

**Gestión de inventarios y su incidencia en las compras, caso:
Emprendimiento de víveres ubicados en la parroquia Manta**

**Inventory management and its incidence in purchases,
case: Local food businesses in the Manta parish**

Diana del Rocío Mero-Vivas¹
Universidad Técnica de Manabí - Ecuador
dmero2518@utm.edu.ec

Martha Tatiana Velásquez-Gutiérrez²
Universidad Técnica de Manabí - Ecuador
velastaty@gmail.com

doi.org/10.33386/593dp.2023.1.1552

V8-N1 (ene-feb) 2023, pp. 174-187 | Recibido: 23 de octubre de 2022 - Aceptado: 30 de noviembre de 2022 (2 ronda rev.)

1 Ingeniera Comercial de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9037-8637>

2 Magister en Contabilidad y Auditoría, Universidad Estatal del Sur de Manabí
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1910-0223>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

La gestión de inventarios es considerada una de las herramientas fundamentales para el éxito de cualquier organización sin importar su tamaño y actividad económica, llevar un control de los inventarios permite conocer que cantidad de materiales o artículos posee la empresa y de los que carece para gestionar de manera eficiente las compras y así evitar desabastecimiento o altos niveles de inventario causando pérdidas económicas para la misma. Se realizó esta investigación, con el objetivo de analizar la gestión de inventarios y su incidencia en las compras en emprendimiento de víveres ubicados en la parroquia Manta, a través de una investigación con enfoque cuantitativo, de diseño documental y no experimental, con una muestra de 36 establecimientos registrados en el Municipio de Manta. Utilizando como técnica de recolección un cuestionario de preguntas cerradas, así mismo la información recolectada fue procesada por el sistema SPSS, adquiriendo los datos necesarios para su análisis. El resultado obtenido a través de la prueba de correlación Rho de Spearman (0,654) con un nivel de significancia de (0,000); en respuesta a la pregunta planteada en el estudio, determinó que existe una incidencia positiva moderada de la gestión de inventarios en las compras en emprendimiento de víveres ubicados en la parroquia Manta. En función del presente trabajo se pueden encaminar nuevas investigaciones en otras parroquias del cantón Manta, donde estos emprendimientos del sector alimenticio contribuyan a la economía de la ciudad y de sus propias familias, para lo cual es fundamental realizar una buena gestión de los inventarios y de las compras y así poder tomar las mejores decisiones para el crecimiento y éxito del negocio.

Palabras clave: gestión de inventarios; incidencia en las compras; emprendimiento de víveres

ABSTRACT

Inventory management is considered one of the most important tools for a company of any size or activity. Keeping track of an inventory allows the corporation to know the exact amount of materials or articles that they own and which ones they don't. This is to avoid stockouts or high inventory levels, which can cause economic losses. The objective of this investigation is to analyze inventory management and its impact on the purchases of local food businesses, located in Manta, through an investigation with a quantitative focus; more specifically with a documentary design and not an experimental one, with a sample of 36 establishments registered in Manta's municipality. This was completed utilizing a closed question poll as recollection technique, which was then processed with the SPSS system, acquiring every data necessary for its analysis. The result was of correlation test Rho of Spearman (0.654) with a significance level of (0.000). According to the proposed question of study, it was determined that there is a moderate positive incidence of inventory management in purchases in Manta's food business. Following this research, new investigations can be started in Manta, where these food businesses contribute to the city's economy, even being many family's main income. This is why it's necessary to manage inventory and purchases correctly, thus making proper decisions in order to make the business grow and be successful.

Key words: inventory management; incidence in purchases; local food businesses

Introducción

Actualmente el desarrollo de la tecnología y la evolución de los mercados, han permitido mejorar la calidad de vida de millones de personas, porque existe un mayor acceso a bienes y servicios que anteriormente eran difíciles de conseguir ya sea por su alto precio o porque no se encontraban en el país, dando lugar a **más oportunidades de negocios**.

Uno de los principales problemas que en la actualidad enfrentan las pymes especialmente las dedicadas a la comercialización, es el manejo y control de sus inventarios, esto debido al desconocimiento de políticas, procedimientos y herramientas las cuales son necesarias aplicarlas y utilizarlas para llevar un buen manejo en las compras y así evitar pérdidas económicas que afecten a la rentabilidad del negocio.

Particularmente, “los emprendimientos de víveres, son pequeños negocios comerciales que ofrecen productos de diversas variedades, generalmente de consumo diario, en sus presentaciones más pequeñas y económicas haciendo que sus clientes acudan a estos locales diariamente” (Klaere, 2013). Estas pequeñas empresas para muchas personas se han convertido en una oportunidad de negocio, estableciéndose en los diferentes barrios como la primera opción para los hogares por su cercanía y por la necesidad de adquirir a diario productos de primera necesidad. Sin embargo, estos pequeños comercios se enfrentan al cambio constante de la tecnología y la innovación, que, si no se adaptan a las nuevas formas de hacer negocios y sumado la falta de técnicas y procedimientos para gestionar sus inventarios, es muy probable que afecte el proceso de compras al no conocer exactamente la cantidad de artículos existentes o de los que no dispone para la venta dando lugar a que se pierda la oportunidad de crear mayor beneficio para la empresa.

