

**Caracterización del proceso de control de inventarios en barberías de la localidad de
Kennedy en la ciudad de Bogotá**

Johan Sebastián Calderón Calderón

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administración de empresas

Bogotá, D.C.

2020

Caracterización del proceso de control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá

Johan Sebastián Calderón Calderón

Director

Jairo Enrique Parra Herrera

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administración de empresas

Bogotá, D.C.

2020

Agradecimiento y dedicatorias

Inicialmente quiero agradecer a Dios y a mi familia, quienes fueron mi motivación y me respaldaron en el proceso de mi carrera profesional.

De igual forma, al profesor Jairo Enrique Parra Herrera por su orientación y respaldo durante el transcurso del semestre para el desarrollo de la investigación de mi monografía.

Finalmente, a la Facultad de Administrativos de Ciencias Económicas, y a la asistente, que brinda el apoyo a los estudiantes durante el proceso académico de formación hasta lograr el título como profesionales.

Resumen

Este proyecto de investigación, analiza la caracterización del proceso de control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá. Ahora bien, se estructura un diagnóstico, desarrollando un estudio de las pymes en Bogotá, Colombia y las barberías a nivel de Kennedy. A partir de esta perspectiva, se formula la pregunta problema y se estructura de la siguiente manera ¿Cómo se desarrollan el proceso de control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá?

De esta manera, la metodología para el proyecto de investigación, tiene un enfoque mixto, dado que los datos que se recolectan durante el desarrollo, son de carácter cualitativo y cuantitativo, los cuales registran resultados que de forma previa se analizan.

Por último, los hallazgos que se obtienen con las barberías y la caracterización de los procesos de control de inventarios, específicamente en la localidad de Kennedy-Bogotá, se encuentra que, para este tipo de mipymes los procesos se desarrollan a medida que se les capacite o se oriente en cuanto al manejo de los inventarios para una empresa de este tipo y tamaño.

Palabras clave: Inventarios, mipymes, Control de inventarios, Procesos.

Abstract

This research project, the characterization of the inventory control process in barber shops in the town of Kennedy in the city of Bogotá is analyzed. However, a diagnosis is structured, developing a study of the SMEs in Bogota, Colombia and the barber shops at Kennedy's level. From this perspective, the problem question is formulated and structured in the following way How is the inventory control process developed in barber shops in the locality of Kennedy in the city of Bogota?

In this way, the methodology for the research project has a mixed approach, given that the data collected during the development are of a qualitative and quantitative nature, which register results that are previously analyzed.

Finally, the findings obtained with the barber shops and the characterization of the inventory control processes, specifically in the locality of Kennedy-Bogotá, are that, for this type of MSMEs, the processes are developed as they are trained or oriented in terms of inventory management for a company of this type and size.

Keywords: Inventories, MSMEs, Inventory control, Processes

Tabla de contenidos

1. Introducción	11
2. Diagnostico.....	12
2.1. Diagnostico situacional.....	12
2.1.1. Manejo de inventarios en las pymes.....	19
2.2. Definición del problema	19
3. Pregunta problema	21
4. Objetivos	22
4.1. Objetivo general.....	22
4.2. Objetivos específicos	22
5. Justificación.....	23
6. Marco referencial.....	24
6.1. Marco histórico	24
6.1.1. Inventarios.....	24
6.1.2. Historia en Colombia.....	25
6.2. Marco teórico.....	25
6.2.1. Cadena de abastecimiento.....	25
6.2.1.1. La cadena de suministro tradicional.....	26
6.2.1.2. La cadena de suministro sincronizada.....	26
6.2.1.3. Relación entre estrategia y la gestión de la cadena de suministro.....	27
6.2.1.4. Logística.....	27
6.2.2. Sistema de almacenamiento.....	28
6.2.2.1. Reglas para el almacenamiento.....	28
6.2.2.2. Métodos de evaluación.....	28
6.2.2.3. Almacenes.....	29
6.2.2.4. Funciones del almacén.....	29
6.2.3. Inventario.....	29
6.2.3.1. La gestión del inventario.....	29
6.2.3.2. Valor de la gestión de inventarios.....	30
6.2.3.3. Clasificación del sistema de gestión de inventario.....	30
6.2.3.4. Clases de Inventarios.....	30
6.2.3.5. Elementos de un buen control interno sobre los inventarios.....	30
6.2.3.6. Tipos de controles de inventarios.....	31
6.2.3.7. Tecnología de información en la gestión de inventario.....	31

6.2.3.8. Factores que influyen en que la eficacia de la gestión de stocks en las pymes de fabricación.....	31
6.2.4. Tipologías de producto.....	32
6.3. Marco legal.....	32
7. Marco metodológico.....	34
7.1. Tipo de investigación.....	34
7.2. Técnicas e instrumentos.....	34
7.3. Población y muestra.....	35
8. Análisis de encuestas.....	38
9. Análisis de las respuestas.....	42
10. Definición de condiciones para el inventario en PYMES.....	55
11. Presentación de resultados.....	57
12. Conclusiones.....	58
13. Conclusiones finales.....	59
14. Recomendaciones.....	60
15. Referencias.....	61
16. Anexos.....	67

Lista de figuras

Figura 1. Ubicación geográfica de las Pyme en Colombia.....	14
Figura 2 . Establecimientos de comercio en el país.	16
Figura 3. Tamaño del mercado en cifras en miles UDS.....	17
Figura 4. Cadena de suministro tradicional.	26
Figura 5. Actividades típicas logísticas.	27
Figura 6. Mapa de Kennedy Central y alrededores.	36
Figura 7. Respuesta número 3.....	42
Figura 8. Respuesta 4.....	43
Figura 9. Respuesta 5.....	44
Figura 10. Respuesta 6.	44
Figura 11. Respuesta 7.	45
Figura 12. Respuesta 8.	46
Figura 13. Respuesta 9.	46
Figura 14. Respuesta 10.	47
Figura 15. Respuesta 11.	48
Figura 16. Respuesta 12.	48
Figura 17. Respuesta 13.	49
Figura 18. Respuesta 14.	50
Figura 19. Respuesta 15.	50
Figura 20. Respuesta 16.	51
Figura 21. Respuesta 17.	52
Figura 22. Respuesta 18.	52
Figura 23. Respuesta 19.	53
Figura 24. Respuesta 20.	54

Lista de tablas

Tabla 1.	12
Tabla 2.	13
Tabla 3.	38

Glosario

Almacenamiento: Según un proyecto de grado, (García , 2015), menciona que: “sistema que permite ordenar insumos adquiridos por la empresa” (pp. 33).

Barba: Según un documento, (Corporán, 2010), menciona que: “La barba es el pelo que crece sobre el mentón (barbilla), el cuello y los pómulos y bajo el labio inferior del hombre” (pp. 8).

Cera: Según la Real Academia Española (RAE, s.f), alude que: “Es una sustancia que sirve para depilar, por el procedimiento de extender sobre la piel esta derretida, retirarla cuando se enfría y solidifica” (p.2).

Gel: Según el laboratorio de tecnología farmacéutica (Tecnología farmacéutica , 2009), menciona que: “Se denominan geles a coloides transparentes; sistema de dos componentes, rico en líquido, de naturaleza semisólida” (p. 1).

Inventario: Según el libro de conceptos básicos de los inventarios, (Universidad Militar Nueva Granada;, s.f): “El inventario corresponde a la mercancía que una compañía tiene para la venta o a aquellos elementos que tiene para ser consumidos y transformados en productos tangibles que posteriormente serán comercializados” (p.1).

Pedido: Según un documento, (Pilot, 2015), menciona que: “Se puede definir como un compromiso comercial entre proveedor y cliente, donde uno pone a disposición los productos”

Peluquero: Según un documento, (Corporán, 2010), menciona que: “Se denomina peluquero a la persona que tiene por profesión el arreglo del cabello de las personas incluyendo operaciones como lavado, corte, peinado, teñido, etc.” (pp. 5).

Proceso: Según un documento de la universidad de Jaén, (Universidad de Jaén, s.f), menciona que: “Un proceso es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado” (p. 1).

Productos de belleza: Según la definición de ABC, (Definición ABC, 2016), menciona que: “Cosmético es todo aquel producto o sustancia que se aplica de manera superficial sobre alguna parte del cuerpo con objeto de mejorar su aspecto general, apariencia, color u olor” (p. 1).

1. Introducción

Las barberías son ideas de negocio que en los últimos años han adquirido fuerza en el mercado, es por ello que se considera necesario en el proyecto la caracterización del proceso de control de inventarios en respectivas barberías.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta investigación se propuso como objetivo, caracterizar los procesos de control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá. Es así como, fue necesario realizar una exploración acerca de cómo funcionan los inventarios en Colombia y en la zona de Kennedy. Con base en esta información, fue posible concluir que en esta localidad el proceso de control de inventario no es eficiente.

Como se podrá observar adelante, esta es una investigación de enfoque mixto que recolecta información de literaria y datos de una encuesta. Para el desarrollo de los objetivos, el documento se dividió en tres partes de la siguiente forma: en la primera parte se realiza una identificación de criterios que se utilizan para el control de inventarios en mipymes, en la segunda parte se realiza la definición del control de inventarios que se desarrolla en barberías de la localidad de Kennedy y en la tercera parte se analiza las condiciones para el control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy.

En el desarrollo del trabajo, se entrará en detalle con conceptos fundamentales de barberías y control de inventarios, esto con el fin de determinar respectivo proceso en la localidad de Kennedy.

2. Diagnostico

2.1. Diagnostico situacional

El diagnóstico situacional a partir de la información consultada se identifica que aproximadamente 1.500.000 de compañías registradas legalmente se encuentran en Colombia. De estos datos, según el Registro Único Empresarial-RUES, menciona que estas empresas incluyen tanto personas naturales como jurídicas. Confecámaras, 2020 (citado por Grupo Bancolombia, 2020).

Las pymes se encuentran en desventaja a la hora de solicitar un crédito, en el informe de la revista dinero (2019) así son las pymes colombianas define que los proveedores de cadenas o firmas no les pagan de contado y pueden llegar a plazos de hasta 180 días, un problema a tener en cuenta ya que, la economía de la nación en un porcentaje se mueve a través de estas pymes.

Tabla 1.

Pymes registradas en el país.

Sector	Productos o servicios de la industria	Empresas registradas
Industria	Muebles y otras industrias manufactureras	13
	Alimentos y bebidas	12
	Prendas de vestir	11
	Maquinaria y equipo	10
	Productos de caucho y plástico	10
	Cuero, calzado y marroquinería	9
	Productos metálicos	9
	Actividades de edición e impresión	8
	Sustancias y productos químicos	8
	Otros productos minerales no metálicos	5
Comercio	Productos textiles	4
	Alimentos y bebidas	28
	Ferretería, cerrajería y productos de vidrio	22
Servicios	Productos farmacéuticos, de perfumería y de tocador	13
	Hoteles y restaurantes	27

Asesoramiento empresarial	21
Actividades de arquitectura e ingeniería	21
Informática	19
Publicidad	13

Nota. Tabla construida a partir de Revista Dinero (2019).

De acuerdo a la información de la tabla 1, estas organizaciones se dividen en 3, de los sectores importantes en Colombia, el primero, corresponde al sector industrial donde se registran en el 2018, 99 empresas mipymes constituidas legalmente, luego en el sector comercio se registran 63 compañías y en el sector servicios 101 empresas registradas, para un total general de 263 mipymes a nivel nacional. Así mismo, los datos registrados corresponden a un crecimiento del 4.5% en comparación al año 2017; esto significa que, las mipymes han ido creciendo exponencialmente.

Tabla 2.

Problemas que enfrentan las pymes en Colombia.

Principales problemas para el sector mipymes				
Problemas	Industria		Comercio	
	Pequeña empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Falta de demanda	32	20	21	13
Altos impuestos	23	27	22	18
Costo de los insumos	15	24	11	8
Capital de trabajo insuficiente	5	5	-	-
Rotación de cartera	5	5	4	13
Contrabando	6	3	7	12
Tasa de Cambio	5	4	4	7
Trabas para satisfacer demanda	3	2	-	-
Otros	5	9	3	5
Competencia de grandes superficies	-	-	23	14

Nota. Tabla construida a partir de Revista Dinero (2019).

En la tabla 2, se exponen los principales problemas que, frecuentemente enfrentan la mipymes en los diferentes sectores. El recuadro se divide en dos sectores, el industrial expone que, 99 pequeñas empresas abordan los principales problemas y el mismo valor para las medianas empresas; en el sector comercio, 95 empresas pequeñas y 90 medianas padecen de estos problemas.

Los problemas que se presentan de acuerdo la información expuesta, son: la falta de demanda, impuestos altos, costo de insumos y competencia de grandes superficies.

Por otro lado, en la gráfica “Ubicación geográfica de las Pyme en Colombia”, se muestra una parte de la concentración representada en porcentaje y la ubicación de las pymes en las diferentes ciudades, municipios y regiones.

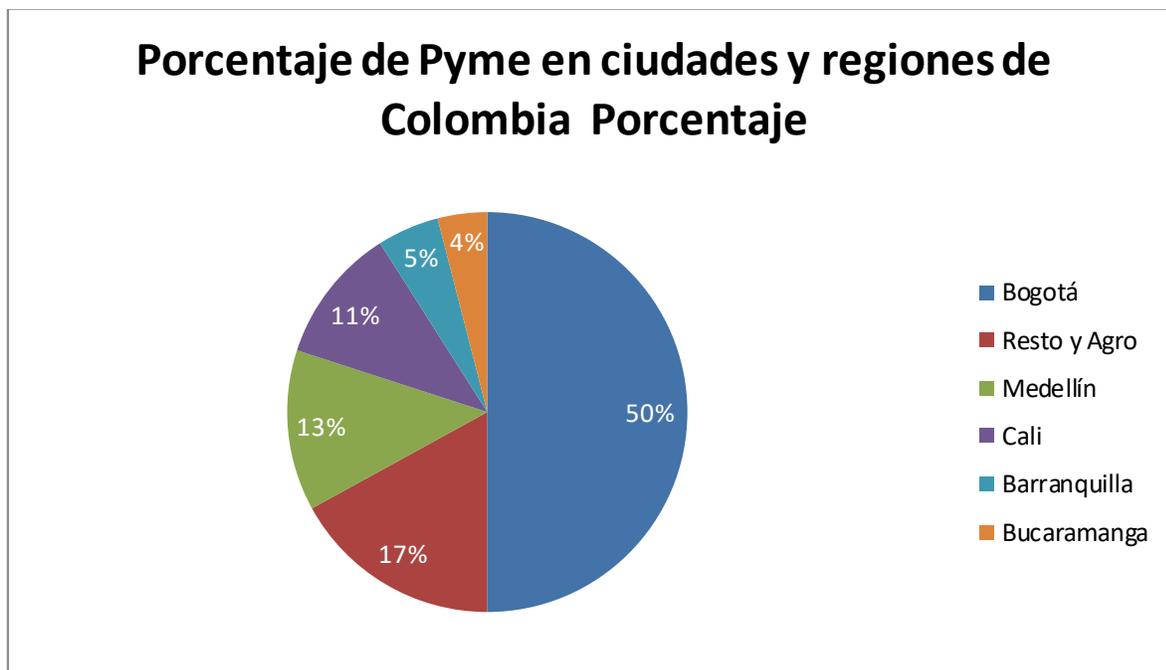


Figura 1. Ubicación geográfica de las Pyme en Colombia. Fundes, 2003 (citado por Montoya, Montoya, & Castellanos, 2010, pág. 111).

