

13.-MARCA Y ETIQUETA

13.01.-Concepto

Marca : Nombre cuya finalidad es identificar el producto de un vendedor o grupo de vendedores para diferenciarlo de los productos rivales.

Etiqueta : es la parte del producto donde se encuentra contenida la información del producto, la marca del producto y todas las características del mismo .

13.02.-La marca desde el punto de vista creativo

La marca esta compuesta por palabras , letras o números que pueden ser vocalizados.

Un emblema o logotipo, es la parte de la marca que aparece en forma de símbolo, diseño, color o letrero distintivo. El emblema debe conocerse a simple vista; pero no puede expresarse cuando una persona lo pronuncia.

La importancia de tener un nuevo nombre de marca cabe en que algunos pueden ser tan buenos que contribuyen al éxito de los productos e inclusive de la empresa ; y otros son tan inadecuados que contribuyen a su fracaso. Estén casos donde se han logrado el éxito a pesar del inadecuado nombre de marcas como xerox.

Las marcas pueden transformar los productos agrícolas, haciendo que bienes comunes se conviertan en productos de gran demanda .Hay 5 características que determinan la creación de una marca .

- Sugerir algo acerca del producto.
- Ser fácil de pronunciar, escribir y recordar.
- Ser distintivo
- Ser adaptable a los nuevos productos que se hayan incorporado a la línea
- Ser susceptible de registro y de protección legal.

13.03.-Problemática en la selección de la marca

Así como existen razones para la utilización de una marca, también existen para no hacerlo.

Razones por las que se utilizan las marcas.

Las marcas sirven para identificar mas facial los bienes y servicios, a encontrar mas rápido lo que buscan en un supermk, en una tienda o en otro establecimiento; al menudeo y toma de decisiones de compra .

Con el uso de marcas se reduce la comparación de precios. No todas las marcas son reconocidas en forma amplia y positiva por sus mercados meta.

Razones por las cuales no se usan marcas .

La responsabilidad de una marca supone dos responsabilidades .

- Promover la marca
- Mantener una calidad constante en la producción .

Hay dos productos que no obtienen marca porque no es posible diferenciarlos físicamente de los de otra empresa. Otras simplemente no ponen marcas a sus productos porque no pueden o no quieren asumir tales responsabilidades con el consumidor.

13.04.– La protección de la marca.

A lo largo de los años algunas marcas han logrado tal aceptación que normalmente se utilizan sus nombres en lugar de sus nombres genéricos de determinados productos.

Un nombre de marca puede volverse genérico en varios aspectos :

- Patente expira
- El público emplea un nombre de marca en vez de el
- Cuando una empresa promueve una marca demasiado bien. Nombres como xerox, nescafé, y kleenex se encuentran en la frontera de productos genéricos y marcas , a pesar de no tener todavía la categoría desde el punto de vista legal

Hay tres formas de evitar el uso genérico de un nombre de marca:

- Utilizar el nombre junto con la compañía
- Utilizar el nombre de marca junto con el nombre genérico
- Notificar al público que se han registrado los derechos del autor de la marca.

La marca debe estar registrada. Una marca registrada es aquella que ha sido adoptada por un vendedor y que goza de protección legal.

13.05 .–Empleo y manejo de la marca

- El uso de las marcas está impulsado por estrategias que buscan alcanzar la preferencia dentro del mercado.
- El nombre de la compañía combinado con el nombre del producto para tener un mayor impacto o dar a conocer el nombre de la empresa para ofrecer una calidad garantizada.
- El nombre de la compañía solo.
- La estrategia de marcas múltiples con el fin de aumentar sus ventas totales en el mercado.
- Pueden ser usados como activos de la empresa. El capital de la marca es el valor que esta agrega a un producto.

13.06.–La etiqueta y su proyección mercadotecnica.

Esta puede formar parte del empaque aunque también puede ser un rotulo pegado al producto.

