

PROTECCIÓN FINANCIERA DEL INVENTARIO EN ENTORNOS INFLACIONARIOS, DESAFÍOS PARA EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL EN VENEZUELA

FINANCIAL PROTECTION OF INVENTORY IN INFLATIONARY ENVIRONMENTS, CHALLENGES FOR RETAIL COMPANIES IN VENEZUELA

Marisol Araujo Calderón¹

 <https://orcid.org/0000-0002-9564-4604>

Recibido: 19-09-2024

Aceptado: 18-10-2024

Resumen

Actualmente, las grandes corporaciones industriales incluido el sector retail, están conscientes que la forma de dar respuesta al cliente y reducir costos en periodo de crisis inflacionarias implica combinarse con mecanismos de protección financiera, para encontrar un punto de equilibrio entre la flexibilidad y complejidad. En este sentido, una de las áreas con un fuerte impacto en el quehacer empresarial es el inventario afectado por las vulnerabilidades económicas y el acelerado ritmo fluctuante. Señalado esto, se traza el objetivo de analizar la protección financiera del inventario en entornos inflacionarios, como el más grande desafío para las empresas del sector Retail en Venezuela. Enmarcado en el paradigma positivista, con enfoque cuantitativo, diseño, no experimental, en un tipo de investigación de campo bajo el nivel descriptivo, se realizó análisis muestra los puntos donde confluyen y permiten comparar los resultados obtenidos de las empresas consultadas las que requieren políticas inminentes para mantener el inventario en los niveles precisos y desde luego administrado de manera acorde como el objetivo fundamental de satisfacer la demanda y continuar su operatividad en el complejo entorno inflacionario actual, con respuestas inmediatas para alcanzar sus objetivos 0producto de las distintas condiciones económicas cambiantes.

Descriptor: Protección Financiera; Inventario; Entornos Inflacionarios; Sector Retail.

Abstract

Currently, large industrial corporations, including the retail sector, are aware that the way to respond to customers and reduce costs in times of inflationary crises involves combining financial protection mechanisms to find a balance between flexibility and complexity. In this sense, one of the areas with a strong impact on business is the inventory affected by economic vulnerabilities and the accelerated fluctuating rhythm. With this in mind, the objective is to analyze the financial protection of inventory in inflationary environments, as the greatest challenge for companies in the retail sector in Venezuela. Framed in the positivist paradigm, with quantitative approach, non-experimental design, in a field research type under the descriptive level, the analysis shows the points where they converge and allow comparing the results obtained from the consulted companies, which require imminent policies to maintain the inventory in the precise levels and of course managed accordingly as the fundamental objective to satisfy the demand and continue its operability in the current complex inflationary environment, with immediate answers to reach its objectives as a result of the different changing economic conditions.

Descriptors: Financial Protection; Inventory; Inflationary Environments; Retail Sector.

¹ Lcda. en Administración mención gerencia. MSc. en Gerencia Financiera. Docente Investigador

Coordinadora de Programas y Proyectos en Ciencias Económicas Universidad Yacambú. Doctoranda en Gerencia. Losiram69@gmail.com

Introducción

Con el pasar de los años y la voluntad por apoyar el espiral del conocimiento, en los umbrales de la cuarta revolución industrial en la que converge el encuentro entre las diversas tecnologías y las formas de administración tradicionales, las que han venido evolucionando rápidamente haciendo frente a un crecimiento exponencial en la capacidad de procesamiento, velocidad de comunicación y capacidad de almacenamiento, permiten que el nivel de madurez en las soluciones empresariales y comerciales se incrementen vertiginosamente.

Es evidente entonces, que las empresas se encuentran ante el desafío de gestionar un complejo equilibrio, por una parte, deben mantener su capacidad de servir a clientes, garantizar ingresos, retener su fuerza de trabajo para operar, por otra parte, al mismo tiempo proteger y preservar sus finanzas para sobrevivir; producto de la actual situación de la economía mundial la que a su vez influye en el desarrollo de la economía nacional y en el sector retail.

Sobre esta apreciación, ante el dinamismo y la complejidad, en la última década Venezuela ha visto crecer la incertidumbre financiera en torno al sector empresarial. Refiere Casique (2015) que “es necesario hacerse de mecanismos orientados a la protección financiera con el objeto de lograr la eficiencia en relación a la administración de recursos, su impacto financiero y la continuidad del negocio” (s/p), en esta realidad, cobra importancia el perfil de sus integrantes y las herramientas con las cuales las empresas pueden desarrollar lo cual constituye sus actividades, planes, tácticas o líneas de acción, un factor importante en el logro y cumplimiento de una gestión transparente, eficiente y eficaz.

Después de las condiciones expuestas por el autor, existen varios mecanismos de protección financiera que pueden utilizarse con el fin de resguardar las inversiones de las empresas, entre los que destacan la gestión de los inventarios y los mecanismos innovadores de mercado de capital; adoptarlos, es esencial porque facilita la disponibilidad de fondos con la rapidez que se necesitan, a la vez que reduce la carga financiera ex post de la recuperación y reconstrucción después de un evento inflacionario, sin más propósito que, el de estabilizar, transferir o retener los riesgos inminentes producto de las actuales circunstancias. Al respecto Deloitte (2020) señala que:

Quando se aplica la protección financiera se benefician cuatro grupos a saber gobiernos nacionales y locales, propietarios de viviendas, pequeñas y medianas empresas, agricultores y la población más pobre, por tanto, cuando se habla de mecanismos de

protección financiera se refiere a esfuerzos sistémicos de reducción de la vulnerabilidad económica y, por tanto, al aumento de la resiliencia financiera ante desastres. (p.2)

Es decir, que se aborda bajo aspectos fundamentales orientados a prevenir o mitigar para proteger la infraestructura y capacidad productiva a costos razonables, dando respuesta efectiva en caso de desastre con lo que se logra mantener los niveles de inventarios. Se agrega además, que todas las empresas sin importar el tipo (bienes o servicios) o las funciones que la misma realice poseen un inventario, es decir, cuentan con una serie de artículos y/o recursos que permanecen almacenados para ser utilizados posteriormente en los procesos productivos de las mismas; en ello radica principalmente la necesidad de hacer frente a las demandas de los clientes cuando éstas se producen, en el intento de evitar interrupciones en el proceso de producción o de prestación de servicios de la empresa.

Ahora bien, dado que toda empresa, sea de producción, comercialización o de servicios requiere de aprovisionamiento de productos para llevar a cabo sus actividades de producción y/o venta y por consiguiente la existencia de inventarios se presenta la necesidad de contar con mecanismos que le permitan responder ante fluctuaciones asociadas a la demanda y oferta del producto, así como a la incertidumbre en los tiempos de entrega por parte de los proveedores, no obstante, el tener altos o bajos niveles de inventario tiene como resultado el incremento de los costos asociados, a su vez que consumen una cantidad importante de los recursos financieros totales de la empresa.

Como consecuencia de esto, la correcta gestión de los mismos supone conocer el volumen de circulante necesario para su mantenimiento y realizar previsiones de tesorería acertadas, de ahí que la gestión del inventario reseña el valor de la cantidad de inventario que conviene conservar, la fecha en que se colocarán las órdenes y la cantidad de unidades que se deberá ordenar en cada ciclo, teniendo en cuenta que se hace más complicado organizar cuando el mercado en el que se especializa la empresa es dinámico, bien sea por la variabilidad que existe en cuanto a costos y demanda de los diferentes productos o por fluctuaciones aleatorias y los tiempos de reposición, siendo estas las causas fundamentales en los problemas de cómo gestionar los de inventarios.

Con referencia a lo anterior, en palabras de Meana (2017), gestionar un inventario es uno de los temas más complejos y apasionantes en la logística de la empresa, debido a que, si se mantiene poco stock de un producto, genera costosas interrupciones en los procesos o servicios que requieran de dicho producto, pero si se mantiene demasiado stock del producto, se genera un

costo por tener un capital inmovilizado. Es un problema común el exceso de productos que no se venden, y la falta de productos muy demandados, de esta manera, la gestión de inventario permite generar una política de inventario, que responde ¿Cuánto y cuando pedir?

Dicho esto, el inventario es un elemento crítico en la cadena de suministros de una empresa, que en situaciones de crisis se ha incrementado aún más porque ve comprometido su objetivo que es tener el producto correcto en el lugar indicado y en el momento exacto. Al respecto KPMG (2020), señala que:

Ni en los ejercicios de riesgo más extremos se había pensado en un escenario como el provocado por la crisis sanitaria, estas circunstancias producto de la incertidumbre, orientaron a las empresas a nuevos contextos de negocio dirigidos a enfrentar la reducción del ingreso y a mitigar el deterioro del sistema productivo de cada país. (p.1).