Bogotá, según la figura 1, abarca el 50% de las pymes en Colombia, representando un crecimiento ascendente en comparación a los años anteriores, luego, se representa el 17%, seguido de Medellín con un 13%, Cali con el 11% y Barranquilla y Bucaramanga entre el 4 y 5%. Cabe señalar que, Fundes (Fundación de estudios superiores monseñor Abraham escudero Montoya, 2003) afirma que, este crecimiento en general, se debe al desarrollo, competitividad y oportunidades que brindan cada una de las ciudades, regiones y/o municipios, inicialmente apoyado por el gobierno de la nación de Colombia, asignando recursos económicos para que este crecimiento se refleje el nivel nacional e internacional.

Para definir un panorama acerca de la industria de la belleza y bienestar, a nivel internacional, Barnes Report, en un informe menciona que en Estados Unidos la participación de esta industria

alcanza a los 2.5 billones de dólares en el 2018. (C. Barnes & Co, 2017). Este alcance económico se refleja por la influencia de la moda internacional y del apoyo económico del gobierno.

En esencia, el negocio de la belleza mueve miles de millones de dólares alrededor del mundo cada año, a través de un estudio realizado por Proexport en 2010 (citado por Rangel & Castellanos, 2015, pág. 22) establece que, esta industria genera un promedio aproximadamente del 8,6% de la economía mundial. Así mismo, esto se debe, a que los productos cosméticos, generan una rotación importante, pasando por procedimientos estéticos, es posible confirmar que parte del crecimiento se debe a esta demanda.

Ahora bien, a nivel nacional, los salones de belleza y peluquerías, tienen una alta participación en la oferta de productos y servicios, sin embargo, las tendencias de la informalidad, son frecuentes, según el censo realizado por el DANE presentado el 22 de Marzo de 2017, el sector servicios registra mayor crecimiento en ventas/ingresos, representando \$300.000 millones en el año 2017 (DANE, 2018); en este sentido se proyecta, que el oficio de este sector en Colombia está creciendo a nivel nacional. Por otra parte, un censo realizado por Servi-información, en 19 grandes ciudades y municipios del país, evidencia que, por cada 100 empresas pequeñas 8,4 son de la industria de la belleza. (Servinformación, 2018). De esta manera se ubica como el segundo modelo con mayor importancia para crear negocio en Colombia.

Para reflejar el crecimiento económico de la industria de la belleza, en las gráficas se expone qué del año 2013 hasta el 2017 abrir un negocio en esta industria representa una oportunidad en el mercado.

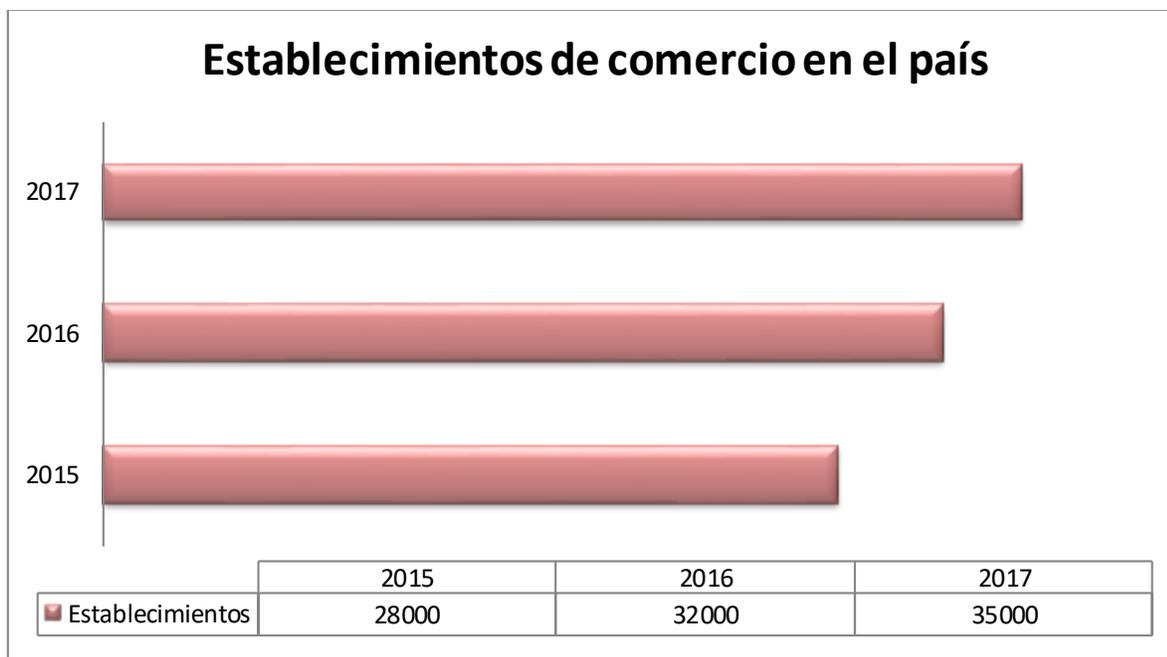


Figura 2. Establecimientos de comercio en el país. La República, (2018).

A nivel general, los negocios de la industria de belleza, en los últimos 3 años han facturado un importante monto monetario y esto es debido el crecimiento de establecimientos donde se refleja que en el 2015 se establecieron 28.000 establecimientos comerciales en la industria de la belleza, en el 2016 crece con 32.000 y en las 2017 35.000 empresas constituidas de la industria de la belleza, para un promedio de 3500 negocios constituidos durante estos tres períodos anuales.

Llama la atención este crecimiento de los establecimientos que se constituyeron en los períodos anuales, sin embargo, estos establecimientos comerciales han reflejado una importante cifra económica cómo se evidencia en la gráfica “Tamaño del mercado en cifras en miles UDS”.

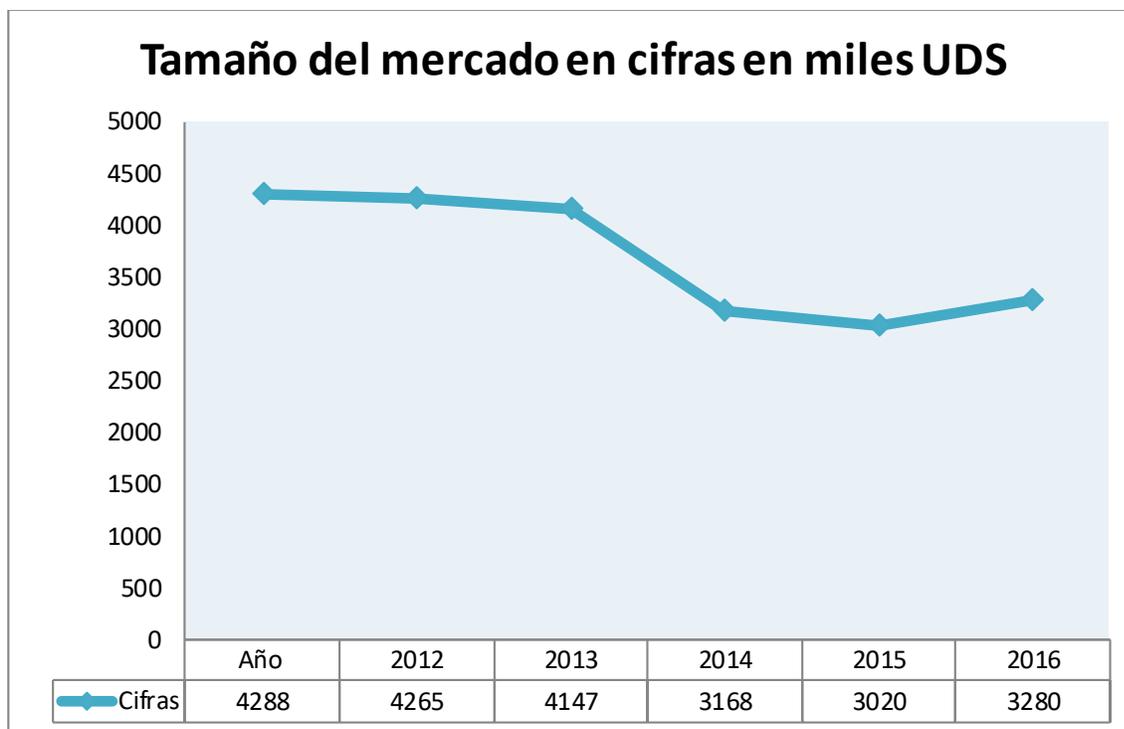


Figura 3. Tamaño del mercado en cifras en miles UDS. La república, (2018).

Desde luego el tamaño del mercado tuvo un pico inicial en el 2012, reflejando 4.288 millones de dólares para ese año, en el 2013 decayó a UDS4.265, en el 2014 prosiguió con UDS4.147 y en los años 2015 y 2016 promedió entre UDS 3.000 a 3.200, cabe aclarar qué en el 2016, para estos 6 periodos anuales fue el punto de equilibrio que tuvo el mercado cosmético en Colombia y para el año 2017 se vio reflejado el crecimiento con 3.280 millones de dólares.

De otra manera, según un estudio realizado por la Universidad Nacional y la Universidad de los Andes, con el propósito de analizar el impacto económico y social del sector en Bogotá, menciona que: En el año 2013 había 47.194 empleados registrados en los salones de belleza. (Rangel, 2015, pág. 22). Sin embargo, una gran parte de establecimientos no cumplen en su totalidad con los requisitos técnicos definidos por el gobierno, a través del Ministerio de la Protección Social, en donde se establecen los diferentes requisitos para la apertura de dichos locales, también menciona lo primordial en cuanto a bioseguridad e infraestructura los cuales serán identificados posteriormente; además, la mayoría de establecimientos no cuentan con las prácticas necesarias para hacer el negocio viable.

Así mismo, en Medellín según la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia menciona que “En 2014, 1.978 negocios legalmente constituidos relacionados con el sector de la belleza; las peluquerías lideran, con 1.009 locales, y en segundo lugar están los salones de belleza, que son 601”. Después de ello, siguen las barberías, los spas y los locales de relajación. (Propaís, 2014). A pesar de que hay varios establecimientos, se tiene el mismo problema que en la ciudad de Bogotá, en donde la informalidad prima, junto con las prácticas inadecuadas, lo cual genera que el negocio se conciba como artesanal y no como una fuente con potencial para el crecimiento de la economía.

Para el proyecto en estudio, los negocios personales de la belleza peluquería y estética en Colombia reflejan datos cualitativos en cuanto a la funcionalidad de estos establecimientos comerciales. Un estudio de las universidades Nacional de Colombia y de los Andes descrito por Villamil Barrera (2013), confirma que este oficio, además de generar beneficios económicos en el país y ser una alternativa de empleo, ha representado la legitimación de una población con preferencias sexuales distintas a las heterosexuales y, aunque el 20% de los hombres peluqueros no son homosexuales, los clientes los prefieren pues relacionan que el género masculino realiza su trabajo con mejor.

En el contexto a nivel nacional, las actividades mencionadas anteriormente sobre sobre las empresas establecidas en la industria de la belleza y las actividades que se desarrollan dentro de estas entidades Rangel (2015) afirma que el 35% de estas actividades se reflejan en Bogotá por el alto volumen de habitantes. Para ello es importante reflejar qué, la moda influye en el porcentaje de efectividad comercial (pp. 28-29).

Ahora bien, Bogotá ha sido el epicentro de eventos importantes en Colombia, en el 2016 se desarrolla en evento organizado por cámara y comercio Bogotá denominada feria de la salud y belleza, en donde participan 55 mil visitantes. (XIX belleza y salud 2020, 2016). Y para ello es importante destacar, que las barberías participan en esta feria obteniendo resultados de participaciones comerciales importantes, es decir, inversionistas interesados en ampliar las marcas de los negocios.

Por otro lado, localidad de Kennedy ofrece el servicio con unas 944 peluquerías, de las cuales 488 tienen un área inferior de 20mts cuadrados y 506 se encuentran en el estrato tres. Para nuestra segmentación de mercado, encontramos que las peluquerías de áreas entre 20mt² y 50 mt² (Alfonso & Londoño, 2017, pág. 36). No obstante, también se logra identificar el número de

barberías en la localidad de Kennedy, en una investigación de Bogotá existen aproximadamente 56 barberías establecidas en toda la localidad de Kennedy registradas en la página web de Cívico-Bogotá (Cívico, 2019).

2.1.1. Manejo de inventarios en las pymes.

Para contextualizar el manejo de los inventarios en estas empresas, se identifica la entrada de nuevas empresas y los errores que cometen las mismas en el manejo de los inventarios. En el 2017 se registran 100 empresas pymes a nivel nacional, de las cuales, 18 desaparecieron. (Consejo privado de competitividad, 2018). Esto es debido a errores generales que se comente en los procesos internos, de los cuales le habla a continuación.

La medición en los procesos de productividad y la falta de planeación es un común error cometido para estas empresas. En un estudio evaluativo que se realiza para las mipymes, los procesos en los inventarios no son los adecuados; la acumulación de inventarios, el no control de producción, los indicadores de gestión adecuada entre otros. (La república, 2019). Son algunos los factores que afectan a las empresas y terminan culminando sus compañías, ya sea por falta de capacitación o pocos recursos para la aplicación de herramientas que posiblemente controlen el funcionamiento de sus bienes de capital.

De igual manera, un factor clave es la calidad dentro de los procesos de productividad y control de inventarios. Las pymes, siguen manejando los procesos tradicionales, como, manejar de manera manual la entrada y salida de productos y servicios, sin la utilización de las herramientas. (Dinero, 2018). Consecuencia de ello, se llega a generar situaciones de, desperdicios en los tiempos de producción, falta de tecnología, estándares de calidad, falta políticas internas y, son algunos de los problemas que enfrentan las compañías, sin contar, que hay normas que exige el gobierno relacionadas con algunos de los problemas.

2.2. Definición del problema

La oportunidad que se presenta en este proyecto frente a la investigación y desarrollo de la caracterización de aprovisionamiento de las barberías en la localidad de Kennedy, enfocado en las mipymes, presenta un análisis exhaustivo sobre la situación actual de las entidades mencionadas; dicho esto, se identifica un propósito en el documento, que conlleva a un diagnóstico de los aprovisionamientos de esta mipymes.

No obstante, es necesario definir el momento que permite el desarrollo de la investigación, y, este se genera según el comportamiento del mercado en el cual, previamente debe estar identificado para proseguir con la información que se quiere recolectar. Cabe recordar que, mediante la pregunta problema, se define el segmento al cual se dirige la investigación.

De acuerdo a los lineamientos u objetivos definidos, la persona encargada de la recolección y análisis de datos estará a cargo del aspirante a profesional en administración de empresas, quien tiene como objetivo desarrollar los conocimientos adquiridos durante su aprendizaje.

Por último, se establece que la incógnita a solucionar es el proceso de control de inventarios en dicha localidad, para ello se establece unos métodos de recolección de datos, como bibliografía, proyectos previos, y demás, también en cómo gestionan los procesos de cada pedido, y si este es eficiente de la forma en que se maneja.

3. Pregunta problema

Teniendo en cuenta los elementos mencionados en el diagnóstico, acorde a la problemática reflejada en cuanto al control de inventarios, se propone abordar en este trabajo de investigación la siguiente pregunta:

¿Cómo se desarrolla el proceso de control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá?

