



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL PARA EL
APROVISIONAMIENTO DEL INVENTARIO DE INSUMOS MÉDICOS Y
LA DISTRIBUCIÓN EN SERTINSA S.A.

VELEZ CASTRO GINGER INES

MACHALA
2016



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL PARA EL
APROVISIONAMIENTO DEL INVENTARIO DE INSUMOS
MÉDICOS Y LA DISTRIBUCIÓN EN SERTINSA S.A.

VELEZ CASTRO GINGER INES

MACHALA
2016



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN
ANÁLISIS DE CASOS

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL PARA EL APROVISIONAMIENTO DEL
INVENTARIO DE INSUMOS MÉDICOS Y LA DISTRIBUCIÓN EN SERTINSA S.A.

VELEZ CASTRO GINGER INES
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

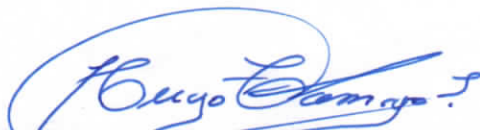
TAMAYO IBAÑEZ HUGO ELEUTERIO

Machala, 17 de octubre de 2016

MACHALA
2016

Nota de aceptación:

Quienes suscriben TAMAYO IBÁÑEZ HUGO ELEUTERIO, DURÁN CECILIA LUCIOLA, GRANDA BOHORQUEZ JAIME PORFIRIO y FEIJOO GONZALEZ ENA MARITZA, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL PARA EL APROVISIONAMIENTO DEL INVENTARIO DE INSUMOS MÉDICOS Y LA DISTRIBUCIÓN EN SERTINSA S.A., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



TAMAYO IBÁÑEZ HUGO ELEUTERIO

0701769952

TUTOR



DURÁN CECILIA LUCIOLA

0701115180

ESPECIALISTA 1



GRANDA BOHORQUEZ JAIME PORFIRIO

0701048662

ESPECIALISTA 2



FEIJOO GONZALEZ ENA MARITZA

0703441253

ESPECIALISTA 3



NOBLECILLA GRUNAUER MAURICIO SAMUEL

0703877233

ESPECIALISTA SUPLENTE

Machala, 17 de octubre de 2016

Urkund Analysis Result

Analysed Document: VELEZ CASTRO GINGER INES.pdf (D21592142)
Submitted: 2016-09-03 04:30:00
Submitted By: ginger_velez@yahoo.com
Significance: 4 %

Sources included in the report:

<http://www.scielosp.org/pdf/spm/v53s2/13.pdf>
http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADN943.pdf
<http://www.fundacioncto.com/pdf/voluntariado/aise-2015.pdf>

Instances where selected sources appear:

4

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, VELEZ CASTRO GINGER INES, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL PARA EL APROVISIONAMIENTO DEL INVENTARIO DE INSUMOS MÉDICOS Y LA DISTRIBUCIÓN EN SERTINSA S.A., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que él asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 17 de octubre de 2016



VELEZ CASTRO GINGER INES
0706743812

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en momentos de debilidades, experiencia y sobre todo de felicidad.

A mis padres Carlos Vele y Margarita Castro, por acompañarme en todo momento, por los valores por ellos inculcados, por haberme brindado la oportunidad de brindarme una buena educación en el transcurso de mi vida; y sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida.

A mis hermanos por ser parte importante en mi vida, ya que han traído a mi vida alegrías y amor cuando más lo he necesitado.

Agradezco a la Universidad Técnica de Machala, por haberme acogido para brindarme la oportunidad de haber estudiado mi carrera universitaria; a los Docentes que me han podido brindar sus conocimientos amablemente.

GINGER VELEZ CASTRO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi padre por ser el pilar más importante y haberme siempre demostrado cariño, y apoyo incondicional. A mis hermanos para que se impulsen a continuar adelante en todo lo que se propongan. A mi Abuelita María porque esta es parte de la promesa que le prometí cumplir un día no muy lejano. A la vida por rodearme de personas maravillosas que me han ayudado a continuar y seguir con paso firme para cumplir mis metas.

GINGER VELEZ CASTRO

RESUMEN

El presente caso de estudio está realizado a la empresa SERVICIOS INTEGRALES DE SALUD SERTINSA S.A. dedicada a la actividad de distribución de insumos médicos y medicina, de la provincia de El Oro. Sobre ella se ve la necesidad de conocer el manejo de inventarios, en relación a la gestión de abastecimientos y comercialización. Para ello, se evidenciada inicialmente las generalidades del objeto de estudio, lo que implica enfocarse en los entornos macro, maso y micro de la gestión comercial de abastecimientos y gestión de inventarios en relación a la distribución de insumos médicos y medicina, concluyendo que para una buena gestión se debe planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades inherentes al proceso logístico. El interés sobre el inventario en este caso de estudio es porque como lo indican Aguilar, Posada, & Soto, (2012) un mal manejo de él podría generar pérdidas irremediables en el campo comercial, según lo indica Aguilar et. al., (2012), razón por la cual se evalúa la satisfacción del cliente tanto interno como externo, rotación del inventario, inventario promedio, razones de cuentas por cobrar, razones de cuentas por pagar, tiempo promedio de cobro y tiempo promedio de pago. Cabe recalcar que según autores los métodos de evaluación de inventarios en su mayoría han quedado obsoletos y el que actualmente se está empleando mas es el inventario promedio. La gestión de inventarios se involucra estrechamente con la gestión de abastecimiento ya que estas se afectan por los movimientos que se generen con las ventas, y el abastecimiento implica el control de costos totales, de ello depende que la empresa mantenga ventajas competitivas favorables o desfavorables en función al giro comercial de la empresa. En este proceso de logístico comercial también implica llevar el insumo medico al cliente en el tiempo adecuado. Además se indica que la responsabilidad de los distribuidores es comprar para vender procurando tener excesos de stock en almacén, procurando reducir costos. La gestión de inventario según (Peña & Silva, 2016). se debe complementar con un sistema de control para medir el desempeño por medio de herramientas que reflejen todo los movimientos de la demanda satisfecha, porcentaje de precisión del inventario físico, rotación de inventarios, reposición de inventario, lotes, caducidad y pérdidas, retorno sobre la inversión en inventarios, punto de equilibrio entre otros. Para la presente investigación se empleó las encuestas a los clientes internos y externos de la empresa, dando como resultado que se cuenta con clientela potenciales fieles y lo que ellos demandan en su mayoría es que se realicen entregas

inmediatas por las diferentes emergencias que se presentan cotidianamente en los centros o establecimientos de salud; también mediante información proporcionada se aplicaron razones de actividad (Recuperación de cartera, periodo promedio de pago, razón de cuentas por cobrar, periodo promedio de pago, rotación de inventarios, y periodo promedio de inventarios). En el análisis financiero dejó como resultado que la empresa durante el último semestre rotó poco su inventario, las cuentas por cobrar se efectúan en 30 días promedio y las cuentas por cancelar a proveedores se dan en efecto a los 60 días promedio.

Palabras Claves: Inventario, abastecimiento, gestión de inventario, gestión de abastecimiento, distribución

ABSTRACT

This case study is made to the company SERVICES COMPREHENSIVE HEALTH SERTINSA SA dedicated to the distribution activity of doctors and medical supplies, in the province of El Oro. On it is the need to know the inventory management in relation management of supply and marketing. To this end, initially evidenced an overview of the subject matter, which involves focusing on environments macro, masochism, and micro commercial management of supplies and inventory management in relation to the distribution of medical and medical supplies, concluding that for a good management must plan, organize, direct and control all activities related to the logistics process. Interest on inventory in this case study is because as indicated by Aguilar et. al., (2012) mishandled it could lead to irreparable losses in the commercial field, as indicated by Aguilar et. al., (2012), why the satisfaction of both internal and external customer, inventory turnover, average inventory, reasons of accounts receivable, reasons of accounts payable, average collection time and time is evaluated average payment . It should be noted that according to authors inventory valuation methods mostly obsolete and currently is being used more is the average inventory. Inventory management is closely involved with the management of supply as these are affected by movements generated with sales and supply involves controlling total costs, it depends on the company to maintain favorable or unfavorable competitive advantages in function to the business of the company. This process also involves commercial logistics carry medical input customer at the right time. In addition it indicated that the responsibility of distributors is trying to buy to sell excess stock to have in stock, seeking to reduce costs. Inventory management by (Peña & Silva, 2016). It must be complemented by a monitoring system to measure performance using tools that reflect all the movements of unmet demand, percentage of accuracy of physical inventory, inventory turnover, inventory replenishment, lots, expiration and losses, return on inventory investment, breakeven among others. For this research survey was used to internal and external customers of the company, resulting that has potential loyal clientele and what they demand is mostly for immediate deliveries are made by the various emergencies that occur daily in schools or health facilities; information provided also by reasons of activity (Recovery portfolio, average payment period, the ratio of receivables, average payment period, inventory turnover, and average inventory period) were applied. In the financial analysis I leave as a result the company during the last half broken little inventory, accounts receivable are made on average 30 days and cancel accounts are given to suppliers in effect 60 days on average.

Keywords: Inventory, procurement, inventory management, supply management, distribution

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	I
DEDICATORIA.....	II
RESUMEN	III
ABSTRACT.....	V
INTRODUCCIÓN	IX
CAPITULO I.....	11
GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	11
1.1 DEFINICIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	11
1.2 HECHOS DE INTERÉS.....	13
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
CAPITULO II	17
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO – EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO.....	17
2.1 DESCRIPCIÓN DEL ENFOQUE TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO	17
2.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN	18
CAPITULO III.....	23
PROCESO METODOLÓGICO	23
3.1 DISEÑO O TRADICIÓN DE INVESTIGACIÓN SELECCIONADA	23
3.2 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS EN LA INVESTIGACIÓN	24
3.3 SISTEMA DE CATEGORIZACIÓN EN EL ANÁLISIS DE LOS DATOS	25
CAPITULO IV	29
RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
4.1 DESCRIPCIÓN Y ARGUMENTACIÓN TEÓRICO DE RESULTADOS	29
4.2 CONCLUSIONES	40
4.3 RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS.....	42

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 SECTOR DE SALUD DEL ECUADOR.....	12
ILUSTRACIÓN 2: GESTIÓN DE INVENTARIOS A NIVEL INTERNACIONAL	14
ILUSTRACION 3: PROCESOS DE INVENTARIO	29
ILUSTRACION 4: PROBLEMA DE INVENTARIOS	31
ILUSTRACION 5: VENTAJA COMPETITIVA.....	32
ILUSTRACION 6: CLIENTES DE SERTINSA S.A.	33
ILUSTRACION 7: CALIFICACIÓN DEL CLIENTE A SERTINSA	34
ILUSTRACION 8: FRECUENCIA QUE EL CLIENTE SOLICITA PEDIDOS.....	35
ILUSTRACION 9: LO QUE CONSIDERA EL CLIENTE AL COMPRAR	36
ILUSTRACION 10: RECEPCIÓN DE PEDIDOS	37
ILUSTRACION 11: RECOMENDACIONES DE MEJORAS.....	38
ILUSTRACION 12: FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE.....	38

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1: MODELO DE INVENTARIO PROMEDIO	26
TABLA 2: RAZONES DE ACTIVIDAD	27

INTRODUCCIÓN

El presente caso de estudio analiza el protocolo evaluación sometiendo a consideración los lineamientos de la reingeniería para los procesos de desarrollo de PYMES, con el objeto de evaluar una adecuada gestión comercial para el aprovisionamiento de insumos médicos y medicina y su distribución en los diferentes centros de salud de la provincia de El Oro. Para ello se plantearon dos objetivos específicos de conocer la gestión comercial en relación a los inventarios, evaluado la factibilidad de los procesos involucrados con los abastecimientos, almacenaje y distribución de los insumos médicos en la provincia de El Oro. Además en el contexto social se evalúa la satisfacción del cliente Interno y Externo, analizando el desempeño organizacional.

Para el análisis del primer objetivo específico se empleó herramientas financieras de evaluación, tales como razones de rotación de Inventario, Edad promedio de Inventario, Razón de Recuperación de Cartera, Periodo promedio de cobro, Razón de Cuentas por pagar, Periodo promedio de pago, dicho cometido se efectuó con información obtenida de la empresa en base al primer semestre del presente año. Para cumplir con el segundo objetivo específico se aplicó encuestas a los clientes interno y externos de la empresa diagnosticando el estado de la gestión comercial.