En este sentido, dependiendo el caso particular y la industria, cierta filosofía operativa como la de niveles de inventario extremadamente ajustados o incluso estrategias de cross docking puro, se han visto desafiadas. En lo referido a cómo gestionar el inventario, de acuerdo con los analistas de la consultora KPMG, “el impacto de Covid-19 ha puesto en revisión muchos paradigmas tradicionales, lo que hace que las cadenas de suministro globales comiencen a cuestionarse variables que se habían asumido anteriormente como implícitas”, (p.5).

Es por ello que, con los entornos inflacionarios que por años vienen presentándose en Venezuela, surge la necesidad por el cambio de los patrones de conducta de los clientes, a modificar procedimientos muy arraigados que lleva la empresa, en los que, los cuadros gerenciales deben hacer evidente las vinculaciones que existen entre los componentes del flujo de caja libre de la empresa y las decisiones cotidianas porque la administración del capital de trabajo se hace crítica, lo que requiere una estrecha colaboración entre las áreas que producen, comercializan y administran.

Ortiz y Jaramillo (2016) afirman que gerenciar en entornos inflacionarios es vivir sometido a la constante presión de tomar decisiones rápidamente y con información incompleta, es combinar movimientos tácticos de corto plazo, con el simple propósito de sobrevivir, con reposicionamientos estratégicos basados en la premisa que las altas tasas de inflación probablemente se mantendrán durante muchos años.

Es decir, bajo las actuales circunstancias, el dinero no debe permanecer ocioso, bajo ningún concepto, es necesario actuar decididamente en entornos de precios cambiantes con los que se fortalece la relación con los proveedores locales para flexibilizar las políticas de inventarios por

encima de los niveles de equilibrio manejados anteriormente, esto permite desarrollar mecanismos de supervisión que disminuyan su exposición a conductas de corrupción muy exacerbadas que en inflación hay una propensión a preferir actividades especulativas (acumulación de inventarios o compra de divisas, entre otras) por encima de la inversión en bienes de capital (ampliación de la planta o de líneas de producción, entre otras).

De lo expuesto en los párrafos anteriores, entonces, la inflación afecta directamente a todo aquello que tiene que ver con dinero o con partidas circulantes como lo es el inventario, por lo que en un país con inflación como Venezuela, genera costos para la sociedad, crea cambios bruscos en los precios, deteriora los saldos reales, afecta la liquidez de las empresas, beneficia a los deudores monetarios y perjudica a los acreedores dado que es la fuente de desequilibrio de las finanzas porque crea desconfianza desalienta la inversión productiva y reduce el ritmo de acumulación de la economía.

A la luz de lo expuesto, la historia imprime que las empresas del sector retail, realizan una actividad comercial que moviliza e impulsa positivamente el desarrollo económico y social en los países, porque se activa la inversión extranjera por la entrada de diferentes marcas y retailers al país; es una fuente importante de empleo por la necesidad de construir área de ventas en centros comerciales o locales comerciales, así como la cantidad de empleos directos derivados de la actividad económica no solo en el local comercial sino en las áreas de logística, transporte, y distribución, involucradas para lograr que los productos lleguen a las tiendas; sumado a la mejora en la calidad de vida de las personas que pueden acceder a una amplia variedad de marcas y productos de excelente calidad y con precios competitivos.

Al respecto y enmarcado en Venezuela, a pesar de la situación social, política y económica compleja que ha atravesado el país durante los últimos años y la deficiencia en infraestructura aun existente, el retail es uno de los sectores que aún se mantiene a nivel nacional y regional, mirando un poco más allá pudiera decirse que es uno de los más dinámicos, considerando los niveles de ventas que mantienen una proyección al alza, sobre el comportamiento de ventas en este sector.

Sin embargo, dada la alta incertidumbre que ha traído consigo los periodos de crisis (sanitarias, políticas, económicas, sociales) aunado a ciclos reiterados de inflación, los ejercicios de pronóstico hoy son particularmente complejos, sobre todo porque el desempeño económico está fuertemente ligado al desarrollo de las mencionadas crisis, y en especial a las expectativas que hay en torno a éstas que se derivan en escenarios complejos.

De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) para comprender mejor lo ocurrido en este sector durante los años 2020- 2023, vale la pena observar cómo se venía comportando el comercio, resaltando que desde enero de 2018 hasta Marzo de 2023 las ventas crecieron en promedio de cero punto ocho por ciento (0.8%) mensualmente, para luego tener una caída del veintidós por ciento (22%) en abril y finalmente crecer en promedio el tres por ciento (3%) durante el periodo de Mayo a Noviembre de 2023.

Este escenario, coloca en alerta al comercio minorista, en el que, las finanzas y los modelos tradicionales de medición de gestión afrontan cambios que van experimentando de acuerdo al negocio, por ello, el presente y el futuro del Retail demandan una gestión más activa que haga frente a las condiciones económicas cambiantes orientadas a mercados competitivos, regulaciones gubernamentales de cumplimiento obligatorio, procesos de logística complejos, barreras para expandirse, omnichannel o mercadeo multicanal (web, redes sociales) y poco acceso a las nuevas tecnologías, lo que le permitirá protegerse financieramente además de plantearse su permanencia y sostenibilidad por lo cual es necesario estar preparado activamente sobre la gestión diaria.

Sobre tal particular, las empresas venezolanas, incluido el sector retail con un conglomerado amplio de tiendas a nivel nacional, enfrenta factores que van más allá de su propio funcionamiento; la inflación, graves problemas de abastecimiento, una profunda recesión (que acumula varios trimestres de caída desde el primer trimestre de 2014 hasta la actualidad y una merma significativa de los ingresos por exportaciones, vinculada fundamentalmente con el deterioro del precio del crudo, aun cuando no se cuenta con fuentes oficiales. En conjunto, esto se traduce en una grave crisis económica, que hace más importante aún para las empresas conocer sus mercados particularmente sus consumidores y desarrollar flexibilidad en las decisiones.

En este sentido, el Banco Central de Venezuela (2023), señala que en el año 2023 la economía venezolana cerró con una inflación anualizada de 189.8%, lo cual ha afectado el valor de los inventarios de las empresas del sector retail, de allí radica la urgencia de planificar la adquisición y rotación de la mercancía para la venta, así como del manejo de mecanismos de protección financiera por lo que se hace imperativo considerar en la relación de ingresos, costos y gastos, la pérdida monetaria, que es el costo relacionado con la administración adecuada a los entornos inflacionarios, debido a que existe la posibilidad, que las empresas se descapitalicen y sus decisiones en cuanto a gestión, proyecciones y presupuestos sean establecidas sobre cifras inciertas.

Como se mencionó antes, un significativo grupo de empresas forma parte de este importante sector de la economía con dos razones comerciales, unas son cadena de tiendas de supermercados, y las otras son los almacenes de grandes superficies, ambas de capital nacional y en algunos casos extranjero en algunos casos, están ubicadas en distintos estados de Venezuela cuyo objeto es la compra y venta de productos perecederos y no perecederos con el fin de generar ingresos por este concepto, para lo cual gestiona inventarios dentro de su administración comercial y por ende en su planificación financiera.

Al respecto, en conversaciones informales con los gerentes de compras, comercialización y encargados o gerentes de los almacenes de las firmas que conforman la muestra, entre otros, señalan que las empresas manejan inventarios para ejercer sus operaciones con un stock de sesenta (60) a noventa (90) días de mercancía en sus almacenes. No obstante, el contexto y la dinámica del problema en la Venezuela actual desajustan los acuerdos para trabajar dentro de las tiendas producto del deterioro continuo del aparato productivo ocasionado por las intervenciones estatales, la fluctuación de la moneda nacional y en divisa, provoca una escasez cada vez más crítica, incidiendo en la organización como un todo.

Agregan además que, este problema afecta la rentabilidad, porque trastoca toda la empresa, es decir, para la gerencia por la pérdida de clientes, merma de productos, afectación de los márgenes de rentabilidad y sobre todo a los colaboradores, por cuanto su trabajo ha sido alterado notablemente, por ende, se sienten desmotivados, así como también afecta al público consumidor que elige a estas tiendas para sus compras, porque es todo un desafío para una industria que se renueva constantemente para mantenerse a la vanguardia.

En cuanto, a lo referido por los gerentes de comercialización, otro problema latente se origina en las regulaciones gubernamentales asociadas a la venta de productos denominados “sensibles”, que no es más que, realizar ventas reguladas según el terminal de la cédula de los ciudadanos, por un número de productos limitados por rubros y la implementación de capta huellas, situación que se ha solventado con liberación de precios de los productos básicos. No obstante, aún persisten las complicaciones adicionales como son las importaciones, asignación y liquidación de divisas para el pago anticipado de bienes y servicios; incluyendo el uso del crédito internacional bajo propio riesgo.