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Caracterizar los procesos de control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá

4.2. Objetivos específicos

- Identificar los criterios que se utilizan para el control de inventarios en mipymes
- Definir el control de inventarios que se desarrolla en barberías de la localidad de Kennedy
- Analizar las condiciones para el control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy

5. Justificación

Teniendo en cuenta la presente investigación sobre la caracterización del control de los inventarios para los establecimientos comerciales de barberías en la localidad de Kennedy, principalmente radica por la necesidad de identificar factores, características y manejo de los inventarios en este tipo de establecimientos.

A raíz de esta necesidad, este proyecto establece un análisis detallado de cómo gestionan los inventarios en este tipo de empresas. Asimismo, este trabajo se realiza porque se quiere definir una necesidad real que presenta la posibilidad de identificar cómo son los procesos de inventarios en las barberías, la gestión que desarrollan al solicitar un pedido, el espacio y el uso donde almacenan los productos entre otras variables para el desarrollo de la problemática del proyecto.

No obstante, la información que radica en este documento, servirá de base documental o investigación para proyectos a futuro relacionados con la temática que se está trabajando en este documento. También es un aporte cuantitativo y cualitativo para aquellas mipymes o barberías que se vean en la necesidad de mejorar sus procesos de gestión de inventarios en caso de que se desconozca cómo están manejando actualmente los inventarios buscar fortalezas de acuerdo a esta información.

De igual manera, esta propuesta se realiza para conocer qué inventarios se manejan en la localidad de Kennedy, con ayuda de la definición de inventarios implantados en esta zona, el análisis de la deficiencia de los mismos y la identificación de los criterios utilizados en los inventarios.

6. Marco referencial

Es importante mencionar que, en este capítulo se plasmará sobre la historia de los inventarios en su contexto investigativo, de igual manera, se definieran palabras o conceptos que conectan directamente con el desarrollo de la investigación. Es importante destacar, que la información que se extrajo, son revisiones literarias, tesis, revistas científicas, económicas entre otros, que soportaran la investigación de este documento, así mismo, se determinarían las normativas, leyes y decretos que escoltan a los inventarios.

6.1. Marco histórico

El marco histórico data de aspectos importantes de los inventarios, al pasar del tiempo y la relevancia que hoy tiene en Colombia y en las barberías. A continuación, se identifican algunos aspectos importantes, que ayudan a complementar la investigación del proyecto.

6.1.1. Inventarios.

Desde orígenes egipcios y romanos, los inventarios estaban siendo administrados por los emperadores, con un proceso definido y una cadena de abastecimiento en la entrada y salida de los productos. El manejo de los inventarios, se controlaba de manera adecuada tanto en la entrada como salida y el administrador el componente fundamental para el control de los productos. (Revista Universidad de los Andes de Venezuela , 2012, pág. 56). Este mismo control, era dirigido por los emperadores o reyes a cargo, ya que identifica una necesidad, en qué la sequía de agua e insumos era frecuente en algunas épocas y existía despilfarro de alimentos en estas poblaciones.

Por otra parte, nos debemos remontar a Díaz, 1999 (citado por la Revista Universidad de los Andes de Venezuela , 2012) Donde explica, que los inventarios en existencia deben cumplir con 5 requisitos, el primero llamada la tubería o pipe-line donde la distribución debe contener una cadena productiva; el segundo, los inventarios deben ser cíclicos, es decir, se produce pero no de manera continua; el tercer requisito, es que los inventarios son estacionales porque dependen de la demanda y los ciclos de la misma; el cuarto a tener en cuenta, es la seguridad de los inventarios, en dónde se desarrollaron cálculo de pronóstico demandas anteriores para no producir demás y el quinto elemento son los inventarios especulativos, donde la acumulación es frecuente cuándo los precios aumenta.

Después, en una época actual, el control de los inventarios se fue profesionalizando. Ehrhardt & Brigham, 2007 (citado por la Revista Universidad de los Andes de Venezuela, 2012, pág. 56). Aportan que el inventario debe ser eficiente y que debe perseguir 2 objetivos; el primero es garantizar que el inventario está disponible el segundo es optimizar los niveles de costos totales.

6.1.2. Historia en Colombia.

En Colombia, el control de los inventarios se ha ido transformando durante los años. En 1999 a causa de realizar un pronóstico inventarios de mamíferos presentes en un bosque andino ubicado en el departamento de caldas, se aplicó la técnica de detección indirecta. (Sánchez, 2000). En esta técnica se realiza el monitoreo constante de los animales que están siendo perjudicados por una problemática no identifica, estelita permitió la clasificación de una sola especie.

En un caso a nivel nacional, el departamento nacional de climatología junto con la universidad nacional quería pronosticar mediante una herramienta de control de inventario pronosticar el clima en algunos departamentos o regiones. (Pabón, 2006). A partir de esta iniciativa, se implementó la técnica de inventario de fuentes de información, donde se extrajeron datos históricos y por medio de herramientas tecnológicas transformar esos datos en pronósticos.

Por otra parte, en Colombia los inventarios son manejados a partir de las leyes, según Torres y Gonzales, con el trabajo de grado Cambios contables y financieros en inventarios con ocasión de la implementación de las NIIF en Colombia (Torres & Gonzales, 2016). Menciona que al igual que la NIC 2 y la Sección 13 de NIIF para pymes, el concepto dirigido a las microempresas indicado en el Capítulo 8 del Decreto 2706 es que son activos obtenidos para venderse, en proceso de producción con miras a ser vendidos o como materiales o suministros para ser consumidos en el proceso específico de producción o prestación del servicio.

6.2. Marco teórico

Luego, se menciona el marco teórico, guiado por información fundamental frente a la cadena de abastecimiento, inventarios y tipologías de producto.

6.2.1. Cadena de abastecimiento.

La cadena de abastecimiento tiene orden en sus procesos descriptivos en cuanto teorías, el primer orden es la cadena de suministros tradicional, el segundo orden es la logística, tejido de almacenamiento, inventarios, tecnología para los inventarios, tipología de producto.

Dicha cadena, es una fortaleza competitiva en una empresa, pues relaciona integración entre proveedores, a su vez, según (Monterroso , 2002), maneja relaciones con clientes a fin de aumentar el beneficio conjunto de todas las empresas de la cadena.

6.2.1.1. La cadena de suministro tradicional. La cadena de suministro abarca transformaciones tanto para los bienes como servicios, es decir, qué hace un ministro debe tener una cadena consecutiva y conectada. Ahora bien, el enfoque que maneja la cadena de suministro para observar los procesos, son de ciclo y de empuje/tirón (push/pull).

Según un proyecto de grado de la universidad Nacional (Ramirez , 2010), este proceso de push/pull, verifica si los procesos son ejecutados en respuesta a un pedido del cliente o con anterioridad. El proceso de cadena de suministro tradicional se evidencia en la siguiente figura:

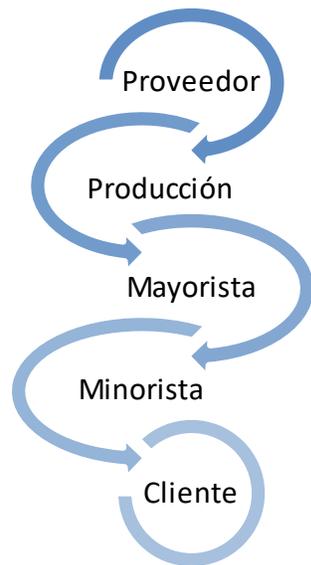


Figura 4. Cadena de suministro tradicional. Autoría propia.

Es el proceso que va desde los proveedores hasta el cliente final. (Vilana Arto, 2011). Así mismo, las estrategias se deben tener en cuenta para cada uno, desde el inicio hasta el final, porque si se interrumpe en el transcurso de la cadena, algún intermediario puede producir consecuencias dentro de la cadena, como por ejemplo, no tener la suficiente oferta para la demanda.

6.2.1.2. La cadena de suministro sincronizada. Los miembros de este proceso se coordinan al realizar los pedidos. De la misma manera, estos se transmiten información acerca del producto. El proveedor considera todo un único inventario y envía mercancía según la demanda. (Vilana Arto,

2011). Aquí se tienen en cuenta varios factores que influyen dentro de los procesos sinérgicos; la capacidad de producción, el ciclo sistemático, las estrategias de sincronización, los costes relativos, todo esto enfocado hacia la cadena de suministro tradicional.

6.2.1.3. Relación entre estrategia y la gestión de la cadena de suministro. En este ítem, se define la implicación de las estrategias con la cadena de suministro y para ello se definen las siguientes estrategias que se pueden implementar para mejorar el control y aplicabilidad de la misma:

- ✓ Tener prioridad a oportunidades para mejorar.
- ✓ Definir objetivos e indicadores clave.
- ✓ Tener planes de trabajo detallados.
- ✓ Realizar ajustes y revisar los procedimientos.
- ✓ Ejecutar lo planteado. (Vilana Arto, 2011).

6.2.1.4. Logística. Se puede definir desde diferentes actividades ya sean económicas, comerciales, administrativas entre otras. Sin embargo, a partir del aporte de un autor la logística empresarial debe empezar de la siguiente manera:



Figura 5. Actividades típicas logísticas. Carro & González (s.f).

Se puede establecer que, la dirección general se maneja bajo diferentes departamentos, el departamento financiero debe cumplir con la sistematización de la información de los inventarios

y los procesos que se llevan a cabo; el departamento información, es quien se encarga del aprovisionamiento de las materias primas para así mismo diseñar mediante la ingeniería la fabricación de los productos terminados y por último el departamento comercial, que se encarga de la distribución de los productos o servicios terminados para que lleguen al usuario final.

6.2.2. Sistema de almacenamiento.

Este proceso busca mantener un orden específico de los productos según su: tamaño, tipo de material y tipo de utilización. (Becerra, Pedroza, Pinill, & Vargas, 2017). De esta forma, se facilita la ubicación, distribución y buena operatividad a la hora de querer adquirir el producto. Es necesario contar con almacenamiento horizontal y vertical, por esta razón, se desarrollan nuevos sistemas en donde el tiempo de almacenar y recuperación son valiosos, para poder optar por almacenar de forma aérea con sistemas automatizados.

6.2.2.1. Reglas para el almacenamiento. El fin de toda empresa o negocio, es la compra y venta de bienes o servicios; es por esto, que se identifican los tipos de inventario FIFO, LIFO o FEFO. (Becerra, Pedroza, Pinill, & Vargas, 2017). Esto permitirá mantener un control en la empresa, así como también conocer al final del período contable la situación económica basada en presencia de inventarios de la empresa.

- FIFO (First in, first out) primero en entrar, primero en salir. El primer producto en ser almacenado, es aquel que salga primero.
- LIFO (Last in, first out) último en entrar, primero en salir. Últimos productos en entrar, son los primeros en salir.
- FEFO (First expired, first out) primero en caducar primero en salir. Se observa el próximo producto en vencer.

Así mismo al establecer las reglas para el almacenamiento continuó y ordenado, estos métodos sirven para clasificar ya sea los productos o servicios que entran o salen y tener un constante control de los inventarios para que no haya un stock de los mismos.

6.2.2.2. Métodos de evaluación. Este método sirve para identificar el costo asignado a las mercancías vendidas y el costo de las mercancías disponibles al terminar el periodo. (Vilana Arto, 2011). De la misma manera, se puede definir de acuerdo a las características o factores particulares de la empresa, desarrollando informes sobre:

- a) Costo específico
- b) PEPS (Primeras entradas, Primeras Salidas)
- c) UEPS (Últimas entradas, Primeras Salidas)
- d) Promedio Ponderado.

6.2.2.3. Almacenes. Es necesario exponer que el tipo o clase de almacén depende de los mecanismos comerciales dentro de los procesos estipulados. (Departamento de Organización de Empresas, E.F. y C, s.f, pág. 4). De acuerdo a lo anterior, la clasificación de almacenes se conforma de la siguiente manera:

- En relación con el flujo de producción.
- Ubicación.
- El tipo de material que se almacena.
- Por la locación.
- La función que cumple la logística.

6.2.2.4. Funciones del almacén. Todo almacén cumple con diversas funciones, de acuerdo con un documento, (Mc Graw Hill, s.f, págs. 9-10), menciona que dependiendo de la clase o tipo de producto este debe cumplir con lo siguiente:

- Una eficiente recepción de productos.
- El almacenaje y mantenimiento.
- La preparación de los pedidos.
- Proceso de organización y control de las existencias.
- Por último, la expedición de productos.

6.2.3. Inventario.

6.2.3.1. La gestión del inventario. La gestión de inventarios debe ir acorde con la estipulación de 4 variables, la planificación, el control, la organización y la dirección enfocados hacia la eficiencia. (Akindipe, 2014, pág. 94). Estas variables, deben enfocarse en la obtención de los insumos, el transporte y almacenamiento para las actividades de producción y gestión; asimismo se deben tener en cuenta, donde la cadena productiva debe ir de la mano hacia la demanda, para la

sostenibilidad de los inventarios y esto se logra a través de las funciones y actividades que apliquen las diferentes áreas mediante la combinación de estas cuatro variables.

6.2.3.2. Valor de la gestión de inventarios. Ahora bien, la gestión de inventarios tiene un valor enfocado en los procesos de mejora de una empresa o negocio, añadiendo valores diferenciales frente a la competencia y la productividad interna. Chalotra, 2013 (citado por Fashaya & Thanasak, 2017, pág. 6). Este valor agregado debe centrarse en la utilización de las herramientas para mejorar la productividad de los productos y servicios; otra perspectiva a tener en cuenta, es la implementación de estrategias para el control de inventarios, lo cual debe considerarse una ventaja competitiva.

6.2.3.3. Clasificación del sistema de gestión de inventario. Para la clasificación del sistema de gestión de inventarios, nos levantamos a Mantho, 1994(citado por Fashaya & Thanasak, 2017. Donde menciona que gestión de inventarios debe clasificarse en tres áreas en base a:

1. El mantenimiento de registros de inventarios, donde se estudia la disponibilidad de compradores y la automatización de los registros de inventarios mediante herramientas recolección de información.
2. La toma de decisiones para el inventario, donde se integran modelos sistematizados para el inventario.
3. MRP (Material requirement planning-Planificación de los requerimientos de material), es un sistema de información de gestión, que informan la obtención de materiales acordes en el momento adecuado, es decir el pronóstico de la adquisición de inventarios.

6.2.3.4. Clases de Inventarios. Los inventarios cuentan con 4 clases, según, (Nif-c4, s.f), menciona lo siguiente:

- Materias primas. No han tenido cambios en el proceso.
- Materias en proceso. El aspecto ha cambiado, además se utilizan para la realización del producto.
- Productos terminados. Son aquellos que serán vendidos.
- Materiales y Suministros. Son herramientas fundamentales para la creación del producto.

6.2.3.5. Elementos de un buen control interno sobre los inventarios. Para tener un buen control de inventarios, según (Nif-c4, s.f), hay que tener en cuenta:

- Contar los inventarios, así seas 1 vez al año.

- Realizar mantenimiento eficiente, y seguido.
- Proteger el inventario con ayuda del almacenamiento.
- Puede acceder a contar el inventario una persona que no conozca las cuentas contables.
- Mantener inventario disponible.
- No tener inventario almacenado por tanto tiempo.

6.2.3.6. Tipos de controles de inventarios. Los tipos de control de inventarios, son importantes para determinar cuál es el correcto en diversos ámbitos, según (López Vega, Aceves López, & Vasquez Jiménez, 2010), menciona lo siguiente:

- EL control preliminar: Serie de procedimientos para garantizar que las acciones se realizarán con propiedad.
- El control concurrente: Este incluye la dirección, vigilancia y sincronización de las actividades según ocurra.
- El control de retroalimentación: Ayuda a corregir posibles errores futuros.

