

Mayo 2019 - ISSN: 1696-8352

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN DE VENTAS E INVENTARIOS EN LA MICROEMPRESA ATOMIZADORES ECUADOR.

Srta. María Isabel López Lema,

Sr. Javier Alexander Vásquez Guale,

Econ. Roberto Flores Moncayo, MGP.

javier-vg-@hotmail.com,

isabell-lopez19@hotmail.com,

rfloresm@ulvr.edu.ec

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

María Isabel López Lema, Javier Alexander Vásquez Guale y Roberto Flores Moncayo (2019): "Plan estratégico para la gestión de ventas e inventarios en la microempresa atomizadores Ecuador", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (mayo 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/05/gestion-ventas-inventarios.html>

Resumen

La microempresa Atomizadores Ecuador se dedica a proveer de suministros plásticos a pequeños y medianos comerciantes fabricantes de insumos de limpieza y otros, aprovechando un mercado poco atendido por ser un segmento pequeño en vías de desarrollo. A pesar del crecimiento en la demanda, se está viendo afectada también en sus ventas debido al incremento de nuevos competidores con suministros plásticos de similar calidad y mejores precios lo que ocasiona falta de liquidez puesto que las ventas son el pilar fundamental del negocio, afectando así también los indicadores de crecimiento de la organización. En este trabajo de tesis se utilizó la investigación descriptiva con el fin de obtener información sobre el giro del negocio, así mismo, se pudo conocer datos sobre los clientes existentes, la competencia y formar un esquema de los

puntos débiles para mejorar y los puntos fuertes a reforzar en la institución. Se concluye que la rentabilidad de la compañía se puede optimizar, priorizando estrategias para el buen manejo de sus recursos y la entrega del producto al cliente final.

Palabras Claves: Control de Inventarios, Plan Financiero, estrategias de planeación, marketing mix, atomizadores.

Abstract

The Atomizers microenterprise Ecuador is dedicated to providing plastic supplies to small and medium merchants manufacturers cleaning supplies and others, taking advantage of a market poorly served by being a small segment in development. Despite the growth in demand, it is also affected in its sales due to the increase of new competitors with plastic supplies of similar quality and better prices which causes lack of liquidity since sales are the fundamental pillar of the business, thus affecting also the growth indicators of the organization. In this thesis work was used descriptive research in order to obtain information about the business turn, likewise, it was possible to know data about existing customers, the competition and form a scheme of the weak points to improve and the strong points to reinforce in the institution. It is concluded that the profitability of the company can be optimized, prioritizing strategies for the good management of its resources and the delivery of the product to the final client.

Key words: inventory control, financial plan, planning strategies, marketing mix, atomizers.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de esta investigación comienza con una breve reseña sobre la historia de la microempresa Atomizadores Ecuador con la finalidad de obtener datos significativos para diagnosticar fallas en la operación de la organización y desarrollar estrategias competitivas para su mejora. La empresa Atomizadores Ecuador fue fundada en el año 2011 para proveer de suministros plásticos a pequeños y medianos comerciantes fabricantes de insumos de limpieza y otros, aprovechando un mercado poco atendido por ser un segmento pequeño en vías de desarrollo.

A continuación se expone el marco general de la investigación , mostrando el problema que se trata de resolver, pues, A pesar del crecimiento en la demanda, la microempresa Atomizadores Ecuador se está viendo afectada también en sus ventas debido al incremento de nuevos competidores con suministros plásticos de similar calidad y mejores precios lo que ocasiona falta de liquidez puesto que las ventas son el pilar fundamental del negocio, afectando así también los indicadores de crecimiento de la microempresa.

Posteriormente se exponen los fundamentos teóricos que abalan la investigación, así como la metodología utilizada. En este trabajo de tesis se utilizó la investigación descriptiva con el fin de obtener información sobre el giro del negocio, así mismo, se pudo conocer datos sobre los clientes existentes, la competencia y formar un esquema de los puntos débiles para mejorar y los puntos fuertes a reforzar de Atomizadores Ecuador. Se realizaron encuestas y entrevistas que aportaron información valiosa sobre la realidad del negocio, para finalmente elaborar un análisis, proponer un manual para la gestión de los inventarios y elaborar un análisis financiero, finalizando las conclusiones y recomendaciones.