La responsabilidad de las empresas distribuidora de insumos médicos y medicina es trascendental para que las instituciones y centros de salud otorguen buenos servicios a la ciudadanía que estos atienden, es por ello que los suministros o insumos médicos y hospitalarios deben ser de calidad, y accesibles para la demanda del cliente. El desarrollo de este caso de estudio está comprendido por cuatro capítulos:

CAPITULO I: Se pone a consideración las generalidades del objeto de estudio teniendo claro que la línea de investigación del presente es la reingeniería de procesos para el desarrollo de las PYMES; aquí también se da a conocer el impacto que ha tenido el objeto de estudio en los entornos macro, meso y micro. Así mismo, contiene el hecho de interés por el cual se realiza la investigación de la gestión comercial en relación los inventarios para el abastecimiento y distribución de medicina. También se reflejan los

objetivos generales y específicos, buscando en estos evaluar la gestión comercial para el aprovisionamiento de insumos médicos y medicina y la distribución.

CAPITULO II: Este capítulo hace referencia a la fundamentación teórica – epistemológica del estudio, investigando los antecedentes orígenes, evolución y epistemología del objeto de estudio, además se realiza la incorporan bases teóricas de la gestión comercial, inventarios, abastecimientos, distribución, gestión de inventarios, estudiando los diferentes puntos de vistas de los autores o investigadores científicos.

CAPITULO III: Este capítulo contiene el proceso metodológico para realizar la investigación, conociendo que diseño de investigación se va a aplicar, el método de recolección de datos y el análisis de la investigación.

CAPITULO IV: Finalmente, se concluye mediante los resultados de la investigación obtenidos mediante los diferentes métodos sean estos cualitativos y cuantitativos.

CAPITULO I

GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO

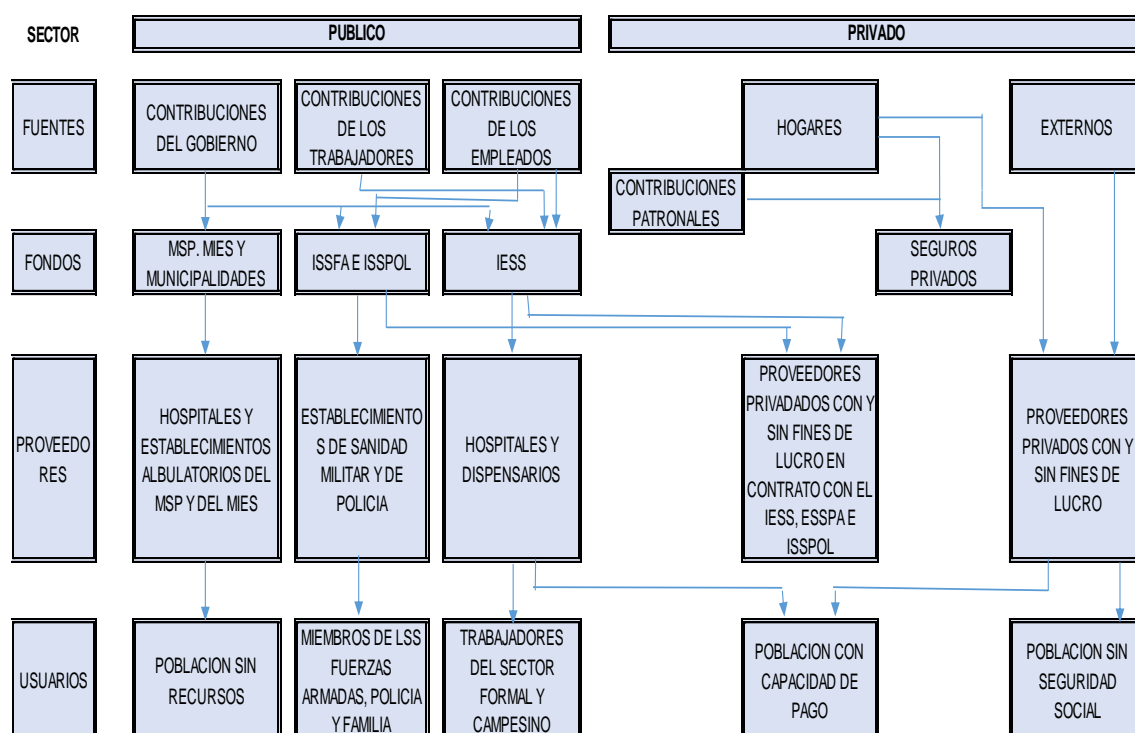
1.1 DEFINICIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

En el mundo globalizado es muy importante la gestión comercial entendiéndose como el conjunto de acciones direccionadas a la mejora continua del desempeño organizacional. Respecto a la gestión, Cantero, Leyva, & Herrera, (2016) la definen como un proceso que el capital humano de una empresa realiza eficiente, eficaz y dinámicamente para planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se efectúan con el fin de alcanzar las metas.

La medicina e insumos médicos incluyentes en la gestión comercial, en el estado ecuatoriano tienen un amplio mercado tanto en el sector público (MSP, MIES, ISSFA, ISSPOL IESS) como privado (hospitales, clínicas, dispensarios, consultorios, laboratorios, farmacias y empresas de medicina pre-pagada). En la investigación realizada por (Lucio, Villacrés, & Henríquez, 2011) con datos obtenidos en el MSP, MIES, ISSFA, ISSPOL, IESS, sintetizan el sistema de salud pública del Ecuador:

El sistema de salud de Ecuador está compuesto por dos sectores: público y privado. El sector público comprende al Ministerio de Salud Pública (MSP), el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), los servicios de salud de las municipalidades y las instituciones de seguridad social (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas e Instituto de Seguridad Social de la Policía Nacional). El MSP ofrece servicios de atención de salud a toda la población. El MIES y las municipalidades cuentan con programas y establecimientos de salud en los que también brindan atención a la población no asegurada. Las instituciones de seguridad social cubren a la población asalariada afiliada. El sector privado comprende entidades con fines de lucro (hospitales, clínicas, dispensarios, consultorios, farmacias y empresas de medicina prepagada) y organizaciones no lucrativas de la sociedad civil y de servicio social (p.178)

Ilustración 1 Sector de Salud del Ecuador



Fuente: Lucio, Villacrés, & Henríquez (2011)

Considero que en el Ecuador, el sector farmacéutico se calificaría como estratégico, al salvaguardar la salud de los ciudadanos del país, poniendo a disposición medicamentos e insumos de calidad a precios accesibles por medio de las regularizaciones e incremento de la medicina genérica se enfatiza que estas regularizaciones las realiza el Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos. Según el Boletín Mensual de análisis sectorial de Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYMES) ecuatorianas, emitido (Facultad Latina de Ciencia Sociales y el Ministerio de Industria y Producción , 2010)

En el país existen grandes laboratorios que se encargan tanto de la producción, comercialización y suministro de medicamentos, se puede mencionar a Bayer Andina, Aspirina Bayer, Farmacias Sana, Genéricos Nacionales GENA S.A., Grunenthal Ecuatoriana Cía., Laboratorios BAGO, Laboratorios Life, Laboratorios SAVAL S.A., Laboratorios Siegfried, Merck Ecuador C.A., Merck Sharp & Dohme .A. Corp. Ecuador, Nifa, Pharmabrand S.A., Roche Ecuador S.A., entre otros. (p.8)

De acuerdo con el informe de “Situación del almacenamiento de medicamentos e insumos médicos antimaláricos en las bodegas de Guayaquil y Machala del SNEM del Ministerio de Salud del Ecuador”, Espinoza, (2008) en el 2007 y 2008 el fortalecimiento de los sistemas farmacéuticos (SPS) y la Gestión de Ciencias de la Salud (MSH), efectuaron una evaluación a la gestión de suministros en todos los países, diagnosticando en Ecuador una deficiencia en la infraestructura para el almacenaje de insumos y medicina lo que implica que las condiciones de almacenaje son desfavorables, así mismo se evidenció que existen controles ineficientes de inventarios; En la ciudad de Machala, los centros de almacenaje de los insumos y medicina son inadecuados, y no tienen la capacidad por lo que la mercadería llega al lugar e inmediatamente es distribuida en las diferentes zonas o centros del Ministerio de salud

1.2 HECHOS DE INTERÉS

Este estudio está realizado a la empresa Servicios Integrales de Salud SERTINSA S.A., dedicada a la distribución de insumos médicos y medicina, la misma que no cuenta con adecuados controles de inventario o costo. El proceso logístico de una distribuidora de insumos médicos y medicina tiene como factor clave de éxito la entrega a tiempo y completa de los pedidos, para lo que se debe contar con disponibilidad de producto para la venta sin tener exceso de inventario, ya que podría convertirse en obsoleto por tratarse de artículos perecederos.

Para ser competitivo es básico una buena gestión comercial la misma que se apoya en el buen manejo de los costos, así es como lo consideran Aguilar, Bastida, Lagos, & Salinas, (2012) consideran que un mal manejo esto podría generar riesgos de pérdidas irre recuperables, motivo por el cual afirman lo siguiente:

Un problema específico en el área de Gestión de Mercadeo, es la carencia de un sistema de costos actualizado y diseñado técnicamente para los productos que se ofrecen al mercado, haciendo muy lenta la labor de cotización (con ello se estipulan los precios de venta de los productos o servicios, produciendo en muchos casos pérdidas por la inadecuada asignación de precios (p. 214).

Para obtener ventajas competitivas en el ámbito del aprovisionamiento es importante emplear herramientas de planificación como la previsión, producción y distribución, todo relacionado con los costos, calidad, tiempos de entregas; Según Aguilar, Bastida, Lagos, & Salinas, (2012) para el aprovisionamiento se debe considerar que en las decisiones básicas en los sistemas o métodos de aprovisionamientos se responden a diferentes interrogantes como: que, a quien, cuanto, cuando comprar; ciertamente este procesos tiene un grado de complejidad ya que en el mercados existen una amplia cartera de proveedores que se diferencian por las gestiones que estos emplean, de la eficiente elección del proveedor se generan las ventajas competitivas.

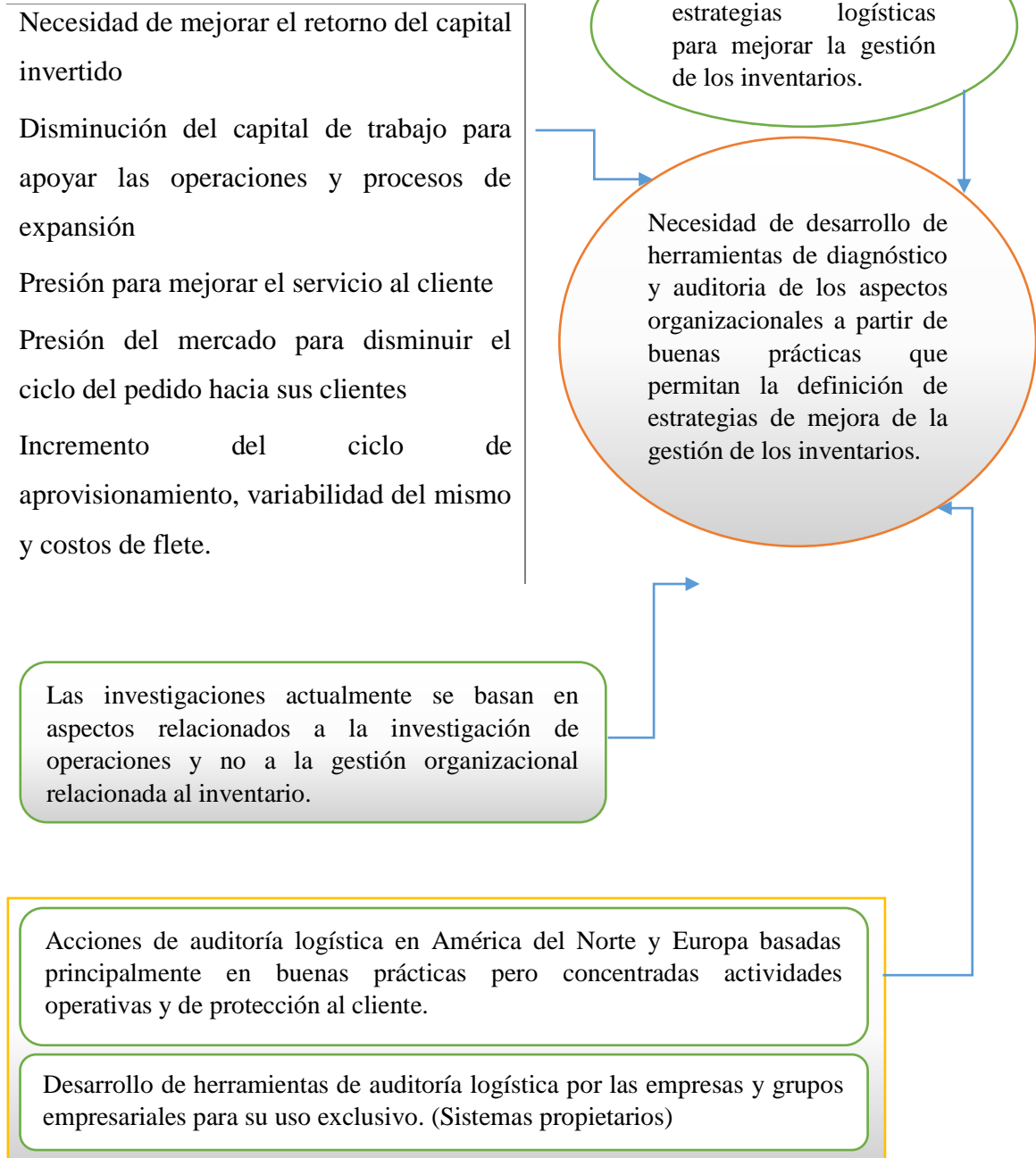
En la gestión de compras de inventarios según Arango, Giraldo, & Castrillón, (2013) son relevante el entorno comercial los inventarios ya que han generado un impacto que permite asegurar la disponibilidad de productos que se tienen para ofertar a la demanda. En este ámbito lo que se busca siempre es generar un equilibrio que garantice una inversión mínima, pero permitiendo mantener o mejorar el servicio.