Por su parte, en consulta con los gerentes de almacén, mencionan que, en el caso particular de los inventarios, el problema se centra en situaciones muy comunes para la empresa, pues la

existencia de productos dañados por obsolescencia y caducidad, exceso de inventario de rubros poco comerciables que ocasionan problemas de espacio y mayores costos de almacenamiento, reducción de márgenes de inventario, causan gastos adicionales para eliminar el exceso de inventario.

Las situaciones arriba mencionadas, presentes en las empresas del sector Retail, hace que estas asuman riesgos altos, por lo que, las políticas de inventario óptimas segmentadas por familias de productos tendrán que ser repensadas considerando factores internos y externos, la proximidad en cuanto periodicidad de inventario y la disponibilidad de productos, las que serán esenciales para diferenciarse con los consumidores.

En líneas generales, este artículo busca adentrarse en la protección financiera del inventario en entornos inflacionarios, como el más grande desafío para las empresas del sector Retail en Venezuela desde el contexto específico donde se desenvuelve la organización, con la finalidad de comprender el funcionamiento en su entorno con miras a evaluar e implementar acciones que permitan contrarrestar los factores que inciden de forma negativa, en especial en este entorno inflacionario, como el manejo de costos de reposición, políticas de precios y otras estrategias gerenciales como mecanismos de protección financiera que además permite la resiliencia del sector frente al impacto económico derivado de la crisis actuales.

En tal sentido este artículo, se organiza en cinco secciones, la primera de la cuales es esta introducción en la que se profundiza la importancia de abordar esta temática, el resto del documento está estructurado de la siguiente manera: la sección dos revisa la literatura (teoría y evidencia) sobre los argumentos referidos: protección financiera, inventarios, entornos inflacionarios sector Retail. La metodología es discutida en la sección tres. La sección cuatro contiene los resultados. Las conclusiones se presentan en la sección cinco.

Fundamento Teórico

Las investigaciones que se constituyen como antecedentes para este artículo y que abordan diversos aspectos relacionados con la temática referidos al contexto venezolano, así como a otras latitudes son presentados por Gómez (2021), Ruiz-Jarabo (2020), Acevedo y otros (2021), Urdaneta y Otros (2021) González (2021), Consecomercio (2024), los que dan cuenta de la importancia de la protección financiera del inventario en entornos inflacionarios, adecuándose a las transformaciones como un desafío para las empresas del sector Retail en Venezuela, lo que les permite formular las claves de éxito frente a esta nueva era.

Asimismo, estos investigadores resaltan que el sector retail debe apostar por tener una atención más personalizada a la hora de estar en contacto con el cliente, la que brindará la posibilidad de hacer una segmentación cónsona, gracias a la cercanía y al conocimiento de este. Además, las empresas deberán apostar por una inversión en el mundo de la digitalización y del e-commerce para que esta barrera tecnológica que tanta importancia ha cobrado y sus consecuencias no se muestre como un impedimento a la hora de acercarse y crear un vínculo con el cliente, lo que contribuyen a una mejor lectura, de allí la necesidad de contar con protección financiera del inventario en entornos inflacionarios en empresas del sector Retail.

Protección Financiera

Ante la complejidad del mundo que se acentúa por crisis devenidas de todo orden, hablar de protección financiera es una prioridad, porque le permite a la gerencia tener la capacidad de pronosticar y protegerse frente a riesgos económicos imprevistos, además, se ha tornado perentorio para garantizar la estabilidad y la seguridad financiera a largo plazo en periodos de dificultades, por cuanto, implica planificar anticipadamente para una mejor administración del costo ante desastres y con ello se garantiza el acceso a los recursos necesarios.

En este orden la realidad de la comercialización de productos al por menor o lo que bien es llamado por autores como Coll (2024) retail, obliga a las partes involucradas en el negocio, a acudir a mecanismos adecuados para garantizar a largo plazo su estabilidad financiera y desde luego las relaciones económicas que se establecen, con el único propósito de que éstas no se vean afectadas por hechos o acontecimientos impredecibles como en su momento significó la emergencia sanitaria por el Covid-19, suscitada dentro de la inestable escena económica, política y financiera del país y que trastoca todas las esferas empresariales.

Al respecto, la firma consultora KPMG (ob. cit.) señala que las empresas privadas, organismos públicos y privados actualmente afrontan grandes cambios en su estructura contable y administrativa, “lo que hace necesario que las máximas autoridades gerenciales establezcan procedimientos que garanticen la exactitud y veracidad de las operaciones que realizan para el logro de los objetivos planteados y por ende salvaguardar los recursos económicos que se generen” s/f. Para lo cual se hace necesario recurrir a la formulación de políticas prescritas para lograr el cumplimiento de los objetivos.

Dicho esto, gestionar inventarios, con una visión acorde a la realidad ofrece a las empresas protección financiera para las inversiones además de transferir o retener el riesgo dando respuesta

efectiva en casos de decaídas económicas con base en su nivel y aquellas restricciones internas y externas que afectan su comportamiento económico y financiero, con vista a adoptar el mecanismo más adecuado y asegurar la disponibilidad de financiamiento después de un desastre.

En tal sentido, la protección financiera se asocia a la gestión de inventarios porque se puede ligar a las acciones prospectivas, es decir, con la planificación y ejecución de medidas anticipadas que permitan reducir la probabilidad de ocurrencia de un desastre en la medida en que aumenta la capacidad de las empresas de soportar y recuperarse de impactos, en otras palabras, aumenta la resiliencia. En palabras de Disaster Risk Financing and Insurance Program (DRFIP) (2020):

La protección financiera se puede definir como el conjunto de mecanismos financieros de retención intencional o transferencia del riesgo que se establece de forma coordinada y planificada para acceder a recursos económicos oportunos y suficientes ante la potencial ocurrencia de un desastre, de ella se benefician las grandes, pequeñas y medianas empresas, y la población más pobre, entre otros. (p.3).

Agregan además que consta principalmente de dos componentes: la retención del riesgo y la transferencia del riesgo. La primera consiste en tomar medidas para el control del riesgo y asumir las pérdidas potenciales a través de un fondo (entre otros instrumentos) para que de forma planeada se pueda responder a las pérdidas causadas, la segunda se puede definir como el proceso de trasladar de una parte a otra formal o informalmente las consecuencias financieras de un riesgo, mediante el cual un sistema obtendrá recursos de la otra parte después que se produzca un desastre.

Dicho esto, cuando se habla de protección financiera evoca a los esfuerzos sistémicos de reducción de la vulnerabilidad económica y, por tanto, al aumento de la resiliencia financiera ante desastres; sin embargo, ésta por sí sola no constituye un mecanismo para gestionar los inventarios en periodos inflacionarios, si no, que requiere de procesos simultáneos como el conocimiento, la reducción del riesgo y la recuperación de la inversión.

Inventario

Para los autores Zapata (2014) y Mora (2014) el inventario de una empresa lo constituyen sus materias primas, productos en proceso, suministros que utiliza en sus operaciones y los productos terminados, el que, se hace más complicado de organizar cuando el mercado en el que se especializa es dinámico, debido a la variabilidad que existe en cuanto a costos y demanda de los diferentes productos.

Es por ello por lo que, la teoría de inventarios busca gestionar el inventario bajo las distintas filosofías presentadas como un sistema que hace hincapié en la planeación y programación para que los materiales necesarios lleguen para su uso y lograr grandes ahorros, sin olvidar que una de las causas fundamentales en los problemas de la gestión de inventarios son las fluctuaciones aleatorias de la demanda y de los tiempos de reposición.

Argumentan los autores, que el principal objetivo, se centra en reducir al mínimo posible los niveles de existencia asegurando el cumplimiento de la demanda para evitar quiebres de stock, con lo que se logra una mayor satisfacción de los clientes, reduce costos por ineficiencias en la actual gestión de inventarios, conoce con exactitud el valor del inventario, identifica robos o mermas en la empresa, optimiza el espacio en el almacén, entre otros.

Esto quiere decir que, para conciliar los objetivos de la gestión de inventarios con los de la empresa puede representar un reto para la gerencia, además, que es primordial conocer los costos que implican la tenencia de estos y emplearlos como información relevante al momento de tomar decisiones para evitar demoras y faltas en las entregas de los artículos demandados. En resumen, gerenciar el inventario es, encontrar un equilibrio razonable, entre mantener mucho o poco inventario, y los costos que ambos extremos suponen. Asimismo, los autores (ob. cit.) refieren que según sea la naturaleza propia del manejo que se le da al inventario, y de acuerdo con cada caso en particular, los problemas para gestionar el inventario se dan por:

1. Aspectos funcionales: es decir, cuando la operación impide el desarrollo del objeto social de la empresa o negocio o cuando se ve truncada de forma parcial o total la operación óptima del sistema, sobre todo en la entrega del producto; esto se da normalmente por el número de agotados, retrasos de los pedidos frente a sus *lead time* (tiempo de espera transcurrido entre el momento en que se solicita o inicia el proceso del pedido y la llegada de la mercancía solicitada al proveedor) generados por tiempos de inactividad internos muy largos.