La etiqueta arroja los datos que el consumidor debe saber para la elección de un producto u otro.

Este es una de las partes que merece toda la atención de los gerentes, debido a su relación que tiene la marca que garantiza la calidad de sus componentes.

13.07.–Cuidados en el diseño de la etiqueta .

Hay tres tipos de etiqueta.

- Una etiqueta de marca
- Una etiqueta descriptiva
- Una etiqueta de grado

Existen requisitos legales para el uso de etiquetas para evitar una competencia ilegal se dio origen a las normas relativas a l etiquetado que prohíben el uso de etiquetado y empaques con información falsa. La creación de estas deberán estar apegadas a las leyes relativas al etiquetado.

14.-SERVICIOS TÉCNICOS AL PRODUCTO

14.02.-La garantía

La finalidad de una garantía es asegurar a los compradores que se les resarcirá en caso de que el producto no corresponda a sus expectativas razonables.

Garantías expresas: las que se formulan por escrito o forma oral.

Garantía implícita: significa que el vendedor tenía la intención de ofrecer una garantía aunque no la hay expresado implícitamente.

La responsabilidad legal por un producto es una acción legal en que se afirma que una enfermedad, accidente , muerte se debieron al producto en cuestión por ser dañino , deficiente o tener una etiqueta inadecuada .

15.- LOGÍSTICA MERCADOLÓGICA

15.01 Concepto y definición.

A pesar de que la logística siempre es una parte esencial en cualquier actividad económica, ha sido ignorada por parte de la dirección empresarial, sin embargo, en las últimas dos décadas se ha sentido un vivo interés por el desarrollo de la misma, al punto de que un número creciente de empresas la están adoptando como herramienta gerencial en vista de los resultados positivos que arroja la aplicación.

Los orígenes de la logística cuyo término proviene del campo militar, relacionado con la adquisición y suministro de materiales requeridos para cumplir una misión aplicada a la actividad empresarial, se remontan a la década de los cincuenta. Una vez concluida la segunda guerra mundial, la demanda creció en los países industrializados y la capacidad de distribución era inferior a la de venta y producción. Con la proliferación de productos, en los departamentos de mercadeo, optaron por vender cualquier artículo en cualquier lugar posible, y los canales de distribución comenzaron a ser obsoletos. Por tanto la alta gerencia, consciente de que la distribución física tenía que ser eficiente y representar rentabilidad en lugar de gastos, comenzó a probar modificaciones sustanciales en los sistemas de distribución y esta comenzó a tener identidad propia dentro de la estructura de la organización. Así se dan los orígenes de la logística en los que el departamento de distribución controlaba el almacenamiento, el transporte y en parte el manejo de pedidos.

A mediados de los sesenta, los empresarios comenzaron a comprender que la reducción de inventarios y cuentas por cobrar aumentaba el flujo de caja y vieron que la rentabilidad podía mejorar si se planeaban correctamente las operaciones de distribución. A finales de esta misma década, aparece el concepto de gestión de materiales, desarrollado a partir de una situación de escasez y discontinuidad de los suministros, pero cuyo fin era el mismo: proporcionar un determinado nivel de servicio con un costo social mínimo. Este período que va hasta 1979 se conoce como el de la "madurez" de la logística, porque la empresa se concientiza de la importancia de ella.

A partir de 1980, se consolida la logística como consecuencia de la incertidumbre generada por la recesión

económica característica de la década. Se hace indispensable una gerencia de todo el proceso de distribución. A pesar de todo, hoy día existen todavía organizaciones que no se han concientizado de la imperiosa necesidad de contar con la gerencia logística y el departamento de distribución. Para otras, continua siendo un multienredo sin orientador (Director Logístico), que coordine todas las actividades desde la compra de materia prima hasta el consumidor final.