6.2.3.7. Tecnología de información en la gestión de inventario. Ahora bien, a través de autores especializados en el campo se argumenta que la tecnología de información (TI) a través de la automatización en los procesos de gestión de inventarios optimiza y proporcionan datos reales y actualizados. Choudhary & Tripathi, 2012 (citado por Fashaya & Thanasak, 2017, pág. 7). Esto a su vez, proporciona una ventaja competitiva para la producción, dónde la demanda exige y la oferta cumple.

Por otra parte, Chen, Pang, & Pan, 2014 (citado por Fashaya & Thanasak, 2017, pág. 7) Apoyan el uso de herramientas tecnológicas por radiofrecuencia (RFID), esto permitirá a los minoristas ubicar la precisión del movimiento del inventario y aporta a las decisiones en cuanto a transporte del mismo; esto beneficiará tanto a la demanda como la oferta e implicará una mayor eficiencia en la distribución.

6.2.3.8. Factores que influyen en que la eficacia de la gestión de stocks en las pymes de fabricación. Los siguientes autores aportan que, uno de los factores a tener en cuenta es la planificación para la distribución de los recursos e inventarios, que ayudan a medir el re-orden que fluye en la eficacia de la administración; un factor a tener en cuenta es el de la financiación, es decir, que un presupuesto debe ser preciso para que no haya niveles de endeudamiento para las organizaciones. Takim, Munyao y Ester (citado por Shiau , y otros, 2017, pág. 5). Factores

determinan no sólo la gestión ideal para los inventarios, sino que también determina el, cómo administrar los recursos económicos para el control de inventarios, Así mismo esto aplica para las organizaciones en general y esto determinará el tiempo crecimiento en el mercado de la empresa

6.2.4. Tipologías de producto.

Tanto un producto como un servicio a traviesa una serie de etapas por naturaleza a lo largo del tiempo, de acuerdo con (Méndez, s.f, págs. 72-75), a partir de un texto consultado esta será la cronología de lo mencionado anteriormente:

1. Introducción: se trata de la salida del producto al mercado, junto con una serie de campañas publicitarias y promociones ya que el producto no es conocido.
2. Crecimiento: una vez que se reconoce el producto o servicio este tiene un aumento en las ventas, sin embargo, se sigue promocionando para el aprovechamiento económico y competitivo.
3. Madurez: en esta etapa las ventas son máximas y las estrategias de publicidad y promoción disminuyen.
4. Declive: Todo producto tiene obsolescencia y en esta etapa no es la excepción, aquí se manifiesta que la demanda es escasa y la necesidad de crear otro producto o crear un sustituto para el mismo.

6.3. Marco legal

Tabla 3

Marco legal

Ley 1581 de 2012.	En esta ley se protegerán los datos personales, que se brinden a empresas públicas o privadas. Así mismo, se aplica con detenimiento en establecimientos comerciales de belleza, los requisitos para la apertura y funcionamiento de cualquier establecimiento de belleza, están establecidos en título 8 de la Ley 1801 de 2016. (Congreso de la republica, Ley estatutaria 1581, 2012).
Resolución 2827 de 2006	Se establece el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas, es decir, que la secretaría de salud vigilará que se implemente este manual, para

	proteger la salud de las personas. (Congreso de la republica, Resolución 002827, 2006).
Resolución número 2117 de 2010	Se establecen los pertinentes requisitos para la apertura de locales como barberías, peluquerías y demás. (Palacio, Resolución 2117, 2010).
Resolución número 2263 de 2004	Esta resolución se debe cumplir para los establecimientos de centros de estética en donde, se realicen procesos estéticos. (Palacio, Resolución 2263, 2004).

Nota. Tabla construida en base a las referencias citadas.

Del anterior, estas leyes son funcionales para este proyecto porque se establecen una serie de herramientas de investigación, con las cuales se recolecta información personal sobre los establecimientos comerciales. Por otro lado, es pertinente identificar, los decretos leyes y normas que acogen a estos tipos de establecimientos comerciales como lo son las barberías, para contextualizar y establecer preguntas clave de acuerdo a las características de las leyes.

7. Marco metodológico

Continuando con la investigación, en este capítulo se establecerán los criterios que se utilizarán para el desarrollo de la investigación, lo cual darán los resultados y ayudara a identificar la caracterización de aprovisionamiento de las barberías, mediante la construcción de preguntas conectoras, con las cuales se estructurará una encuesta que se ejecutará en la zona de Kennedy central y alrededores de la ciudad de Bogotá, desarrollando el enfoque, la población y muestra y el tipo de investigación.

7.1. Tipo de investigación

El enfoque asignado para esta investigación será mixto, debido a que se desarrollaran herramientas que ayudaran de describir datos agrupados, escritos y orales y observaciones puntuales para justificar el proyecto. Ahora bien, los datos cuantitativos y cualitativos que se recolectarán, darán validez a los objetivos, permitiendo la recolección de información útil y eficiente. EducaMarketing, 2005 (citado por Salazar, Aceves, & Valdez, 2015) en su tesis de investigación menciona que:

El análisis de la situación es la clave tanto en el descubrimiento del problema como en su definición precisa, los objetivos e interrogantes. Este análisis incluye en estudio de aspectos como el macro entorno, la estructura competitiva del sector y los consumidores del producto. Se realiza fomentando las discusiones con y entre directivos, buscando y analizando información secundaria y desarrollando investigaciones cualitativas basadas en entrevistas y dinámicas de grupo (pág. 8).

Una vez recolectados los datos, se procede a la revisión de la información y su respectivo análisis asignándole diferentes tipos de estudio. Sampieri en su libro de metodología de investigación menciona que, algunas veces la investigación se entorna exploratorio, descriptivo o explicativo. (Sampieri, Carlos, & Pilar, 1991, pp. 76-77). En este caso se inicia con determinar el aprovisionamiento de los inventarios en las barberías, luego el proceso descriptivo se desarrolló en el diagnóstico situacional y para ello se fijaron unos objetivos, para que el estudio sea exploratorio, ya que no se encontró específicamente el aprovisionamiento de establecimientos de barberías.

7.2. Técnicas e instrumentos

Para este tipo de investigación se utilizarán las siguientes herramientas:

- Análisis de mercados, en cuanto a la actualidad de la industria cosmética para identificar rangos económicos, crecimiento, empresa constituidas, competencia entre otros factores que se analizan y aportan para la estructura de la investigación.
- Encuesta, estructurada para identificar la caracterización en las gestiones de inventarios en las Mipymes barberas en la localidad de Kennedy ciudad de Bogotá.
- Datos bibliográficos, que nutre sustantivamente el marco referencial, para la identificación de teorías, conceptos, sistema legal que se relaciona con el tema propuesto en este documento.
- Guía de preguntas con respuestas múltiples, 1 sola respuesta, respuesta abierta, entre otros tipos.
- Tesis e investigaciones, que aportan sustancialmente temas relacionados con el título del documento para identificar procesos, controles, planificaciones y demás.

7.3. Población y muestra

En cuanto a la población y muestra es necesario identificar las características del concepto y su definición, según (López, s.f) comunicador social docente UCB-Cbba lo define como un conjunto de personas u objetos que se quiere investigar con respecto a la población y para la muestra se definen reglas, procedimientos y criterios para la población y la investigación.

Por otra parte, una muestra, Según Mata citado en (López, s.f.) la define como “un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población”. Para el desarrollo de esta este proyecto, se decide tomar una muestra mediante el muestreo no probabilístico. Para el desarrollo de esta este proyecto, se decide tomar una muestra mediante el muestreo no probabilístico.

De lo anterior, un Muestro no Probabilístico, según (Scharager & Reyes, s.f.), definen que:

En este tipo de muestras, también llamadas muestras dirigidas o intencionales, la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo (acceso o disponibilidad, conveniencia, etc.); son seleccionadas con mecanismos informales y no aseguran la total representación de la población.

Un concepto que se debe tener en cuenta para la definición de una muestra mediante el muestreo no probabilístico, es el del Muestro por conveniencia cual, mediante un aporte afirma que permite seleccionar casos accesibles, en este caso tiene un accesibilidad y proximidad al sujeto directamente por parte del investigador. (Manterola & Otzen, 2017, pág. 230).

De lo anterior, se define una localidad denominada Kennedy y sus alrededores, con unos subconjuntos denominados barrios o zonas y los criterios, las barberías mipymes del sector de salud y belleza. Ahora bien, previo a la ejecución de la encuesta, se seleccionaron 50 establecimientos barberos en la localidad de Kennedy Central y alrededores con el fin de identificar la caracterización del proceso de control de inventarios de las mipymes barberas.

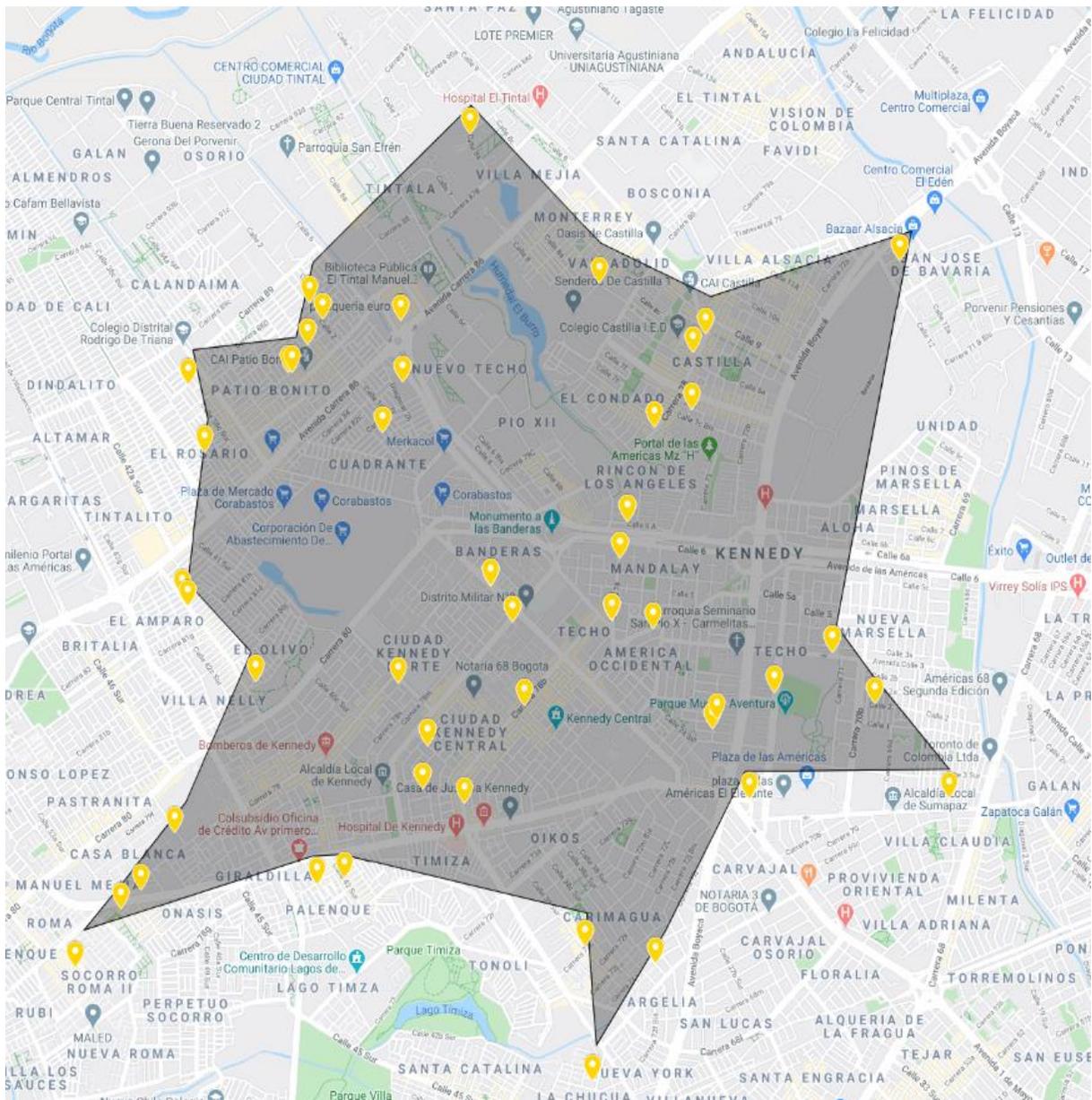


Figura 6. Mapa de Kennedy Central y alrededores. (Google My Maps, 2020).

De acuerdo al desarrollo anterior, se estipula la geo localización donde se ejecutó la encuesta. Cabe recordar que por la cantidad de barberías en Kennedy central y por la limitación, se acogió los alrededores de la zona, abarcando algunas mipymes de Tintal, Patio Bonito y María Paz.

8. Análisis de encuestas

La encuesta está formada por 20 preguntas, donde se esperan recolectar características que permitan identificar la mayoría de procesos que se establecen en las barberías Mipymes con respecto a la gestión de inventarios.

Tabla 4.

Análisis de las encuestas.

Preguntas	Resultado esperado ¿Qué información se espera recolectar?
1. Nombre establecimiento	Para esta consulta, se espera identificar los nombres de los establecimientos ubicados en las zonas de Kennedy Central y alrededores.
2. Dirección	Con respecto a esta consulta, está relacionada con la pregunta 1, aquí se espera que se detalle la ubicación exacta del establecimiento comercial.
3. ¿Cuánto tiempo lleva su negocio en el mercado?	En esta consulta, se aspira dar a conocer el período que tiene la empresa en el campo laboral.
4. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?	Esta pregunta, pretende identificar el número de personas que están vinculadas con el establecimiento, y así poder caracterizar a partir de la escala de trabajadores la categoría de la organización.
5. ¿Qué persona dentro de la empresa tiene la tarea de ordenar las compras?	En esta pregunta se propende identificar, a partir de la estructura organizacional de los perfiles de cargo a quién se le asignó el rol y quién tiene la responsabilidad de generar.
6. ¿Cuál es el medio que se utiliza para contactar a los proveedores?	Esta consulta pretende identificar la forma de contactarse con los proveedores establecidos por la empresa.

7. ¿Con qué frecuencia realiza orden de aprovisionamiento/compras para las siguientes materias primas?	La pregunta número siete, propende dar a conocer la constancia en que se organizan los insumos adquiridos en la barbería.
8. ¿Cuál es el rango de cantidad para cada pedido de Mascarillas (Cajas) Champús (Cajas)?	En esta consulta se espera identificar la cantidad de pedidos en algunos productos seleccionados.
9. ¿Cuál es el rango de cantidad para cada pedido de Cremas faciales (Cajas)?	La respuesta que se espera para esta pregunta es conocer la cantidad específica de cremas faciales.
10. ¿Cuál es el rango de cantidad para cada pedido de Champús (Cajas)?	En esta pregunta se espera conocer cuántas cajas de champú son encargadas por la barbería.
11. ¿Cuál es el rango de cantidad para cada pedido de Cera y Geles (Litros), Crema para afeitar (Litros)?	Esta consulta pretende identificar con exactitud la cantidad encargada de insumos como geles y ceras, en la barbería.
12. ¿Qué tipo de proveedor se maneja para solicitar las órdenes de cada materia prima?	En esta pregunta se espera identificar quién provee de productos a la barbería.
13. ¿Cuál de los siguientes factores es el que considera importante para elegir a un proveedor? • Precio de la materia prima. • Calidad de la materia prima.	Para esta pregunta, se espera identificar qué factores de decisión son fundamentales para que el jefe establezca cuál es el proveedor pertinente para la barbería.