Objetivo general

Elaborar un plan estratégico para la gestión de ventas e inventarios en la microempresa Atomizadores Ecuador.

Objetivos específicos

- Desarrollar un análisis situacional para la administración de ventas e inventario en la microempresa.
- Plantear modelos contables que permitan mejorar el control de la entrada y salida de inventario de forma periódica.
- Diseñar la estrategia comercial adecuada para el incremento de ventas.
- Determinar la viabilidad financiera de implementar un plan estratégico para el incremento de ventas y control de inventarios.

METODOLOGIA

Tipo de investigación

En este trabajo de tesis se utilizó la investigación descriptiva con el fin de obtener información que componen el giro del negocio, así mismo pudimos conocer los clientes existentes, la competencia y formar un esquema de los puntos débiles para mejorar y los puntos fuertes a reforzar de Atomizadores Ecuador.

La investigación descriptiva también “Ocurre cuando se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio. Se deben describir aquellos aspectos más categóricos, distintivos y particulares de personas, eventos o cosas.” (Moreno López, 2013a, pág. 95)

Enfoque de la investigación

Se empleó un enfoque cuantitativo, ya que se utiliza herramientas de recolección de datos como encuestas para obtener información estadística, la misma que es empleada para el análisis de las variables.

Enfoque cuantitativo “Es la característica que se puede medir y expresar en valores numéricos referidos a la unidad de medida.” (Hernández León & González Coello, 2012, pág. 52)

“Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 4)

Técnicas de investigación

Las técnicas utilizadas para el desarrollo del proyecto de investigación son tres observaciones, entrevistas y encuestas, siendo así que cada una de ellas aporta con información vital para la investigación. Esto permite analizar mejor en función a la idea a defender. Así también, proyecta a obtener mejores resultados.

Observación

“La observación científica es la percepción planificada dirigida a un fin y relativamente prolongada de un hecho o fenómeno. Es el instrumento universal del científico, se realiza de forma consciente y orientada a un objetivo determinado.” (Rolando Alfredo & Coello González, 2008a, pág. 86)

Entrevista

La entrevista es una conversación planificada entre el investigador y el entrevistado para obtener información. Su uso constituye un medio para el conocimiento cualitativo de los fenómenos o sobre características personales del entrevistado y puede influir en determinados aspectos de la conducta humana por lo que es importante una buena comunicación. (Rolando Alfredo & Coello González, 2008b, pág. 92)

Población

Para considerar la población empleada en el estudio de este proyecto si hizo la consulta al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC sobre la población de los PYMES o negocios artesanos dedicados a la producción de productos químicos como gel, zampo, cremas, perfumes, etc. Sobre lo cual reporta lo siguiente:

“En virtud de lo expuesto, indicamos que no es posible atender de manera específica el requerimiento de “negocios artesanos dedicados a la producción de productos químicos (...)”, puesto que el Directorio de Empresas no cuenta con variables que permitan obtener este tipo de información.” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018)

Las encuestas están dirigidas a una población de 15 clientes que son los que actualmente se mantiene activos realizando compras en la microempresa Atomizadores Ecuador, la población está enfocada a clientes que aportan información importante sobre su consumo y expectativas, para así también, poder identificar la competencia y posibles indicadores de mejora.

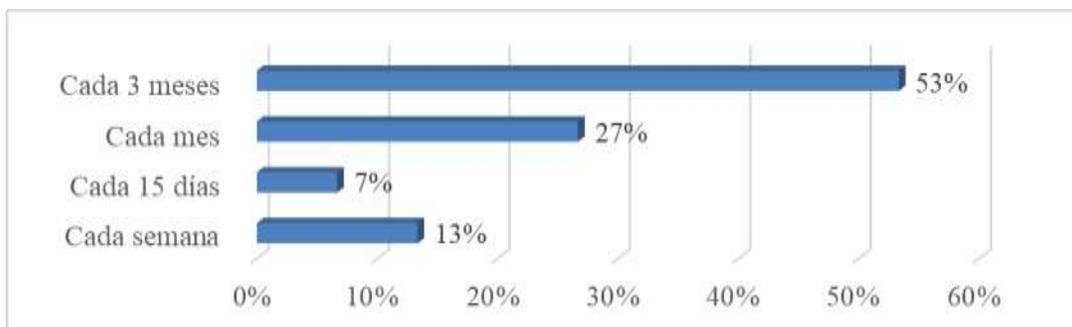
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

Tabla 1. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA ATOMIZADORES, DE PLÁSTICO, METÁLICOS Y ENVASES PARA SUS PRODUCTOS?