"Logística" es el proceso de planificar, implementar y controlar el flujo y almacenaje de materias primas, productos semi-elaborados o terminados, y de manejar la información relacionada desde el lugar de origen hasta el lugar de consumo, con el propósito de satisfacer los requerimientos de los clientes. En otras palabras, con una buena gestión logística se pretende proveer el producto correcto en la cantidad requerida, en el lugar indicado en el tiempo exigido y a un costo razonable. La logística es un sistema con actividades interdependientes que pueden variar de una organización a otra, pero normalmente incluirán las siguientes funciones:

Transporte

Almacenamiento

Compras

Inventarios

Planeación de producción

Gestión de personal

Embalaje

Servicio al cliente

LA MODA DE LOS 90'

La logística es tal vez el proceso que más está utilizando los adelantos tecnológicos en áreas como la electrónica, la informática y la mecánica, ha simplificado la administración de la cadena de abastecimiento mediante el uso del intercambio electrónico de documentos EDI para transacciones y contabilidad, el código de barras para identificar productos y servicios, sistemas de transporte de materiales para reducir tiempos de entrega y manipulación. De esta forma se reducen los ítem más importantes que conforman los costos operacionales que afectan la rentabilidad final del producto.

Por lo anterior podemos afirmar que desarrollar el proceso logístico, fue en los años 90 el proceso a seguir por las empresas que deseaban estar a la vanguardia en la administración de la cadena de abastecimiento.

Por otro lado, la tecnología está poniendo todos los elementos sobre la mesa para que las personas no tengan que salir de sus casas para adquirir productos. En Estados Unidos ya hay teléfonos que permiten leer tarjetas de crédito con lo cual, la venta con catálogo adquiere una nueva dimensión. Según la revista *Visa*, el valor de las compras con tarjeta desde los hogares en Estados Unidos, se ha duplicado en los últimos 4 años.

Esto no significa la extinción de los mall, tiendas de departamento y supermercados, pero sí un cambio en su forma de vender. Los productos de consumo masivo poco diferenciados se venderán en forma telefónica, repartidos directamente a domicilio. Las personas irán a las tiendas a mirar, tocar y probar productos que

luego comprarán desde sus casas. En otros casos, irán sólo a comprar productos muy específicos ó diseñados especialmente para su gusto.

Existen muchos factores demográficos y sociológicos que hacen factible esta tendencia como: la creciente diversificación de gustos del consumidor, la incorporación de la mujer a la vida laboral con la consiguiente reducción de tiempos disponibles y las exigencias de disponibilidad y menores plazos de entrega.

Otra tendencia muy marcada en el consumidor actual, es su capacidad para elegir entre varios productos de acuerdo a sus beneficios reales, con creciente deslealtad a las marcas.

La logística no sólo consiste en administrar la cadena de abastecimiento, sino que también significa eliminar intermediarios que le agregan costo al producto. La logística ofrece el medio para que el consumidor pueda entrar en contacto con los productos, compararlos y si es necesario, demandar servicios anexos.

La tendencia de la logística apunta hacia un objetivo bien claro, cambiar el enfoque PUSH (empujar) donde son los fabricantes los que empujan a lo largo de la cadena de distribución sus productos, y son sus niveles de inventario los que generan las grandes ofertas y las promociones sin mirar lo que el cliente está demandando, a un estilo PULL (halar) donde la demanda en el punto de venta gatilla los eventos a lo largo de la cadena de distribución y son las preferencias de los clientes las que condicionan el surtido en las estanterías y por consiguiente la producción de las empresas.

Esta nueva visión rompe con la mayoría de las prácticas tradicionales de distribución y con el concepto clásico de stock de seguridad manejado por tantos años.

La tecnología para diseñar las tiendas del futuro está disponible hoy, todo apunta a hacer posible el rediseño de las vitrinas y las estanterías de un punto de venta en cuestión de horas con el fin de responder a cambios en la demanda real y ofrecer un servicio más personalizado al cliente.