El presente trabajo investigativo pretende utilizar los resultados obtenidos para determinar los problemas relacionados con la gestión de los inventarios de estos emprendimientos, de tal manera que se cree un mayor control de

sus mercancías y del abastecimiento, lo que permitirá un crecimiento económico y mejorará la calidad de vida del dueño del negocio y por ende el de su familia y así poder competir con otros emprendimientos más grandes lo que implicará más recursos para la comunidad de la que forma parte. Previo a la elaboración del presente trabajo se utilizó información formal a través de artículos científicos, libros y tesis para llenar vacíos de conocimiento relacionados con la gestión de inventarios y las compras con la finalidad de comparar teorías y la dependencia entre las variables y de esta manera poder sugerir recomendaciones para futuros estudios. Se utilizó para obtener la información de campo, técnicas e instrumentos de medición como el cuestionario y las encuestas para luego efectuar la recolección de datos analizados mediante criterios rigurosos para su confiabilidad en la extracción de información sobre la gestión de inventarios y las compras en emprendimientos de víveres. Como objetivo general en esta investigación se planteó, analizar la gestión de inventarios y su incidencia en las compras en emprendimiento de víveres ubicados en la parroquia Manta

Entre tanto, en el Ecuador, “una de las fallas más comunes que presentan las pequeñas empresas es el descuido de los inventarios, muchos de ellos tienen invertido todo su capital en ellos, generando pérdidas por el descuido y la deficiencia de controles” (Cevallos, 2018). También, Samaniego (2019) menciona que, en Ecuador, así como en otros países de Sudamérica, “los inventarios son uno de los mayores activos dentro de los balances de las organizaciones, por cuanto estos contienen los materiales, los insumos, artículos o mercancías de que dispone la empresa para su comercialización” (p. 138).

“Mediante un censo que se realizó en el año 2015, a cargo del Departamento de Emprendimiento y Desarrollo del Gobierno Municipal de Manta, se contabilizaron 3000 tiendas entre formales e informales” (Ramírez, 2015). Actualmente, se registran Doscientos uno (201) establecimientos comerciales en las diferentes parroquias que conforman la ciudad, siendo los treinta y seis (36) negocios formalmente

inscritos en la parroquia Manta, los que se analizarán para realizar el trabajo de investigación.

Por consiguiente, Morales (2019) menciona que:

El papel que toma el inventario y por ende las compras son muy importantes, principalmente en aquellos modelos de negocios dedicados a la comercialización, debido a que siempre están en constante movimiento, por las compras y las ventas que se generan día a día. (p. 276)

En resumen, puede decirse que realizar una adecuada gestión de inventarios en una empresa sin importar su tamaño o actividad económica, es fundamental para mantener un balance controlado de las entradas y salidas de los productos con lo que cuenta y así lograr el cumplimiento de sus objetivos y éxito esperado.

Presentada toda esta problemática, antecedentes y justificación de la misma, es lo que conlleva a plantear la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué incidencia tiene la gestión de inventarios en las compras en emprendimiento de víveres ubicados en la parroquia Manta?

Gestión de inventarios

Para Cárdenas, et al. (2021) “La gestión de inventarios es considerada actualmente como un elemento crucial al que los empresarios deben darle seguimiento en todo momento, dada su influencia en la reducción de los costos y la satisfacción del cliente” (p.335). En el mismo sentido para Romero et al. (2021) “la gestión de inventarios es un reto cada vez más complicado donde se abarcan actividades esenciales como gestionar recursos, capacidades, reducir gastos y cumplir de manera eficiente las necesidades variadas de los clientes” (p. 1498).

La gestión o administración de los inventarios para cualquier negocio es de vital importancia porque permite controlar adecuadamente la mercancía que se tiene y evitar quedarse sin el stock suficiente para atender a sus clientes ya que esto genera un mal servicio,

pérdida de ingreso económico y por consiguiente podría llevar al declive o cierre del negocio.

“La buena administración del inventario resulta en una buena calidad de los productos y en operaciones más eficientes. Sin embargo, la mala administración puede repercutir en clientes descontentos y problemas financieros que pueden llevar a la compañía a la quiebra” (Torres & García, 2018, p. 31). Ortiz (2016) menciona que:

En logística uno de los principales problemas es la administración de sus inventarios, debido a que siempre hay mucho de lo que no se vende y productos que, si se venden pero que se encuentran agotados, esto debido a la falta de información oportuna sobre la demanda. (p. 385)

Dimensiones de la gestión de inventarios

Política de inventario

Zapata (2014), menciona que “la política de inventario son lineamientos que las empresas determinan para responder a los cuestionamientos de cuanta cantidad requerir y cuándo se debe realizar una orden e incluso el espacio en donde se debe ubicar el stock físico” (p. 32). En este mismo sentido, Salinas (2020), menciona que:

Las políticas de inventarios cumplen una función esencial en una organización, ya que son estrategias que se implementan con el fin de mantener el nivel de existencias de manera funcional, a su vez reducir los costos de mantenimiento y mejorar la calidad de servicio a los clientes

Según estos conceptos, las políticas de inventarios son aquellas técnicas o estrategias que las empresas aplican para administrar de manera óptima los artículos o mercancías que posee con el fin de reducir costos y pérdidas económicas, así como también brindar una buena atención al cliente. Dentro de esta política de inventarios, se deben tomar en cuenta indicadores tales como el lugar o el espacio en donde se almacenará la mercadería, la frecuencia de revisión de los artículos existentes, para así conocer cuándo realizar un pedido nuevo y qué cantidad solicitar, así como también

realizar un pedido extra para las eventualidades que suelen presentarse en un negocio.

Control de inventario

Lima (2020) refiere que:

Mediante el control de inventario se podrá conocer la cantidad, la ubicación, el ingreso y la salida de cada uno de los productos permitiéndole a la administración tomar decisiones con el fin de reducir costos, prevenir robos, pérdidas por obsolescencia o deterioro y realizar abastecimientos óptimos y adecuados. (p. 5)

Ugando et al. (2022) dice que “la importancia del control de inventarios en cualquier empresa comercial radica básicamente en rotación de estos, puesto que es igual a dinero efectivo de forma rápida cuando se genera la venta de estos” (p. 85). Así mismo, Lima (2020) menciona que “mantener un buen control de los inventarios es esencial para llevar el orden, distribución y abastecimiento correcto de los productos, el mal manejo de los mismos afecta la actividad económica de la empresa” (p.3).