<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades de pago para la compra de la materia prima. • Ubicación geográfica del proveedor para la compra de la materia prima. • Buen servicio al cliente de su proveedor (buena atención, entregas oportunas) 	
<p>14. ¿Cuáles políticas implementa respecto al proceso de aprovisionamiento?</p>	<p>En la siguiente pregunta espera identificar normas, leyes, reglas, entre otras, que implementan estos establecimientos comerciales para los inventarios.</p>
<p>15. ¿Se han generado órdenes de compra adicionales de insumos por desabastecimientos imprevistos?</p>	<p>En esta pregunta se espera identificar si la barbería ha tenido que tomar decisiones inesperadas en cuanto a compras por no tener insumos disponibles.</p>
<p>16. Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI. ¿Cuáles fueron las causas para que realizara un pedido adicional?</p>	<p>Esta pregunta está vinculada con la anterior y aquí se espera identificar el por qué se realizaron pedidos adicionales.</p>
<p>17. ¿Cuáles son las razones por las cuales han devuelto compras de insumos a los proveedores?</p>	<p>En esta pregunta se espera identificar las causas por las cuales se han devuelto los pedidos realizados a proveedores.</p>
<p>18. ¿Cuenta con un área de almacenamiento exclusivo para estas materias primas?</p>	<p>Con esta pregunta se propende dar a conocer si se cuenta con un lugar específico para almacenar materias primas.</p>
<p>19. ¿Cuál es el tamaño de esta área? En M2</p>	<p>Se propende identificar el espacio en metro cuadrado del almacenamiento de los inventarios.</p>

20. Factor a Evaluar Seleccione Si o No	En esta pregunta se quiere identificar características y factores del manejo de los inventarios para estos establecimientos.
---	--

Nota. Autoría propia.

9. Análisis de las respuestas

- Pregunta 1

El enfoque de esta pregunta, es certificar aproximadamente cuántas Barberías existen en la localidad de Kennedy y alrededores. Fue así como se identificaron aproximadamente 50 barberías.

- Pregunta 2

Esta pregunta se estructura, con el fin de indagar las zonas estratégicas en cuanto a ubicación y el por qué estas barberías se encuentran ubicadas en estos sitios. Con respecto a las direcciones, existen zonas y puntos estratégicos en donde hay barberías cercanas a su competencia. Ahora bien, la tendencia en cuanto a ubicación está cambiando, se observa que, las barberías están cercanas a los conjuntos o dentro de ellos. Así mismo, otra tendencia que se observa, es que están generando pedidos sobre los servicios, es decir que, los barberos se trasladan hasta la residencia o sitio indicado para prestar su servicio.

- Pregunta 3

Esta pregunta se desarrolla con el fin de conocer la tendencia en años y el porcentaje de los establecimientos en el mercado, es decir, cuánto tiempo lleva este negocio y ese tiempo se convierte en porcentaje comparado con la estadía en el mercado de los demás negocios.



Figura 7. Respuesta número 3. Autoría propia.

En cuanto a años en el mercado de los establecimientos mipymes-barberías, entre 1 a 3 años lo conforman el 50%, el 48% llevan de 4 a 10 años en el mercado y el 5% entre 11 a 15 años.

- Pregunta 4

Con esta pregunta, se indaga la cantidad de personas que están vinculadas en una organización con características de barbería, de las cuales se identificó lo siguiente:

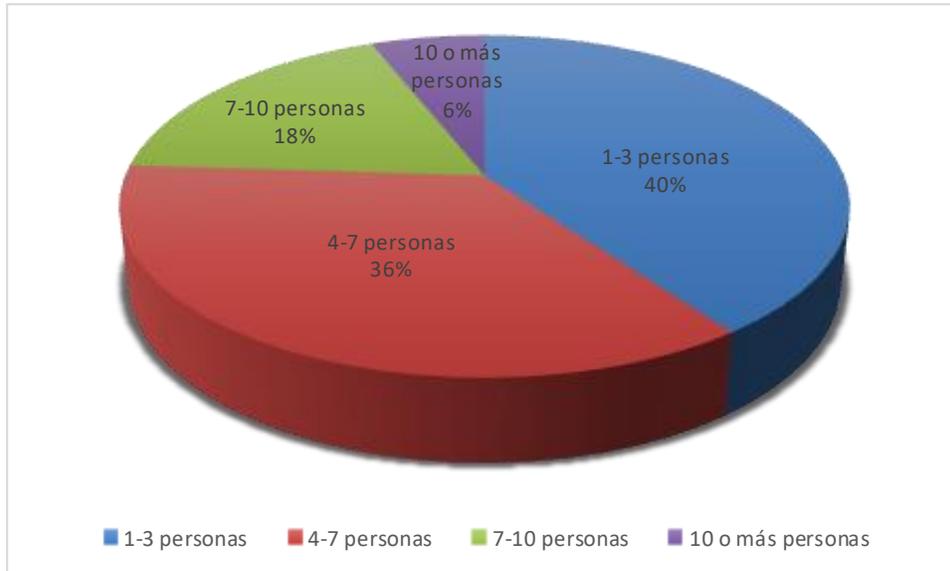


Figura 8. Respuesta 4. Autoría propia.

El empleo en este mercado cuenta con 6% de las barberías que tienen 10 personas (este porcentaje equivale a los grandes formatos y cadenas de marcas), mientras que 18% entre 7 a 10 colaboradores, el 36% entre 4 a 7 y por último el 40% entre 1 a 3 empleados (pertenece en su mayoría a pequeños locales).

- Pregunta 5

En cuanto a compras, esta pregunta se basa en conocer qué tanta libertad, tienen los demás colaboradores a la hora de tomar una decisión de comprar, donde se muestra la siguiente tendencia:

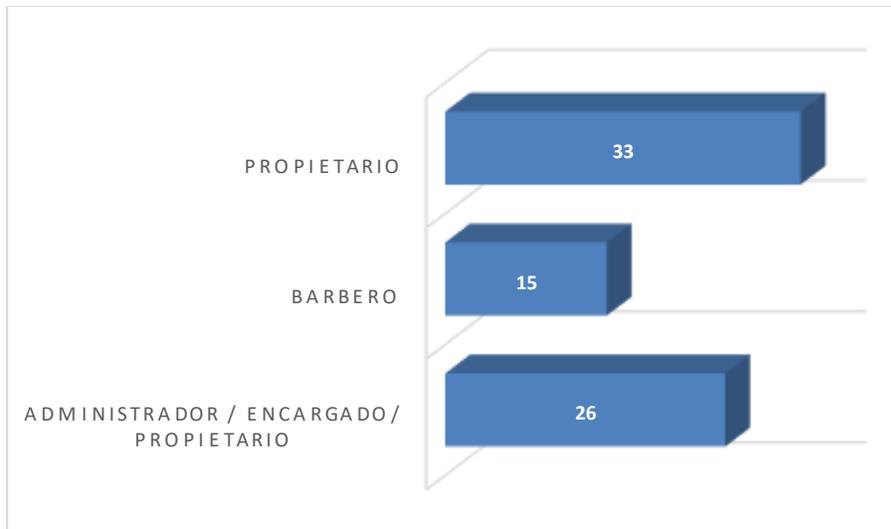


Figura 9. Respuesta 5. Autoría propia.

Se observa que, el propietario es quien en su mayoría toma las decisiones de compra, con un 33%, seguido del administrador quien cuenta como autoridad de realizar la compra con un 26%, mientras el barbero en diversas ocasiones cuenta con poder de decisión de un 15%.

- Pregunta 6

En cuanto a la comunicación con los proveedores, se quería indagar el porcentaje del uso de medios electrónicos para contactar a quien les comercializa la mercancía o si finalmente siguen lo tradicional y es que en persona realizan sus negociaciones.

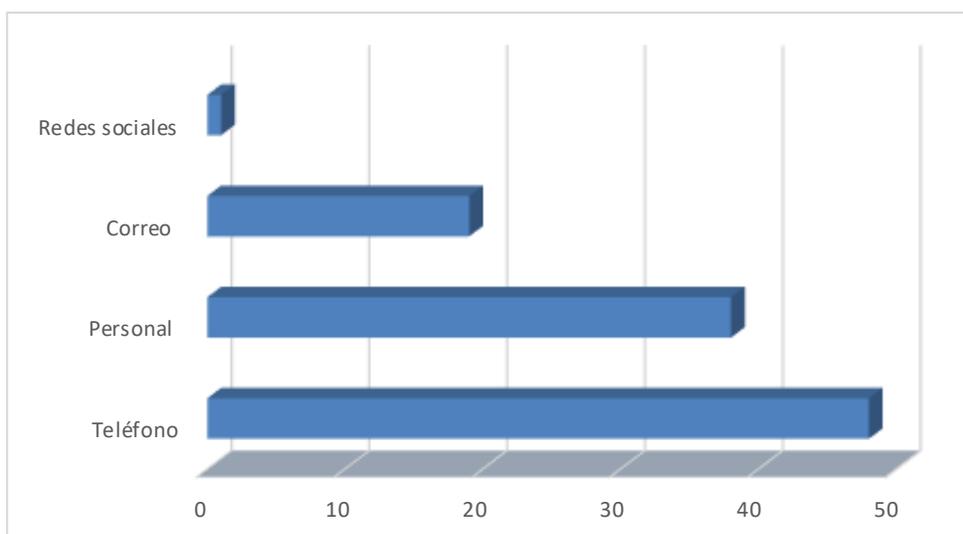


Figura 10. Respuesta 6. Autoría propia.

En esta consulta se encuentra el teléfono siendo el primer factor para realizar la compra contando con un porcentaje mayor a 45%, seguido del medio personal que cuenta alrededor de 35%, lo que significa que muchas personas prefieren el medio tradicional, por supuesto después del teléfono, así mismo, significa que las compras por redes sociales son bajas captando la atención del 5%.

- **Pregunta 7**

En esta consulta, se quería observar cual es la frecuencia de tiempo del orden de las compras en estas mipymes, donde se concluye que:

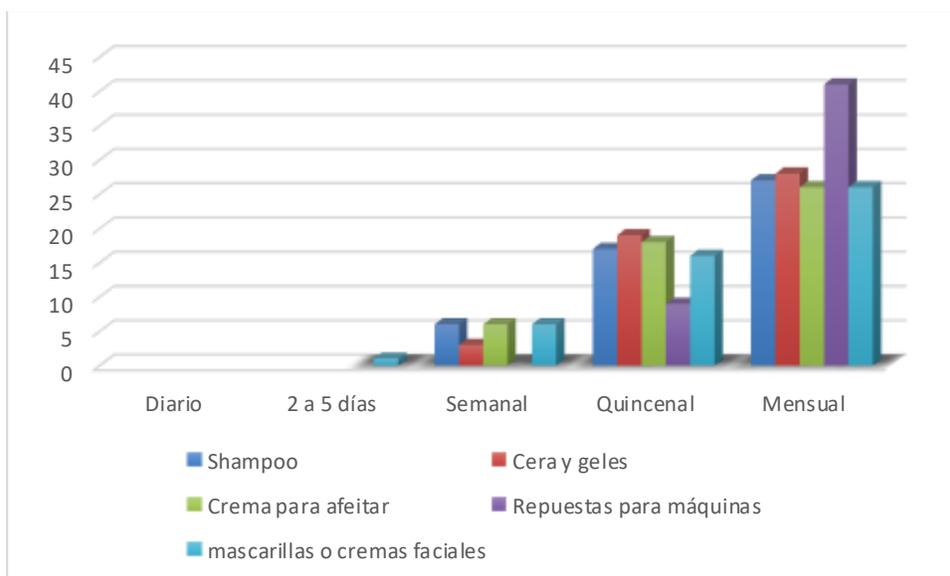


Figura 11. Respuesta 7. Autoría propia.

Los pequeños empresarios consideran que es mejor realizar la orden de compra de manera mensual, productos como el champú, cera y geles, cremas para afeitar, repuestos para máquinas y mascarillas faciales.

Así mismo, estos empresarios si no realizan la orden de compra mensual, la realizan quincenal, que es la segunda forma para comprar más votada en la encuesta.

- **Pregunta 8**

En esta consulta se realiza un comparativo de cantidad comprada en cajas de determinados productos en la barbería.

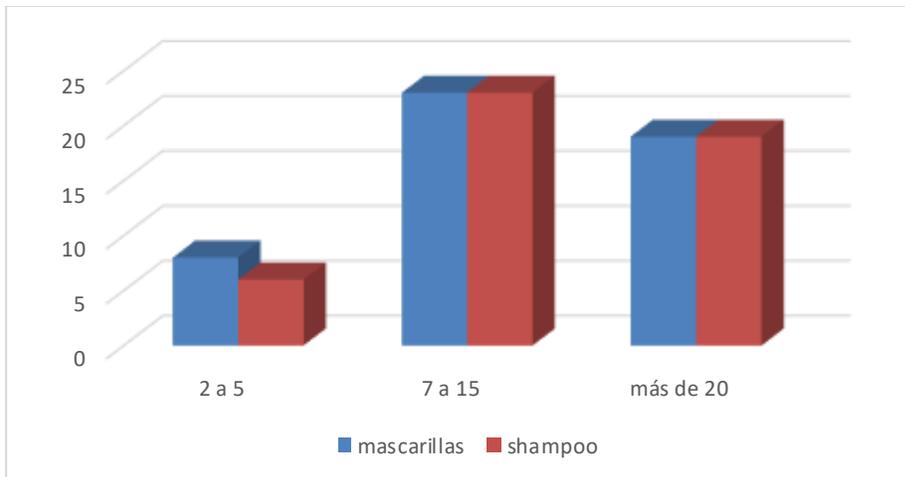


Figura 12. Respuesta 8. Autoría propia.

Se puede concluir que el pedido de champú y mascarilla facial se realiza en mayor medida de 7 a 15 cajas, con un porcentaje del 22%, seguido de este, el pedido se realiza de 20 o mayor a 20 cajas, según la encuesta esta opción equivale a un 18%, el pedido es mayor a 20 cajas, por último, entre 2 a 5 cajas, ocupa un porcentaje menor al 8%.

- Pregunta 9

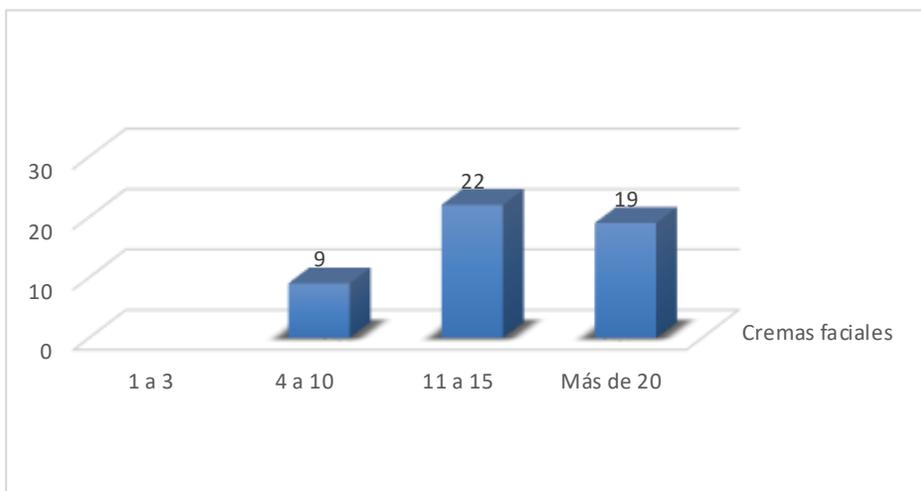


Figura 13. Respuesta 9. Autoría propia.

