

GESTIÓN DE INVENTARIO

Ana Paula Teixeira da Silva¹
Diogenes José Gusmão Coutinho²

RESUMO: Um Plano de Marketing é, sobretudo, um documento no qual uma empresa escreve e detalha todas as estratégias de divulgação de uma marca, produto ou serviço. Nele constam as ações de marketing que devem ser feitas para atingir cada objetivo especificado. Além disso, informações sobre mercado, concorrentes, persona, canais de venda e orçamento também se encontram ali. Como você pode ver, o Plano de Marketing nada mais é que um guia de crescimento da empresa. Com ele, você está munido de todos os dados necessários para que possa implementar as estratégias de marketing com eficácia. Ele permite ainda que o gestor de marketing tenha uma visão ampla sobre o cenário e as ações.

Palavras-chave: Marketing. Desenvolvimento. Produção.

ABSTRACT: A Marketing Plan is, above all, a document in which a company writes and details all the strategies for promoting a brand, product or service. It contains the marketing actions that must be taken to achieve each specified objective. In addition, information about the market, competitors, persona, sales channels and budget are also there. As you can see, the Marketing Plan is nothing more than a company growth guide. With it, you are armed with all the necessary data so that you can effectively implement marketing strategies. It also allows the marketing manager to have a broad view of the scenario and actions.

Keywords: Marketing. Development. Production.

RESUMEN: Un Plan de Marketing es, ante todo, un documento en el que una empresa escribe y detalla todas las estrategias para promocionar una marca, producto o servicio. Contiene las acciones de marketing que se deben realizar para lograr cada objetivo especificado. Además, también se encuentra información sobre el mercado, los competidores, la personalidad, los canales de venta y el presupuesto. Como puedes ver, el Plan de Marketing no es más que una guía de crecimiento de la empresa. Con él, estará armado con todos los datos necesarios para poder implementar estrategias de marketing de manera efectiva. También permite al director de marketing tener una visión amplia del escenario y las acciones.

Palabras-clave: Marketing. Desarrollo. Producción.

INTRODUCCIÓN

La gestión de inventarios es un área esencial para un administrador de la empresa, su función es mantener a la empresa constantemente y seriamente informada sobre la cantidad

¹ Mestranda em administração pela Christian Business School

² Docente do curso de administração pela Christian Business School

en stock y la necesidad de compra para poder satisfacer la demanda de pedidos a los clientes, sin importar si se trata de una empresa grande, mediana o pequeña, apuntando a la necesidad de comprar. Según Slack, Chambers, Harland. (1997: 423) Este concepto se originó en las empresas en la función de compras en las que entendieron la importancia de integrar la producción de materiales y sus funciones de apoyo, tanto a través del negocio como a través del suministro a los clientes. En su creación, la gestión de inventario fue vista como una herramienta para reducir gastos.

Este artículo tiene como objetivo realizar un estudio en Gestión de Inventarios destacando los principales aspectos en la gestión de productos. De esta manera analizando los procedimientos adecuados para la entrada facilitando la producción, almacenamiento, distribución, transporte y mantenimiento de stocks. La función de la gestión de inventario es mantener a la empresa constantemente y seriamente informada sobre la cantidad en stock y la necesidad de compra para poder satisfacer la demanda de pedidos a los clientes.

Una mala gestión puede generar serios problemas con la falta de productos o incluso el excedente exagerado de bienes. Es crucial un seguimiento exhaustivo desde la recepción de los productos y el almacenamiento en el almacén hasta su liberación para la producción o venta.

Como objetivo general, la empresa debe revisar el proceso de gestión y almacenamiento de inventarios para promover un mejor resultado económico para su negocio. Los objetivos específicos del estudio, identificar los puntos críticos frecuentemente estudiados en una gestión de inventario, evaluar qué mejoras pueden reducir los gastos con pérdidas de producto. Realizar la comprobación de falta de productos en la línea de producción o venta, u obsolescencia de productos en stock.