En otras palabras, el control de inventario en una empresa, permite que se conozca exactamente lo que se tiene y lo que no, lo que más se vende y lo que está causando pérdidas de dinero por caducidad y deterioro o simplemente porque son productos que han salido de circulación y que no se van a lograr vender. Tener un buen control de las mercancías le proporcionará al negocio las herramientas necesarias para comercializar y proveer de forma apropiada el inventario del que se dispone.

Deben tomarse en cuenta para realizar un buen control en los inventarios indicadores tales como: la valuación, la segmentación de la mercadería, el nivel de stock que debe existir para evitar quedarse desabastecido o tener exceso del mismo.

Compras

“La compra se ha convertido en un elemento estratégico de la organización. La práctica de la estrategia de compra es asegurar que la empresa tenga los mejores proveedores para abastecer los mejores productos y servicios, al mejor valor total” (Ortiz, 2016, p. 385). Para Méndez et al, (2020), gestionar las compras es “abastecer los requerimientos de las empresas, otorgándole insumos y materiales que resultan ser la base para la producción propia de la organización, además que estén de acuerdo con las características requeridas por las diferentes áreas que los solicitan” (pp. 100-101). Por otro lado, (Escudero, 2019) dice que la gestión de compras es la “adquisición de los productos que necesita el centro de producción o el departamento comercial, para ello, hay que seleccionar los proveedores que nos permitan rentabilizar al máximo variables como precio, calidad, plazo de entrega, condiciones de pago y servicio posventa” (p. 24).

Las compras actualmente constituyen dentro de cualquier empresa un factor esencial para el desarrollo del negocio, porque a través de ellas se abastece del material necesario para su funcionamiento, y realizando una buena gestión de compras permite ahorrar costes, y de esta manera se obtienen beneficios empresariales. Es importante que las personas que están inmersas en esta área sean capacitadas y conozcan de técnicas de negociación para lograr una excelente relación con los proveedores seleccionados y conseguir productos de buena calidad y en el momento oportuno.

“El no tener una buena gestión de compras se debe a la mala información recibida de los movimientos exactos de los inventarios” (Meza, 2019).

López (2017) señala que las etapas o fases de la gestión de compras son:

- 1) El análisis de las solicitudes de compras: la cual inicia cuando el área de compras recibe el requerimiento del producto por otras áreas dando a

conocer las especificaciones, cantidades requeridas, fecha de recepción. 2) Investigación y selección de proveedores idóneos para trabajar con la empresa con las mejores propuestas en cuanto a precio, calidad, condiciones de pago, descuentos, plazos de entrega, etc. 3) Negociación con el proveedor: es cuando la persona responsable negocia con el proveedor el producto o material requerido dentro de las condiciones y especificaciones en cuanto a precio y calidad. 4) Acompañamiento del pedido: Una vez que se realice la respectiva orden de compra es importante que se realice un seguimiento constante del pedido para asegurarse que llegue según lo solicitado. 5) Control de la recepción del material que hemos comprado: en este proceso, se verificará si las cantidades entregadas son correctas y si cuentan con la calidad requerida de los productos, y se autorizará al almacén a recibir el material, y gestionará el pago de la factura del proveedor una vez autorizada por el área competente. (pp. 32- 33- 34- 35-36)

Materiales y métodos

Para el desarrollo de esta investigación se adoptó el enfoque metodológico cuantitativo, que según Hernández et al. (2014) es aquel que “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p. 4). Se utilizó un alcance de tipo explicativa o causal, debido a que simplemente se calculará el nivel de incidencia a asociarse de cada una de las variables: gestión de inventario y compras. Para Ñaupás, et al. (2018) la investigación causal o explicativa “se utiliza cuando se quiere determinar el grado de influencia de una variable independiente sobre la variable dependiente, en forma comparativa” (367).

Se emplearon los diseños de investigación: documental, para sustentar las variables y determinar el marco teórico. Y no

experimental, ya que no se manipularon de forma deliberada las variables, a través de encuestas utilizando la herramienta online Google Forms, con el propósito de recopilar datos que permitan analizar la gestión de inventarios y su incidencia en las compras en emprendimiento de víveres ubicados en la parroquia Manta. Y de corte transversal o transaccional descriptivo, debido a que se describieron y calcularon las variables en un período único.

En esta investigación se evidenció una población de treinta y seis (36) establecimientos registrados en el Municipio de Manta en la parroquia Manta, cuya actividad es la venta de al por menor de gran variedad de productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, categorizadas como tiendas, mini markets y mini tiendas. Para Hernández et al. (2014), refiere que “la población es el conjunto de individuos o casos que coinciden con una serie de especificaciones, tales como contenido, lugar y tiempo” (p. 174).

Como la población es finita y pequeña no se emplearon parámetros muestrales, por lo tanto, se tomó en cuenta la totalidad de ésta, treinta y seis (36) tiendas de estudio. Por lo tanto, la muestra se considera censal por ser un número aceptable de sujetos. En este sentido Martella et al. (2012) menciona que “censo es el total de individuos de una población, la cual es viable en caso de poblaciones pequeñas y aisladas, donde no hay traslado de individuos” (p. 2). En la tabla 1, se muestran los nombres comerciales de los establecimientos registrados en la base de datos del Municipio de Manta, con el nombre del barrio en donde se encuentran ubicadas dichas tiendas.