15.02 Conflictos y factores de la logística.

En recientes encuestas realizadas en Estados Unidos, se calculó el costo de la logística entre un 3 y 5% del valor final del producto, en Colombia no se tiene aún un dato confiable, debido a que la mayoría de las empresas no tienen un costeo integral de la función logística.

Los costos identificables en logística son:

costo de manejo de inventario

costo de distribución

costo de almacenamiento

El gran reto logístico de las empresas que ejercen liderazgo hacia el futuro será:

Atención inmediata de ventas

Recortar al máximo el tiempo entre la toma del pedido y la entrega del producto

Ofrecer respuesta del 100% del pedido

Garantizar información sin errores

Cero averías

Cumplimiento de compromisos comerciales

Cumplimiento de especificaciones del producto

Calidad en empaque y presentación

"Podemos agregar una nueva definición de logística como la actividad que convierte los problemas ó retos, en oportunidades y ventajas competitivas ."

LA FUNCION LOGISTICA. LOS OPERADORES LOGISTICOS

El segundo componente de las funciones críticas de una estructura organizacional es el que se corresponde con la función logística, la cual es la función responsable de que las mercancías se encuentren en el momento preciso en el lugar preciso bajo premisas rentables y eficaces, con conceptos de servicio a la red con la que esta colaborando.

Es importante señalar dentro de la definición que hemos propuesto para la función logística, la precisión que se hace sobre el hecho de que, además de colocar la mercancía cuándo y dónde se necesita, tiene que realizar su función sobre premisas de rentabilidad y con concepto de servicio, ya que no es una función aislada, sino que es precisamente una función de interfase entre los diferentes componentes de la cadena productiva.

En el caso de las fábricas las hemos representado en secuencia la función de producción y la producción en red o la cadena de producción virtual.

En el caso de los almacenes, también podríamos añadir una dimensión de secuencia, en adición a la que hemos representado.

En cualquier caso, en la Figura se representa esquemáticamente la cadena productiva o de suministro con el objetivo de ver los diferentes movimientos de mercancías que existen desde el comienzo hasta que llega al cliente, teniendo en cuenta que además en cada uno de los puntos existen actividades relacionadas con las mercancías, tales como la manipulación y el almacenaje.

Dentro de este entorno podríamos entender la logística como la función responsable de la coordinación de las diferentes actividades relacionadas con la manipulación, el almacenaje y la distribución o transporte de las mercancías, con el añadido de las comunicaciones entre los diferentes componentes de la cadena que va desde los proveedores hasta los clientes, a la que podemos denominar la cadena logística.

VENTAJAS COMPETITIVAS Y GLOBALIZACIÓN

Podemos intuir que la logística no es una moda sino una auténtica pieza fundamental para la consecución de ventajas competitivas, ventajas basadas en la reducción de costes y en el factor plazo o factor tiempo.

Si además consideramos el nuevo entorno mundial donde el concepto de globalización o mundialización nos lleva a que los proveedores puedan estar en cualquier parte del mundo, las fábricas también repartidas por todo el mundo y los clientes sin duda en cualquier parte, es evidente que la función logística cobra una importancia de primerísimo nivel. El del coste de la logística en el entorno internacional puede llegar hasta un 30% del costo del producto.

Recordemos la visión que sobre el mundo han hecho los investigadores, donde han centrado el mundo de la materia prima en el cono sur, el mundo de fabricación en el mundo asiático y el mundo del consumo en

Europa y América del Norte.

Considerando la importancia de la logística dentro del nuevo orden mundial vamos a seguir con la consecución de las posibles ventajas competitivas a través de la misma.

La ventaja competitiva a través de la reducción de costos la vamos a realizar a lo largo del estudio de la optimización de las diferentes funciones de la logística integrada.

El Factor Tiempo o Plazo

Podemos empezar aceptando que la empresa de mayor éxito es la que es capaz de entregar el máximo valor, al mínimo costo, en el menor tiempo.