Se justifica la relevancia de este estudio sobre los cambios esenciales para que la empresa pueda lograr crecer y ser más competitiva en el mercado, porque no tendrá una falta constante de productos y así poder atender a los clientes de manera más eficiente y rápida.

La metodología de este artículo es descriptiva, cualitativa y con levantamiento bibliográfico en libros y sitios web.

Es necesario verificar la necesidad de contar con una gestión efectiva de compras e inventarios que permita el desarrollo de la empresa y que cumpla con sus funciones de atender a la línea de producción o a los clientes de manera rápida y eficiente.

GESTIÓN DE INVENTARIO

La gestión de inventarios según Slack, Chambers, Harland et al. (1997:423), surgió en la función de compras viendo la necesidad de integrar el flujo de materiales para apoyar las funciones, tanto por negocio como por suministro al cliente. Incluía compras, monitoreo, planificación y control de la producción y gestión de la distribución. La gestión de inventarios, dentro de una industria, generalmente se refiere a la gestión de recursos materiales que proporciona una ayuda a la organización para generar ingresos. La persona responsable de la gestión es el Gerente de Operaciones. El concepto de gestión de inventarios está directamente relacionado con la necesidad de interacción de las áreas correlacionadas con el área de inventario, como el departamento de compras y los proveedores. De esta manera una gestión ejecutada de forma precisa, contribuye de forma práctica y positiva para todos los implicados en esta cadena. La figura 1 muestra el concepto de gestión en varias etapas.

En su creación, la gestión fue vista como una forma de reducir los gastos totales vinculados a la compra y gestión de materiales. En el momento en que el concepto de gestión de inventarios no está integrado, las etapas son elaboradas por diferentes sectores dentro de una empresa. Cada director se ocupará de su sector, donde estará al tanto solo de la demanda de la siguiente etapa.

Con tasas de interés muy altas y una creciente competencia global, las empresas se ven obligadas a repensar las formas de controlar los inventarios para minimizar los altos costos. Es por ello que las empresas requieren estrategias proactivas dirigidas a las necesidades de los clientes.

Basado en la estructura global de negocio que la gestión logística necesita para identificar y posicionar los elementos.

La gestión de inventarios tiene participación en toda la estructura y se aborda dentro de los cronogramas a corto y mediano plazo

La gestión de inventarios se vuelve cada vez más importante para una empresa en su toma de decisiones con respecto a los productos a adquirir. Al tener una variedad de funciones y varios recursos de herramientas que le dan al gerente numerosas posibilidades de apoyo, convirtiéndose en una parte esencial de una corporación. En las empresas actuales a multitud de productos en los que la necesidad varía de empresa a empresa, provocando que la organización busque la herramienta que le permita un control eficaz buscando los mejores resultados, dentro de la gestión de inventarios.

Analizar cómo la gestión de inventarios puede llegar a ser ventajosa para la organización haciéndola competitiva en el mercado, con herramientas correctas nos dará precisión en la información referente a costos (Pozo, 2002) y equilibrará inventario y consumo (Viana, 2009), ya que hasta el momento no cuenta con ninguna herramienta de control o soporte en la toma de decisiones.

En opinión de Dias, (1990) las existencias son todas las materias primas, material terminado y semiacabado, productos para montaje y materiales administrativos.

La función de la gestión de inventarios es optimizar la retroalimentación de las ventas no realizadas y el ajuste de la planificación de la producción a realizar, disminuyendo la cantidad invertida en inventarios, porque es costoso y tiene un aumento continuo, y con esto el costo financiero aumenta en conjunto. Cuanto mayor sea la inversión en inventarios, mayores serán las responsabilidades de cada sector dentro de la empresa.

Por lo tanto, la prioridad es reducir la inversión en inventarios, aumentando el uso de medios internos de la organización y minimizando las necesidades de capital invertido.