El instrumento utilizado para recolectar los datos y aplicar en las encuestas fue a través de un cuestionario diseñado con preguntas de opción cerrada en base a las variables gestión de inventarios y las compras en emprendimiento de víveres ubicados en la parroquia Manta. En la primera variable se consideraron las dimensiones: política de inventario y control de inventario, así como también, en la variable compras las dimensiones consideradas fueron la planeación de compras y el control de

compras. Estos dos componentes fueron tomados de lo propuesto por Meza (2019) en su estudio sobre “Gestión de inventarios y su incidencia en gestión de compras, en empresas de confecciones textiles, Distrito de Ate, 2019”.

Las encuestas fueron proporcionadas a los propietarios de los establecimientos enviándoles un link para que pudieran responder las preguntas de manera rápida y segura. Para Hernández, et al. (2014), el cuestionario “es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (p. 217). Así mismo, Hernández, et al. (2014) menciona que las preguntas cerradas “son aquellas que contienen opciones de respuestas previamente delimitadas, resultan más fáciles de codificar y analizar” (p. 217).

De tal manera que en esta investigación después de haber aplicado debidamente el cuestionario a los dueños de las tiendas de víveres y de adquirir los resultados de las encuestas, se procedió a crear una base de datos con el programa Excel, para luego integrarla al programa SPSS 25 y aplicar las distintas pruebas estadísticas obteniendo los resultados necesarios para luego analizarlos e interpretarlos.

Tabla 1

Establecimientos de víveres registrados

No.	Nombre Comercial	Barrio
1	Tienda María Alejandra	La Dolorosa
2	Minimarket Yamileth	La Dolorosa
3	Minimarket Dugumar	Los Almendros
4	Minimarket Sicyahen	Los Almendros
5	Tienda Daniela	Santa Martha
6	Tienda Michelle	Santa Martha
7	Tienda San Ramon	Santa Martha
8	Dispensa Juan Carlos	Barrio Córdova
9	Tienda Matías	Barrio Los Almendros
10	Tienda mi Bellita	Barrio El Mirador
11	Minimarket Come precios	Barrio Umiña
12	Tienda Macias	Barrio Abdón Calderón
13	Tienda Amadita	Barrio Santa Martha
14	Tienda Paulita	Barrio La Dolorosa
15	Tienda Mariuxi	Barrio Santa Martha
16	Tienda Sarinohe	Barrio Santa Martha
17	Surtimarket	Barrio 6 de enero
18	Tienda Mariuxi	Barrio Santa Martha
19	Tienda Carmita	Barrio Santa Fe

20	Tienda Nohemy	Barrio Santa Fe
21	Tienda Matías	Barrio La Dolorosa
22	Tienda Lorena	Barrio Amazonas
23	Tienda Andrea	Barrio La Dolorosa
24	Minimarket Cristhian	Barrio Umiña
25	Minimarket Cangreja	Barrio Santa Martha
26	Tienda Melanie	Barrio Santa Mónica
27	Minimarket La esquina de Nando LYS	Barrio Umiña
28	Tienda Santa Fe	Barrio Santa Martha
29	Tienda Ramonita	Barrio Quito
30	Minimarket Fer	Barrio Santa Mónica
31	Tienda Kelvin	Barrio Santa Mónica
32	Minimarket Joceva	Barrio Santa Mónica
33	La tienda de Don Cesar	Barrio Córdova
34	Tiendas Ya esta	Barrio Umiña
35	Mini tienda la 17	Barrio Los Almendros
36	Mini tienda Eydan	Barrio Santa Mónica

Resultados

Las encuestas fueron aplicadas a los 36 establecimientos ubicados en la parroquia Manta, a los cuales se les proporcionó a los propietarios de la tienda un cuestionario elaborado con 32 preguntas cerradas, de las cuales 15 ítems responden a la variable independiente gestión de inventarios, dividida en 2 dimensiones: planeación de inventarios con 8 preguntas y control de inventarios planteada en 7 preguntas, y la variable compras medida con 17 ítems comprendida así mismo con dos dimensiones: planeación de compras con 8 preguntas y las otras 9 con la dimensión control de compras con categorías de siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca, así como también categorías de frecuencia como mensual, bimensual, trimestral, semestral y anual, también preguntas dicotómicas de respuestas sí y no. Las encuestas fueron tabuladas a través de la herramienta Google Forms, proporcionando la información necesaria para poder conocer si las tiendas de víveres llevan un control de sus inventarios, de cómo los realizan, así como también de las compras de su mercadería.

Para la confiabilidad del instrumento de este estudio se fijó por el coeficiente de alfa de Cronbach aplicando el software SPSS versión 25. El resultado que se obtuvo del análisis de fiabilidad fue de 0,814 puntos y

según los valores de medidas del cuadro de valores de Cronbach, señala que la herramienta de medida es muy alta. (Ver tabla 2 y 3).

Tabla 2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	36	100,0
	Excluido	0	0,0
	Total	36	100,0

Nota: La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,814	32

Para poder continuar con la investigación y obtener los resultados se debió confirmar qué tipo de distribución tenía este estudio, por lo que se realizó en primera instancia pruebas de normalidad, confirmando que el estudio tiene una distribución no normal o no paramétrica, debido a que da como resultado un nivel de significancia de 0,061 en la variable gestión de inventarios y 0,003 en la variable compras. (Ver tabla 4). Como la muestra es solo de 36 tiendas de víveres, se considera como referencia la prueba de Shapiro-Wilk debido a la dimensión del modelo que es menos de 50 personas. Según los datos analizados en donde se comprueba que una de las variables no sigue una distribución normal la prueba estadística que corresponde es el coeficiente de correlación de Spearman la cual se aplicó para determinar la correlación entre las dos variables.

