20y%20Log%C3%ADstica.html>
- Chopra, S. (2008). Administración de la cadena de suministro. Estrategia, planeación y operación. En M. P. Chopra Sunil. México.
- Corredor, J., Ducuara, E., & Herrera, G. (2016). Elaboración de una propuesta de mejora para la reducción de inventarios obsoletos.
- Delgadillo, M. (2011). Estrategias defensivas para generar poder de mercado. *Perspectivas*, 73-90.
- Durán, Y. (2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Visión Gerencial*, 55-78.
- Fardel, J. (2014). Gestión de stock.
- Faulí, A., Ruano, L., Latorre, M., & Ballestar, M. (2013). Implantación del sistema de calidad 5s en un centro integrado público de formación profesional. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 147-161.
- Ferrel, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de Marketing*.

- Guazhima, M., & Guzmán, M. (2014). Elaboración de un plan estratégico de marketing balanceados "El Granjero" , en la ciudad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
- Hugo Hernando Duarte Valderrama, G. A. (2010). Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7431/tesis585.pdf?sequence=1>
- Loja, J. (2015). Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para la empresa FEMARPE CÍA LTDA. Loja, Ecuador.
- Lopez, M. (2012). *Superintendencia de Compañías* .
- Márquez, A., & Ponguillo, I. (2012). Aplicación de un sistema de inventario para el control de productos de la empresa KAST S.A.
- Melendres, E. (2014). El sistema de información de inventarios y la toma de decisiones de la librería y papelería ABC. Ambato, Ecuador.
- Nahmias, S. (2007). Análisis de la Producción y las Operaciones. En N. Steven, *Análisis de la producción y las operaciones*. México.
- Robbins, S. y. (2002). *Fundamentos de Administración* . México : Pearson Educación
- Rodríguez, M. (2017). Obsolescencia de los productos y consumo responsable. *Distribución y consumo*.
- Serbinio, A. (2016). Excedente de Inventario, Obsoleto, y Escasez. SRI. (Octubre de 2015). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32>
- SRI. (2019). *Servicio de Rentas Internas del Ecuador*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Tellis, G., & Redondo, I. (2002). *Estrategias de publicidad y promoción*. Pearson.
- Thomason, K. (s.f.). Como liquidar un inventario. *eHow en español*.
- Vallejo, L. (2016). *Marketing en productos y servicios*.
- Villa, A., Puerta, A., & Núñez, R. (2015). Curso de Consultoría TIC. *Gestión, Software, ERP y CRM*.
- wilson, J. (26 de marzo de 2007). *Pymes Ecuador* . Obtenido de http://www.un-trade-environment.org/meetings/Latin/2007-03-26/documents/equipo_ecuador.pdf
- Zapata, J. (2014). Fundamentos de la Gestión de Inventarios. *Centro Editorial Esumer*.

ANEXOS

ENTREVISTA



Nombre del entrevistado.....

Institución.....

Fecha:.....

Inicio.....Fin.....Duración.....

Instrucciones: El presente documento contiene las preguntas a realizar en la entrevista dirigida a los diferentes gerentes de locales comerciales. El objetivo de dicho instrumento es recolectar la mayor información posible sobre los inventarios de mercaderías obsoletas con el fin de buscar estrategias que ayuden a la eliminación de los mismos. Los datos e información que se exponga durante la entrevista serán confidencial y exclusiva para fines académicos. El tiempo determinado que se utilizará para la realización de la entrevista tendrá un máximo de 10 minutos.

1. ¿Conoce usted el significado de inventarios obsoletos?

2. ¿Cuál es el proceso que usted lleva al momento de administrar el inventario en su negocio?

3. ¿Utiliza algún sistema de control de inventario informático?

4. ¿Conoce el inventario total en dólares que dispone su negocio actualmente?

5. ¿Cuáles piensa que sean los motivos por lo que los negocio se aglomeran de inventarios?

6. ¿Conoce cuánto de ese inventario en dólares se encuentra obsoleto?

7. ¿Qué estrategias ha tomado para salir de inventarios con baja rotación?

8. ¿Cuentan con una persona encargada de realizar las compras en su negocio?

9. ¿A pesar de que no cuente con un sistema de control informático para su inventario, que estrategia utiliza para medir la rotación o inventario de las mercancías?

10. ¿En su negocio, cuentan con estrategias que ayuden en la disminución de inventarios obsoletos?

11. ¿Considera que podría utilizar nuevas estrategias?