El director de Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana (DIFARE), Antonio Quezada Pavón, en la revista Ekos, (2011) sostiene que han sido considerados líderes en distribución debido a la implementación de seis estrategias: “Flexibilidad para adaptarse la organización a modelos de negocios estratégicos; capacidad logística y soluciones tecnológicas; producto y servicios innovadores; talento humano de los colaboradores; compromiso con el bienestar de la comunidad; y, alianzas con clientes y proveedores” (p.80)

El interés por el estudio de la gestión de inventarios nivel internacional se muestra en el siguiente gráfico, dejando en evidencia los factores externos y necesidades que del desarrollo de estrategias logísticas que permitan a las organizaciones mantener buenas practicas logísticas.

Ilustración 2: Gestión de inventarios a nivel internacional

FACTORES EXTERNOS



Fuente: Lopes & Gómez, (2013)

Por lo tanto, la optimización de inventarios en la empresa podría realizarse adecuadamente con un software (sistema de gestión de la cadena de suministros), siempre y cuando el recurso humano este plenamente entrenado o capacitado.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene como objetivo general evaluar la gestión comercial para el aprovisionamiento de insumos médicos y medicina y su distribución en los diferentes centros de salud de la provincia de El Oro. Es importante para una empresa estudiar la gestión de inventarios y considerar la relación que existe entre el inventario y la atención al cliente; para ello se debe integrar todas las actividades de la cadena de suministros con el objetivo de minimizar el costo global del sistema.

Consecuentemente, como objetivos específicos principal, evaluar la gestión de inventarios de la empresa Servicios Integrales de Salud S.A., mediante los indicadores financieros; Además, se busca evaluar la satisfacción del cliente interno y externo, ya que es un indicador clave para medir el desempeño organizacional y direccionar a la empresa a la mejora continua de la gestión comercial. La gestión de inventarios es parte de la logística y la cadena de suministros, motivo por el cual es importante estudiar la administración de inventarios de manera que se minimicen los costos y se maximice la utilidad y rentabilidad de la empresa, atendiendo la satisfacción de los clientes.

Dejar una visión clara de la eficiente aplicación de modelos de demanda que mueven la gestión de inventarios, en relación a las compras y ventas, integrando procesos de almacenamiento y distribución mediante la aplicación de sistemas de abastecimiento de insumos médicos. Por lo tanto la gestión de inventarios juega un papel importante dentro de los procesos que se lleven a cabo en la organización porque se relaciona con el ingreso de inventario, punto de rotación, métodos de control.

CAPITULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO – EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO

2.1 DESCRIPCIÓN DEL ENFOQUE TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO

Los inventarios nacen en la antigüedad, cuando los pueblos debido a los tiempos de escasas, sequías o calamidades ven la necesidad de almacenar considerables cantidades de alimentos, y posteriormente ser distribuidos mediante estrictos controles entre los pueblos, de esa manera los pueblos hacían frente a las necesidades en el futuro ante la escasas. (Aguilar, 2012).

El estudio del inventario nace con la Revolución Industrial por motivo del crecimiento de productividad o producción masiva, entre 1910 y 1980, inicia las líneas de ensamblaje propuestas por Ford y Sorensen, además también se inicia las herramientas de muestreo estadísticos planteadas por Shewhart; Harris, en 1913 propuso la fórmula del tamaño Económico de Lote o modelo de Wilson, los modelos de PERT “*técnica de revisión y evaluación de programas*” y CPM de Dupont “*Método del camino crítico*” y en último lugar aparece el método MRP “*planeación de requerimiento de mariales*” el cual consiste en mantener óptimos niveles de inventario logrando ejecutar eficientes de decisiones gerenciales. (Aguilar, 2012).

En esos tiempos el enfoque administrativo se especificaba generalmente en los costos, luego aparecen nuevas percepciones como calidad, preocupándose de las necesidades de los clientes. Entre 1980 y 1995 aparece la teoría de Soichiro Toyoda, denominada “Just in Time” En 1990 se incide la competitiva, la globalización de operaciones y el perfeccionamiento de redes, enmarcando gran importancia sobre los procesos logísticos mediante directrices estratégicas, encontrando vinculación con el abastecimiento y distribución para proyectar una buena imagen hacia el cliente. (Aguilar, 2012).

En el aspecto interno de la empresa, el sistema logístico consiste en implementar adecuadas estrategias de aprovisionamientos mantenimiento y distribución, proyectándose a la situación actual y futura de la cadena interna de operaciones logísticas, llevando estrecha relación entre proveedores y clientes. Es decir que las actividades que se realicen en una empresa comercial son tres aprovisionamientos, mantenimiento y distribución las mismos que se ligan al procesamiento de pedidos, gestión de inventarios, transporte, servicio al cliente, y compras (Aguilar, 2012).

Inventarios Epistemológicamente proviene de latín *inventarium* que significa lista de hallazgos o catálogo de bienes. En la actualidad, el éxito de las empresas comerciales principalmente, depende de la gestión de los inventarios (Piña, 2012). El conocimiento de inventarios en el área de salud es de trascendental importancia en el ámbito médico y hospitalario ya que tanto a los insumos médicos como medicina se necesita un tratamiento especial por tratarse de suministros que se manipularan directamente con el doctor y paciente en diferentes procedimiento.

2.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

La gestión empresarial es el conjunto de operaciones, entre ellas está la eficiente aplicación logística que permita optimizar el rendimiento entre proveedores, transporte, almacenes, gestionando las actividades internar del manejo de stock, costo y productividad. El abastecimiento según Aguilar, Bastida, Lagos, & Salinas, (2012) implica llevar un control de los costos totales que conllevan a realizar una compra, ligándolos con los costos de almacenamiento de inventario, costos de reposición, costos de reclamos e inspección, costos de comunicación, entre otros. El proceso de abastecimiento es un conjunto de actividades que se generan en las comercializadoras o distribuidoras en base a las necesidades, ejerciendo control en las existencias para evitar inconsistencias en el inventario (Toro & Bastidas, 2011)

Para Aguilar, Bastida, Lagos, & Salinas, (2012) la distribución consiste en la entrega al cliente el producto en el tiempo solicitado, en este proceso se debe identificar los factores como el medio de transporte, la distancia desde el punto de salida hasta la llegada, peso de la carga, ensamblaje, manipulación en carga y descarga adecuado.

Consecuentemente, la responsabilidad de los distribuidores es ocuparse de comprar, almacenar y vender a los mayoristas y otros agentes del sistema, en este sentido Guarrochena & Paul, (2013) señalan que esto permite “identificar mercados potenciales y diseñar estrategias de gestión para el seguimiento periódico de los mercados” (p.51); Así mismo, para Rubio, (2009) la distribución logística la define como:

Distribución no es solo el medio de llevar el producto al cliente. Hay que considerar también los niveles asequibilidad que necesita el cliente y los costos de almacenaje en la distribución y fabricación. A esta parte de la distribución integrada en el conjunto total de actividades se le denomina logística (p.180).

Considerando que las empresas eficientes dedicadas a la distribución de mercaderías deben manejar inventarios, para una óptima comercialización, deben ser controlados y evaluados, optimizando de esa manera la inversión financiera Sierra, Acosta, Guzman, & Garcia, (sf) sostienen que existen varios modelos de inventarios, entre ellos los más importantes son: “Modelo de reposición instantánea o modelo clásico o formula de Wilson, Modelo de producción o de reposición no instantánea, modelo de compras o de descuentos por volumen de compra, Modelo de escasez o de faltantes o de demanda diferida” (p.23).

Los inventarios son el eje principal de las empresas comerciales, de ahí radica la importancia de aplicar un tipo adecuado de inventario de acuerdo a las necesidades organizacionales, se debe custodiar el almacenamiento y mantenimiento para minimizar los costos y maximizar la rentabilidad de la empresa; así mismo se debe controlar la rotación de las existencias, procurando establecer tiempos aproximados para las reposiciones, impidiendo desabastecimientos. Una eficiente administración de inventario se verá reflejada en la respuesta del cliente o de su fidelidad. La administración de inventarios mediante una gestión eficiente pretende reducir costos en el abastecimiento, almacén y distribución (Arango, Zapata, & Adarme, 2011)

El inventario, según Aguilar, (2012), es considerado como un hélice entre los sistemas, de oferta (abastecimiento) y demanda (clientes o distribuidores). Es decir, los inventarios son nada más que la relación detallada de los bienes con los que cuenta una

empresa para la distribución o comercialización Villamil, (2010); Moreno, et al. (2011) Citando a Chase et al. (2005) definen a los inventarios como el total de existencias de un recurso o bien almacenado en una empresa, con el objeto de satisfacer la demanda de consumidor o cliente. En otras palabras el inventario es el resultado la gestión comercial ya que se maneja las relaciones entre proveedores y clientes; es por ello que el manejo de inventario debe ser responsabilidad general de la empresa ya que involucra compras, ventas, logística, finanzas, cobranzas, jurídica. (Lopes & Gómez, 2013).

En las pequeñas, medianas y grandes empresas, el inventario es importante ya que permite fomentar el desarrollo de operaciones logísticas, es importante controlar las entradas y salidas de insumos que permitan controlar los movimientos entre abastecimiento, almacén y distribución, conciliando registros, conteos físicos, reportes frecuentes, y demás procedimientos necesarios para que se lleve una buena gestión (Camacho, 2008)

Para el control de inventarios según Robles, (2012) existen varias técnicas o métodos como lo son el inventario ABC, el costo – beneficio y el just in time, pero de acuerdo a la actividad comercial de la empresa estos pueden ser:

Control físico: en el que se lleve de manera eficiente el control, conociendo la ubicación de los artículos y las características del producto o insumo, para su mejor manejo y rápido acceso; Control contable-financiero: se utilizan diversos métodos contables para el control de los inventarios como: PEPS (primeras en entrar, primeras en salir), UEPS (últimas en entrar, primeras en salir) y costo promedio, que son los más utilizados, también está el detallista y precios de mercado (p.104)

De lo anteriormente indicado por Robles cabe mencionar que es acertada su clasificación de controles de inventarios, con la salvedad que desde el punto de vista financiero de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), el modelo primeras en entrar, primeras en salir PEPS ya no tiene vigencia.

Actualmente, las empresas se han transformado en competidores cada vez más agresivos esto se debe a los cambios económicos, demográficos, tecnológicos y ambientales; la formidable necesidad de satisfacer necesidades, excluirlas o suplirlas por cosas nuevas, es por ello que es indispensable el interés de las empresas por la administración o gestión de inventarios, que permitan reducir los costos operacionales de manera que se aumente la rentabilidad empresarial (Arango, Giraldo, & Castrillón, 2013).

Según (Bohórquez, 2015) las empresas se distinguen por el tipo de inventario que estas manejen siendo estos inventarios de para ser vendidos ubicados en empresas comercializadoras, inventarios de procesos de producción usados en fábricas o manufacturas e inventarios de servicios. En el caso de las comercializadoras con inventarios para ser vendidos, pueden generar un mayor valor del inventario colocados para el uso o venta, incluyendo valores como costos directos, transporte, almacenamiento y otros relacionados con la adquisición.