Tabla 4

Pruebas de normalidad

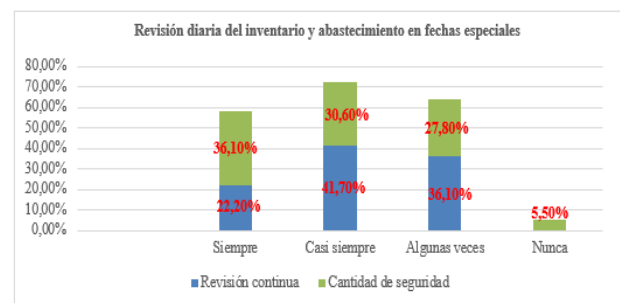
	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de Inventarios	0,134	36	0,103	0,943	36	0,061
Compras	0,175	36	0,007	0,897	36	0,003

Nota: Corrección de significación de Lilliefors

En relación con la encuesta, con respecto a la variable gestión de inventarios y sus dimensiones se identifica que la política de inventarios en lo que respecta a la revisión continua de su inventario para abastecerse rápidamente el 77,80% de los encuestados indican que lo realizan casi siempre (41,7%) y algunas veces (36,10%), el otro 22,20% lo hace siempre. En cuanto al indicador cantidad de seguridad en donde los propietarios de las tiendas suelen abastecerse con un stock extra por temas de feriados y fechas especiales respondieron que el 36,10% realiza este proceso siempre, el 30,60% casi siempre, 27,80% algunas veces y por último el 5,50% nunca se abastece de stock de seguridad. (Ver figura 1)

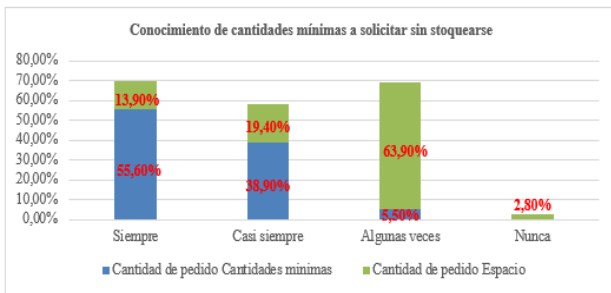
Figura 1

Dimensión Política de inventario. Indicadores de revisión perpetua y cantidad de seguridad



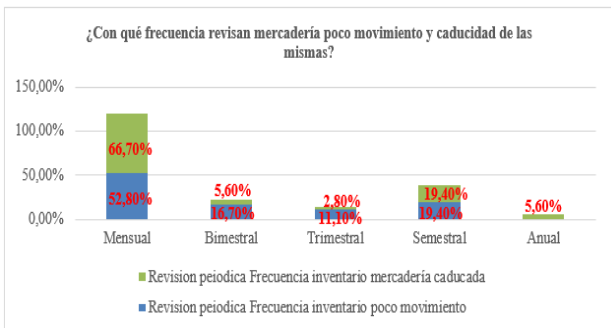
En lo que respecta a las cantidades de pedidos que deben solicitar y el espacio requerido para no estoquearse el 55,60% de los propietarios de las tiendas de víveres indican que siempre saben que cantidad mínima pedir, el 38,90% casi siempre y el 5,5% algunas veces. El 63,90% de estos mismos encuestados manifiestan que algunas veces aceptan promociones por parte de los proveedores a pesar de no tener el espacio suficiente para guardar su mercadería, y el otro 33,3% casi siempre (19,40%) y siempre (13,90%). (Ver figura 2).

Figura 2
Dimensión Política de inventarios. Indicador cantidad de pedido



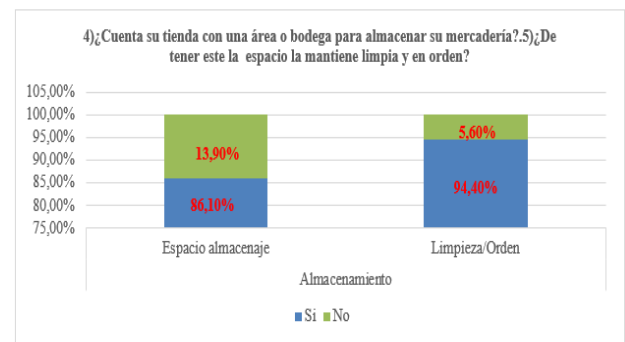
En lo que respecta a la frecuencia en que acostumbran a realizar inventario de la mercadería de poco movimiento y de la fecha de caducidad, los resultados fueron que el 52,80% realizan esta revisión mensualmente, el 19,40% lo hace semestralmente y el 27,80% tiende hacerlo de manera bimestral (16,70%) y trimestral (11,10%). (Ver figura 3).

Figura 3
Dimensión Política de inventario. Indicador Revisión periódica



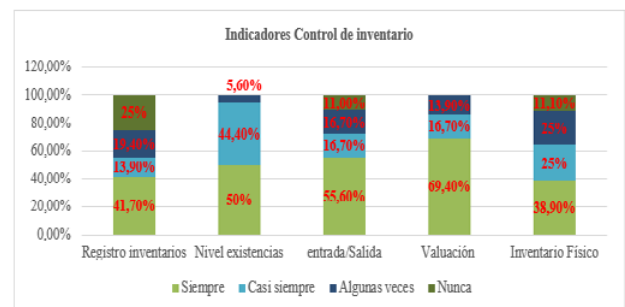
Y siguiendo con el análisis de la dimensión política de inventarios en lo que se refiere al indicador almacenamiento, se les consultó a los encuestados si contaban con un espacio para almacenar su mercadería y si la mantenían en orden y limpia y los resultados fueron que el 86,10% si contaban con este espacio mientras que el 13,90% no lo tenían. Y en cuanto a la limpieza y orden el 94,4% mencionaron que, si la mantenían limpia y en orden, y el 5,6% al no contar con esta área pues concluyeron que no. (Ver figura 4).