2. Temas operativos: en estos es común la interrupción parcial o total del proceso de producción, que puede ser ocasionada a partir de cuellos de botella o previsión en el proceso anterior.

3. Cuestiones financieras o monetarias: resultan ser el más usual de los problemas, y casi siempre son identificadas por personas del área financiera, administrativa o comercial, las cuales son ajenas al proceso. Se traducen normalmente en agotados de manera permanente o creciente periodo a periodo.

En contraste con lo antes mencionado, Espejo (2022) argumenta que la gestión de los inventarios es uno de los procesos más críticos e importantes que las empresas deben revisar, pues se convierte en una oportunidad de mejora de cualquier organización, bien sea del sector industrial, comercial, de servicios, entre otros, esta deberá manejar algún tipo de inventario. Lo que se constituye, sin lugar a dudas, uno de los retos logísticos más importantes dentro de la cadena de suministro.

Si bien las empresas acumulan inventario para solucionar problemas, como, por ejemplo: 1. incumplimiento de las órdenes de los clientes en tiempo, calidad y cantidad; evasión de responsabilidades; 2. desinformación en todos los niveles de la compañía; 3. altos costos de inventario. Como se puede notar Espejo (ob. cit.) hace una descripción diferente a la de Zapata y Mora y (ob. cit.), arriba mencionado, sobre los elementos que inciden directamente en la cantidad de inventario requerido en un sistema de distribución y los resumen en demanda, incertidumbre de la demanda, tiempos de entrega, fluctuaciones aleatorias de los tiempos de entrega o de reposición, nivel de servicio.

Con relación a las anteriores posturas, se extrae que el inventario (*stocks*) representa mayor uso de capital para las organizaciones, es decir, supone un costo que se puede cuestionar dado el contexto de la presente investigación ¿Por qué comprar cosas que no se pretende vender a la velocidad o en el tiempo previsto razonable?, si el objetivo resulta ser maximizar la rentabilidad, minimizando los costos de capital inmovilizado en el inventario, y al mismo tiempo, satisfacer los requerimientos de servicio al cliente.

Por su parte, para Lopes y Gómez (2013), los factores internos que inciden en la forma correcta de gestionar el inventario y que les permite desarrollar un modelo o política iniciando en lo interno de la organización y considerando elementos claves en donde interactúan procesos, áreas y personas; teniendo como resultado factores que inciden en las decisiones relativas a la gestión de inventarios, entre ello se mencionan: a). compras: implica recibir solicitudes, buscar proveedores adecuados, analizar y realizar las gestiones oportunas para que lleguen los inventarios de la empresa, por esto, es considerada como un factor interno que incide de forma directa en la logro de los objetivos de la gestión de inventarios, para la continuidad de las operaciones, b) demanda: es imperante, ya que permite realizar una clasificación de los productos de acuerdo a la naturaleza con el objeto de asociar los pronósticos y las políticas de inventarios más pertinentes según se necesite, por ello, es considerada como un factor interno que incide de forma directa sobre

la adecuada gestión de inventarios, especialmente de productos terminados como es el caso de la presente investigación.

c) almacén: según Meana (ob. cit.) menciona que la gestión de almacenes se considera como un factor interno que incide sobre la adecuada gestión de los inventarios, ya que a partir de esta se realizan funciones de recepción, manipulación, protección y posterior expedición de productos que garantizan la disponibilidad de los mismos en el momento en el que se requieran., d) gestión de información: actualmente, las organizaciones se están dando cuenta de la importancia de la gestión y se han apoyado en sistemas integrados con algunos modelos de gestión de inventarios.

De acuerdo con Romero y Escalona (2010) en Venezuela, existen sistemas empresariales que han aportado avances significativos en la gestión de información permitiendo que las empresas concentren parte de sus operaciones administrativas, con parámetros puntuales aunque a veces se definen empíricamente; lo mencionado pone de manifiesto la importancia de la gestión de la información como un factor interno clave que incide directamente en la gestión adecuada de los inventarios., d) gestión de recursos financieros: refiere Robles (2012), que su importancia radica en que sirve de apoyo en la gestión de inventario con lo relacionado a la búsqueda de los recursos financieros para la compra o adquisición de los bienes necesarios. Por tanto, una inadecuada gestión de recursos financieros impactaría de forma negativa sobre la gestión de inventarios, porque, no se tendrían los recursos necesarios en el momento oportuno para realizar las compras requeridas, e) control de gestión: igualmente se establece como un factor interno clave que forma parte directa sobre la gestión de los inventarios, porque una empresa que sea capaz de medir sus procesos internos, podrá, con base en estos resultados, tomar las medidas necesarias en el caso de presentarse deficiencias que luego conlleven a no alcanzar los objetivos.

Por su parte Lopes y otros (2013); Ponsot (2008), Ortiz y Jaramillo (ob. cit.) y la misma Ley Orgánica de Precios Justos, (2015), refieren que los factores externos que inciden en el inventario provienen del entorno; y están compuestos en su mayoría de un conjunto de parámetros económicos y regulaciones legislativas que rigen las actividades productivas y comerciales del contexto. En este orden, Lopes y otros (ob. cit.) mencionan que, los factores externos que se constituyen en riesgo para en la gestión de inventarios varían de acuerdo con la cultura económica, financiera y de capitales que se gestione en el entorno, razón por la cual, en países subdesarrollados

como Venezuela, los principales factores que afectan la gestión de inventario en las distintas empresas son:

1. Niveles de Inflación: corresponde al incremento en la cantidad de dinero necesaria para obtener la misma cantidad de bienes o servicios antes del precio incrementado. Cuando en el entorno en donde se encuentra inmersa la organización existen variaciones constantes en los niveles de inflación, se genera una incertidumbre económica y trae como consecuencia la limitación de inversión en bienes y servicios por falta de liquidez monetaria, asimismo, aumentan los costos administrativos y operacionales que se incurren en las empresas para gestionar todas sus actividades, entre ellas la gestión de inventario.

Otra impacto significativo de este factor se refiere a la reducción del poder adquisitivo de los consumidores, según Ponsot (ob. cit.), porque los sueldos percibidos son menores a los niveles de inflación y por lo tanto no pueden adquirir la cantidad de productos necesarios para su porvenir, esto genera que las empresas no encuentren capacidad de compra de ciertos rubros para estimular su crecimiento y con frecuencia deben dirigir sus esfuerzos de comercialización de sus bienes a sectores minoritarios de la población de consumidores, esto a su vez también termina por desincentivar la producción de estos rubros incrementando el desabastecimiento

2. Control de Divisas: incide sobre las decisiones organizacionales asociadas a la gestión de inventarios, ya que no se tiene a disposición las divisas suficientes para la compra de los bienes requeridos, lo que tiene su impacto en el incremento de los índices de desabastecimiento. Entre los efectos de su aplicación se destaca la escasez o encarecimiento de rubros específicos como es el caso de los importados y la tendencia a la creación de un mercado negro o paralelo producto de las actividades controladas.

En el caso particular de Venezuela, señala Ortiz y Jaramillo (ob. cit.) que existen cuatro tipos de cambio diferentes, tres de ellos regulados por el Estado, y el cuarto es el dólar libre o paralelo (mercado negro); al cual recurren las empresas cuando no obtienen la cantidad de divisas necesarias para su operatividad. Cabe mencionar que el tipo de cambio ofrecido por el método de control varía de acuerdo con las operaciones de compra, venta y demanda, por ello, las empresas de acuerdo con sus necesidades de operación escogen el método que más le convenga para llevar a cabo sus actividades de canje y cumplir con sus objetivos, sin embargo, ciertas organizaciones se encuentran obligadas a un control de cambio preferencial debido a que producen y/o comercializan productos con precios regulados.

Desde el punto de vista de la gestión de inventarios, señala Ponsot (ob. cit.), que el control cambiario incide en las decisiones organizacionales, porque no se otorga las suficientes divisas para adquirir los recursos necesarios para sus operaciones productivas o comerciales; por lo tanto, las empresas deben recurrir a un mercado no autorizado que termina por distorsionar toda la cadena de suministro, lo cual afecta drásticamente el precio de los artículos que se producen y/o comercializan.

3. Regulación de Precios: Se centra en la restricción o control del precio máximo de un bien o servicio, con la intención de generar igualdad económica en el poder adquisitivo de la población. Esta acción es propiciada por parte de gobiernos o estados de una nación con el fin de colocar un límite de actuación en los agentes estableciendo sanciones para sus operaciones. Venezuela, la restricción de precios está enmarcada bajo la Ley Orgánica de Precios Justos, (2015) la cual tiene como objeto determinar los precios justos de bienes y servicios mediante el análisis de las estructuras de costos, la fijación porcentual de la ganancia y la fiscalización efectiva de la actividad económica y comercial.