La ventaja competitiva a través del factor tiempo se puede conseguir genéricamente eliminando fases o actividades inútiles y realizando diferentes actividades en paralelo, en vez de realizarlas secuencialmente; las empresas Japonesas son un buen exponente de cómo conseguirlo.

Ventajas Competitivas Basadas en el Factor Tiempo

1.Centrarse en las exigencias de servicio al cliente: es decir enterarse, por el contacto permanente con los clientes sobre sus expectativas y centrearse en el cumplimiento, realizando las segmentaciones correspondientes, de tal forma que se cumplan las expectativas de los diferentes tipos de clientes de forma rentable.

2.Quitar importancia al objetivo de reducción de costes, para poner la importancia en el concepto de optimización de los mismos y de retornos de inversión, centrando los esfuerzos más en el factor plazo que permita optimizar los ingresos a través de la captación y fidelización de clientes.

3.Hacer hincapié en la flexibilidad, siendo capaces de adaptar la logística a las necesidades cambiantes de los clientes y del mercado.

4.Coordinar todas las funciones de logística, en referencia al con-junto formado por los tres grupos básicos de actividades logísticas:

almacenaje, manipulación y transpone y al sistema de información entre los diferentes componentes de la cadena logística.

5.Coordinar con las funciones no logísticas, de tal forma que se consiga una perfecta integración, desde la propia concepción del producto.

6.Desarrollar flujos de información rápidos, que permitan sincroni-zar perfectamente a los diferentes componentes de la cadena productiva en su conjunto global.

7 . Adoptar decisiones más rápidamente, basado en la facilidad que proveerán los flujos de información antes mencionados.

15.03 El almacenamiento y su importancia

Son aquellos lugares donde se guardan los diferentes tipos de mercancía.

La formulación de una política de inventario para un departamento de almacén depende de la información respecto a tiempos de adelantes, disponibilidades de materiales, tendencias en los precios y materiales de compras, es la fuente mejor de esta información

Esta función controla físicamente y mantiene todos los artículos inventariados, se deben establecer resguardo físicos adecuados para proteger los artículos de algún daño de uso innecesario debido a procedimientos de rotación de inventarios defectuosos de rotación de inventarios defectuosos y a robos. Los registros de deben mantener, lo cual facilitan la localización inmediata de los artículos.

Función de los Almacenes:

- Mantienen los materiales primas a cubierto de incendios, robos y deterioros.
- Permitir a las personas autorizadas el acceso a las materias almacenadas.
- Mantienen en constante información al departamento de compras, sobre las existencias reales de materia prima.
- Lleva en forma minuciosa controles sobre las materias primas (entradas y salidas)
- Vigila que no se agoten los materiales (máximos – mínimos).

Función de las Existencias:

Garantizar el abastecimiento e invalida los efectos de:

- Retraso en el abastecimiento de materiales.
- abastecimiento parcial
- Compra o producción en totales económicos.
- Rapidez y eficacia en atención a las necesidades.

15.04 Factores del almacenamiento

Equipos de Almacén

Estrategias y cajas o casilleros:

Puede aumentar mucho la eficiencia total y la flexibilidad de los procedimientos que emplea el almacenamiento mediante el uso de un equipo adecuado. En algunas compañías, el departamento de conservación constituye las estanterías, los casilleros, compartimiento, entre otros, que se hacen con madera ordinaria y contra enchapadas. Sin embargo, las estanterías de acero se han hecho ya, de uso general que las de madera y pueden comprarse a los fabricantes especializados del ramo en una gran variedad de modelos y tamaños.

Función de Recepción:

La función de recepción, ya sea de una unidad de la compañía o de un transportador común, es la misma. Si el material se reciben de cualquier otra fuente u otro departamento de la compañía, la actividades de construcción, el procedimiento será el mismo.