El abastecimiento del inventario se cumple de acuerdo al comportamiento de la demanda del producto manifestado en la rotación del inventario, es por ello que se deben aplicar óptimas políticas de abastecimiento: a) se debe abastecer cuando existe por lo menos una unidad en inventario que poco rota, b) se debe aprovisionar cuando el inventario es cero y, c) las reposiciones se realizan en periodos de tiempo iguales (Rojas, Román, Farías, & Coluccio, 2015)

La aplicación de políticas de abastecimientos, generara a la empresa un enfoque positivo, ya que minimiza los costos y gastos por mantener el inventario. La gestión comercial implica planificar, implementar y controlar eficientemente los recursos con los que cuenta la empresa, tales como inventario, almacén, e información; con el propósito de mantener y mejorar los intereses de la empresa, satisfaciendo la demanda del mercado (Sepúlveda, Baesler, & Núñez, 2010).

La gestión de inventario debe ser complementada con un sistema de control que permita medir el desempeño por medio de herramientas que reflejen todo los movimientos, tales como: demanda satisfecha, porcentaje de precisión del inventario físico, rotación de

inventarios, reposición de inventario, lotes, caducidad y pérdidas, retorno sobre la inversión en inventarios, punto de equilibrio entre otros. (Peña & Silva, 2016)

Por lo tanto el objeto de esta investigación es analizar la gestión de inventarios y de manera eficiente proponer mejoras con el fin de mantener la estabilidad en las existencias de inventarios, lo cual implica mantener un equilibrio que permita garantizar el buen servicio al cliente. Según Lopes, et al., (2013), para alcanzar el éxito en la gestión de inventarios es importante responderse las siguientes interrogantes “¿Cómo definir el desempeño logístico?, ¿cómo medir los resultados? y ¿qué acciones de mejora deben ser implementadas?” (p.110) dando respuesta al diagnóstico y auditoria.

CAPITULO III

PROCESO METODOLÓGICO

3.1 DISEÑO O TRADICIÓN DE INVESTIGACIÓN SELECCIONADA

En la presente investigación realizada a Servicios Integrales de salud, se pretende diagnosticar la gestión de comercial en función al manejo de inventarios de la empresa, Además, se busca evaluar la satisfacción del cliente, ya que es un indicador clave para medir el desempeño organizacional y direccionar a la empresa a la mejora continua de la gestión comercial.

La investigación tradicionalmente comprende varios tipos de métodos, entre ellos están los cualitativos y cuantitativos, empleando herramientas como encuesta, observación, con el objetivo de conocer la realidad de una empresa. En este caso el método cuantitativo es muy necesario cuando se desea medir la magnitud de un fenómeno, cuando se quiere realizar por ejemplo estudios de casos y se pretende deducir la generalización de un fenómeno mediante los resultados tomados de una muestra; en cambio, el método cualitativo se encarga de interpretar desde la perspectiva humana, el porqué del fenómeno en estudio (García, 2010)

Concuero, que la realidad debe ser observable y medible como lo que mencionan, Medina, Manzanilla, & Díaz, (2012) en referencia al enfoque cuantitativo de investigación:

El enfoque cuantitativo se basa en la observación y medición de la realidad, es decir, el empirismo, que se fundamenta en la medición o cuantificación de las variables investigadas. La diferencia precisa en forma de intervalo entre unos y otros valores, o datos, no siempre están naturalmente y lógicamente ordenados, es más, muchas realidades observables no están dispuestas previamente en forma numérica (p. 290)

3.2 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS EN LA INVESTIGACIÓN

El presente caso de estudio realizado a Servicios Integrales de Salud, SERTINSA S.A se realiza con investigación de campo, porque se trata de una investigación aplicada para comprender y evaluar una las necesidades o problema que se encuentre en la empresa. Así mismo, Para la recolección de la datos en esta investigación se aplican las herramientas estadísticas, además se efectúa la revisión documental consistido en reportes de compras, reportes de costos, reportes de ventas, kardex entre otros).

Para la obtención de los datos en el método cuantitativo será importante valerse de la herramienta encuesta, esta es una técnica que permite al investigador recolectar la información que este requiera por medio de un cuestionario que el cliente deberá responder de acuerdo a su percepción. Las encuestas proporcionan al investigador muestras de conducta que permiten conocer la conducta de las personas evaluadas con el fin de tomar decisiones adecuadas (Muñiz, 2010).

Para la recolección de datos en la presente investigación se ha visto necesario la aplicación de la técnica de la encuesta, comprendida por preguntas, aplicadas a los clientes internos y externos de SERTINSA S.A. La información obtenida por medio de las técnicas de recopilación de datos es de forma lógica y ordenada. Además, para en la recolección de datos, es necesario optar por herramientas como correo electrónico, llamadas telefónicas, y entrevistas (López & Pérez, 2011) .

La recolección de datos en base a el método cualitativo es proporcionado por la empresa ya que son quienes mantienen la información de los movimientos tanto de ventas, compras, inventarios, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, etc. Para calcular el tamaño de la muestra se consideró para conocer cuántos clientes externos será necesario evaluar; la empresa cuenta con un total de 23 clientes activos, el nivel de confianza para el cálculo de la muestra será del 90% (1,645) con un error muestral del 8%. La ecuación para calcular la muestra es: $n = (N * Z^2 * p * q) / (e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q)$, la misma a 15 clientes (García, Reding, & López, 2013).

3.3 SISTEMA DE CATEGORIZACIÓN EN EL ANÁLISIS DE LOS DATOS

La categorización de la investigación para este análisis de caso es mediante métodos cuantitativos, ya que este ha tenido un gran soporte en base a los elementos cognitivos que aportan criterio lógico y autónomo, evaluando la realidad de la experiencia comercial de la empresa. Además es importante acotar que la relación entre investigación, la teoría, y la realidad se basan en función de las perspectivas del investigador. (Del Canto & Silva, 2013)

También se emplea el método de investigación cualitativa preparatorio, campo, analítica e informativa; ya que se reflexiona sobre los diseños de los procesos que se llevan a cabo en la empresa, mediante acceso en la empresa se recopila datos de los procesos y actividades que se lleven a cabo internamente, se procede a transformar los datos e información proporcionados en resultados que permiten dar un criterio de la situación en que se encuentra la empresa en base a los inventarios. La metodología aplicada es inductiva porque evalúa los datos obtenidos para proporcionar resultados y descriptiva porque este método permite mediante la observación dar un análisis sobre el fenómeno a investigar. (Monje, 2011)

Las razones de actividad financiera, indican la eficiencia con la que se maneja y controla sus recursos, evaluando así, el nivel de rotación del inventario ponderando la liquidez y la rotación; la magnitud de recuperar la cartera y realizar los pagos a proveedores; también valora la eficiencia con que se usan los activos en relación a los costos y gastos de ventas. En consecuencia, medir la brevedad con que las cuentas por cobrar y los inventarios se convierten en efectivo es importante ya que permite generar liquidez a la empresa para cumplir con las obligaciones a proveedores. (Sánchez I. , s.f.)

Para analizar la gestión de inventario se lo ha realizado tomando en cuenta el último semestre, valiéndonos de información tomados de la base de datos de la empresa; en la tabla que a continuación se detalla, se podrá observar el inventario promedio y la rotación de las marcas de insumos médicos que se distribuyen,

Tabla 1: MODELO DE INVENTARIO PROMEDIO

MARCAS	STOCK INICIAL	STOCK FINAL	COSTO STOCK INICIAL	COSTO STOCK FINAL	VENTAS PERIODO	COSTO DE VENTAS	PROMEDIO INVENTARIO	ROTACIÓN	EDAD PROM. INV.
ATRAMAT	0	0,00	72,00	84,00	228	286,70	42,00	6,83	4,39
PROWAY	0	0,00	400,00	120,00	100	30,00	60,00	0,50	12,00
ZAIMEL	0	0,00	186,00	367,01	6	4,26	183,51	0,02	258,46
SURGEC	0	0,00	1.170,00	844,48	9.689	2.584,96	422,24	6,12	0,98
DEMETTECH	0	0,00	1.354,00	3.525,14	1.707	4.566,28	1.762,57	2,59	2,32
MADERITAS	2	1,32	0,00	0,00	2	1,32	0,66	2,00	3,00
INCODISA	4	25,60	63,00	359,66	80	198,26	192,63	1,03	5,83
SAFETY	7	36,40	0,00	0,00	7	36,40	18,20	2,00	3,00
BSN MEDICAL	11	188,41	268,00	4.119,82	98	1.191,36	2.154,11	0,55	10,85
DESING	32	256,58	66,00	510,72	87	1.331,61	383,65	3,47	1,73
LIFE LINE	72	575,45	253,00	1.500,02	754	1.172,68	1.037,74	1,13	5,31
RYMCO	80	16,80	0,00	0,90	95	19,95	8,85	2,25	2,66
3M	91	628,15	644,00	4.682,08	2.425	4.747,83	2.655,12	1,79	3,36
NEW YORKER	94	733,16	661,00	4.748,70	342	2.713,32	2.740,93	0,99	6,06
CONVATEC	120	629,80	33,00	268,14	97	383,46	448,97	0,85	7,03
MEDIC LIFE	443	1.074,58	1.579,00	12.524,66	261	1.085,83	6.799,62	0,16	37,57
ETHICON	516	2.946,63	2.929,00	8.319,36	767	2.936,32	5.633,00	0,52	11,51
PRODUCTOS VARIOS	613	5.092,06	3.405,00	12.222,92	3.977	6.312,07	8.657,49	0,73	8,23
RUSCH	685	459,91	2.469,00	3.018,03	1.333	1.457,63	1.738,97	0,84	7,16
CENIG	745	185,76	548,00	148,33	297	234,83	167,05	1,41	4,27
CARLITOS	795	893,68	4.946,00	2.352,42	1.079	676,52	1.623,05	0,42	14,39
WELL LEAD	924	862,49	528,00	1.310,25	2.629	2.646,22	1.086,37	2,44	2,46
BRAUN	982	3.200,10	2.485,00	9.786,41	11.238	14.506,24	6.493,25	2,23	2,69
MEDEX	1.152	489,29	3.558,00	1.691,59	2.530	1.083,95	1.090,44	0,99	6,04
NIPRO	4.061	1.979,09	2.390,00	1.822,90	9.568	3.193,86	1.901,00	1,68	3,57
B.D	5.322	1.229,90	8.624,00	1.753,26	1.234	212,14	1.491,58	0,14	42,19
FORTUNE MEDICAL	6.071	1.559,17	5.862,00	3.717,44	40.753	7.050,77	2.638,31	2,67	2,25
HOSPILIFE	8.546	6.234,31	12.057,00	24.162,08	5.698	6.174,97	15.198,19	0,41	14,77
ANDINO	9.159	5.229,39	37.816,00	15.602,50	23.566	12.274,28	10.415,95	1,18	5,09
HERENCO	62.634	11.851,19	106.472,00	21.367,03	133.053	28.323,28	16.609,11	1,71	3,52

Fuente: Sistema VisualFact Sertinsa S.A

Luego de Conocer el inventario promedio, la rotación y la edad promedio del inventario por marcas, es importante compara de manera general estos indicadores; para el cálculo del inventario promedio es importante valerse de las Stock final dividido para dos; para conocer la rotación de inventarios es necesario realizar la división entre costos de ventas y el promedio inventario. Además de conocer el movimiento del inventario es importante para esa investigación conocer la relación con proveedores nos valem

la razón de las cuentas por pagar consistiendo en dividir las compras para las cuentas por pagar dando como resultado las veces en que se cumple con los proveedores y para conocer cada cuantos días se cumplen con las obligaciones a proveedores se realiza la relación entre el periodo y la razón de las cuentas por pagar. También es importante conocer cuántas veces se realizan las cuentas por cobrar dividiendo las ventas netas para las cuentas por cobrar, pero para saber en cuantos días estas se realizan se divide el periodo en estudio para para razón de las cuentas por cobrar.