En cuanto a cremas faciales hay una tendencia y es que entre 20 cajas y 11 a 15, la mayoría prefiere tener grandes cantidades por precio y comodidad en el stock, porque durante la experiencia mencionan que les hace falta algunas veces los productos por diferentes variables.

- Pregunta 10

En esta consulta se pretende conocer la cantidad (en cajas) de pedidos que se realizan de champú.

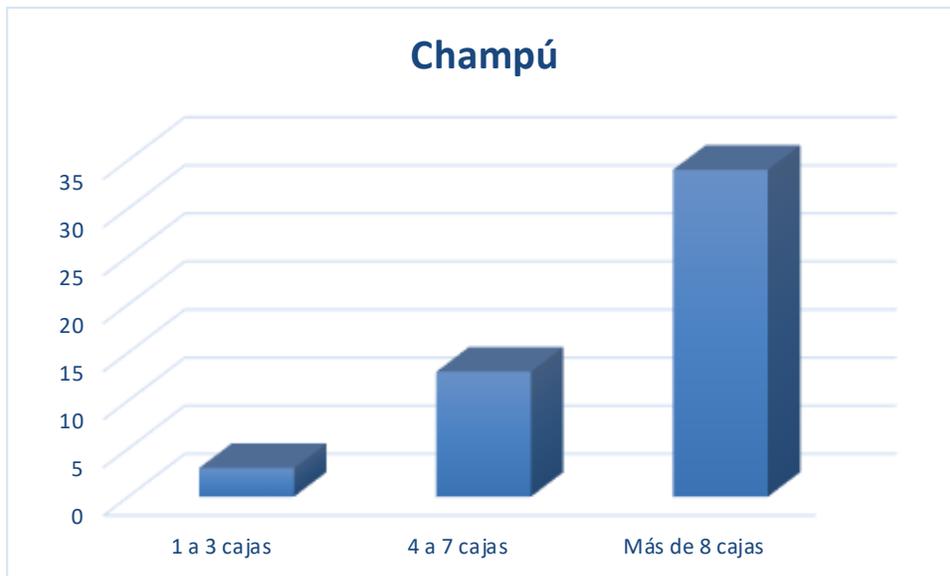


Figura 14. Respuesta 10. Autoría propia.

De acuerdo con los resultados, el champú se compra por cajas, siempre y cuando se mida la fecha de caducidad, predomina mayor o igual a 8 cajas con un porcentaje cercano al 30%, seguido de 4 a 7 cajas con un porcentaje del 11% y por último de 1 a 3 cajas, con un porcentaje del 2%.

- Pregunta 11

La consulta 11 refiere a las compras de crema de afeitar, cera y geles, realizadas en la barbería.

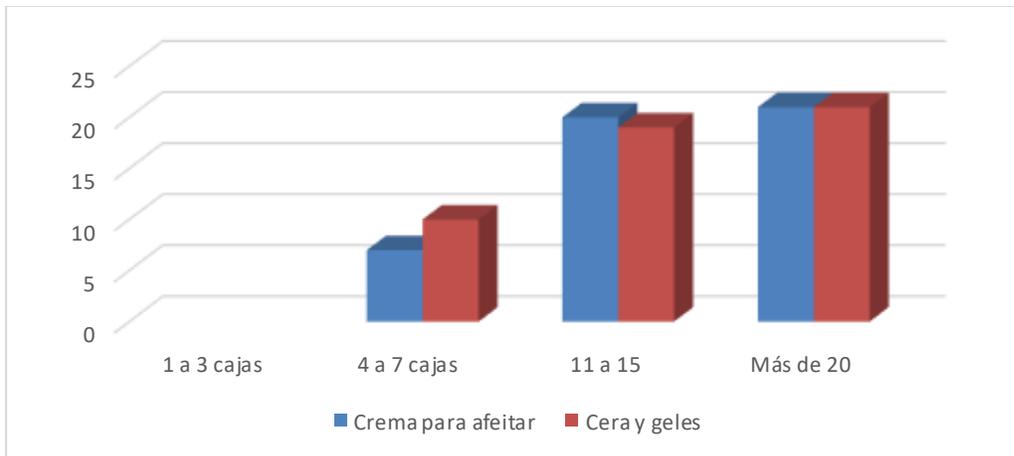


Figura 15. Respuesta 11. Autoría propia.

En cuanto a cera, geles y crema para afeitar, se encuentra que el pedido se realiza mayor a 20 cajas, seguido de 11 a 15 litros, por último, se compra de 4 a 7 cajas, sin realizar ningún pedido de 1 a 3 cajas.

- **Pregunta 12**

El desarrollo de esta pregunta, se enfoca en la indagación de la tendencia de compras y quien predomina en cuanto a formatos de venta, donde se encuentra lo siguiente.

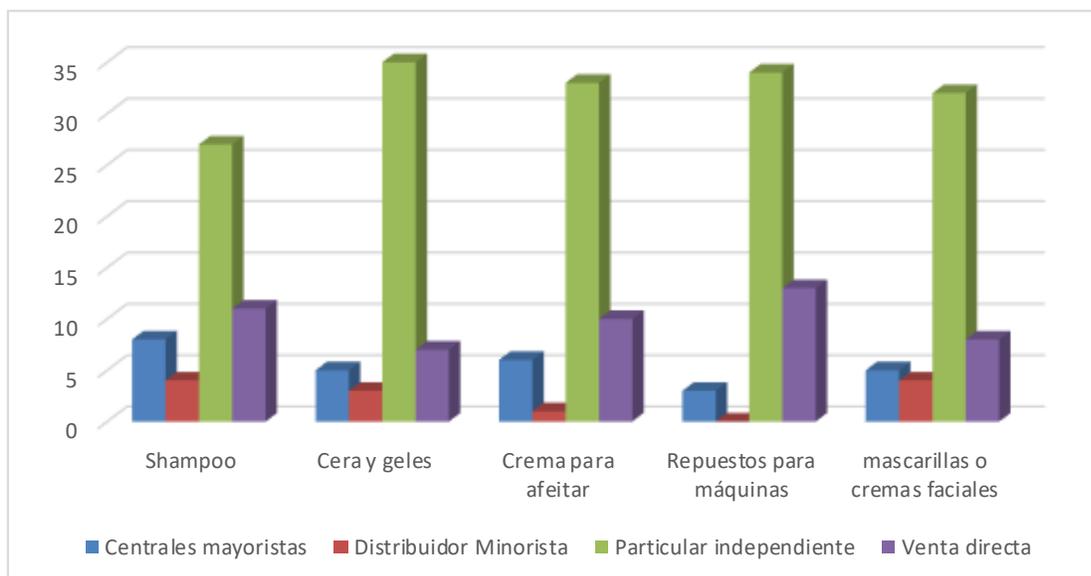


Figura 16. Respuesta 12. Autoría propia.

En su mayoría los proveedores de la barbería son los particulares independientes (ocupando el 25% en cada orden de producto), seguido de la venta directa (Ocupando entre el 5 y 13% por cada producto), dejando en último lugar al distribuidor minorista (Ocupando en cada producto alrededor del 5%).

- Pregunta 13

Se desarrolla esta pregunta, con enfoque cualitativo, porque se quiere conocer, los factores que influyen a la hora de elegir un proveedor.

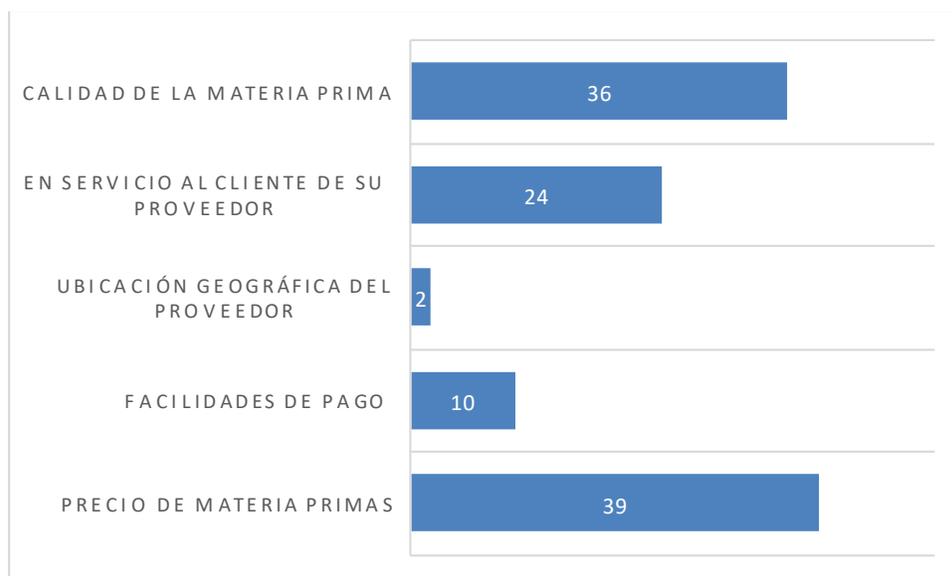


Figura 17. Respuesta 13. Autoría propia.

En una compra, para estas mipymes barberas lo que influye para contratar a un proveedor es el precio y calidad. Una tendencia que se está generando son los medios de pago que ofrece el proveedor ya que el comercio global y nacional está cambiando, existe un proveedor que recibe los pagos por medio del Bitcoin, por eso se menciona que esta particularidad está cambiando y pronto predominara en la decisión de compra.

- Pregunta 14

La razón de esta pregunta, es conocer variables cualitativas en cuanto a políticas internas de las mipymes con características de barbería.

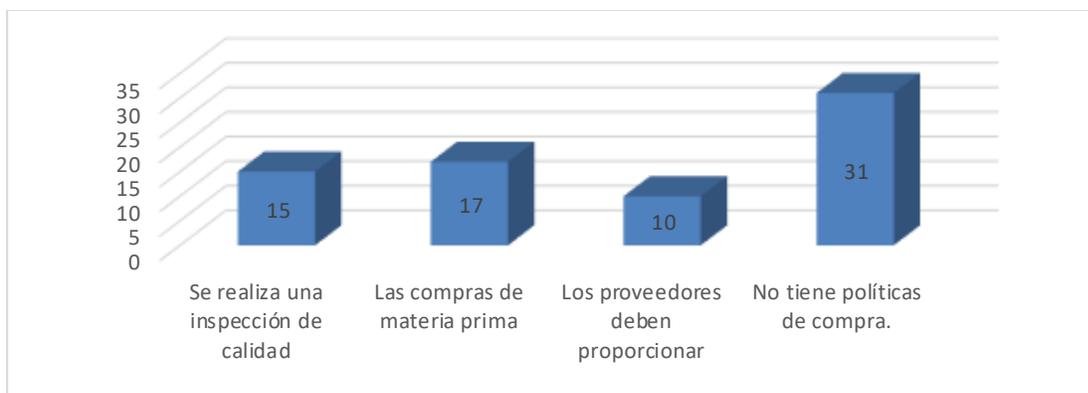


Figura 18. Respuesta 14. Autoría propia.

La mayoría de formatos o locales no tienen políticas de compra (cuenta con un 31%), es decir, que compran según criterios personales. Además de ello, las empresas que sí implementan la política, se enfocan en la compra de la materia prima (con un 17%), seguido de una inspección de calidad (con un 15%).

- **Pregunta 15**

Esta pregunta se enfoca en dar a conocer la cantidad de mipymes que realizan compras adicionales por una emergencia o falta de stock.

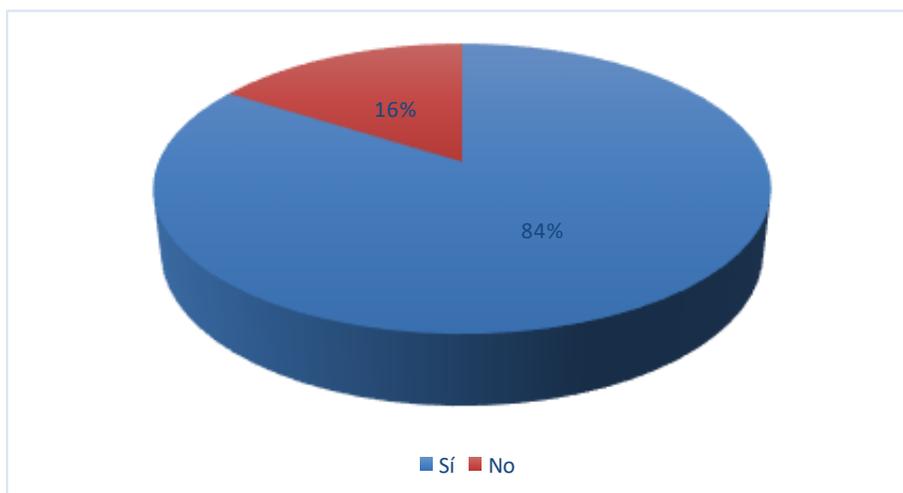


Figura 19. Respuesta 15. Autoría propia.

En cuanto a el porcentaje de los imprevistos acerca de compras, se encontró que el 84% ha generado compras por falta de stock y el 16% se previenen en el stock. Con estos porcentajes, se

puede concluir que la mayoría de mipymes no realiza el debido proceso en el tema de inventarios, realizando el pedido a última hora.

- **Pregunta 16**

Esta pregunta da a conocer la razón por la que el dueño o encargado realizó el pedido de improviso.



Figura 20. Respuesta 16. Autoría propia.

La mayoría de encargados mencionan que la razón por la que hicieron el encargo improvisado es porque no tenían reserva del insumo (Esta respuesta cuenta con el 38% de votación), la segunda razón votada fue que el pedido se realizó tarde y no llegó en el momento indicado (Esta respuesta cuenta con el 19%), por último, la tercera respuesta más votada fue que no se lleva control de materia prima (con un porcentaje del 15%).

- **Pregunta 17**

Esta consulta tiene el fin de mostrar las razones por las que el encargado devuelve un producto al proveedor, donde se halló lo siguiente.

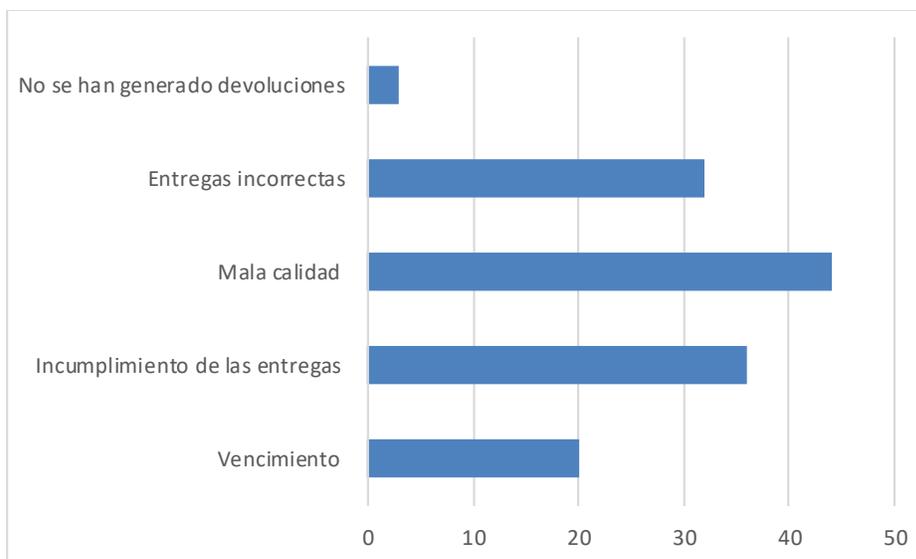


Figura 21. Respuesta 17. Autoría propia.