	Total	%
Cada semana	2	13%
Cada 15 días	1	7%
Cada mes	4	27%
Cada 3 meses	8	53%
	15	100%

Elaborado por: María López y Javier Vásquez

Figura 1. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA ATOMIZADORES, DE PLÁSTICO, METÁLICOS Y ENVASES PARA SUS PRODUCTOS?



Elaborado por: María López y Javier Vásquez

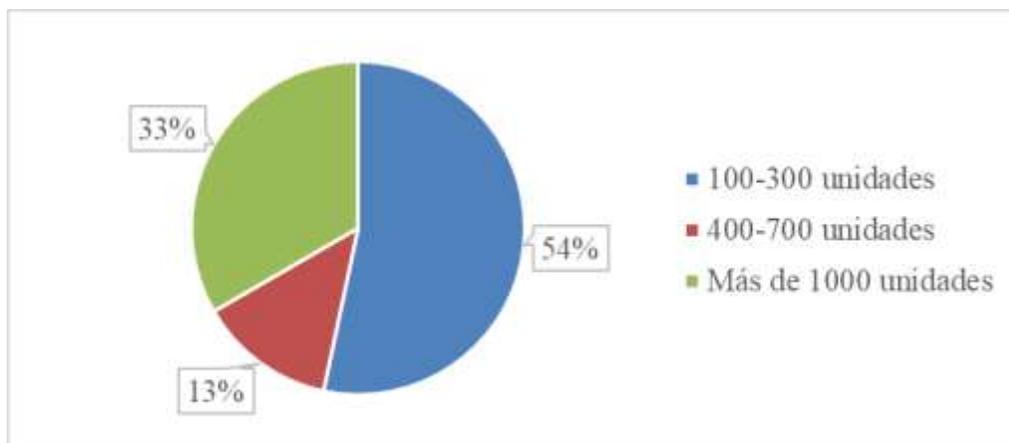
Con estos resultados se puede evidenciar que en el índice con menor frecuencia de compra en los clientes encuestados es **cada tres meses** con un porcentaje de 53% lo que no representa un número positivo debido a que se abastecen lo suficiente para cubrir su necesidad durante un cierto periodo. No obstante, los índices con mayor frecuencia de compra son **cada mes** con un 27% y **cada semana** con un 13% hacia lo cual está enfocada la estrategia para captar más clientes de este tipo. Tabla 1, Figura 1.

Tabla 2. ¿CUÁL ES EL VOLUMEN DE COMPRA DE ATOMIZADORES, ¿PLÁSTICOS, METÁLICOS U OTROS?

	Total	%
100-300 unidades	8	54%
400-700 unidades	2	13%
Más de 1000 unidades	5	33%
	15	100%

Elaborado por: María López y Javier Vásquez

Figura 2. ¿CUÁL ES EL VOLUMEN DE COMPRA DE ATOMIZADORES, ¿PLÁSTICOS, METÁLICOS U OTROS?