Importancia:

La recepción adecuada de materiales y de otros artículos es de vital importancia, ya que una gran parte de las empresas tienen como resultado de su experiencia centralizada la recepción total bajo un departamento único, las excepciones principales son aquellos grandes empresas con plantas múltiples. La recepción esta estrechamente ligada a la compra, ya que probablemente el 70% de los casos, el departamento bajo la responsabilidad del departamento de compra.

Proceso

- Al recibir un envío: Se le someterá a verificación para comprobar si esta en orden y en buenas condiciones, si el recipiente esta dañado o no se recibió el numero de paquetes requeridos. Se debe hacer la salvedad correspondiente inmediatamente y no se podrá dar recibo de conformidad por el envío, esto es esencial sin tomar en cuenta si el transporte es aéreo, marítimo o terrestre, como se podría exigir para dar fuerza a

cualquier reclamo resultante sobre envíos ocultos.

- De Manera Similar: El material que recibe una instalación de la compañía también debe ser sometido a una inspección preliminar, antes de introducirles en el área de almacenamiento, en el caso de que en la inspección inicial se detecte materiales de calidad inferiores o en malas condiciones se le debe rechazar.

Técnicas de Almacenamiento de Materiales

El almacenamiento de materiales depende de la dimensión y características de los materiales. Estos pueden exigir una simple estantería hasta sistemas complicados, que involucran grandes inversiones y complejas tecnologías. La elección del sistema de almacenamiento de materiales depende de los siguientes factores:

- Espacio disponible para el almacenamiento de los materiales.
- Tipos de materiales que serán almacenados.
- Tipos de materiales que serán almacenados.
- Número de artículos guardados.
- Velocidad de atención necesaria.
- Tipo de embalaje.

El sistema de almacenamiento escogido debe respetar algunas técnicas imprescindibles de la AM. Las principales técnicas de almacenamiento de materiales son:

- Carga unitaria: Se da el nombre de carga unitaria a la carga constituida por embalajes de transporte que arreglan o acondicionan una cierta cantidad de material para posibilitar su manipulación, transporte y almacenamiento como si fuese una unidad. La carga unitaria es un conjunto de carga contenido en un recipiente que forma un todo único en cuanto a la manipulación, almacenamiento o transporte. La formación de cajas unitarias se hacen a través de un diapositiva llamado pallet (plataforma), que es un estrado de madera esquematizado de diversas dimensiones. Sus medidas convencionales básicas son 1100mm x 1100mm como patrón internacional para adecuarse a los diversos medios de transporte y almacenamiento. Las plataformas pueden clasificarse de la siguiente manera:
 - En cuanto al número de entrada en: plataformas de 2 y de 4 entradas.
 - Plataforma de 2 entradas: se usan cuando el sistema de movimiento de materiales no requieren utilizar equipos de materiales.
 - Plataforma de 4 entradas: Son usados cuando el sistema de movimiento de materiales requiere utilizar equipos de maniobras.
 - Cajas o cajones. Es la técnica de almacenamiento ideal para materiales de pequeñas dimensiones, como tornillos, anillos o algunos materiales de oficina, como plumas, lápices, entre otros. Algunos materiales en procesamiento, semiacabados pueden guardar en cajas en las propias secciones productivas las cajas o cajones pueden ser de metal, de madera de plástico. Las dimensiones deben ser esquematizadas y su tamaño puede variar enormemente puede construirlas la propia empresa o adquirirlas en el mercado proveedor.
 - Estanterías: Es una técnica de almacenamiento destinada a materiales de diversos tamaños y para el apoyo de cajones y cajas estandarizadas. Las estanterías pueden ser de madera o perfiles metálicos, de varios tamaños y dimensiones, los materiales que se guardan en ellas deben estar identificadas y visibles, la estantería constituye el medio de almacenamiento más simple y económico. Es la técnica adoptada para piezas pequeñas y livianas cuando las existencias no son muy grandes.
 - Columnas: Las columnas se utilizan para acomodar piezas largas y estrechas como tubos, barras, correas, varas gruesas, flejes entre otras. Pueden ser montadas en ruedas para facilitar su movimiento, su estructura puede ser de madera o de acero
 - Apilamientos: Se trata de una variación de almacenamiento de cajas para aprovechar al máximo el espacio vertical. Las cajas o plataformas son apilados una sobre otras, obedeciendo a una distribución equitativa de cargas, es una técnica de almacenamiento que reduce la necesidad de divisiones en las estanterías, ya que en la práctica, forma un gran y único estante. El apilamiento favorece la utilización de las plataformas y en consecuencia de las pilas, que constituyen el equipo ideal para moverlos. La configuración del apilamiento