No obstante, señalan Peña y Silva (2016) que empresarios venezolanos afirman que muchas veces los precios regulados no cubren los costos de producción, en este sentido, expone que ofrecer productos a precios inferiores a sus costos de producción genera la salida de empresas del sector productivo y comercial por su imposibilidad de competir. Por tanto, estas acciones, propiciadas por el Estado, a la larga ocasionan graves consecuencias en la gestión de inventarios de productos terminados, generando problemas de desabastecimiento, ya que terminan desincentivando la actividad productiva de aquellos rubros controlados y hacen que el aparato industrial no se recupere a un corto plazo.

4. Restricciones de Abastecimiento: Las empresas, cada día presentan inconvenientes para suministrar de manera adecuada a la población los bienes y servicios producidos, por lo que se genera poca disponibilidad de estos en sus establecimientos, lo cual es ocasionado por el conjunto de factores externos ya mencionados. Todo esto limita la gestión de inventarios en lo que tiene que ver con la adquisición de recursos e insumos para generar productos y de bienes terminados, en el caso del sector manufacturero y del sector comercial, Peña y Silva (ob. cit.).

Aunado a esto, también se presenta otra distorsión asociada al acaparamiento por parte de algunas personas jurídicas y naturales para evitar que sus productos sean vendidos a un mínimo costo sin obtener ganancias puntuales, y el agente especulativo para encarecer los precios de los

bienes al momento de su adquisición, además de mantener inventarios de productos por la incertidumbre que representa conseguirlos en el futuro.

El análisis teórico que presenta Zapata (ob. cit.) relacionado con la gestión de inventarios y la incidencia de los factores internos y externos permite deducir que, la poca disponibilidad de productos en el mercado tiene una importante relación, ya que al momento de tener pocos artículos, su precio se incrementa notablemente y el nivel de servicio en las organizaciones tiende a disminuir, lo que lleva al incremento de costos por faltantes y pérdida de clientes en las empresas, así la poca disponibilidad de productos conlleva, además a restricciones de abastecimiento por parte de los proveedores, la cual se refiere a la falta de capacidad y/o compromiso de los mismos de cumplir con los pedidos requeridos por parte de las organizaciones para poder llevar a cabo sus operaciones productivas o comercializadoras.

Esta aseveración nos remonta a las políticas para gestionar inventarios necesarias en el sector retail producto de la actuales circunstancias y que no son más que un conjunto de estrategias establecidas para determinar de manera más eficiente el volumen de los recursos materiales de una empresa, para garantizar que los niveles de inversión sean los adecuados y, al mismo tiempo, garantizar la calidad en el servicio al cliente.

Al respecto los autores Zapata (ob. cit.), Meana (ob. cit.) y Peña y Silva (ob. cit.) opinan que de acuerdo con la filosofía en la cual se basa la organización para dar respuesta a las cantidades y en qué momento ordenar se realiza un orden e incluye el posicionamiento geográfico de los stocks, por ello, se hace necesario buscar el equilibrio entre el nivel de servicio al cliente y los costos de inventario divididos en tres aspectos; el primero referente al costo de mantener los productos almacenados, en segundo lugar, los costos de pedido, relacionados con toda la estructura administrativa encargada de hacer las compras y, en tercer lugar, los costos de obsolescencia, que aplican en el caso de los productos comestibles perecederos o periódicos que tienen un margen de vida corto y luego de determinado tiempo no pueden ser comercializados.

Refieren los autores que, agotado este punto, se hace necesario revisar el nivel de servicio, el Lead Time o tiempo de reabastecimiento, restricciones del proveedor, los patrones de la demanda, planear para establecer un pronóstico de la demanda en el que se analice el comportamiento de la línea, producir, entre otros puntos a considerar en cada variable y de acuerdo con eso diseñar una política de inventarios eficiente que determine el nivel de existencias y la magnitud de la inversión que pueda favorecer más a la empresa y se pueda controlar.

Lo antes mencionado, hacen ver la importancia de siempre tener presente el valor del inventario que no es una tarea sencilla, y en muchos casos resulta ser riesgosa para las empresas, en el asunto particular del sector al que se refiere este artículo, de venta al menudeo y detal mediante la plataforma retail, tener un inventario acorde que se mueva con la velocidad de las compras y las ventas, es decir, del comportamiento de la demanda, por la gran cantidad de productos que este tipo de empresa adquiere además de la gran variedad de productos, este tipo de mecanismo dispersa el riesgo.

Entornos Inflacionarios

Cuando se revisa lo publicado sobre cómo conducir negocios en un entorno inflacionario se encuentra recurrentemente la idea de que se reduce el tiempo para tomar decisiones, por lo que todo debe hacerse más rápidamente y se crea la urgencia de anticipar el movimiento de las contrapartes. Señalan Ortiz y Jaramillo (ob. cit.), “se quiere valorar los inventarios a costo de reposición, anticipar compras y diferir pagos en la medida de lo posible. El problema es que todo el mundo quiere hacer exactamente lo mismo”. (p.3). Por lo tanto, los consejos de gestión en escenarios de alta inflación, aunque efectivos, lamentablemente no son aplicables por todos los que desean hacerlo, porque en estos contextos imponen las condiciones quienes tienen poder de negociación, es decir, los proveedores de bienes escasos o quienes poseen efectivo en transacciones con activos poco líquidos.

En tal sentido, a corto plazo toda empresa lucha por sobrevivir, pero a mediano y largo plazo se impone un reacomodo para ser viable en un mundo que va a manejar altas tasas de inflación durante unos cuantos años más, de allí, la importancia de mantener ciertas anclas que eviten caer en los espejismos de la ilusión monetaria, lo que hace imprescindible mantener inversiones en moneda dura, para fines gerenciales, a fin de no perder de vista los estragos que la inflación causa en las ventas, los márgenes de utilidad y la administración del capital de trabajo se hace crítica, lo que requiere una estrecha colaboración entre las áreas que producen, comercializan y administran.

Significa entonces, que bajo entornos inflacionarios cambian los patrones de conducta de los clientes, obligando a la empresa o negocio a cambiar procedimientos que estaban muy arraigados, un ejemplo de ello es la desaparición de instrumentos de pago entre clientes y compañías, por ello, las fuerzas de venta en muchos casos tienden a ser reacias a introducir procedimientos

que molesten a los clientes, pero el valor táctico del dinero en mano se impone y, con él, nuevas maneras de hacer las cosas.

Si es complicado cambiar las políticas y procedimientos asociados al manejo del capital de trabajo, mucho más lo es reposicionar a la empresa en áreas de negocios que sufren valor es el resultado de colocar de manera óptima una serie de entradas y salidas de efectivo por reposición compra y venta de inventarios en un lapso, la intuición sugiere que todos los flujos o inversiones que se vean desplazados hacia adelante en el tiempo tendrán menor valor en entornos inflacionarios. Asimismo, aumentan los costos administrativos y operacionales que se incurren en las empresas para gestionar todas sus actividades, entre ellas la gestión de inventarios que según Ortiz y Jaramillo (ob. cit.) en un entorno como el venezolano el comprender esta realidad se manifiesta como una necesidad fundamental para mantenerse operando de forma competitiva.

Condiciones económicas cambiantes en entornos inflacionarios

En referencia a estas, Ortiz y Jaramillo (ob. cit.) argumentan que son: 1. Condiciones Políticas: se deben considerar los impuestos, la política industrial y regional que puede afectar a las empresas, leyes que estipulan lo que una empresa puede y no puede hacer, regulaciones que pueden tener un alto impacto en la coyuntura económica, entre otros. Es decir, son aquellos en los cuales el Estado, mediante el ordenamiento jurídico, impone sobre las empresas con el fin de regular su actividad económica. Entre los factores exógenos de tipo político que afectan a las empresas en Venezuela, y, por ende, al sector de grandes superficies o retail, se tienen: política salarial, política de precios y política laboral.

a) políticas salariales: La política salarial en Venezuela se manifiesta a través del incremento salarial. Esta situación obliga a los supermercados a tener que hacer constantes ajustes a su estructura de costos con el fin de poder mantener la operatividad del negocio.

b) política laboral: En cuanto a política laboral, la medida que mayor impacto ha tenido en las empresas venezolanas es la inamovilidad laboral. Esta medida es extendida continuamente por el Gobierno Nacional, como consecuencia, los supermercados se han visto impedidos de prescindir de personal como estrategia de disminución de costos, lo que impacta directamente en su utilidad.

c) política de precios: El gobierno nacional, en un intento de controlar la inflación y sus efectos sobre la población de menores recursos, ha establecido un férreo control de precios sobre los productos de primera necesidad. Dicha política tiene su basamento legal en la Ley Orgánica de Precios Justos (ob. cit.) en donde se establece la determinación de los precios de bienes y servicios,

los márgenes de ganancia y los mecanismos de comercialización, esta medida tiene especial significación para el sector retail, dado a que, por la naturaleza de este tipo de negocios, los principales rubros que comercializan son precisamente productos de primera necesidad. Por esta razón, el impacto de dicha medida sobre los inventarios y utilidades en general del sector ha sido devastador.