La gerencia debe establecer definiciones de gestión de inventarios, qué objetivos deben alcanzarse, para que puedan medir el desempeño del departamento. Estas definiciones son muy importantes para el correcto funcionamiento de la gestión de inventarios.

Con la correcta gestión de inventarios es posible visualizar ventajas como: mejor atención al cliente, el stock funciona como nexo entre la demanda y la oferta actuando y puede generar ahorros a la hora de realizar una compra con el proveedor y sostener el aumento de precio.

Es prácticamente imposible tener el producto correcto en el momento adecuado para que pueda atender a un cliente sin tener que mantener el inventario. Para Ballou, (2001), es necesario tener un nivel mínimo en stock.

A menudo no es posible estar realmente seguro de las demandas y los tiempos de reabastecimiento en el sistema. Es por ello que para garantizar la disponibilidad de productos en stock es necesario disponer de un stock de seguridad, para que pueda satisfacer la producción o la demanda del mercado.

La organización tiene que tener un posicionamiento estratégico, para que pueda basarse en la toma de decisiones con la información más precisa posible. Y la dirección de la organización que tomará las decisiones y pasará a la gestión de inventario cómo actuar.

LA NECESIDAD DE ALMACENAMIENTO

El almacenamiento es una de las funciones en las que está vinculado al sistema logístico, ya que es en el área de suministros que tiene la necesidad de adoptar un sistema de almacenamiento de materias primas e insumos. En la producción, se generan stocks de productos en proceso, y en la distribución, la cantidad necesaria de almacenamiento del producto terminado es quizás la más difícil a lo largo de todo el proceso logístico, porque requiere un alto grado de rapidez en la operación y versatilidad para satisfacer el mercado.

Además de reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente, el almacenamiento correcto favorece muchos otros beneficios indirectos como la centralización de los envíos, lo que aumentará la claridad de los pedidos, dando información que no se visualizaba.

Para administrar el inventario, se utilizan algunas herramientas que permiten realizar las actividades controladas, proporcionando practicidad, agilidad y confianza. Ellos son: Curva ABC; MRP; Justo a tiempo; Kanban; FIFO; LIFO.

CURVA ABC

Según Dias, (1995), "la curva ABC es una herramienta importante para el gerente; porque permite diferenciar ítems que necesitan atención y adecuación como su administración". La curva ABC se realiza ordenando los productos de acuerdo a su necesidad. La curva ABC es ampliamente utilizada en la gestión de inventario, para poder ayudar en las estrategias de ventas, determinar las prioridades para la planificación de la producción y muchos otros problemas habituales en la empresa. Clase A 80% del valor de las acciones, Clase B 15% y Clase C 5%". El estudio de la Curva ABC representa la separación de los artículos de inventario en tres grupos, siendo: Clase A: consiste en los artículos que deben tener una mayor atención, Clase B: es el grupo de artículos en situación intermedia, Clase C: es el grupo de artículos menos importantes. Primer paso: Elaborar la Curva ABC del stock creyendo que, durante un determinado año base, una determinada empresa, señaló el siguiente movimiento de su inventario, utilizando una medida de 15 ítems: Segundo paso: Cálculo de la cantidad gastada en el período: Tercer paso: Ordenar los artículos en orden descendente de la cantidad gastada durante el período, tendremos: Cuarto paso: Calcular los porcentajes de cada uno de los artículos en relación con el total. Un análisis mostrará los artículos para los cuales representan el 60% del gasto total en materiales de inventario en el período; son, por lo tanto, típicamente artículos de clase A. las siguientes partidas

representaron otro 25% del gasto material serán partidas de clase B. Así, como se ilustra en la curva ABC, el 20% de las partidas (clase A) representan el 60% de los gastos, el 26,67% de las partidas (clase B) corresponden al 25% de los gastos, y el 53,33% de las partidas (clase C) resultan en sólo el 15% de los gastos. Como podemos ver en la siguiente figura:

De acuerdo con lo que el autor especifica sobre la Curva ABC, es posible entender que es una herramienta importante para ser utilizada en grandes organizaciones, donde su demanda requiere cuidado y especificaciones más precisas sobre el stock.