En el libro de Fundamentos de la Gestión de Inventarios, Vidal, (2005), indica que la razón de rotación de inventario permiten medir la eficiencia y efectividad de los procesos de gestión de inventarios, viéndose inmersos las adquisiciones, manteniendo y distribución; Para un análisis exhaustivo se vinculan con esta las razones de: recuperación de cartera, de cuentas por pagar, etc. A continuación se detalla una tabla de los resultados obtenidos:

Tabla 2: Razones de Actividad

Razón de las Cuentas por Cobrar = $\frac{\text{ventas netas}}{\text{cuentas por cobrar}} = \frac{151.396,77}{24.362,97} = 6,21 \text{ veces}$
Periodo Prom. de Cobro = $\frac{\text{periodo}}{\text{Razon de cuentas por cobrar}} = \frac{180}{6,21} = 28,97 \text{ dias}$
Razón de las Cuentas por Pagar = $\frac{\text{compras}}{\text{cuentas por pagar}} = \frac{107.437,30}{33.206,81} = 3,24 \text{ veces}$
Periodo Prom. de pago = $\frac{\text{periodo}}{\text{Razon de cuentas por pagar}} = \frac{180}{3,24} = 55,63 \text{ dias}$
Rotacion de inventarios = $\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventario Promedio}} = \frac{112.763,44}{33.206,81} = 3,24 \text{ veces}$
Edad Prom. de Inventario = $\frac{\text{periodo}}{\text{Rotacion de Inventario}} = \frac{180}{3,24} = 53,01 \text{ dias}$

Elaborado por: La Autora

Mediante revisión documental se pudo verificar que la empresa cuenta con ventas mensuales promedio de \$ 25.232,80 en los últimos 6 meses, de las cuales tiene una recuperación de cartera promedio del 85,84%. En este análisis de caso como segundo objetivo del presente se busca evaluar la satisfacción del cliente, ya que es un indicador clave para medir el desempeño organizacional y direccionar a la empresa a la mejora

continua de la gestión comercial, es por tal motivo que se han efectuado cuestionarios tanto a los clientes interno y externos de la empresa.

CAPITULO IV

RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

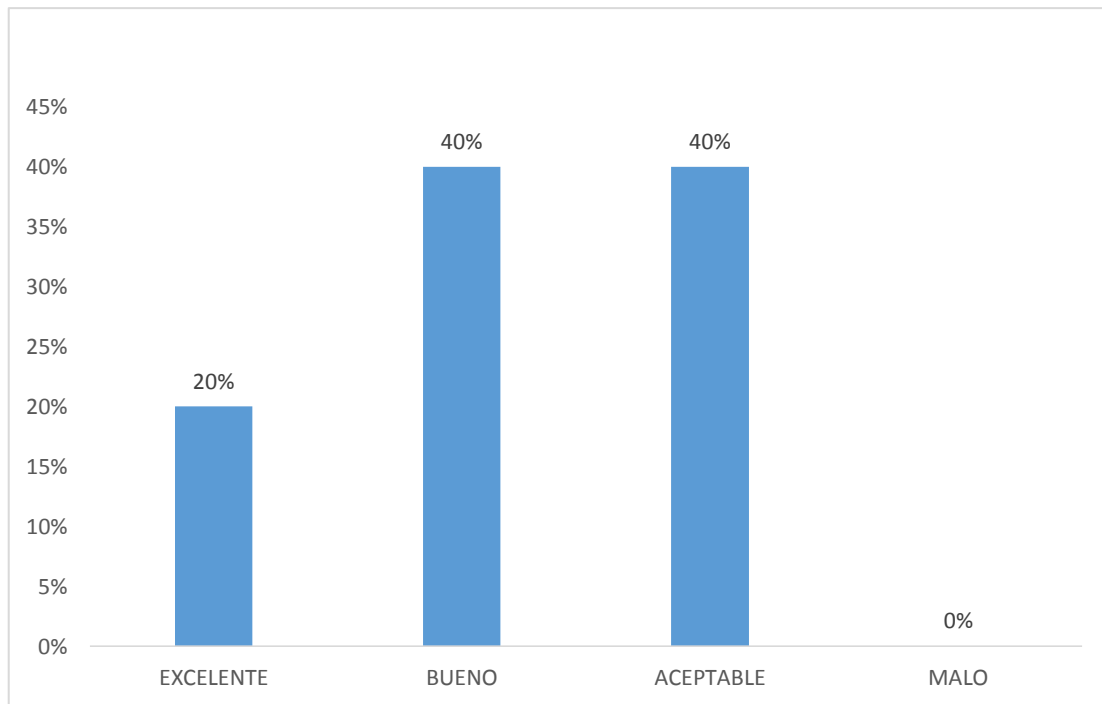
4.1 DESCRIPCIÓN Y ARGUMENTACIÓN TEÓRICO DE RESULTADOS

Sertinsa S.A. durante el último semestre mantiene ventas netas de \$ 151.396,77 de las cuales el 16% corresponde a las cuentas por cobrar a clientes (\$ 24.223,48), pero la empresa durante este periodo realiza sus cobranzas 6 veces en un promedio de 28 días; mientras que las obligaciones por cancelar se realizan 3,24 veces durante el periodo, es decir cada 55 días. El inventario en la empresa rota 3 veces durante el semestre, es decir que este permanece aproximadamente 53 días en almacén.

Medir la percepción del cliente interno es importante para una empresa ya que permite al administrador o gerente tomar decisiones en base a la mejora continua, impulsando realizar un trabajo en equipo (Milina & Rivera, 2012). La investigación sobre el cliente interno se realiza con el objetivo de evaluar la satisfacción del cliente de la empresa Servicios Integrales de Salud S.A. en función al manejo de inventarios, analizando su gestión.

Para evaluar al cliente interno de la empresa se aplicó una encuesta, tomándose en cuenta únicamente a los involucrados con el movimiento y manipulación del inventario, siendo estos los departamentos de compras (20%), ventas (40%), Bodega (20%) y despacho (20%). En este sentido, una empresa genera fortalezas cuando tiene personal responsable y comprometido para cumplir con los objetivos organizacionales (Alvarez, Mijares, & Zambrano, 2013). Los clientes internos evalúan a los procesos de inventarios de la empresa del último semestre en un 20% como excelentes y el 40% como buenos y aceptables respectivamente.

Ilustración 3: Procesos de Inventario



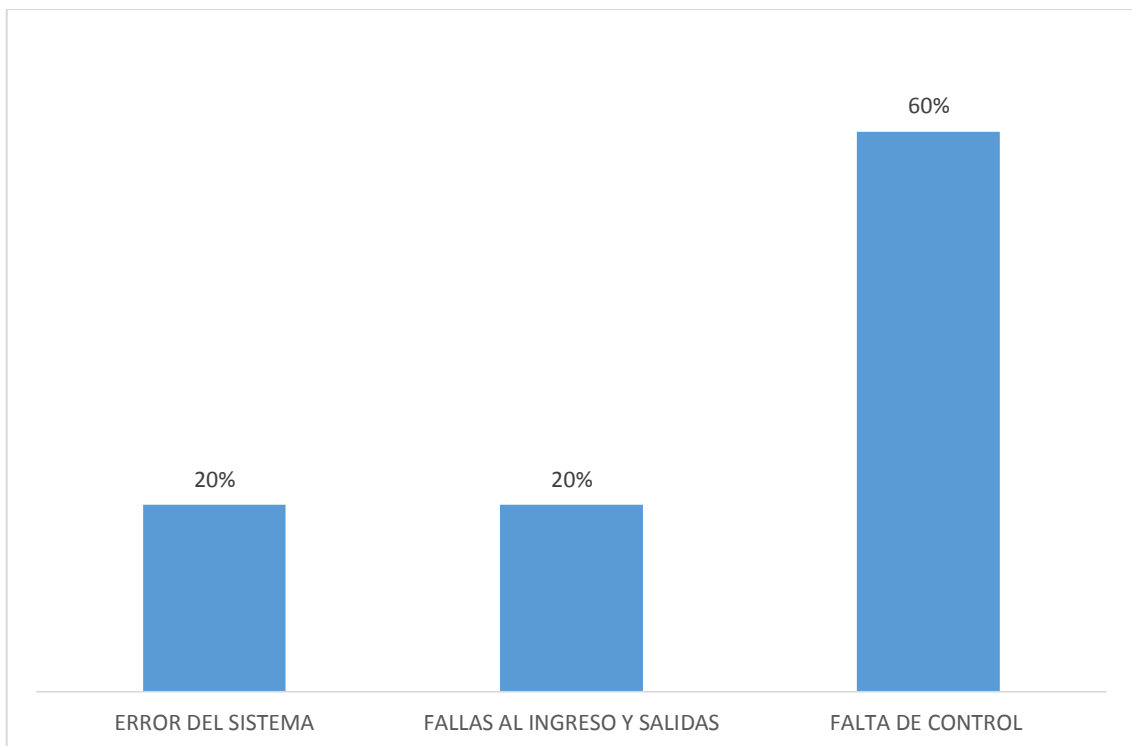
Fuente: La Autora

En cuanto a los procesos que se llevan a cabo en función al proceso de inventarios los empleados lo consideran como bueno y aceptable y en el último semestre, esto es porque en este último periodo se han estado aplicando procesos de control que permitan mantener una realidad entre las existencias entre bodega y el stock del sistema. Pero es importante acotar que mediante revisión documental se pudo observar que entre los meses de abril a junio en el sistema visualfac se presentó un error que generaba un desbalance entre los ingresos (compras) y salidas (ventas), generándose pérdidas que promediaban \$ 6.403 dando un kardex con valores no reales, los reportes de ventas daban un resultado y en los reportes del kardex las ventas sumaban una cantidad diferente al reporte de ventas, ocasionando contablemente grandes pérdidas, ya que al revisar los stock de ciertos ítem afectados, en ocasiones existía el físico del insumo mas no en el sistema o viceversa.

En uso de software para el control de inventarios es importante ya que facilita los procesos de vigilancia de inventario, conociendo los stock para abastecerse y adquirir los insumos en el momento adecuado y en las cantidades adecuadas de acuerdo a la rotación que presente el insumo o suministro Sánchez, Vargas, Reyes, & Vidal, (2011), se pudo observar que en la empresa existe poco control sobre los inventarios, situación

que afecta en las adquisiciones, en ocasiones se abastecen de insumos que ya existen en stock y se deja de abastecer de los que realmente rotan con más frecuencia; es por ello que el 60% de los empleados piensan que esto es uno de los grandes problemas que se han presentado en la empresa, ya que muchas veces esto ha provocado grandes pérdidas. En la siguiente Ilustración se podrá observar los problemas identificados por los empleados dentro de la empresa en relación al inventario:

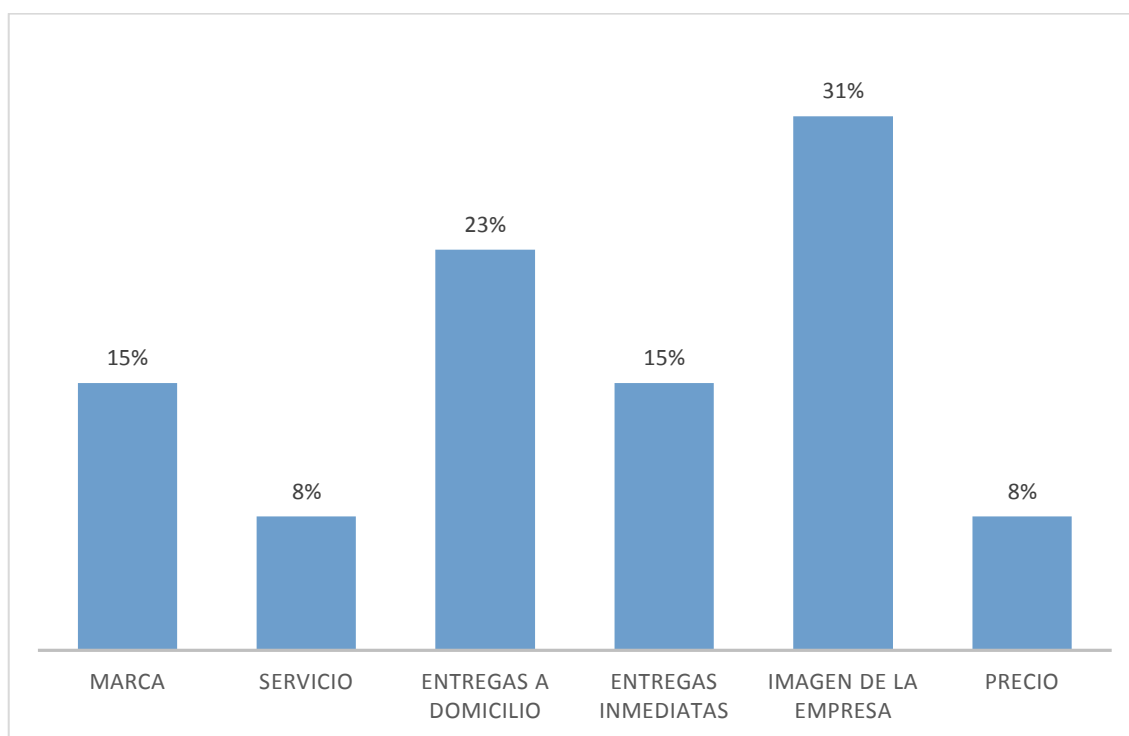
Ilustración 4: Problema de Inventarios



Fuente: La autora

A pesar de que los clientes internos consideran que en los últimos seis meses los procesos de inventarios han sido relativamente buenos, ellos aseguran que por los problemas de inventario que han identificado dentro de la empresa, se debe emplear un modelo de gestión de inventarios que permita conocer los stock mínimos para proceder con las adquisiciones en el momento indicado y en las cantidades adecuadas y stock máximos para evitar tener insumos en almacén que estén generando muchos gastos innecesarios.