Elaborado por: María López y Javier Vásquez

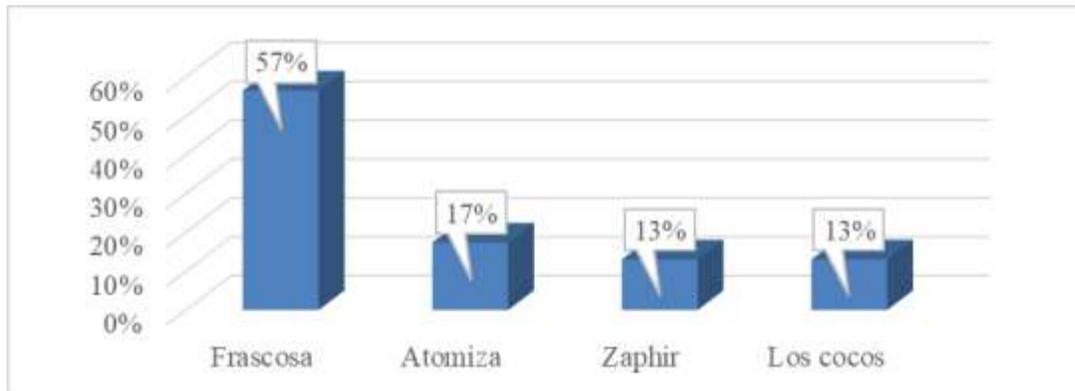
Un 33% de los encuestados tiene un volumen de compra de atomizadores plásticos, metálicos u otros de **más de 1000 unidades** clasificándolos como clientes con alta demanda de consumo para el negocio, cabe mencionar también que un gran número de clientes tienen una preferencia de compra de entre **100 a 300 unidades** representado por un 54%. Para el giro del negocio de “Atomizadores Ecuador” es de vital importancia no descuidar ninguno de los 2 segmentos de clientes. Tabla 2, Figura 2.

Tabla 3. ¿CUÁLES SON LAS EMPRESAS MÁS FRECUENTES QUE LE DISTRIBUYEN ATOMIZADORES, PLÁSTICOS, METÁLICOS U OTROS?

	Total	%
Frascosa	13	57%
Atomiza	4	17%
Zaphir	3	13%
Los cocos	3	13%
	23	100%

Elaborado por: María López y Javier Vásquez

Figura 3. ¿CUÁLES SON LAS EMPRESAS MÁS FRECUENTES QUE LE DISTRIBUYEN ATOMIZADORES, PLÁSTICOS, METÁLICOS U OTROS?



Elaborado por: María López y Javier Vásquez

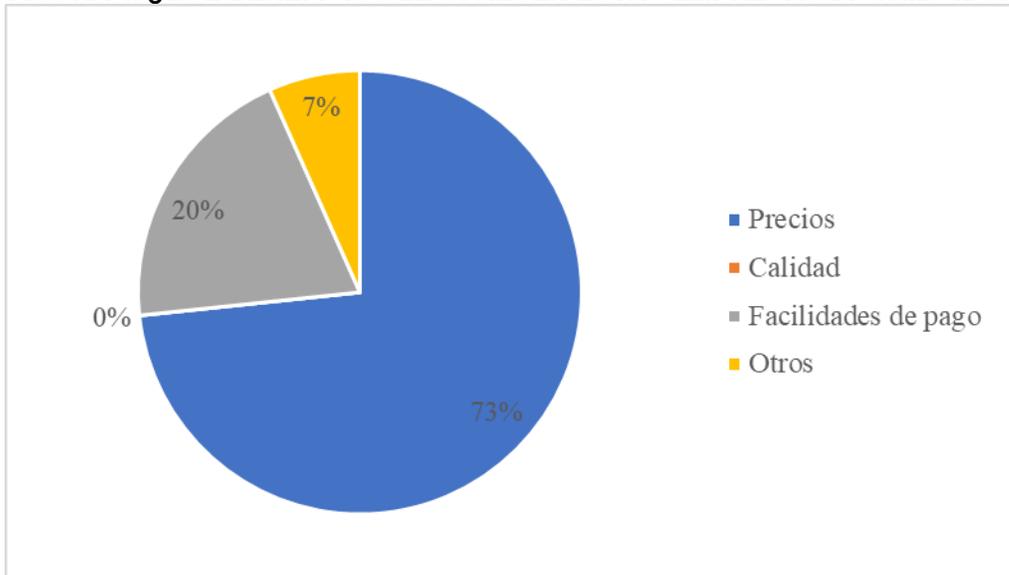
La empresa que lleva la delantera en la distribución de accesorios plásticos es Frascosa con un 57% siendo la más conocida por los clientes encuestados. Esto quiere decir que Atomizadores Ecuador tiene un competidor mejor posicionado en el mercado tomando en cuenta que la estrategia sería captar más clientes de Frascosa. Tabla 3, Figura 3.

TABLA 4. ¿QUÉ BENEFICIOS LE OFRECEN ESTAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS?