MRP – Planificación de necesidades de materiales

Según Corrêa y Gianesi, (1996), "El MRP (planificación de necesidades de materiales) es un gran Sistema de Gestión de la Producción (SAP) que ha sido utilizado más por empresas de todo el mundo desde los años 70". MRP se ocupa principalmente de la oferta de piezas y componentes donde la demanda depende de un producto final específico. Los conceptos básicos de MRP han existido durante mucho tiempo, pero solo recientemente las computadoras y los sistemas de información han permitido a la compañía beneficiarse de los métodos de MRP ". Para que el sistema se utilice realmente y pueda utilizarse, es necesario contar con una base de datos precisa.

A través de la medición, es necesario recopilar datos sobre la capacidad de producción de cada equipo y el tiempo de uso de cada equipo en todos los sectores de la empresa, es decir, extrusión, impresión, corte y acabado. A través de consultas con los proveedores, se establecieron los plazos de entrega para la entrega de materias primas. Los datos recogidos en el paso anterior fueron trabajados e insertados en una hoja de cálculo electrónica, desarrollando un sistema MRP que satisficiera las necesidades de la empresa. Esta etapa incluyó una capacitación de los responsables y supervisores sobre el procedimiento operativo estándar para el uso del sistema MPR.

Según Dias, (1995), "Los objetivos del MRP pueden ser": Asegurar la disponibilidad de materiales, componentes y productos para asegurar la planificación de la producción y las entregas a los clientes; Mantenga los inventarios lo más bajos posible; Planificar la actividad de programación de fabricación, suministro y entrega

ELEMENTOS MRP

El proceso comienza a partir de la información de "cuándo" y "cuánto" el cliente quiere consumir, explota esta información para cada elemento componente del producto final.

El sistema MRP es la herramienta más utilizada por las organizaciones hoy en día, proporciona cuánto material se necesitará y cuál es la cantidad esperada.

Just in Time (JIT) tiene como objetivo satisfacer la demanda rápidamente y con calidad libre de residuos, lo que permite una producción efectiva con menores costos y suministro del material necesario, en el momento y lugar adecuados utilizando recursos mínimos. JIT tiene los siguientes principios: Calidad; Velocidad; Flexibilidad; Compromiso.

En JIT, el producto solo se pide cuando es necesario y se envía a producción solo cuando y donde se necesita. El sistema utilizado es el maketorder(a pedido), el cliente hace el pedido, se produce y entrega, y ya no se produce ni se almacena. De esta manera se pueden reducir las pérdidas con los productos terminados almacenados. En JIT es inaceptable la producción defectuosa y mucho menos el muestreo o control estadístico por parte de un departamento de calidad, por lo que hay un porcentaje mínimo de productos defectuosos.

El Kanban según Laugeni y Martins, (1999), Kanban "es un sistema de liberación de la producción y transporte del material del sistema JIT. En el idioma japonés, la palabra kanbam tiene la definición de marcador (tarjeta, signo, tablero u otro dispositivo) utilizado para monitorear el orden del trabajo en un proceso sucesivo.

Sus objetivos son indicar las necesidades de más material y garantizar que se produzcan dichas piezas, el reemplazo de un determinado producto solo se libera de acuerdo con la demanda.

PEPS (First In, First Out), según Dias, (1995), "la verificación por esta técnica se realiza por el orden de entrada de los productos. El material que primero incorporó el stock sale, siendo reemplazado por el mismo orden cronológico en el que fue recibido, y su costo real debe ser aplicado". El método PEPS se elige cuando los materiales tienen una vida útil, sin embargo, es necesario que la demanda de productos terminados se conozca con un alto grado de precisión y que tengamos proveedores de transporte confiables donde podamos obtener un servicio adecuado a la producción, de lo contrario dicho método no funciona.