es lo que define el numero de entradas necesarias a las plataformas.

- **Contenedores flexibles:** Es una de las técnicas mas recientes de almacenamiento, el contenedor flexible es una especie de saco hecho con tejido resistente y caucho vulcanizado, con un revestimiento interno que varia según su uso. Se utiliza para almacenamiento y movimiento de sólidos a granel y de líquidos, con capacidad que puede variar entre 500 a 1000 kilos. Su movimiento puede hacerse por medio de apiladoras o grúas

Es muy común la utilización de técnicas de almacenamiento asociado el sistema de apilamiento de cajas o plataformas, que proporcionan flexibilidad y mejor aprovechamiento vertical de los almacenes.

Codificación de Materiales

Para facilitar la localización de los materiales almacenados en la bodega, las empresas utilizan sistemas de codificación de materiales. Cuando la cantidad de artículos es muy grande, se hace casi imposible identificarlos por sus respectivos nombres, marcas, tamaños, etc.

Para facilitar la administración de los materiales se deben clasificar los artículos con base en un sistema racional, que permita procedimientos de almacenaje adecuados, operativos operacionalización de la bodega y control eficiente de las existencias. Se da el nombre de clasificación de artículos a la catalogación, simplificación, especificación, normalización, esquematización y codificación de todos los materiales que componen las existencias de la empresa. Veamos mejor este concepto de clasificación, definiendo cada una de sus etapas.

Catalogación: Significa inventario de todos los artículos los existentes sin omitir ninguna. La catalogación permite la presentación conjunta de todo los artículos proporcionando una idea general de la colección.

Simplificación: Significa la reducción de la gran diversidad de artículos empleados con una misma finalidad, cuando existen dos o mas piezas para un mismo fin, se recomienda la simplificación favorece la normalización.

Especificación: significa la descripción detallada de un artículo, como sus medidas, formato, tamaño, peso, etc. Cuando mayor es la especificación, se contará con más informaciones sobre el artículos y menos dudas con respecto de su composición y características. La especificación facilita las compras del artículo, pues permite dar al proveedor una idea precisa del material que se comprara. Facilita la inspección al recibir el material, el trabajo de ingeniería del producto, etc.

Normalización: Indica la manera en que el material debe ser utilizado en sus diversas aplicaciones. La palabra deriva de normas, que son las recetas sobre el uso de los materiales.

Estandarización: significa establecer idénticos estándares de peso, medidas y formatos para los materiales de modo que no existan muchas variaciones entre ellos. La estandarización hace que, por ejemplo, los tornillos sean de tal o cual especificación, con lo cual se evita que cientos de tornillos diferentes entre innecesariamente en existencias.

Así catalogamos, simplificamos, especificamos, normalización y estandarización constituyen los diferentes pasos rumbo a la clasificación. A partir de la clasificación se puede codificar los materiales.