	Total	%
Precios	11	73%
Calidad		0%
Facilidades de pago	3	20%
Otros	1	7%
	15	100%

Elaborado por: María López y Javier Vásquez

FIGURA 4. ¿QUÉ BENEFICIOS LE OFRECEN ESTAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS?



Elaborado por: María López y Javier Vásquez

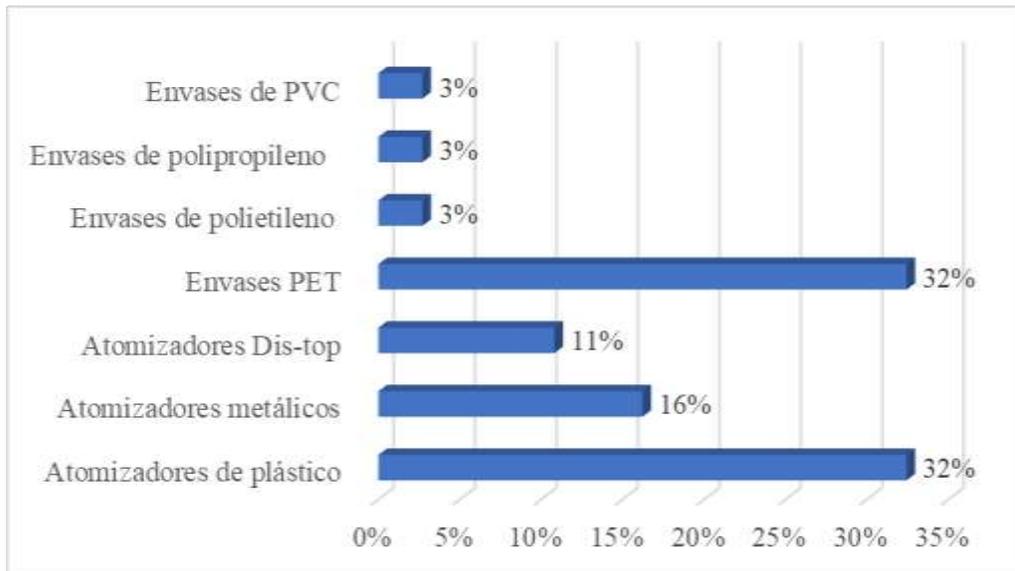
El 73% destacó en su mayoría el precio siendo este uno de los más comunes a la hora de ofertar un producto por parte de los distribuidores así también está la facilidad de pago con un 20% refiriéndose a plazos establecidos o convenios en la transacción de la mercadería. Tabla 4, Figura 4.

TABLA 5. ¿QUÉ ARTÍCULOS COMPRA CON MAYOR FRECUENCIA?

	Total	%
Atomizadores de plástico	12	32%
Atomizadores metálicos	6	16%
Atomizadores Dis-top	4	11%
Envases PET	12	32%
Envases de polietileno	1	3%
Envases de polipropileno	1	3%
Envases de PVC	1	3%
	37	100%

Elaborado por: María López y Javier Vásquez

FIGURA 5. ¿QUÉ ARTÍCULOS COMPRA CON MAYOR FRECUENCIA?