Ilustración 5: Ventaja Competitiva



Fuente: La Autora

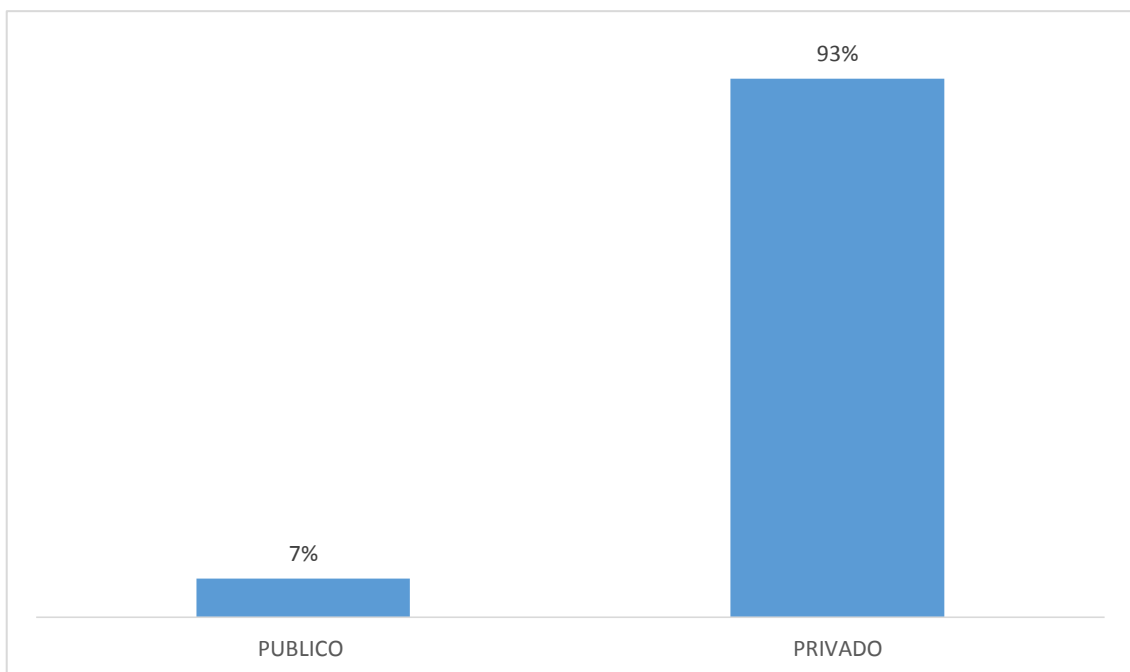
Según el 31% de los evaluados indican que la imagen de la empresa juega un papel importante ya que los clientes externos se sienten identificados con Sertinsa S.A. La imagen de la empresa es base del trabajo que se realiza en el aspecto interno, dando como resultados una buena percepción al cliente, logrando una reputación que permite generar ventajas competitivas en el mercado, ya que capta clientes fijos por el buen servicio que se brinda (Pérez & Rodríguez, 2014); Por otro lado, para los distribuidores es un factor a favor comercializar marcas reconocidas y demandadas por los clientes (González & Martos, 2014), es por ello que el 15% de los empleados consideran que las marcas como RUSH, ETHICON, 3M, BRAUN, DEMETECH, ANDINO, SANA, PARACELSO entre otras son clave para generar un aumento en el volumen de ventas en el sector de la salud.

El 23% indican que las entregas a domicilios es también un favor clave que diferencia a la empresa de otros, con respecto a ello indican Sanz, Pastor, & Benedito, (2013) que este tipo de estrategia permite potencializar ventas brindando al cliente comodidad. Asimismo, como proveedores del sector de la salud, las entregas inmediatas son

necesarias y prioritarias, ya que frecuentemente en los diferentes establecimientos médicos y hospitalarios surgen emergencias que necesitan ser atendidas con brevedad, realizando entregas justo en el tiempo necesario y justo en la cantidad solicitada, es por ello que se deben mantener stock mínimos en la empresa para cubrir con este tipo de situaciones que frecuentemente se presentan (Krajewski, Ritzman, & Malhotra, 2008)

Estudiar la satisfacción del cliente externo es importante debido a que un cliente en su totalidad satisfecho genera ventaja competitiva, ya que por lo general este dejara a un lado a la competencia y tendrá preferencia por los servicios y productos que la empresa les ofrece (García, Cepeda, & Ruíz, 2012). Es por ello que en la siguiente Ilustración se muestra el tipo de clientes con los que cuenta la empresa.

Ilustración 6: Clientes de SERTINSA S.A.



Fuente: La Autora

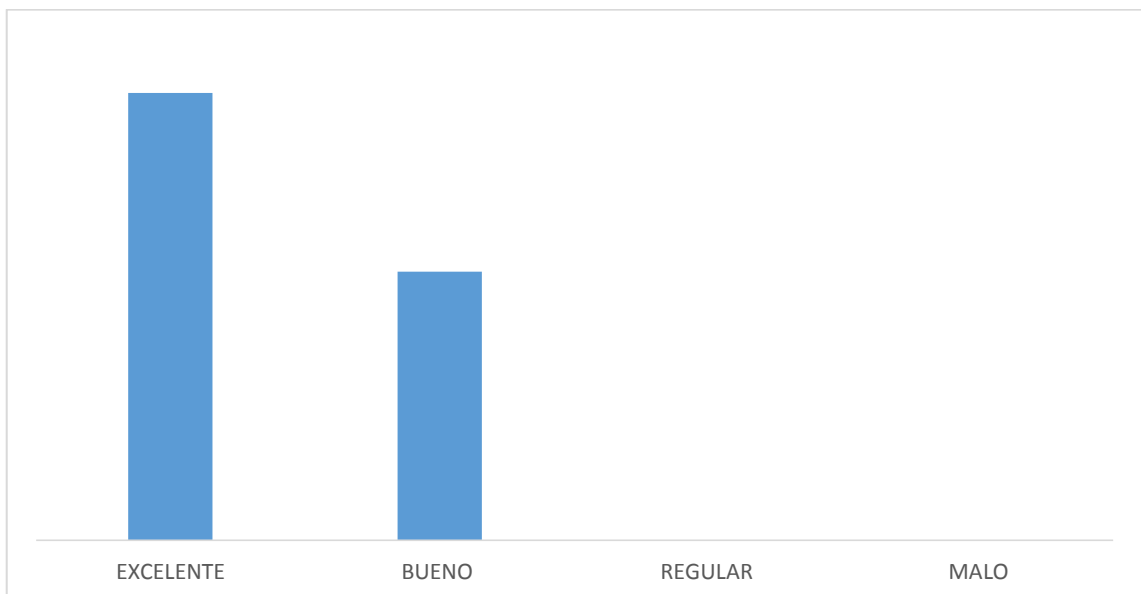
Sertinsa cuenta con una amplia cartera de clientes integrada por doctores, clínicas y hospitales, siendo en su mayoría clientes del sector privado (93%); los clientes se encuentran segmentados por zonas, siendo estas Machala, El Cambio, El Guabo, El Cambio, Tenguel, Naranjal, Santa Rosa, Arenillas, Huaquillas, Piñas, Portovelo y Zaruma; la empresa establece buenas relaciones con sus clientes, siendo esto una parte

clave que le genera ventaja competitiva; es decir que el cliente es el principal protagonista del giro de este negocio (Moliner & Berenguer, 2011).

Según Coca, (2011) a la demanda se la debe conocer, estudiar y analizar porque es de gran prioridad ya que permite crear, ganar y dominar el mercado; es por ello que en la investigación se estudió que tipo de productos más consumen los clientes de SERTINSA S.A. reflejando como resultado que la empresa cubre con la demanda de insumos médicos en un 75% con ventas promedio de \$ 25.232,80 mensuales en el último semestre. Es importante considerar que se debe satisfacer las prioridades y necesidades al momento de realizar sus compras, dando beneficios en los costos, entregas rápidas, calidad y variedad de insumos y medicina.

La confianza de los clientes sobre una empresa es considerada como pilar fundamental, ya que permiten mejorar el rendimiento comercial respondiendo a las expectativas de los clientes, logrado mantener fidelización y lealtad de los clientes así es como lo considera (Flores, 2011); esto es corroborado en el estudio que se realizó obteniendo que la fidelidad y lealtad permiten que los clientes califique a la empresa de la siguiente manera:

Ilustración 7: Calificación del Cliente a SERTINSA

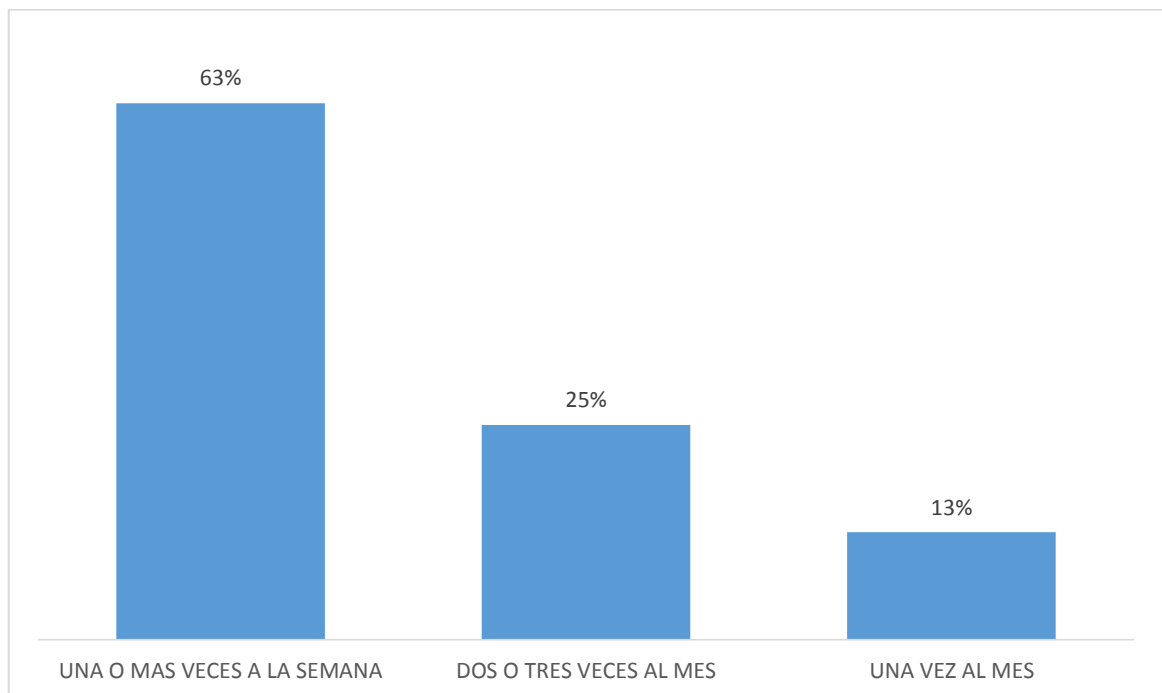


Fuente: La Autora

Como prestadora de los servicios de distribución de insumos médicos, el 62,5% clientes externos califican de manera Excelente y el 37,5% como buena. Según Najul, (2011) el criterio sobre la calidad de servicio es juicio del cliente ya que son ellos quienes califican a la empresa como excelente, buena, regular o mala, es por ello que se deben emplea estrategias para captar clientes satisfechos y suplir a la competencia.