Figura 4
Dimensión Política de inventarios. Indicador Almacenamiento



En lo que corresponde a la dimensión control de inventarios, la opinión de los encuestados evidencia que, si realizan un buen control de su inventario, es así que en lo que se refiere al registro de su inventario a través de un sistema automatizado el 41,70% comenta que siempre lo realiza, así mismo el 50% considera que mantiene un stock óptimo para brindar un buen servicio a sus clientes. En cuanto a la entrada y salida de su mercadería el 55,60% señala que siempre lleva un registro actualizado de este proceso, en lo que corresponde al precio que coloca a su mercadería para la venta el 69,4% menciona que siempre lo calcula según el costo de adquisición. Y por último en cuanto al indicador inventario físico el 38,9% siempre lo hace (ver figura 5).

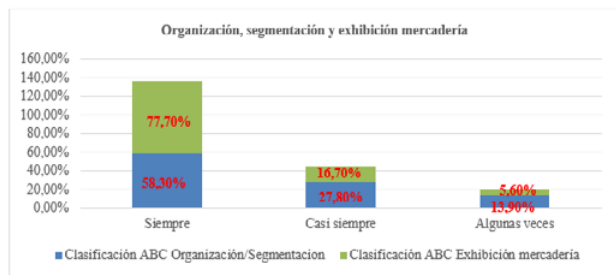
Figura 5
Dimensión Control de inventario



En esta misma dimensión se formularon dos preguntas que tenían que ver con la organización, división y acomodo de su inventario en donde el 58,3% señaló que siempre organiza y segmenta su mercadería de acuerdo con lo que tiene mayor rotación, en esa misma

línea el 77,7% opina que siempre es importante tener una buena exhibición de su mercadería con el fin de tener una buena venta. (Ver figura 6).

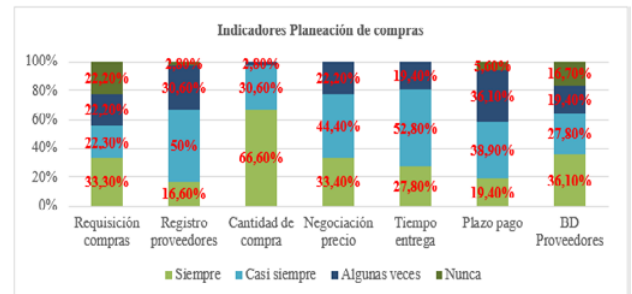
Figura 6
Dimensión Control de inventario. Indicador ABC



Con relación a la variable compras, con respecto a la dimensión planeación de compras, en la primera parte se visualizan los indicadores en cuanto a requisiciones, cantidades de compra, precio, tiempo de entrega, plazo de crédito y base de datos de proveedores. En donde a lo que corresponde si las compras son requeridas a través de una solicitud escrita el 33,30% respondieron que siempre lo realizan y el otro 66,70% se encuentran repartidos en casi siempre (22,30%), algunas veces (22,20%) y nunca (22,20%). En lo que respecta, si verifican que la cantidad de mercadería solicitada sea según lo requerido, respondiendo el 66,70% siempre lo comprueba, seguido del 30,6% que lo verifica casi siempre y solo el 2,80% respondieron que algunas veces. En cuanto a la pregunta del precio negociado si este está basado en el volumen de la compra, el 44,4% contestaron que casi siempre, el 33,3% respondieron que siempre, y el 22,20% algunas veces. En cuanto si los proveedores cumplen con la fecha de entrega de la mercadería antes solicitada el 52,8% mencionaron que casi siempre, seguido del 27,8% que manifestaron siempre y el 19,4% algunas veces. También se evidenció que el 38,90% de los establecimientos casi siempre cuentan con crédito por parte de sus proveedores y el 36,10% algunas veces, quedando el otro porcentaje en siempre (19,40%) y nunca con el (5,60%). Y en cuanto si mantienen una base de datos de sus proveedores el 36,10% manifestaron que siempre, el 27,8%

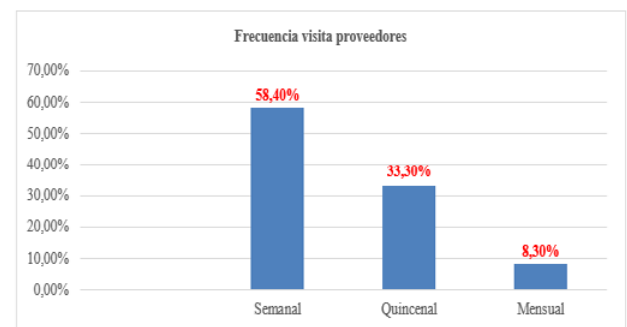
casi siempre, el 19,40% algunas veces y el 16,70% respondieron que nunca. (Ver figura 7).

Figura 7
Dimensión planeación de compras



Siguiendo esta misma línea, la segunda parte de esta dimensión planeación de compras, en lo que respecta a la frecuencia con la que los proveedores visitan a los establecimientos para recibir pedidos mencionaron que el 58,40% lo realizan de forma semanal, el 33,30% quincenal y el 8,30% de manera mensual. (Ver figura 8).