Elaborado por: María López y Javier Vásquez

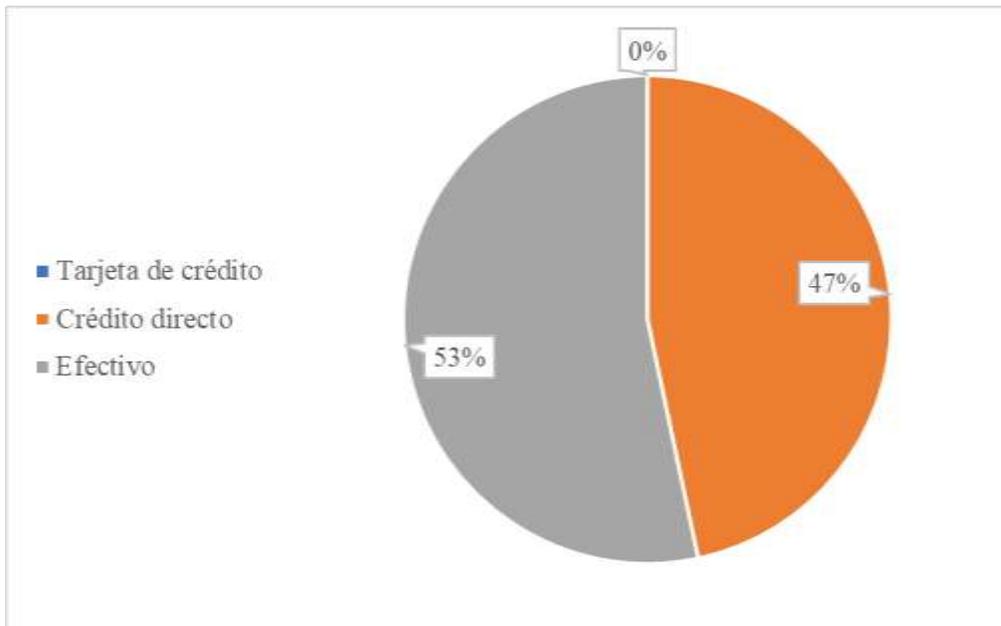
Los artículos comprados con mayor frecuencia tenemos los siguientes: Atomizadores de plástico (32%), Envases PET (32%), Atomizadores metálicos (16%) y Atomizadores Dis-top (11%). Como resultado, podemos decir que se recomienda invertir en este tipo de productos para el inventario ya que son productos de alta rotación y venta segura. Tabla 5, Figura 5.

TABLA 6. ¿QUÉ MODO DE PAGO ELIGE?

	Total	%
Tarjeta de crédito		0%
Crédito directo	7	47%
Efectivo	8	53%
	15	100%

Elaborado por: María López y Javier Vásquez

FIGURA 6. ¿QUÉ MODO DE PAGO ELIGE?



Elaborado por: María López y Javier Vásquez

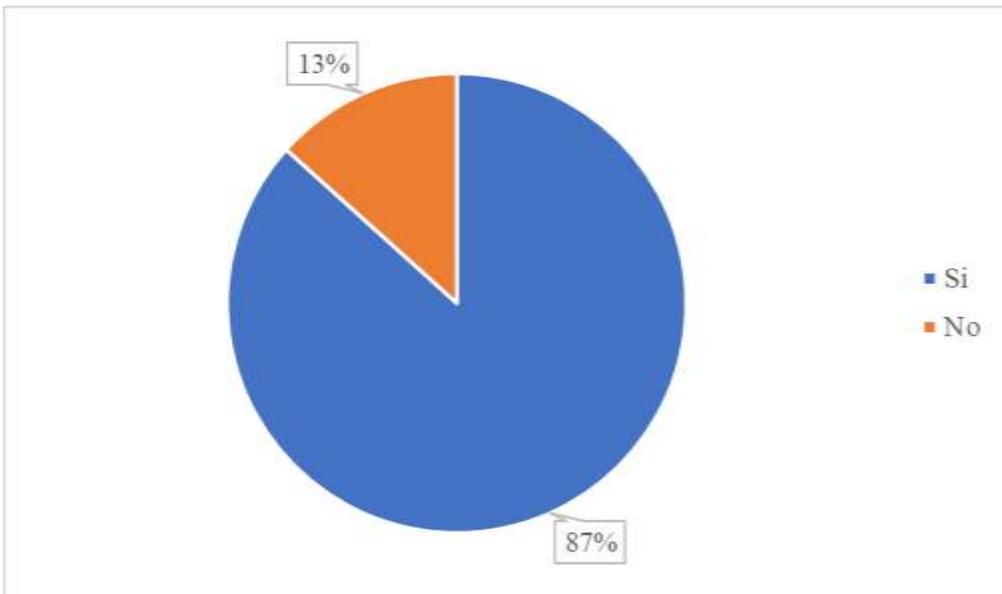
La mayoría de los encuestados eligió la forma de pago efectivo con un 53% este grupo de clientes manejan de esta forma sus transacciones de compra, siendo conveniente debido a que al proveedor le regresa la inversión inmediata, otra forma de pago a destacar es el crédito directo con un 47% esto generalmente se aplica a clientes q son más frecuentes comprando y han logrado un grado de confianza con el proveedor. Tabla 6, Figura 6.

TABLA 1. ¿RECOMENDARÍA “ATOMIZADORES ECUADOR” A SUS COLEGAS?