Según Peña & Silva, (2016) las exigencias de los consumidores actualmente son muy enfocada en la calidad, es por ello que es necesario establecer funciones que permitan mantener inventarios que puedan cumplir y satisfacer a la demanda; la gestión de aprovisionamiento de insumos y medicina se enlaza de las gestión de inventario, procurando mantener cantidades equilibradas y en el costo adecuado respondiendo adecuadamente con la demanda. Es por ello que a continuación se muestra la frecuencia con que realizan pedidos los clientes a la empresa:

Ilustración 8: Frecuencia que el cliente solicita pedidos

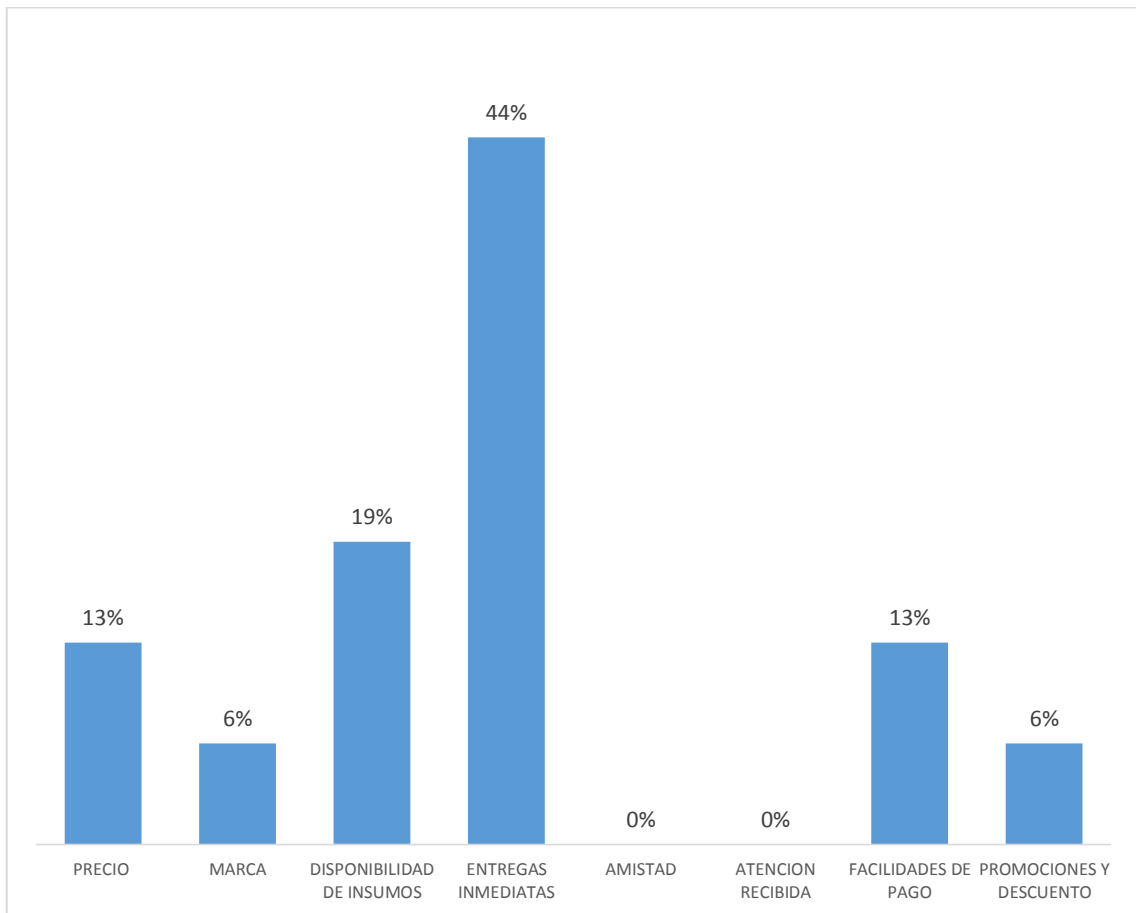


Fuente: La Autora

SERTINSA S.A se preocupa mucho en satisfacer la demanda de sus clientes, ya que el 63% de ellos realizan las adquisiciones de insumos médicos y medicinas una o más veces a la semana para las entidades prestadoras de servicios de salud. Entre dos o tres

veces al mes realizan las adquisiciones el 25% de los clientes y el otro 13% las realiza una vez al mes, estas últimas es por lo general en clientes del sector privado, mediante los procesos de compras públicas siendo estas: licitaciones, ínfimas o cotizaciones.

Ilustración 9: Lo que considera el cliente al comprar

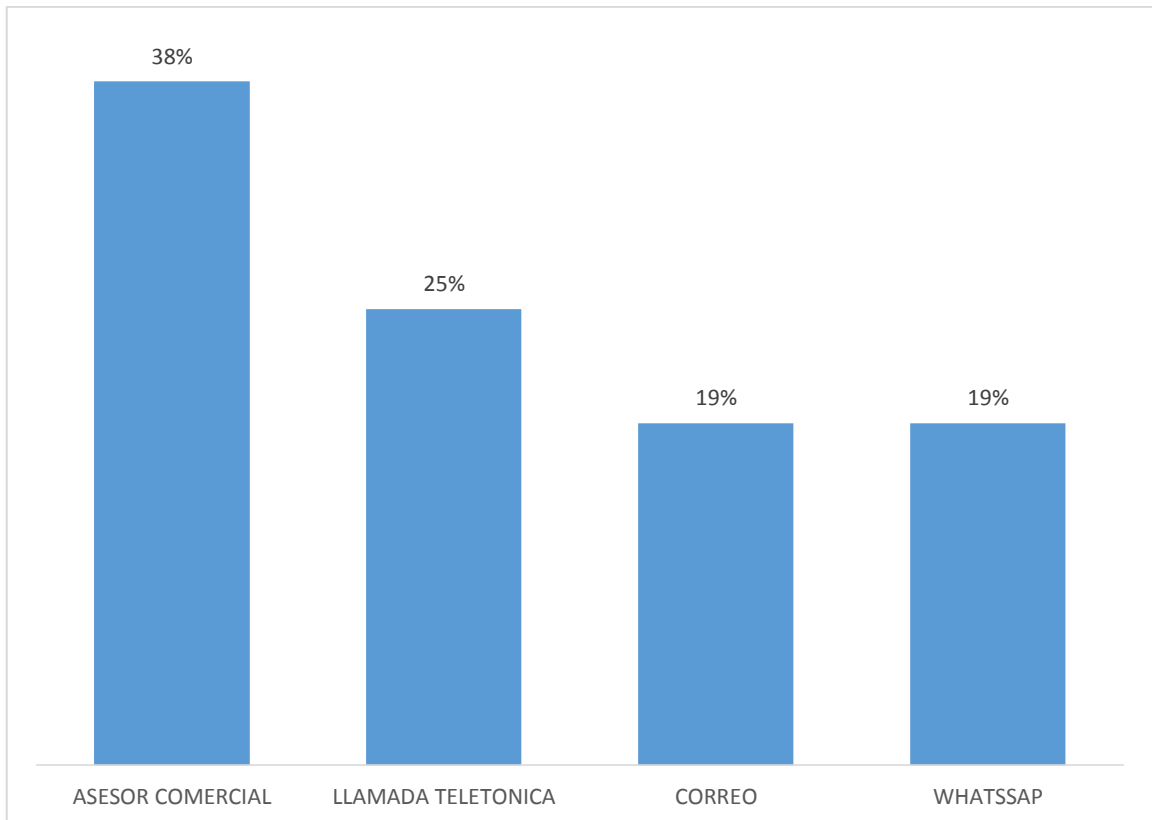


Fuente: La Autora

Alonso & Felipe, (2014) Afirma que dar una respuesta eficaz y eficiente al cliente forma parte del proceso logístico de la empresa, impulsando la demanda del consumidor de insumos o medicinas; es por ello que el 44% los clientes del sector de la salud lo que siempre consideran es que las entregas de los insumos médicos y medicinas sean inmediatas, ya que por lo general suelen surgir emergencias que ameritan ser atendidas con brevedad. Otro 19% firma que lo que consideran para realizar una adquisición en la empresa es que esta disponga en su totalidad de los Insumos o Medicina que está solicitando; el 13% de clientes se preocupan en que los precios y en las facilidades de pagos que la empresa otorgue, respectivamente. En la marca y en las promociones.

Soto, Franco, & Giraldo (2014), afirman que las Técnicas Internacionales de Comunicación TIC han generado cambios en las empresas; es por ello que la empresa aplica para receptor pedidos diferentes herramientas como llamadas telefónicas, correos, whatsapp y la asesoría de un agente vendedor.

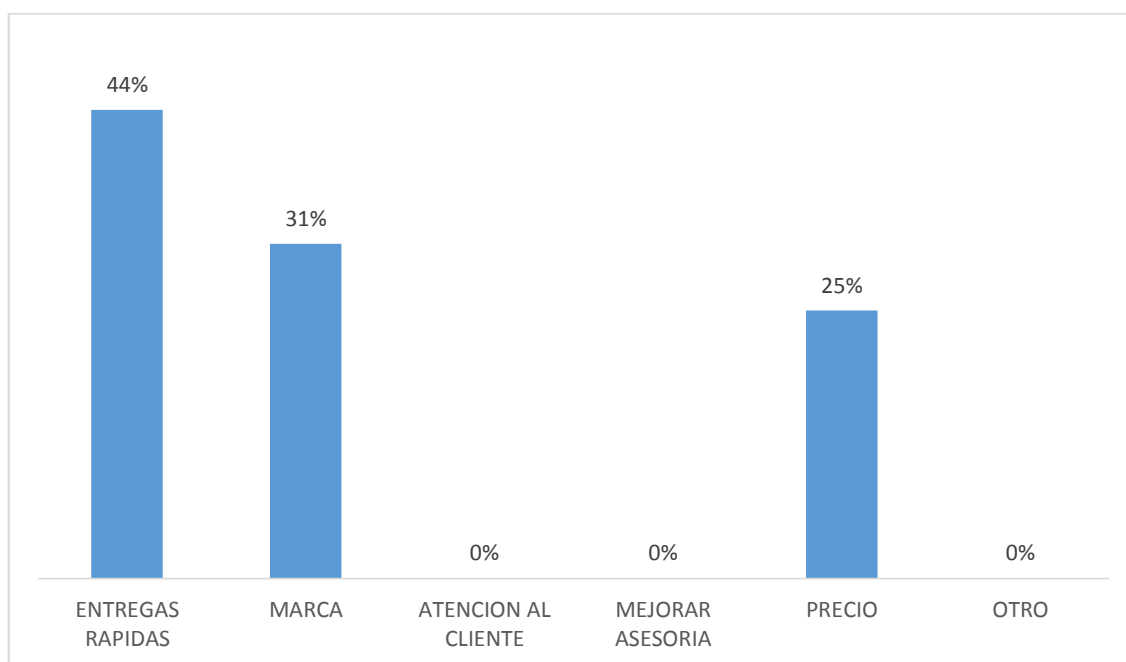
Ilustración 10: Recepción de Pedidos



Fuente: La Autora

El medio de Comunicación por que los clientes realizan sus pedidos es mediante los asesores comerciales o agentes de ventas (38%) que se encuentran asignados por zonas, seguido en un 25% por las llamadas telefónicas; en un 19% por correos y 2n un restante 19% por medio de whatsapp. Son diferentes mecanismos por los cuales el cliente puede realizar sus pedidos. Sertinsa siempre busca mantener a sus clientes satisfechos, pero ellos por ser instituciones de salud recomiendan a la empresa mejorar en lo siguiente:

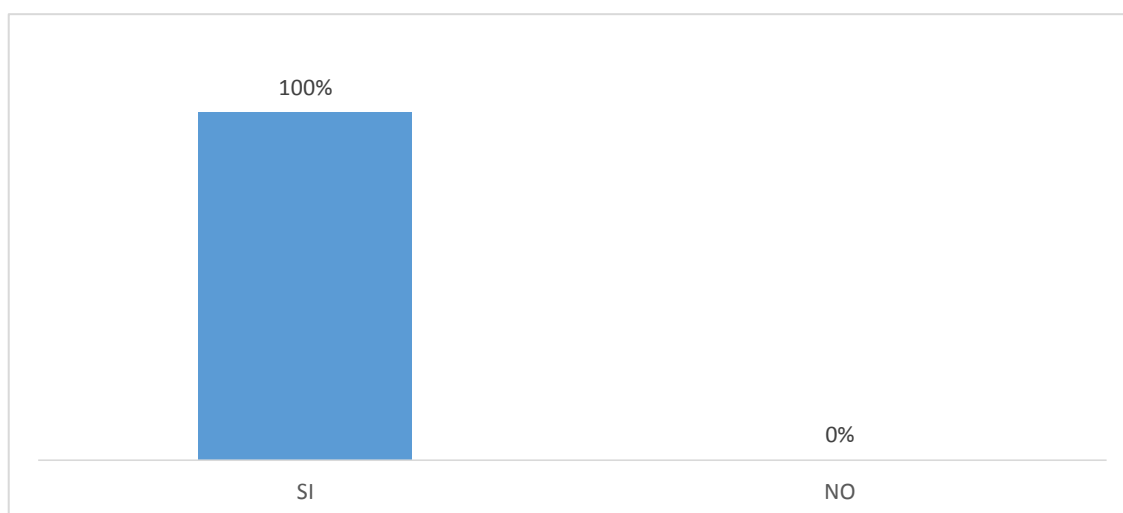
Ilustración 11: Recomendaciones de Mejoras



Fuente: La Autora

De los clientes estudiados, el 44% considera que la empresa debe mejorar en realizar las entregas inmediatas, el 31% indica que debe mejorar en las marcas y el 25% restante indica que debe preocuparse en los precios. El 100% de los clientes indican que si recomendaría a SERTINSA S.A.