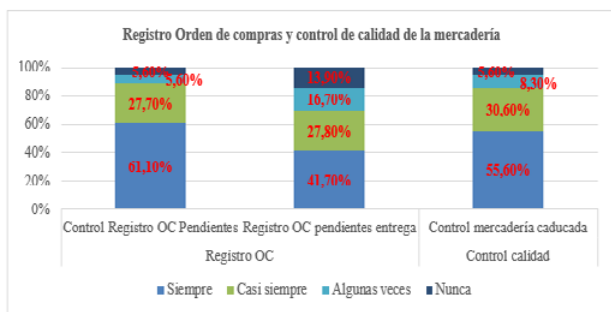
Figura 8
Dimensión planeación de compras. Indicador registro proveedores



En cuanto a la dimensión control de compras, se les preguntó a los encuestados si llevan un control de registros de órdenes de pedidos pendientes de pago lo que respondieron que el 61,10% siempre llevan este control, seguido del 27,8% que lo realiza casi siempre. Con respecto a si llevan un registro de órdenes de pedido pendientes de entrega el 41,7% lo manejan siempre, el 27,8% casi siempre y el restante 30,6% lo llevan algunas veces (16,70%) y nunca (13,9%). también se realizó una pregunta correspondiente al indicador control de calidad en lo que se refiere al seguimiento de la orden de compra en cuanto a la mercancía

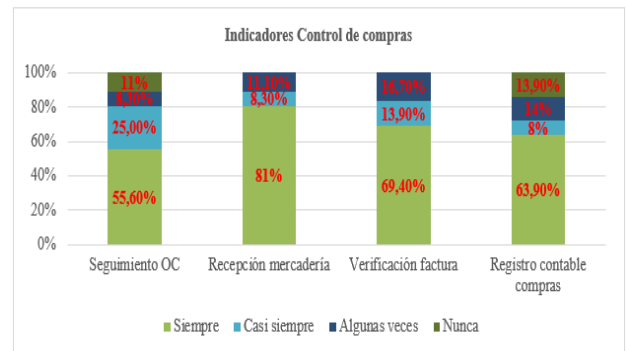
caducada o dañada, el 55,60% de los encuestados indicaron que siempre realizan un control de su mercadería caducada, mientras que el 30,6% dicen que casi siempre llevan este control. Así mismo el 30,6% mencionaron que la devolución de la mercadería caducada o en mal estado lo realizan a través de una nota de retorno, así como también el 50% lo realizan entre casi siempre (25%) y algunas veces (25%), y el 19,4% no realiza este procedimiento. (Ver figura 9).

Figura 9
Dimensión control de compras. Indicadores Control de registro y control de calidad



En este mismo contexto, continuando con el análisis de la encuesta en la dimensión control de compras, correspondiente al seguimiento de los pedidos pendientes de entrega el 55,60% indican que lo realizan siempre, el 25% casi siempre, el 8,30% algunas veces, y el 11% nunca realizan este seguimiento. En cuanto a la recepción del pedido, se preguntó si al llegar el pedido comprueban que llegue la mercadería en óptimas condiciones y según lo solicitado el 80,6% contestó que siempre realizan esta acción. Así como también se consultó si verifican que la factura correspondiente a la mercadería entregada esté correctamente emitida, el 69,4% respondió que siempre revisan. En lo que respecta al pago a los proveedores si se cumple con lo pactado el 58,30% indicaron que siempre, el 25% casi siempre y el 16,7% algunas veces. Y por último para conocer si realizan el registro de sus compras contablemente, el 63,9% manifestaron que siempre registran sus compras de manera contable, seguido del 13,90% que nunca lleva este control, y el resto el 14% algunas veces y el 8% casi siempre. (Ver figura 10).

Figura 10
Dimensión control de compras. Indicadores de seguimiento, recepción, verificación, pago, registro contable.



El objetivo general de la investigación fue analizar la gestión de inventarios y su incidencia en las compras en emprendimiento de víveres ubicados en la parroquia Manta, por lo tanto, de lo referido anteriormente y realizando el cálculo estadístico de tabla cruzada entre las dos variables se interpreta que el 94,4% de los encuestados manifiestan que la gestión de inventarios se maneja de manera moderada, y el 30,6% así mismo perciben que las compras se manejan de forma moderada. Por otro lado, se evidencia que el 61,1% indicaron que las compras se encuentran en un nivel eficiente, mientras que tan solo el 2,8% manifestaron que la gestión de inventarios es eficiente, y por último se observó que el 2,8% de la gestión de inventarios es ineficiente y que el 8,3% de la variable compras es ineficiente. (Ver table 5).

Tabla 5
*Tabla cruzada Gestión de inventarios*Compras*

		% del total			
Deficiente	Compras	Compras		Total	
		Moderado	Eficiente		
Gestión de Inventarios	Deficiente	2,80%			2,80%
	Moderado	5,60%	30,60%	58,30%	94,40%
	Eficiente			2,80%	2,80%
Total		8,30%	30,60%	61,10%	100,00%

Para calcular la fuerza y la dirección de la incidencia de la variable gestión de inventarios en la variable compras se aplicó la prueba de Rho Spearman, en donde el coeficiente de correlación es de 0,654 confirmando que existe una incidencia positiva moderada entre las variables, con un nivel de significancia de 0,000 la cual es menor al de 0,01, es decir que la posibilidad de error es pequeña y menor de 1% en 36 casos correlacionados. De esta manera se determina que en donde a mayor nivel de gestión de inventario mayor nivel de las compras. (Ver tabla 6).

Tabla 6
Correlaciones

			Gestión de inventarios	Compras
Rho de Spearman	Gestión de inventarios	Coeficiente de correlación	1,000	0,654
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	36	36
	Compras	Coeficiente de correlación	0,654	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	36	36

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01(bilateral)

Discusión

Este trabajo estableció como objetivo analizar la gestión de inventarios y su incidencia en las compras en emprendimiento de víveres ubicados en la parroquia Manta., el cual mediante la prueba de Rho de Spearman se evidenció que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0,05 es decir ($0,000 < 0,05$) existe un impacto positivo moderado (0,654) entre la gestión de inventarios y las compras. La relación encontrada entre las variables resalta un porcentaje de 94,4% en el nivel moderado de la gestión de inventarios y un impacto moderado de 30,6% en las compras, así como también se observó que cuando la gestión de inventarios es eficiente da un impacto positivo alto del 61,10% en las compras. Por lo tanto, se determina que la gestión de inventarios incide en las compras significativamente en emprendimiento de víveres ubicados en la parroquia Manta. Por lo cual se

puede argumentar que en base a los resultados de las encuestas realizadas se concluyó que para que estos pequeños negocios puedan prosperar es necesario establecer una política y un control eficiente en sus inventarios para que el proceso de compras se pueda realizar sin inconvenientes y con los mejores costes posibles.