2. La fijación del precio de venta en inflación: Establecer el precio de venta en periodos de escaladas inflacionarias, es uno de los desafíos más grandes que tienen los encargados de las finanzas en las empresas. Ello se debe principalmente a la poca utilidad que puede tener la información financiera tradicional dado el grado de distorsión de esta comentado anteriormente. Pero en un entorno donde la escalada inflacionaria es prolongada, como en el caso del entorno empresarial venezolano, dicha comparación se hace completamente inútil ya que los costos aumentan continuamente.

3. Incremento aparente en las ventas: Con respecto al incremento aparente de las ventas que tiene lugar durante una escalada inflacionaria, se tiene que las ventas son la base sobre la cual se determinan todas las actividades de la empresa, resulta obvio suponer que, al fallar esta base, todo pronóstico derivado de esta resultaría errado. De este falso aumento pueden derivarse problemas financieros que repercutirán en la gestión de la empresa.

En el caso del sector en estudio, los niveles de inflación podrían hacer parecer que existe un incremento importante en las ventas si se le compara con períodos anteriores. En este caso, los empresarios deberán estimar el incremento o disminución de las ventas, sobre la base de fuentes de información alternativa, como por ejemplo llevando sus propias cuentas y sobre dicha información, hacer pronósticos y tomar de decisiones.

4. Subvaluación de los inventarios: estos se valúen al costo histórico y sólo admite que se usen precios de mercado si son menores que aquél. En una economía inflacionaria esto implica una subvaluación significativa si la rotación de inventarios es lenta, ya que los precios aumentan rápidamente. Para las empresas objeto de esta investigación, este efecto tiene crucial importancia, debido a que el inventario de mercancía ocupa uno de los mayores pesos en su estructura financiera, dada la naturaleza comercial de su actividad económica.

Concretamente esto significa que, si, por ejemplo, se registra contablemente el costo de un determinado producto y actualiza su precio de venta constantemente al ritmo de la inflación, se puede pensar que a medida que pasa el tiempo la utilidad también se va incrementando. Sin

embargo, esto no es cierto porque al presupuestar el capital para la siguiente reposición de inventario, lo hará sobre la base del costo del inventario anterior encontrándose más bien con una descapitalización. Y ante esta situación tendrá que disponer de los niveles de utilidad extra que creía que había generado.

5. Recesión: La recesión económica es otro de los factores que afectan la rentabilidad de las empresas, y en el caso particular de los supermercados en Venezuela, este factor cobra especial relevancia por la magnitud de la crisis que padece el país. Sobre el factor recesión, el referido autor Delloite (ob. cit.) enumera una serie de efectos adversos que recaen sobre las empresas que son afectadas por una recesión económica: (a) Se da una contracción temporal del mercado de la empresa. (b) Se presenta una limitada capacidad financiera para asumir nuevos programas de mercadeo y efectuar cambios en los sistemas de distribución. (c). Ante el aumento de precios, aparecen sustitutos de muchos productos y se corre la escala de consumo al orientarse hacia bienes de menor cuantía. (d) Debido al alto costo de los inventarios y a la incertidumbre respecto a las ventas, los inventarios se contraen, resultando insuficientes para atender pedidos de los clientes.

Para ilustrar los efectos de una recesión económica en el contexto del sector retail en Venezuela, se puede hacer referencia a la caída en el ingreso que es causada por la contracción del mercado. Adicionalmente, el incremento en la venta de productos sustitutos (y de menor margen de ganancia) repercute sobre la posibilidad de mantener los niveles de utilidad de la empresa. Todo lo anterior trae como consecuencia una contracción del inventario con sus consecuentes efectos inflacionarios.

6. Covid-19: según KPMG (ob. cit.), los principales desafíos que están enfrentando las compañías, los cuales están causando la mayor disrupción, incluyen: equipos de trabajo en cuarentena, fallas en las cadenas de suministro, inventarios perdidos/agotados y caídas repentinas en la demanda de productos y servicios. Es importante agregar que la pandemia ha ocasionado una reducción simultánea de la oferta y la demanda, especialmente en las actividades que requieren estrecho contacto humano. Tal reducción ha producido, además de un gran desempleo, caídas del consumo y aumentos de las tasas de ahorro precautelado, lo que en conjunto se traduce en presiones deflacionarias de corto plazo.

En el caso de la gestión de inventario que es un elemento crítico en la cadena de suministros de una empresa, la pandemia ha incrementado aún más su importancia debido a la necesidad de simplificar las actividades operativas, teniendo el producto correcto en el lugar indicado y en el

momento exacto. Por ello, es necesario el uso de nuevas tecnologías, con las que organizaciones no solo podrán mejorar sus procesos de producción, sino que también conocerán cuáles son los hábitos de compra y consumo que tienen las personas para poder mejorar su ubicación dentro de un establecimiento

En situaciones como las antes mencionadas, la gestión precisa de inventarios en los negocios de comercio, consumo o retail será el activo primordial para que los empresarios eviten incertidumbre financiera y de control en sus puntos de venta o almacenes; además de prevenir el robo de mercancía que pueden llevar a la quiebra a las compañías por no tener un correcto control de sus productos.

Sector Retail en Venezuela

Las empresas que expenden mercancía se encuentran dentro del sector comercio de la economía de un país, este agrupa todo un conglomerado de organizaciones, entre ellas, las empresas del sector retail que ofrecen sus bienes o servicios en el mercado de productos de consumo masivo. En tal sentido, este sector está transitando sin parangón en la historia, de ser tradicional a innovar, para mantenerse en el tiempo el que obliga a adoptar nuevas tecnologías y desde luego, la capacidad de adaptarse a las necesidades del consumidor los que serán los principales factores de éxito para los próximos años.

Cabe señalar que, en el escenario latinoamericano, a este sector también se denomina comercio minorista que actualmente experimenta un crecimiento económico dinámico y fuerte, con lo cual se viene manteniendo como líder dentro del Global Retail Development Index, aun cuando la región también resiste las crisis económica producto de la incertidumbre originada por la inflación, emergencias sanitarias, los minoristas locales han ido recuperándose y se están expandiendo a otros mercados regionales en busca de nuevos consumidores.

Haciendo un poco de historia, durante los años noventa se evidencia que el paisaje del comercio minorista en América Latina cambia de manera dramática, cientos de modernos supermercados comienzan a brotar en las principales ciudades de la región y, en sintonía con su explosivo crecimiento, surgen expresiones para celebrar sus tamaños cada vez mayores: tiendas de grandes superficies, supermercados, megamercados, hipermercados, hoy, están entre el 40 y 55% de las ventas en productos de consumo, tales como alimentos, bebidas, cuidados personales y limpieza, se concentra en estos grandes minoristas. Global Retail Development Index (2023)

Al respecto, Kotler y Stigliano (2020) mencionan que, en el entorno comercial, el retail es considerado como la suma de las actividades que involucran, desde la planeación, la venta, por menor o al menudeo, de bienes y servicios a los consumidores, este concepto, se asocia con un negocio que vende productos y/o servicios a consumidores para su uso personal o de su familia y con tiendas de ventas minoristas o al detalle, por ello, siempre que existe un consumidor, existe un retail.

Por su parte, Gimeno y Lara (2021) se refiere al concepto de retail como una orientación de la dirección del negocio que sostiene que las tareas clave de un minorista están orientadas a determinar las necesidades y deseos de su mercado objetivo para dirigir la empresa de una forma más eficiente que sus competidores, asimismo, debe procurar y planificar la fidelización a través de un proceso de construcción, fortalecimiento y renovación de las marcas del propias para hacerlas más poderosas.

Agregan Regalado y Fuentes y Gimeno y Lara (ob. cit.) que, este sector se clasifica de acuerdo con la actividad de los productos que se vendan, que corresponde al impuesto de la actividad económica, la clasificación del comercio interior y otros formatos comerciales caracterizados por los productos que se venden. También según la vinculación entre ellos, equivalente al comercio independiente, el departamento alquilado, las cadenas de detallistas, los almacenes de fábricas y las tiendas de fabricantes. Por otro lado, se clasifican según la localización del minorista, que son centros comerciales, mercados, galerías, tiendas, entre otros, y, por último, según la estrategia seguida o el sistema de ventas, que se relaciona con el comercio tradicional, los autoservicios y tiendas de conceptos, entre otros.