La mayoría de jefes devuelven el producto por la mala calidad donde el 44% señaló esta opción, la segunda causa de devolución es por el incumplimiento de las entregas con un 36%, finalmente, la tercera causa de devolución son las entregas incorrectas que cuentan con una votación del 33%.

- Pregunta 18

Esta pregunta se realiza para dar a conocer si la barbería cuenta con un almacén exclusivo para el almacenamiento de insumos.

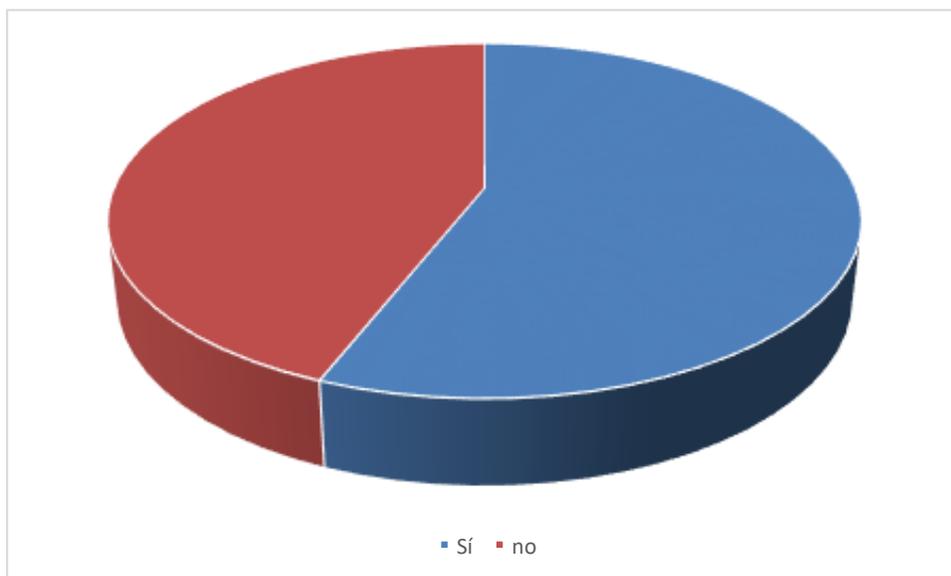


Figura 22. Respuesta 18. Autoría propia.

En estos resultados se encontró que la mayoría de barberías cuentan con el lugar pertinente para el almacenamiento de inventarios, sin embargo, es un alto número de barberías que no tienen este almacén, lo que podría ocasionar desorden de insumos.

- Pregunta 19

Esta pregunta data de identificar el espacio en metro cuadrado de almacenamiento de stock.

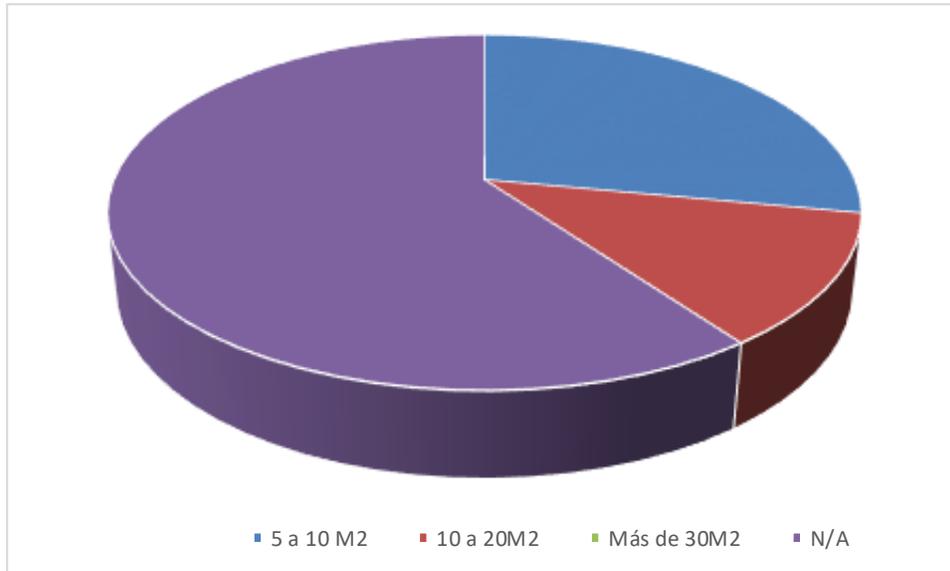


Figura 23. Respuesta 19. Autoría propia

En cuanto a los metros cuadrados del espacio físico de aprovisionamiento, se detalla que esto es un aproximado, donde la mayoría no conocía el espacio específico o sabía que los productos se guardan en algún lugar, pero no sabían las medidas es por ello que la respuesta N/A esta entre no detallado o no tiene espacio físico.

- Pregunta 20

Ahora bien, esta pregunta es cualitativa y cuantitativa, tal fin, tiene como enfoque conocer las características y porcentaje de legalidad a la hora de comercializar los productos y se encuentra que.

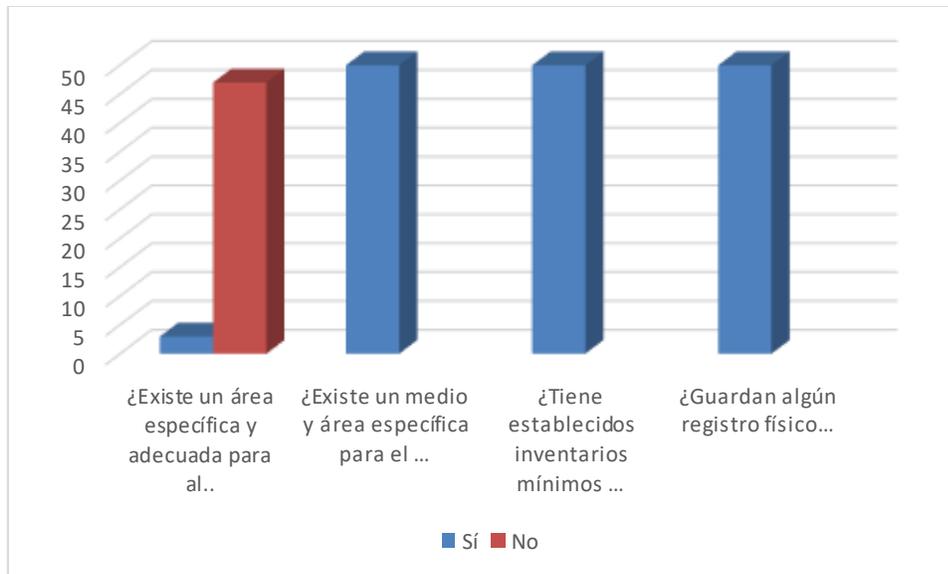


Figura 24. Respuesta 20. Autoría propia.

Se genera una pregunta en cuanto a los datos en tema legal (facturas, normatividad entre otros), se omite la respuesta de cadena fría por la temática, en cuanto a espacio en donde guardar la mercancía se menciona este porque los que no tiene un espacio físico, lo guardan en los mismos cajones de la tienda o el propietario lo guarda en su vivienda. Así mismo se calcula de forma no tradicional la mercancía que se pide es por ello que hay fallos dentro del stock, a los propietarios les hace falta un sistema que calcule el mínimo de inventario que debería tener y en su mayoría todas las barberías que se encuestaron guardan factura por sus compras.

10. Definición de condiciones para el inventario en PYMES

En cuanto a las condiciones para el control de inventarios en las pymes con características barberas de Kennedy se encuentra que, la mayoría no cuenta con un espacio específico para organizar los insumos, o simplemente lo guardan en cualquier lugar donde haya espacio.

Por otra parte, en la encuesta se halló que las pymes no tienen una política de compra, según (Mendoza, 2006), es de vital importancia que todas las áreas de la empresa tengan esta política, sino hay un mal funcionamiento en el área productiva y esto va a repercutir con las negociaciones futuras de la empresa.

Es importante mencionar, que en las encuestas se encontró que estas barberías manejan poco inventario ya que no tienen el espacio suficiente para almacenar pedidos de gran tamaño, es por esto que deciden pedir pocos productos apenas para un tiempo corto determinado.

Posterior a ello, las pymes tienen control nulo de materia prima, es decir, que no realizan conteo, y cuando ven que el producto está próximo en acabarse lo piden sobretiempos al respectivo proveedor.

De acuerdo con, (Cornejo, 2016), menciona que es importante conocer el tiempo en que se almacena un inventario, por razones como que este insumo puede dañarse por durar mucho en bodega o puede que no haya ningún insumo generando retrasos en los procesos de la empresa.

Así mismo, (Cornejo, 2016), alude que existen causantes por los que una empresa incurre en la falta de control de inventarios, donde se mencionan las siguientes: falta de colaboración entre áreas, inexistencia de un protocolo o proceso de operaciones, carencia de recursos tecnológicos y documentos de soporte, necesidad de supervisión y apoyo constante, e informes administrativos no reales.

De esta manera, al analizar las causas generales por las que una empresa no realiza control de inventario, se identifica con ayuda de la respuesta número 14, donde la mayoría de los encargados no cuentan con políticas de compra, es decir, que no conocen las características exactas para realizar pedidos, lo cual alude a que, si no tienen políticas de compra, mucho menos políticas de inventarios, lo cual se evidencia en la respuesta número 16, donde el tercer ítem más votado fue “No se lleva control de materia prima”.

Por otra parte, al evidenciar en una empresa la falta de inventarios, se conocen efectos negativos que se desencadenan, según (Cornejo, 2016), menciona que la falta de procesos en una organización, le da libre elección a los empleados para realizar operaciones diversas en su puesto de trabajo, como desperdicio de material, desorden con los insumos, entre otros.

Ahora bien, una empresa al no tener el control de inventarios definido, acorde con (Cornejo, 2016), no puede emitir informes contables o administrativos de la utilidad que está dejando el producto y estos se considera una falla grave, ya que no se conoce si este insumo, está beneficiando o no a la empresa.

En conclusión, el control de inventarios de las pymes barberas evidenciado en las encuestas es mínimo, pues no hay empresas que lo implementan, así mismo, la mayoría de estos locales se ven afectados en cierta parte por esta falla, ya que se ven obligados a pedir productos fuera de tiempo con afanes. Las pymes no cuentan con un almacén para guardar los insumos, así que guardan la mercancía en el lugar que ven desocupado, esto genera problemas en la distribución del espacio y en el conocer qué productos se encuentran disponibles y cuáles no.

11. Presentación de resultados

Para la presentación de los resultados de las encuestas, se dividirán en 4 apartados, de la pregunta 1-5, 6-10, 11-15 y 16-20:

En el apartado de la pregunta 1-5, se conoce que en Kennedy hay aproximadamente 50 barberías, y que se tratan de ubicar en una zona donde ellos consideran estratégica, así mismo, la mayoría de barberías lleva en el mercado entre 1 a 3 años, quienes trabajan en estos locales son de 4 a 7 personas, y quien en su mayoría toma decisiones con respecto a la decisión de compra es el propietario, guiado por el encargado.

En cuanto a, las preguntas 6 a 10, los administradores contactan y realizan pedidos a los proveedores por medio telefónico, así mismo, los administradores prefieren hacer el orden de compra de manera mensual y quincenal, donde realizan pedidos de más de 7 cajas por producto preferiblemente.

Ahora bien, en el apartado de las preguntas 11-15, se encontró que las razones por las que un encargado elige a un proveedor son precio (el económico), calidad, y servicio al cliente (la forma en que el proveedor atiende al encargado), también que el 84% de los encargados en pymes realizan pedidos de improviso, generalmente porque no hubo un seguimiento constante de la cantidad de insumos presentes en el almacén, contando también que el pedido se realizó tarde y este no llegó a tiempo, seguido de un control nulo de materia prima, posterior a ello, se evidencia que las mipymes encuestadas eligen a proveedores independientes, no obstante se encontró que la mayoría de encuestados no contaban con política de compra, solo se guiaban por lo que dijera el proveedor.

Por último, en las preguntas 16-20, se evidencia que los productos con factor devolutivo se realizan por la mala calidad, por retrasos con el envío, entre otros, ahora bien, la mayoría de pymes encuestadas comentaron que no tienen idea de cuántos metros cuadrados son utilizados para el almacenamiento de los insumos, además, se encuentra en esa misma consulta que aquellos que sí conocen la cantidad de metros cuadrados mencionaron que está entre 5 a 10. Es importante mencionar que los encargados datan que no cuentan con un lugar propio de almacenamiento, así mismo que realizan en varias ocasiones pedidos de forma improvisa porque no hay un conteo frecuente de los insumos existentes.

12. Conclusiones

El proyecto que se realizó identificó la caracterización del proceso de control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy, para esto se realizaron tres apartados que satisfacen los objetivos específicos implementados.

En el primer apartado se buscó identificar los criterios que se utilizan para el control de inventarios en mipymes, en esta sección se realizó una indagación de conceptos fundamentales de los inventarios, cadenas de suministro y demás, contemplando su historia en Colombia y cómo se manejan.

Luego, se definió el control de inventarios que se desarrolla en barberías de la localidad, con ayuda de la encuesta, se encontró que las pymes realizan en su mayoría pedidos de 6 a 7 cajas, también que los proveedores en su mayoría son independientes y las devoluciones aumentan por la mala calidad del producto, por último, que el stock no se concreta ni se tiene una frecuencia definida para hacer la verificación del mismo, solo se conoce cuando el producto ya se acabó.

Para finalizar, se analizó las condiciones para el control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy, donde se encontró que las barberías no tienen un área determinada para guardar los insumos encargados, así mismo, realizan pedidos sobre tiempo al ver que el producto ya se acabó, lo que significa que no tienen en cuenta la revisión de la cantidad de productos existentes.

13. Conclusiones finales

En la caracterización del proceso de control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy, se identificó que las pymes de estas características no cuentan con criterios para el control de inventarios definido, es decir, que en su mayoría no tienen bodegas o cuartos que permitan almacenar mercancía, ni conteo en un período determinado para conocer la cantidad de insumos disponibles.

Así mismo, con ayuda de la encuesta se determina que las pymes barberas de la localidad de Kennedy no cuentan con políticas de compra para realizar pedidos y que las exigencias que realizan a sus proveedores son calidad y precio razonable.

Por último, se comprende que las pymes de la localidad de Kennedy no realizan acciones para tratar esta deficiencia, que genera problemas contables al no saber qué utilidad dejan los insumos que se utilizan, también generan problemas en la distribución de espacio, pues la mercancía se guarda donde esté disponible en ese momento.

14. Recomendaciones

Una vez concluido el proyecto acerca de la caracterización del proceso de control de inventarios en barberías de la localidad de Kennedy, se recomienda realizar una consulta efectiva del proveedor a contratar, para conocer si sus productos son de buena calidad, de esta manera no se pierde tiempo devolviendo el producto.

En segunda instancia, es recomendable establecer un espacio exclusivo para almacenar los insumos que se compraron, pues, habrá un mejor orden de los elementos disponibles, y se conocerá que para encontrar el producto hay que buscar en el lugar determinado para el almacenamiento.

Por último, se recomienda realizar un conteo frecuente de los productos que hay y no hay, para realizar un pedido con tiempo de anticipación, de esta manera se evitaría el problema de comprar un producto por desabastecimiento imprevisto.