Ilustración 12: Fidelización del Cliente



Fuente: La Autora

La fidelización de los clientes es considerada una estrategia importante dentro del entorno gerencial ya que permite generar considerables beneficios (Peña, Ramírez, & Osorio, 2015)

4.2 CONCLUSIONES

La gestión comercial de Servicios Integrales de Salud Sertinsa S.A se ve afectada por la crisis económica actual ya que no le permite cumplir con las obligaciones con sus proveedores al contar con una cartera vencida especialmente con clínicas que tienen nexos con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), cuestión que le impide abastecerse eficientemente de algunas marcas de distribución.

Existe poco control de inventario, afectando a las adquisiciones y ventas de los insumos médicos y medicina; además dentro de la empresa no existe en particular un manual de procesos que permita gestionar cada una de las actividades de almacén, manipulación, revisión y despacho de la mercadería.

A pesar de que la empresa cuenta con problemas internos de control de inventario, cuenta con clientes fieles e identificados por el servicio que se les brinda, siempre tratan de interactuar con el cliente por los diferentes medios de comunicación; pero cabe recalcar, que lo que siempre el cliente del sector de la salud necesita es que las entregas sean justo a tiempo (Pérez & Rodríguez, 2014)

La empresa en el último semestre del presente año en cuando a insumos médicos ha mantenido ventas de aproximadamente \$ 151.396,77, en dicho periodo ha rotado su inventario solo 3,40 veces, es decir que este demora 53 días; recupera sus cuentas por cobrar en el periodo 6 veces es decir cada 28 días; y, cumple con las obligaciones por pagar a proveedores 3 veces es decir cada 55 días, es decir que la empresa la empresa tiene una rotación de inventario poco favorable. La empresa cuenta con clientes potenciales fijos, los mismos que hasta el momento se han mantenido por la atención que la empresa le ha brindado, ya que esta, realiza entregas a domicilio y justo a tiempo (Robles, 2012)

4.3 RECOMENDACIONES

Aplicar estrategias comerciales que permitan recuperar la cartera con clientes, para generar liquidez y cumplir con las obligaciones por pagar con los proveedores.

Aplicar un modelo de inventarios que permita monitorear el stock de inventarios con la finalidad de brindar un portafolio de insumos médicos y medicina ordenada, correcta y precisa a los agentes comerciales para impactar al desempeño y mejorar en los niveles de satisfacción del cliente.

Someterse a los procesos de acreditación ISO 9001:2008, para optimizar los procesos de gestión de compras, almacenamiento y distribución de los insumos médicos; Además de ofrecer al cliente una atención de calidad, para diferenciar a la empresa de la competencia.

La empresa deberá capacitar al personal en cuanto a los ingresos y egresos de mercadería, así mismo tendrá que efectuar mejoras en el sistema de control de inventario parametrizando indicadores de razón financiera que permitan conocer el tiempo en que el inventario demora en ser efectivo.

REFERENCIAS

- Aguilar, O. C., Posada, R., & Soto, M. S. (2012). El otro lado de la logística, una visión estratégica: tendencias del aprovisionamiento en las cadenas de valor para el desarrollo sostenible. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle,, 38(10)*, 221-232.
- Aguilar, O. C., Salinas, E., Bastida, J., & Lagos, M. L. (2012). Cadena de abastecimiento, factores que afectan la competitividad en las MIPYMES. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle,, 10(28)*, 207-219.
- Aguilar, P. A. (2012). Un modelo de clasificación de inventarios para incrementar el nivel de servicio al cliente y la rentabilidad de la empresa. *Pensamiento & Gestión(32)*, 142-164.
- Alonso, A. R., & Felipe, P. M. (2014). Servicio logístico al cliente en empresas de servicios: procedimiento para su diseño. *Economía y Desarrollo, 152(2)*, 184-192.
- Alvarez, T., Mijares, B., & Zambrano, E. (2013). Sentido de compromiso en la atención al cliente interno de la gerencia de servicios logísticos PDVSA Occidente. *Telos, 15(1)*, 13-31.
- Arango Serna, M. D., Adarme Jaimes, W., & Zapata Cortes, J. A. (Septiembre de 2013). Inventarios colaborativos en la optimización de la cadena de suministros. *Dyna, 80(181)*, 71-80.
- Arango, J. A., Giraldo, J. A., & Castrillón, O. D. (2013). Gestión de compras e inventarios a partir de pronósticos Holt-Winters y diferenciación de nivel de servicio por clasificación ABC. *Scientia Et Technica, 18(4)*, 743-747.
- Arango, M. D., Zapata, J. A., & Adarme, W. (2011). Aplicación del modelo de inventario manejado por el vendedor en una empresa del sector alimentario Colombiano. *Revista EIA(15)*, 21-32.
- Bohórquez, N. d. (2015). Implementación de norma internacional de inventarios en Colombia. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 25(57)*, 79-92.
- Camacho, E. (2008). *sistema de control de inventarios en pequeñas y medianas empresas* .
- Cantero, H., Leyva, E., & Herrera, Y. (2016). Contribución a la evolución integrada de la gestión empresarial. *Revista caribeña de ciencias empresariales*.
- Carro Paz, R., & Gonzalez Gomez, D. (sf). *LOGISTICA EMPRESARIAL*.
- Coca, A. M. (2011). La demanda. Una perspectivsa de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones. (U. C. Pablo, Ed.) *PERSPECTIVAS,(28)*, 171-191.
- Del Canto, E., & Silva, A. (2013). Metodología cuantitativa: Abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales (Cr), 3(141)*, 25-34.
- Ekos. (2011). Difare: Lideres en la Distribucion farmaceutic y venta al detalle . *Ekos, 80-81*.

- Espinoza, H. (2008). *Situación del almacenamiento de medicamentos e insumos médicos antimaláricos en las bodegas de Guayaquil y Machala del SNEM del Ministerio de Salud del Ecuador*. USA.
- Facultad Latina de Ciencia Sociales y el Ministerio de Industria y Producción . (2010). *Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPUMES*. Ecuador.
- Flores, E. (2011). Marketing de relaciones como una estrategia de diferenciación en la fidelización del cliente en las entidades financieras localizadas en puno. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 2(1), 39-51.
- Galindo de la Cruz, A. (2015). *Implementación de inventario "ABC" en Abarrotes Conchita*. Tijuana, Baja California.
- García, J. A., Reding, A., & López, J. C. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Investigación en Educación Médica*, 2(8), 217-224.
- García, J., Cepeda, G., & Ruíz, D. M. (2012). La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centro de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT. *Revista de Psicología del Deporte*, 21(2), 309-319.
- García, R. (2010). Utilidad de la integración y convergencia de los métodos cualitativos y cuantitativos en las investigaciones en salud. *Revista Cubana de Salud Pública*, 36(1), 19-29.
- González, Ó., & Martos, M. (2014). Efectos de la extensión de marca de distribuidor en el eje calidad-precio. *Universia Business Review*(41), 60-78.
- Guarrochena, M., & Paul, L. M. (2013). Estrategias de gestión de la información asociadas a la inteligencia competitiva: apropiación práctica en organizaciones de apoyo a competitiva: apropiación práctica en organizaciones de apoyo a empresas exportadoras. *Visión de Futuro*, 17(2), 148-167.
- Krajewski, L., Ritzman, L., & Malhotra, M. (2008). *Administración de Operaciones*. Mexico: Pearson Educacion.
- Lopes, I., & Gómez, M. I. (2013). Auditoría logística para evaluar el nivel de gestión de inventarios en empresas. *Ingeniería Industrial*, XXXIV(1), 108-118.
- López, V., & Pérez, J. F. (2011). Técnicas de recopilación de datos en la investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 11.
- Lucio, R., Villacrés, N., & Henríquez, R. (2011). Sistema de salud de Ecuador. *salud pública de México*, 53, 177-187.
- Medina, J. B., Manzanilla, L., & Díaz, A. (2012). La medición de datos cualitativos, una tendencia en investigación social análisis del caso de la facultad de contaduría y administración, unidad culiacán. (U. A. México, Ed.) *Ra Ximhai*, 8(2), 287-295.
- Milina, L. A., & Rivera, M. d. (2012). Percepción del cliente interno y externo sobre la calidad de los servicios en el Hospital General de Cárdenas, Tabasco, 2011. *Salud en Tabasco*, 18(2), 56-63.

- Moliner, B., & Berenguer, G. (2011). El efecto de la satisfacción del cliente en la lealtad: aplicación en establecimientos minoristas. *Cuadernos de Administración*, 24(42), 101-124.
- Monje, C. (2011). *Guía metodológica de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Colombia .
- Moreno Quintero, R. J., Meleán Romero, R. A., & Bonomie Sánchez, M. E. (2011). Gestión de inventarios en la industria avícola zuliana. Caso de avícola La Rosita. *Agroalimentaria*, 17(32), 99-112.
- Muñiz, J. (2010). Las teorías de los Tests: Teórica clásica y teórica de respuesta a los Items. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 57-66.
- Najul, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23-35.
- Peña, O., & Silva, R. (2016). Factores incidentes sobre la gestión de sistemas de inventario en organizaciones. *Telos*, 18(2), 187-207.
- Peña, S., Ramírez, G. S., & Osorio, J. C. (2015). Evaluación de una estrategia de fidelización de clientes con dinámica de sistemas. *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, 14(26), 87-104.
- Pérez Figueredo, K., Dowins Ramírez, R., & Pacheco González, A. (04 de 2016). "Administración de inventario. Una propuesta al perfeccionamiento empresarial". *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Pérez, A., & Rodríguez, I. (2014). Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa. *Cuadernos de Gestión*, 14(1), 97-126.
- Piña, J. (2012). Determinación de la cantidad económica de pedido en una empresa cauchera venezolana aplicando la técnica LIMIT. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*(9).
- Robles, C. (2012). *Fundamentos de la administración financiera*.
- Rojas, F., Román, D., Farías, P., & Coluccio, G. (2015). Propuesta de abastecimiento de medicamentos coordinando multiniveles de demanda. *Estudios Gerenciales*, 31(137), 419-431.
- Rubio, P. (2009). ¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing? *Instituto Europeo de Gestión Empresarial*(13), Madrid.
- Sánchez, I. (s.f.). *Análisis Financiero y Control*. .
- Sánchez, M., Vargas, M., Reyes, B. A., & Vidal, O. L. (2011). Sistema de Información para el Control de Inventarios del Almacén del ITS. Reporte de Proyecto. *Conciencia Tecnológica*(41), 41-46.
- Sanz, G., Pastor, R., & Benedito, E. (2013). Distribución urbana de mercancías: descripción y clasificación de soluciones existentes e implementación de dos soluciones novedosas. *Dyna*, 80(179), 6-13.

- Sepúlveda, J. P., Baesler, F., & Núñez, D. A. (2010). Beneficios de utilizar modelos ad-hoc de gestión de inventarios en presencia de flujos de retorno. *Revista Facultad de Ingeniería Universidad de Antioquia*(55), 210-218.
- Sierra, J., Acosta, J., Guzman, M., & Garcia, F. (sf). *Administracion de almacenes y control de inventarios* .
- Soto, J. C., Franco, M. L., & Giraldo, J. C. (2014). Desarrollo de una metodología para integrar las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en las IE (Instituciones Educativas) de Montería. *Zona Próxima*(21), 34-51.
- Toro, L. A., & Bastidas, V. E. (2011). Metodología para el control y la gestión de inventarios en una empresa minorista de electrodomésticos. *Scientia Et Technica*, XVI(49), 85-91.
- Vidal, C. J. (2005). *Fundamentos de Gestión de Inventarios*. Santiago de Cali, Colombia.
- Villamil, J. E. (2010). Importancia de las herramientas administrativas requeridas para la planeación y gestión de las actividades de mantenimiento hospitalario en las instituciones de salud. *Umbral Científico*, 40-46.