En Venezuela, las empresas que componen el sector retail enfrentan un escenario retador, con una caída de treinta y nueve coma dos por ciento (39,2%) durante el segundo trimestre del año 2021, de acuerdo a las cifras del BCV (2022), producto de las condiciones económicas cambiantes, mercado competitivo, regulaciones gubernamentales de cumplimiento obligatorio, procesos de logística complejos, barreras para expandirse, omnichannel o mercadeo multicanal (web, redes sociales) y poco acceso a las nuevas tecnologías son algunos de los elementos que mantienen a los gerentes tanto ocupados como preocupados. Sin embargo, al comparar con otros sectores de la economía las tiendas minoristas y mayoristas tuvieron un retroceso menor que otros sectores económicos en donde el decrecimiento fue más pronunciado, de acuerdo con las cifras presentadas por el BCV.

A este tenor, la firma consultora KPMG (ob. cit.), refiere que, en medio de estos escenarios, los retos internos y externos que debe asumir la organización que impactan en el desenvolvimiento del comercio retail son la alineación estratégica, reclutamiento y mantenimiento del personal clave para el éxito del negocio, motivación de los empleados y manejo de procesos de cambio, por nombrar algunos de los más comunes. Al evaluar estos retos en blanco y negro, es posible que exista la tendencia a considerar más relevantes los externos; sin embargo, es innegable que el esfuerzo debe ser equilibrado en ambos sentidos; en especial en aquellas empresas de retail que provienen de un negocio familiar y que por el rápido crecimiento que han experimentado, no han tenido la oportunidad de hacer ese ejercicio.

Metodología

Con miras al análisis de la protección financiera del inventario en entornos inflacionarios, como el desafío actual para las empresas del sector Retail en Venezuela, de acuerdo con las características de la situación que se plantea como objeto de estudio, se considera la variable como nominal declarada por la investigadora, lo que significa que de esta forma se describe la cualidad del registro de las conductas opiniones o respuestas sobre la contexto que consiguen describir los sujetos según sea el propósito, se enmarca dentro del paradigma positivista mediante el cual se descompone la realidad cuando se delimita el problema en el tiempo, en el espacio, en factores diversos (variable) que lo conforman, de los cuales se toman algunos para ser estudiados.

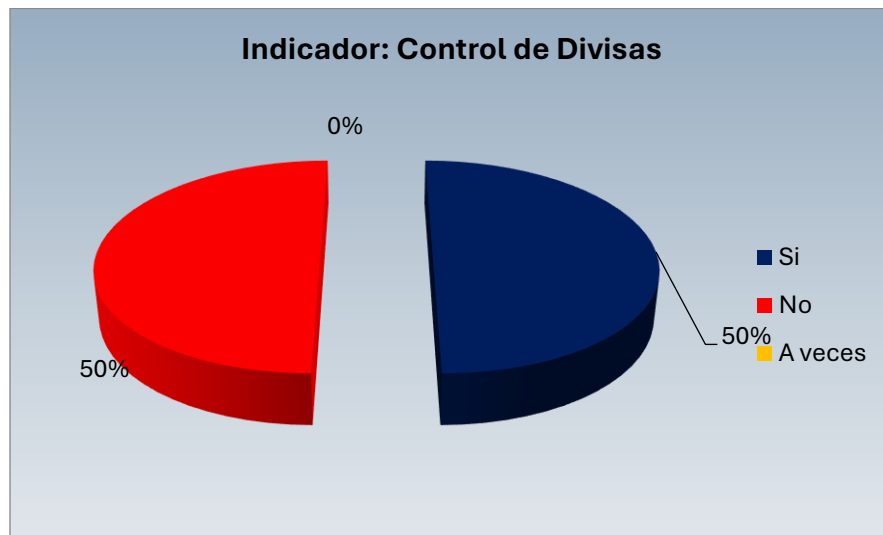
Bajo el enfoque cuantitativo en la modalidad de una investigación tipo de campo con nivel descriptivo y diseño no experimental en la que se busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades, objetos o cualquier otro evento sometido a investigación; miden diversos aspectos o dimensiones del evento investigado, Arias (2012), asimismo, se despliegan fuentes primarias procesadas por medio de la aplicación de una encuesta, mediante un cuestionario con escalamiento tipo liker; aplicada a la población de la cual se sustrajo un tipo de muestro no probabilístico denominado por conveniencia a los gerentes compras, comercialización, almacén y encargados o gerentes de las tiendas, sometido a juicio de expertos y la confiabilidad mediante el coeficiente Alpha de Cronbach.

Para el análisis de los datos obtenidos, proveniente de la recolección, se utilizó la estadística descriptiva, definida como los métodos que implican la recolección, presentación y caracterización de un conjunto de datos a fin de descubrir en la forma apropiada las diversas características de ese conjunto de datos. Chávez (2010).

Análisis y Discusión de Resultados

Seguidamente, se hace referencia a la información obtenida luego de la aplicación del instrumento a la muestra que conformó este estudio, para el desarrollo de esta investigación, el propósito de este análisis y discusión de resultados consiste en aplicar en conjunto estrategias y técnicas que permiten a la investigadora obtener resultados, a partir del adecuado tratamiento y procedimiento para procesarlo.

Figura 1. Factores Internos y Externos



Nota: Distribución porcentual promedio del Indicador: Control de Divisas

Con este indicador, control de divisas, se buscó obtener información relacionada a cómo afecta la reposición de inventarios y el recorrido para llegar a sus niveles óptimos, además si este sector cuenta con las divisas suficientes para la compra de los productos requeridos, se observa en la figura, que, del total de los encuestados, el cincuenta por ciento (50%), respondió a la alternativa si, seguido del restante cincuenta por ciento (50%) quienes respondieron que no. Estos resultados son el reflejo de la realidad actual respecto a la economía, debido a que, en las tiendas de grandes superficies (sector retail) la reposición de inventarios ha sido afectada para mantenerse a sus niveles óptimos, ello porque entre otros factores no cuenta con las divisas suficientes para la compra de los productos requeridos.

Con estos hallazgos, provenientes de la aplicación de estos ítems, nos encontramos que son parcialmente consistentes con la teoría de Ponsot (ob. cit.), el que señala que desde el punto de vista de la gestión de inventarios el control cambiario como un factor de las políticas económicas, considerado como externo incide enormemente en las decisiones de compra y gestión de las

organizaciones, porque no se otorga las suficientes divisas para adquirir los recursos necesarios para sus operaciones productivas o comerciales; por lo tanto, las empresas deben recurrir a un mercado no autorizado que termina por distorsionar toda la cadena de suministro, lo cual afecta drásticamente el precio de los artículos que se producen y/o comercializan.

Figura 2. Políticas de Inventarios



Nota: Distribución porcentual promedio del Indicador: Patrones de la Demanda

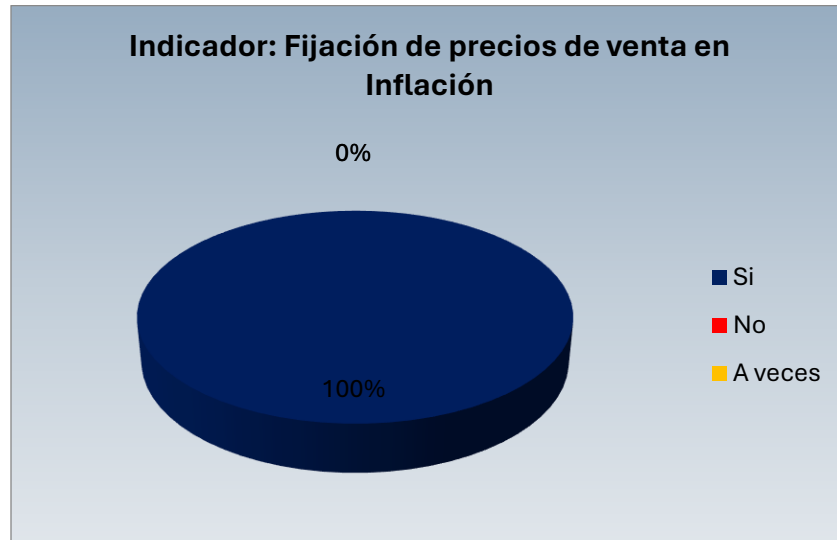
Esta figura, refleja el análisis e interpretación de resultados del indicador patrones de la demanda, con el que se buscó conocer si este sector en estudio asegura la provisión continua de inventario para satisfacer el flujo de clientes que adquieren los productos con regularidad, realizando pronósticos de la demanda para planear el comportamiento del mercado relacionado con las necesidades de los clientes, para su interpretación, las respuestas obtenidas de los encuestados, destacando que el cien por ciento (100%) manifiesta que no.