El UEPS (Last to enter , First to leave), según Dias (1995), "este método de evaluación observa que debe salir primero serán las últimas piezas que entrarán en el stock, lo que hace que el saldo se valore al precio de las últimas entradas.

Es la técnica más adecuada en tiempos de aumentos sistemáticos, porque iguala el precio de los productos en stock para la venta en el mercado de consumo". En la disciplina de Gestión de Materiales vimos como es el uso del método UEPS, tiende a dejar las existencias estabilizadas. Mientras tanto, el uso actual de la misma, también su función de precio, se

evalúa con el fin de reflejar los valores y costos del mercado.

CONCLUSIÓN

En este artículo, se identificaron las necesidades de una buena gestión de inventarios, junto con la base teórica.

La gestión de inventarios hoy en día se ve como una necesidad vital para las empresas, porque es a través de ella que se logra un retorno dentro de la empresa.

De esta manera, podemos entender la siguiente pregunta problemática: ¿Cuál es la importancia de la Gestión de Inventarios dentro de una empresa? A partir de esta pregunta se creó un estudio con el fin de obtener la respuesta, siendo investigados los efectos de la gestión.

La gestión de inventarios se encarga de todo aquel material o producto que necesita ser almacenado o almacenado en determinadas ubicaciones de una empresa, ya que se suma a la rotación de productos, haciéndola rápida y eficaz. Notado. Para largo Éste artículo que la herramienta usado MRP Asesores Rutinas Administrativo De Uno empresa Ración en todo el desarrollo, aportándole beneficios, controlándolo y organizándolo.

Para futuras mejoras.

Se concluye que es necesaria una gestión de inventarios bien planificada y eficiente, en la que todos los sectores de una empresa trabajen juntos, utilizando las herramientas adecuadas para traer resultados positivos, donde se logre reducir el costo con inventarios exagerados, desde el punto de vista financiero secando el inventario, ya no tener sobras excesivas causando un alto valor agregado en el stock y un servicio al cliente con calidad.

REFERENCIAS

ANDRADE, María Margarida. Introducción a la metodología del trabajo científico. São Paulo: Atlas, 2010.

BALLOU, R. H. Logística empresarial: transporte, gestión de materiales y distribución física. São Paulo: Atlas, 2012.

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D.J. Logística empresarial: el proceso de integración de la cadena de suministro. São Paulo: Atlas, 2001.

DIAS, Marco Aurélio P. Gestión de materiales: principios, conceptos y gestión. São Paulo: Atlas, 2009.

FACHIN, Odilia. Fundamentos de Metodología. São Paulo: Saraiva, 2001. Fundamentos de Metodología. 5ª edición. São Paulo: Saraiva 2006.

GODOY, Arilda S. Introducción a la investigación cualitativa y sus responsabilidades. Revista de Administración de Empresas, 1995.

MOURA, Reinaldo A. Almacenamiento: desde la recepción hasta el envío en almacenes o centro de distribución. São Paulo: IMAN, 2008.

RELATIVO, J. Retail en Brasil: Gestión y Estrategia. São Paulo: Atlas, 2000. POZO, Hamilton. Gestión de recursos materiales y patrimoniales: un enfoque logístico. São Paulo: Atlas, 2010.

RIBEIRO, Elisa Antonia. La perspectiva de la entrevista en la investigación cualitativa. Evidencia: Miradas e Investigación en Conocimiento Educativo, Araxá: 2008. RODRIGUES, Paulo Roberto Ambrosio. Gestión estratégica del almacenamiento de información. São Paulo: Aduaneiras, 2011.

YIN, Robert K. Estudio de caso – Planificación y métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

SLACK, Cámaras, Gestión de Producción. São Paulo, Editora Atlas, 1997. Lamêgo, Guilherme, La importancia de la gestión de inventarios, www.reagro.com.br, 2013.