	Total	%
Si	13	87%
No	2	13%
	15	100%

Elaborado por: María López y Javier Vásquez

FIGURA 7. ¿RECOMENDARÍA “ATOMIZADORES ECUADOR” A SUS COLEGAS?



Elaborado por: María López y Javier Vásquez

Según los datos analizados acerca de recomendar “Atomizadores Ecuador” un 87% señala que **sí** la recomendaría, probablemente por la buena relación que ha sembrado el señor Gonzalo con sus clientes, más, sin embargo, todavía hay un 13% que aún no está seguro de hacerlo probablemente por el precio. Tabla 7, Figura 7.

DISCUSIÓN

Para el año 2017 las ventas habían descendido un 24%, lo que había aumentado la preocupación de los administradores de la empresa, sin embargo, para el siguiente año, junto con la aplicación del manual de costos se prevé el incremento del 8% sobre el año 2017, en donde se elevarían las ventas a \$19.716,93, disminuyendo los gastos administrativos un 3%, al igual que la cuenta otros gastos que pasa de 20% a 17%.

La empresa goza de una rentabilidad de 30%, la cual se puede optimizar y alcanzar a cifras mucho más elevadas, priorizando estrategias y obviando operaciones para el buen manejo de sus recursos y la entrega del producto al cliente final.

Conclusiones

La microempresa Atomizadores Ecuador, cuenta con varios años de presencia dentro del Ecuador y esto produjo que con el paso de los años sus ventas se incrementen, sin embargo, la falta de control en sus inventarios ha generado grandes pérdidas.

Evaluar los procedimientos, métodos administrativos y contables en una microempresa, proporciona soluciones para enfrentar amenazas y debilidades del negocio, además que ayuda en la toma de decisiones para lograr mejoras en los procesos e incrementar la productividad.

La implementación de un plan estratégico para la gestión de ventas e inventarios ayudará a la organización para lograr los objetivos y metas establecidos, asignando tareas y responsabilidades a cada uno de los colaboradores que intervienen en los procesos de inventarios. La delegación de funciones hace a los empleados responsables de sus actividades y detectan los defectos del proceso que impiden el crecimiento de la organización y genera mayor control en las actividades de la microempresa.

La implementación de formatos, manuales, organigrama, asignación de funciones, objetivos específicos, facilita y optimiza los resultados de las operaciones en la microempresa Atomizadores Ecuador, convirtiendo esta organización en un negocio competitivo en el mercado regional.

Recomendaciones

Se recomienda incluir el plan estratégico para la gestión de ventas e inventarios desarrollado en esta investigación en la microempresa Atomizadores Ecuador para aumentar la productividad de la misma y cubrir un mayor porcentaje del mercado de atomizadores en la ciudad de Guayaquil su zona de influencia.

Se recomienda a la microempresa Atomizadores Ecuador, implementar herramientas tecnológicas que faciliten la actualización de información, manejo adecuado de facturas, reconocimiento de normas y leyes que beneficien a la organización.

Es importante que la microempresa Atomizadores Ecuador se adapte a los formatos contables indicados en esta investigación, cuidando la proyección de inventarios, recursos monetarios, inversiones, proveedores y todos aquellos agentes que afecten directamente a las actividades comerciales que esta organización realiza.

Se recomienda desarrollar nuevos mercados en otras provincias del país para que la microempresa Atomizadores Ecuador se expanda y desarrolle a lo largo de todo el territorio ecuatoriano para ser líderes en el mercado e incursionar con nuevos productos que satisfagan las necesidades de los clientes de la organización.

Bibliografía

- Hernández León, R. A., & González Coello, S. (2012). *El proceso de investigación científica (2a. ed.)*. Editorial Universitaria.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación* (quinta ed.). (J. M. Chacón, Ed.) México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). *INEC*. Recuperado el 12 de 11 de 2018, de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/requerimientos-de-informacion/>
- Moreno López, W. (2013). *Ocho pasos para el desarrollo de una investigación*. Universidad de Puerto Rico. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulaicavrsp/detail.action?docID=3225679>.

Rolando Alfredo, H. L., & Coello González, S. (2008). *El paradigma cuantitativo de la investigación científica*. Editorial Universitaria. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulaicavrsp/detail.action?docID=3176586>.