Los hallazgos encontrados no son coherentes con lo mencionado por Maena (ob. cit.), quien señala que los patrones de la demanda relacionan el flujo de clientes que adquieren los productos con regularidad, de modo que se puede evaluar si el producto se vende con cierta periodicidad y acorde con un promedio se hacen los pedidos.

Es decir, para el sector retail, resulta de importancia revisar las tendencias del consumidor sin obviar el ciclo económico y más en las actuales circunstancias de este sector en Venezuela debido a que, en recesión o en periodos inflacionarios la demanda disminuye, así como también los cambios estacionales donde algunos productos son más solicitados en determinadas épocas del año. Por tanto, es importante que analicen los datos históricos de la demanda de sus productos

para ajustar los niveles de inventario y con ello evitar la escasez o exceso de stock en momentos clave.

Figura 2. Condiciones Económicas Cambiantes



Nota: Distribución porcentual promedio del Indicador: Fijación de precios de venta en Inflación.

Un punto importante en este análisis e interpretación de los resultados devenido de la dimensión condiciones económicas cambiantes, tiene relación con la fijación de precios de venta en inflación para tal fin, se presenta la figura, la que muestra las respuestas obtenidas del sector encuestado, estas reflejan que la totalidad, es decir, el cien por ciento (100%) respondió a la opción sí.

Lo que nos quiere decir que, este sector utiliza diversas estrategias para el caso de fijación del precio de venta debido al continuo aumento de costos, que se produce por efectos de la inflación, además que en el caso de los productos de primera necesidad para establecer los precios de venta están obligados a considerar el control de precio impuesto por el Ejecutivo Nacional.

Estos datos se confirman, lo mencionado por Ortiz y Jaramillo (ob. cit.), quienes señalan que establecer el precio de venta en periodos de escaladas inflacionarias, es uno de los desafíos más grandes que tienen los encargados de las finanzas y la gerencia en general, principalmente por la poca utilidad que puede tener la información financiera tradicional dado el grado de distorsión de la misma, situación está que orienta a la empresa a plantearse un sinnúmero de estrategias de diversa índole, además de considerar las políticas fiscales, económicas, sociales y financieras de ajuste impuestas por los gobiernos.

Conclusiones

Después de todo el proceso de abordaje de conocimiento, la investigadora llega a la conclusión que el análisis de la protección financiera del inventario en entornos inflacionarios, como el actual desafío para las empresas del sector Retail en Venezuela, pasa por mencionar que las empresas que lo componen requieren de políticas inminentes para mantener el inventario en los niveles precisos y desde luego administrado de manera acorde como el objetivo fundamental de satisfacer la demanda, equilibrando el nivel de servicio al cliente, los costos de inventario e involucrando todos los factores tanto internos como externos para continuar su operatividad y lograr su sostenibilidad en el complejo entorno inflacionario actual con respuestas inmediatas para alcanzar sus objetivos en las distintas condiciones económicas cambiantes.

Al hablar de las complejas condiciones económicas cambiantes que intervienen como mecanismos de protección financiera, es de resaltar que las empresas que componen este sector sin importar su tamaño tienden a fluctuar en las actuales condiciones económicas, en los casos donde es preciso fijar el precio de venta en entornos inflacionarios, las empresas utilizan diversas estrategias para hacer frente al continuo aumento de costos, que se produce por efectos de la inflación, no siendo así en el caso de los productos de primera necesidad cuando los ofertan que están obligados a considerar el control de precio impuesto por el Ejecutivo Nacional, constituyéndose este en uno de los desafíos más grandes que tienen los gerentes financieros y la empresa en general, por el grado de distorsión de la información.

Referencias

- Acevedo y otros (2021). *Valorización de una Empresa Líder del Sector Retail en el Perú del Año 2020 al 2029 en el Contexto de la Pandemia Covid-19*. Maestría en Administración de Empresas. Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Arias, F. (2012) *Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. 6ta. Edición. Caracas: Episteme
- Banco Central de Venezuela (2023), *Información Estadística*. <http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp>
- Banco Central de Venezuela (2022), *Información Estadística*. <http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp>
- Casique, J. (2015). Estimación de la Inflación en Venezuela para el año 2015 *emitida por el Fondo Monetario Internacional*. Entrevista. 79. <http://globovision.com/fmi-estima-inflacion-de-venezuelade-968-para-2015/>

- Coll F.(2024). *Sector retail: Qué es, características y ejemplos*. Economipedia.com <https://economipedia.com/definiciones/sector-retail>
- Consecomercio (2024). 54^a Asamblea Anual de Consecomercio: Transformando el retail en Venezuela. 54^a Asamblea Anual de Consecomercio: Transformando el retail en Venezuela | Consecomercio.
- Chávez, N. (2010). *Introducción a la investigación Educativa*. (4ta ed). Maracaibo: ARS Gráficas.
- Delloite C. (2020). *El Impacto Económico del Covid-19, Nuevo Coronavirus*. <https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/strategy/articles/elimpacto>
- Disaster Risk Financing and Insurance Program (DRFIP) (2020), <https://www.worldbank.org/en/programs/disaster-risk-financing-and-insuranceprogram#:~:text=Through%20funding%20and%20expertise%2C%20DRFI,quickly%20and%20resiliently%20to%20disasters>.
- Espejo M. (2022) *Gestión de inventarios, métodos cuantitativos*. Editorial Marge Books. Barcelona. España.
- Gimeno D y Lara L. (2021). *Retail Reset: porque las tiendas físicas son la clave del futuro*. Lid Editorial. Madrid
- Gómez V. (2021). *Incidencia del covid-19 en el comportamiento del consumidor y la adaptación del Sector Retail*. Universidad Pontificia. Facultad de ciencias económicas y empresariales : Madrid – España.
- González (2021). *Gestión de inventarios como mecanismo de protección financiera bajo entornos inflacionarios en empresas del sector Retail en Venezuela*. Universidad Yacambú. Venezuela.
- Global Retail Development Index (2023). *Expanding markets: demographics, technologies, and regulation drive retail growth in developing nations*. The 2023 Global Retail Development Index™ | Kearney
- Instituto Nacional de Estadística (INE), (2024). Portal: *Aspectos Económicos*. <https://www.ine.gob.ve>
- Kotler P. y Stigliano G. (2020). *Retail 4.0: 10 reglas para la era digital*. Lid Editorial Mexicana Sa De Cv. México.
- KPMG C. (2020). *La empresa venezolana ante el Covid-19*. Visión 2021. Informe. Incotec. Caracas- Venezuela.

- Ley Orgánica de Precios Justos Consejo de Ministros, (2015). Gaceta Oficial número 40.340. Venezuela.
- Lopes I. y Gómez M. (2012). Auditoría logística para evaluar el nivel de gestión de inventarios en empresas. *Revista de Ingeniería Industrial*, 34(1). Cuba (Pp 108-118).
- Meana P. (2017). *Gestión de Inventarios: Gestión y Control de aprovisionamiento*. 1 era edición. Ediciones Paraninfo. Madrid. España
- Mora A. (2014). *Stock Cero*. En A. Mora, *Stock Cero* (págs. 12-66). Bogotá D.C.: CIMPROS.A.S. Editorial.
- Ortiz N. y Jaramillo C. (2016). Navegar sin Brújula: la Gerencia en Hiperinflación. *Debates IESA*, XXI(1) • enero-marzo 2016. Caracas – Venezuela.
- Peña O. y Silva R. (2016). Factores Incidentes sobre la gestión de sistemas de inventario en organizaciones venezolanas. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 18(2): 187 – 207. 2016. Maracaibo – Venezuela.
- Ponsot E. (2008). El estudio de inventarios en la cadena de suministros: Una mirada desde el subdesarrollo. *Actualidad contable FCES*, 11(17). Venezuela. (Pp. 82-94).
- Regalado C y Fuentes A. (2009). *Factores críticos de éxito en los centros comerciales de Lima Metropolitana y el Callao*. Primera edición. Lima-Perú: Editorial Cordillera S. A. C. p. 17.
- Ruiz-Jarabo (2020), *Retail 4.0: la nueva era de los centros comerciales*. Madrid – España.
- Robles C. (2012). *Fundamentos de administración financiera*. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tzRiY7bGy24J:www.upg.mx/wp-content/uploads/2020/10/LIBRO-49-Fundamentos-de-administracion-Financiera.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ve>
- Romero M. y Escalona Y. (2010). Tecnologías de información en la toma de decisiones operativas en empresas petroleras del estado Zulia Telos. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 12(3). Venezuela. (Pp. 323-341).
- Urdaneta y Otros (2021) Rezagos de la inflación en la economía venezolana respecto a la oferta monetaria. *Telos*, 23(2), mayo-agosto, ISSN: 1317-0570 2343-5763.
- Zapata, J. (2014). *Fundamentos de la gestión de inventarios*. Medellín: Centro Editorial Esumer.