Estos resultados coinciden con los obtenidos por Reyes (2019), en su tesis “Análisis de la gestión de inventario y su relación en la gestión de compras en una empresa de importación de autopartes, Los Olivos, 2019” en donde concluye que; en su investigación hay correlación positiva moderada con un Rho de 0,624, y una significancia bilateral de 0,000 entre la gestión de inventarios y la gestión de compras, fundamentando que los trabajadores percibían a la gestión de inventarios como ineficiente en un 43,3% así como también la gestión de compras tuvo un impacto ineficiente de un 66,7%. Ya con estos resultados le brindaron soporte teórico y metódico para determinar la existencia de la dependencia entre estas dos variables, es decir a mayor y eficiente gestión de inventarios se va a alcanzar niveles óptimos dentro de la gestión de compras.

Así mismo, se concuerda con Coba (2017), en su tesis “Gestión de inventarios y su relación eficiente con la gestión compras en la comercializadora Jhampier S.A.C Cercado de Lima año 2017” en donde con los resultados obtenidos concluyó que con un nivel de significancia de 0,009 menor al 0.05 si existe relación entre las variables, siendo el coeficiente de correlación de 0,410 que según la prueba de Rho de Spearman es una correlación positiva moderada. Por lo consiguiente este estudio se basó en conocer las principales deficiencias que las pequeñas empresas suelen tener en el manejo de sus bodegas, compras y en la caracterización de su stock.

En conclusión, ante una planeación moderada de dos de los elementos que conforman la cadena de suministro como son los inventarios y las compras, mayor eficiencia en el control de estos. De esta manera se vuelve un requisito indispensable para los

emprendimientos de víveres gestionar sus inventarios de manera eficiente y efectiva, debido a que ayuda al dueño del negocio conocer en qué situación se encuentran sus inventarios, para de este modo tener una mayor perspectiva en el momento de aprovisionarse de mercadería, evitando excesos y faltantes, brindándoles una buena atención a sus clientes y adquiriendo productos de buena calidad, así como también le permite determinar el costo para obtener una buena rentabilidad y poder competir con otros negocios de la misma actividad.

Dentro del informe investigativo en lo que respecta a las dimensiones tanto de la gestión de inventarios como a las de compras, la planeación y control dentro de los emprendimientos de víveres o de cualquier otro negocio son cruciales para el buen desenvolvimiento y éxito de la misma.

Referencias bibliográficas

- Cárdenas Vergara, O., Alfonso Llanes, A., y Soto Vidal, Y. (2021). Diagnóstico de la gestión de inventarios en la Empresa de Aprovechamiento Hidráulico de Villa Clara. *Revista Uniandes Episteme*, 8(3), 335-349
- Cevallos, R. (2018). *Modelo de inventarios para pymes del sector comercial en el Ecuador*. [Tesis de Pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Institucional UCE Repositorio Institucional UCV.
- Escudero Serrano, M.J., (2019). *Gestión de compras. Comercio y marketing*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición. MC Graw-Hill.
- Klaere, K. B. (2013). *La tienda de Barrio y su impacto en la actividad económica de Guayaquil*. [Tesis de Pregrado, Universidad Espíritu Santo]. Repositorio Institucional UEES.
- Lima, E. K. (2020). *Importancia del control de inventario en las empresas comerciales*. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena] Repositorio Institucional de UPSE.
- López Marchena, A. (2017). *MF2106 2 – Gestión de compras en el pequeño comercio*. Editorial Elearning, S.L.
- Méndez Matovelle, A. F., Jácome Ortega, M.J., Quevedo Barros, M.R., y Carangui Velecela, P.A. (2020). Gestión de compras como estrategia competitiva de las organizaciones. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(3), 97-124. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i3.890>
- Meza, W. E. (2019). *Gestión de inventarios y su incidencia en Gestión de compras en Empresas de Confecciones Textiles, Distrito de Ate, 2019*. [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional Universidad César Vallejo.
- Morales, M. A. (2019). Tips de Técnicas y Procedimientos de Inventarios en un Negocio de Abarrotes. *IV Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoamérica*. 275-289. Eumed.net.
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M., Palacios Vilela, J., y Romero Delgado, H. (2018). Metodología de la Investigación. Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis. Quinta Edición. Ediciones de la U.
- Ortiz Díaz, M. I. (2016). Gestión para mejorar el desenvolvimiento comercial. *Revista Dominio de las Ciencias*, 2(4), 383-394.
- Ramírez, D. (10 de enero 2015). Censo para saber cuántas tiendas hay en Manta. *Revista La Gente de Manabí*. [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
- Salinas, M. B. (2020). *Políticas de Control de Inventarios y su importancia*.

en la elaboración de Presupuestos de Producción. [Tesis de Pregrado, Universidad Técnica de Machala]. Repositorio Institucional UTMACH. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8083269.pdf>.

Ugando Peñate, M., Parrales Domínguez, B. y Bustos Zamora, D. (2022). Modelo de gestión de inventarios a través de mínimos y máximos en la empresa comercial “Muebles Chabelita”. *Revista Eca Sinergia*. 13 (2), 83-94.

Zapata Cortés, J. A. (2014). *Fundamentos de la gestión de inventarios*. Centro editorial Esumer <https://docplayer.es/27441395-Fundamentos-de-la-gestion-de-inventarios.html>