15. Referencias

- Akindipe, O. (2014). *Inventory Management – A Tool for Optimal Use of Resources and Overall Efficiency in Manufacturing SMEs*. Obtenido de Documento web: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=283955>
- Alfonso, Y., & Londoño, A. (2017). *Administración y promoción efectiva de peluquerías*. Obtenido de Documento web: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9481/AlfonsoYuly2017.pdf?sequence=1>
- Baners Report. (2017). *Industry Reports*. Obtenido de Web: <http://www.barnesreports.com/WNAICS812111-2017.pdf>
- Becerra, Pedroza, Pinill, & Vargas. (2017). *Implementación de las TIC'S en la gestión de inventario dentro de la cadena de suministro*. Obtenido de Web: <https://revistas.utp.ac.pa/index.php/ric/article/view/1696/2432>
- Carro, R., & González, D. (s.f). *Logística Empresarial*. Mar de plata: Apuntes de estudio .
- Cívico. (2019). *Barberías en Kennedy*. Obtenido de Web: <https://www.civico.com/bogota/localidad/kennedy/categorias/belleza-y-bienestar/barberias-1?page=4>
- Congreso de la republica. (2006). *Resolución 002827*. Obtenido de Web: http://autorregulacion.saludcapital.gov.co/leyes/Resolucion_2827_de_2006.pdf
- Congreso de la republica. (2012). *Ley estatutaria 1581*. Obtenido de Web: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1581_2012.html
- Consejo privado de competitividad. (2018). *Informe de competitividad a nivel nacional 2018-2019*. Obtenido de Informe web: https://compite.com.co/wp-content/uploads/2018/10/CPC_INC_2018-2019_Web.pdf
- Cornejo, D. (2016). *Análisis de la falta de control en el sistema de control de inventarios y logística de la empresa fármaco veterinaria S.A*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12631/1/UPS-GT001652.pdf>

- Corporán, P. (2010). *Peluquero (barbería)*. Obtenido de <https://oei.org.do/uploads/files/programs/20/projects/89/10peluquero-10.pdf>
- Cuesta, M., & Fco, H. (s.f.). *Universidad Andres Bello*. Obtenido de Copyright Universidad de Oviedo: <http://mey.cl/apuntes/muestrasunab.pdf>
- DANE. (2018). *Salud y belleza*. Obtenido de Documento web: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios>
- Definición ABC. (2016). *Productos de belleza*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/cosmetico.php>
- Departamento de Organización de Empresas, E.F. y C. (s.f). Diseño de Sistemas Productivos y Logísticos. En E. y. Departamento de Organización de Empresas, *Tema 7. Almacenes*. (pág. 4).
- Dinero. (2018). *Estos son los principales problemas de productividad de las empresas*. Obtenido de Web: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/problemas-de-productividad-de-las-empresas-colombianas/265182>
- Expósito González, R. (2007). *Barberos y Sangradores en Iberoamérica*. Obtenido de Web: <https://core.ac.uk/download/pdf/16369685.pdf>
- Fashaya, J., & Thanasak, R. (2017). *A Study of Inventory Control Systems by Jamaican SMEs in Retail and Manufacturing/Distribution Industries*. Obtenido de Documento web: https://www.researchgate.net/publication/318639478_A_Study_of_Inventory_Control_Systems_by_Jamaican_SMEs_in_Retail_and_ManufacturingDistribution_Industries
- García, J. (2015). *Propuest de mejoramiento en los proesos de almacenamiento y despacho de materiales en la planta 2 de SYGLA*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2015/156156.pdf>
- Google My Maps. (2020). *Ciudad Kennedy Central*. Obtenido de Web: <https://www.google.com/maps/place/Ciudad+Kennedy+Central,+Bogot%C3%A1/@4.6220603,-74.1565718,16z/data=!3m1!4b1!4m8!1m2!2m1!1sCiudad+Kennedy+Central,+tintal,+pat>

io+bonito,Bogot%C3%A1!3m4!1s0x8e3f9e996bfl d97b:0x29af73658a7cf760!8m2!3d4.6
217099!4d-74.1526223

Grupo Bancolombia. (2020). *Conoce todo sobre las pymes en Colombia*. Obtenido de Web: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/legal-y-tributario/todo-sobre-las-pymes-en-colombia>

La república. (2018). *El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año*. Obtenido de Web: <https://www.larepublica.co/empresas/el-negocio-de-las-peluquerias-y-salas-de-belleza-mueve-300000-millones-al-ano-2776731>

La república. (2019). *No planear y acumular están entre los 10 errores más comunes de las Pyme*. Obtenido de Web: <https://www.larepublica.co/alta-gerencia/no-planear-y-acumular-estan-entre-los-10-errores-mas-comunes-de-las-pyme-que-les-impide-ser-productivas-en-colombia-2882838>

López Vega, D., Aceves López, J., & Vasquez Jiménez, I. (2010). *Tipos de controles de inventario*. Obtenido de Web : https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no69/33a-tipos_de_controles_de_invetarios_mayo_2010.pdf

López, P. (s.f). *Población, muestra y muestreo*. Obtenido de Web: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762004000100012&script=sci_arttext

Manterola, C., & Otzen, T. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Obtenido de Documento web: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Mc Graw Hill. (s.f). *El almacén en la cadena logística*. Obtenido de Documento web: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199278.pdf>

Méndez, J. (s.f). *Técnicas de administración comercial-producto*. Obtenido de Documento web: http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materialdidactico_admon_y_gestion/admon_comercial/m5/ud2.a.pdf

Mendoza, A. (2006). *Importancia de una política de compras para las constructoras*. Obtenido de <http://pdfs.wke.es/4/0/7/4/pd0000014074.pdf>

- Monterroso , E. (2002). *La gestión de abastecimiento* . Obtenido de <http://www.ope20156.unlu.edu.ar/pdf/abastecimiento.pdf>
- Montoya, A., Montoya, I., & Castellanos, O. (2010). *Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: elementos actuales y retos*. Obtenido de Documento web: <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n1/v28n1a13.pdf>
- Nif-c4. (s.f). *Inventarios*. Obtenido de Web : <https://www.uv.mx/persona/lalsalas/files/2012/04/INVENTARIOS.pdf>
- Pabón, J. (2006). *El clima de Colombia durante los siglos XVI - XIX a partir de material histórico. Parte 1: inventaré fuentes de información*. Obtenido de Documento web: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/view/1288/1834>
- Palacio, D. (2004). *Resolución 2263*. Obtenido de Web: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%202263%20DE%202004.pdf
- Palacio, D. (2010). *Resolución 2117*. Obtenido de Web: http://autorregulacion.saludcapital.gov.co/leyes/Resolucion_2117_de_2010.pdf
- Pérez Hernandez, J. (2018). *Investigación para validar el concepto de versión club barbería* . Obtenido de Web : http://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83860/1/TG01966.pdf
- Pilot. (2015). *Manual de consulta: Gestión de pedidos y distribución*. Obtenido de <https://logispyme.files.wordpress.com/2015/11/pedidos1y2.pdf>
- RAE. (s.f). *Cera*. Obtenido de <https://dle.rae.es/cera>
- RAE. (s.f). *Rango*. Obtenido de <https://www.rae.es/drae2001/rango>
- Ramirez , S. (2010). *Modelización de una cadena de abastecimiento (supply chain) para el sector textil-confección en el entorno colombiano*. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/2001/1/71656936.20101.pdf>
- Rangel, D. (2015). *Factibilidad del proyecto de peluquería para hombres de estratos 5 y 6 en la ciudad de Medellín*. Obtenido de Documento web:

- https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/7745/DianaXimena_RangeIVarela_2015.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Revista Dinero. (2019). *Así son las Pymes colombianas*. Obtenido de Web: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/datos-claves-de-las-pymes-colombianas/276956>
- Revista Universidad de los Andes de Venezuela . (2012). *Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas*. Obtenido de Revista web: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>
- Roberto, S., Carlos, C., & Pilar, B. (1991). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Documento web: https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- RODAS, el Repositorio de Objetos de Aprendizaje de la Universidad de Sevilla. (2009). *Tipos de Muestreo*. Sevilla: Publicaciones RODAS Repositorio de Objetos de Aprendizaje de la Universidad de Sevilla.
- Salazar, A., Aceves, J., & Valdez, D. (2015). *Importancia de una investigación de mercado*. Obtenido de Documento web : https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no71/49a.-_importancia_de_la_investigacion_de_mercado_nx.pdf
- Sánchez, F. (2000). *Inventario de mamíferos en un bosque andino del departamento de caldas, Colombia*. Obtenido de Documento web: <http://www.infobosques.com/descargas/biblioteca/202.pdf>
- sas, sa, as, sasasa, a, a, . . . x. (441541). *asasasassasaas*. Obtenido de s: asasa
- Scharager, J., & Reyes, P. (s.f.). *Escuela de Psicología - Pontificia Universidad Católica de Chile*. Obtenido de Escuela de Psicología - Pontificia Universidad Católica de Chile: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31715755/muestreo.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1531842099&Signature=Qt2mE%2F7FN80ubHLMvOfm6yen4hI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DMetodologia_de_la_Investigacion_Esc

- Servinformación. (2018). *Industria de la belleza*. Obtenido de Web: <https://servinformacion.com/?s=industria+de+la+belleza>
- Shiau , W., Tasmin, R., Nor Aziati, H., Zuraidah , R., Fadillah , B., & Li Ping, Y. (2017). *Factors Influencing the Effectiveness of Inventory Management in Manufacturing SMEs*. Obtenido de Documento web: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/226/1/012024/meta>
- Tecnología farmacéutica . (2009). *Geles*. Obtenido de http://depa.fquim.unam.mx/amyd/archivero/Geles_5454.pdf
- Torres, & Gonzales. (2016). *Cambios contables y financieros en inventarios con ocasión de la implementación de las Niff en Colombia* . Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3694/Cambios%20contables%20y%20financieros%20en%20inventarios%20con%20ocasi%C3%B3n%20de%20la%20implementaci%C3%B3n%20de%20las%20NIF%20en%20Co.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Universidad de Jaén. (s.f). *Criterio 5: Procesos* . Obtenido de https://www.ujaen.es/servicios/archivo/sites/servicio_archivo/files/uploads/Calidad/Criterio5.pdf
- Universidad Militar Nueva Granada;. (s.f). *Conceptos básicos de los inventarios*. Obtenido de http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion_empresas/contabilidad_general/unidad_4/DM.pdf
- Vilana Arto, J. (2011). *La Gestión de la Cadena de Suministro*. Obtenido de Web: https://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:75237/componente75235.pdf
- XIX belleza y salud 2020. (2016). *Feria de la salud y belleza*. Obtenido de Web: <https://feriabellezaysalud.com/?d=modulos/n/view&id=944&i=1>

16. Anexos

- Anexo 1, encuesta

Encuesta sobre Caracterización de los procesos de aprovisionamiento en las barberías mipymes en la localidad de Kennedy-Bogotá.

Buen día, la siguiente encuesta se realiza con el fin de caracterizar el mercado de las Barberías, se encuentra enfocado en factores como, comportamiento del mercado, manejo de inventarios, procesos entre otros, descubriendo en sí las características con mayor relevancia.

***Obligatorio**

1. Nombre establecimiento

2. Dirección

3. ¿Cuánto tiempo lleva su negocio en el mercado?

Marca solo un óvalo.

- 1 - 3 Años
- 4 - 10 Años
- 11 - 15 años
- Más de 20 años

4. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Marca solo un óvalo.

- 1 - 3 Personas
- 4 - 7 Personas
- 7 - 10 Personas
- 10 o más personas

5. ¿Qué persona dentro de la empresa tiene la tarea de ordenar las compras?

Selecciona todos los que correspondan.

- Administrador /
 Encargado Propietario
 Barbero

6. ¿Cuál es el medio que se utiliza para contactar a los proveedores? Puede escoger más de 1 opción

Selecciona todos los que correspondan.

- Teléfono
 Correo
 Personal

7. ¿Con qué frecuencia realiza orden de aprovisionamiento/compras para las siguientes materias primas?

Marca solo un óvalo por fila.

	Diario	2 a 5 días	Semanal	Quincenal	Mensual
Shampu	<input type="radio"/>				
Cera y Geles	<input type="radio"/>				
Crema para afeitarse	<input type="radio"/>				
Repuestos para maquinas	<input type="radio"/>				

8. ¿Cuál es el rango de cantidad para cada pedido de: *

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2 a 5	7 a 15	más de 20
Mascarillas (Cajas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shampus (Cajas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Cuál es el rango de cantidad para cada pedido de:

Marca solo un óvalo por fila.

	1 a 3	4 a 10	11 a 15	Más de 20
Cremas faciales (Cajas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Cuál es el rango de cantidad para cada pedido de:

Marca solo un óvalo por fila.

	1 - 3 Cajas	4 - 7 cajas	Mas de 8 Cajas
Shampoo (Cajas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Cuál es el rango de cantidad para cada pedido de:

Marca solo un óvalo por fila.

	1 a 3	4 a 10	11 a 15	Más de 20
Cera y Geles (Litros)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crema para afeitarse (Litros)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. ¿Qué tipo de proveedor se maneja para solicitar las órdenes de cada materia prima?

Marca solo un óvalo por fila.

	Centrales mayoristas (Grandes superficies)	Distribuidor minorista	Particular independiente	Venta Directa
<u>Shampoo</u>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sera y Geles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crema para afeitarse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Repuestos para maquinas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mascarillas o cremas faciales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. ¿Cuál de los siguientes factores es el que considera importante para elegir a un proveedor? Escoger máximo 2 de la lista:

Selecciona todos los que correspondan.

- Precio de la materia
- Calidad de la materia prima
- Facilidades de pago para la compra de la materia prima
- Ubicación geográfica del proveedor para la compra de la materia prima
- Buen servicio al cliente de su proveedor (buena atención, entregas oportunas...)

14. ¿Cuáles políticas implementa respecto al proceso de aprovisionamiento?

Selecciona todos los que correspondan.

- Se realiza una inspección de calidad de la materia prima cuando se recibe (peso, fecha vencimiento, estado empaque...etc.)
- Las compras de materia prima deben ser autorizadas por una persona encargada
- Los proveedores deben proporcionar un pago a crédito de compras
- No tiene políticas de compra

15. ¿Se han generado órdenes de compra adicionales de insumos por desabastecimientos imprevistos?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

16. Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI. Cuáles fueron las causas para que realizara un pedido adicional

Selecciona todos los que correspondan.

- No se tenía reservas de materia prima
- Se realizó el pedido tarde y no llegó a tiempo la materia prima
- No se lleva un control de la materia prima que se tiene
- Olvido de la persona encargada de realizar el pedido a tiempo
- N.A
- Otro: _____
-

17. ¿Cuáles son las razones por las cuales han devuelto compras de insumos a los proveedores?

Selecciona todos los que correspondan.

- Vencimiento
- Incumplimiento en las
- entregas Mala calidad
- Entregas incorrectas
- No se han generado devoluciones de materia prima
- Otro: _____

18. ¿Cuenta con un área de almacenamiento exclusivo para estas materias primas?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

19. ¿Cuál es el tamaño de esta área? En M2

Marca solo un óvalo.

- 5 a 10 M2
- 10 a 20 M2
- + 30 M2
- N/A

20. Factor a Evaluar Seleccione Si o No

Marca solo un óvalo por fila.

	Sí	No
¿Existe un área o medio específico y adecuado para el almacenamiento y/o disposición de desechos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tiene establecidos "Inventarios Mínimos" para cada materia prima?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Guardan algún registro físico/digital de la compra de las <u>materias primas</u>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>