CLASIFICACIÓN

Catalogación

Simplificación

Especificación

Normalización

Estandarización

CODIFICACIÓN

Clasificación y Codificación de los Materiales

Así clasificar un material es agruparlo de acuerdo con su dimensión, forma, peso, tipo, características, utilización etc. La clasificación debe hacerse de tal modo que cada género de material ocupe un lugar

específico, que facilite su identificación y localización de la bodega

La codificación es una consecuencia de la clasificación de los artículos. Codificar significa representar cada artículo por medio de un código que contiene las informaciones necesarias y suficientes, por medio de números y letras. Los sistemas de codificación más usadas son: código alfabético, numéricos y alfanumérico. El sistema alfabético codifica los materiales con un conjunto de letras, cada una de las cuales identifica determinadas características y especificación. El sistema alfanumérico limita el número de artículos y es de difícil memorización, razón por la cual es un sistema poco utilizado.

El sistema alfanumérico es una combinación de letras y números y abarca un mayor número de artículos. Las letras representan la clase de material y su grupo en esta clase, mientras que los números representan el código indicador del artículo.

15.05 Almacenes y su ubicación

Almacenaje, que se refiere a la administración del espacio físico necesario para el mantenimiento de las existencias, en definitiva estamos refiriéndonos al diseño y gestión operativa de los almacenes y de las diferentes herramientas y tecnologías que deben utilizarse para optimizar la operación.

Los almacenes juegan, pues, el papel de intermediarios a lo largo de la cadena logística y por tanto su importancia es de auténtico relieve, ya que pueden suponer fuentes de despilfarros, en potencia, a lo largo de toda la cadena.

Una forma de eliminar estos posibles despilfarros pasa por la optimización de la ubicación y funcionalidad de los diferentes almacenes y por la optimización de las operaciones, siendo fundamental para esta última parte el perfecto diseño del *layout*, con diferenciación de zonas perfectamente delimitadas y de los flujos de material a través del mismo.

Zona de seguridad: donde se colocarán los productos de alto valor y poco voluminosos, permaneciendo siempre cerrada y con acceso autorizado sólo por el supervisor del almacén.

Zona de devoluciones: donde se recepcionan las mercancías devueltas, se comprueba su estado y si éste es correcto, se pasa la mercancía a la zona de seguridad o a la de *picking* para su reutilización, dándole de alta en el *stock* y dando orden al departamento de administración para la devolución del dinero al cliente.

Zona de palets: es donde se colocan los productos en bloque recibidos del proveedor y que irán pasando en pequeñas unidades a la zona de *picking*.

Zona de *picking*: es donde se encuentran los productos preparados para su recogida individual para preparar los pedidos.

Zona de packing: donde se preparan los pedidos embalando los productos.

Zona de informática: donde se encontrarán los terminales de donde se extraerán las listas de recogida o *picking lists*.

Zona de pesaje: donde se encuentran las básculas para el pesaje de los productos, según la requiera el medio de entrega.

También es muy importante, como hemos comentado, que exista una planificación de flujos internos de tal forma que no haya interferencias entre nos y otros que produzcan ineficiencias.

Así, el flujo comenzará con la entrega y recepción de mercancías en la puerta de entrada de mercancías y, de aquí, el producto podrá pasar a la zona de devoluciones, a la de seguridad o a la de palets y, de cada una de

ellas, asará directamente a la mesa de *packing* si viene de la zona de seguridad o la zona de *picking* si viene de alguna de las otras dos.

En la zona de *picking* el flujo que deben posibilitar las *picking lists* será tal, que evite las idas y vueltas, es decir, deberá ser tal que cada lista contemple la recogida de varios pedidos, siguiendo un movimiento ser-penteante a lo largo de esta zona.

Los almacenes pueden clasificarse por diferentes criterios, según el tipo de producto que almacena, según la función que desempeña en la cadena logística, según su régimen jurídico, etc.

El que nos interesa especialmente en este apartado es la clasificación atendiendo a la función que cumplen dentro de la cadena logística, clasificación que resumimos en el siguiente cuadro.

Cuadro 1 Almacenes según su función

Denominación	Descripción
Almacén de planta	Contiene los productos terminados y puede ser incluso el primer almacén de campo e incluso el almacén central
Almacén de campo	Tienen por función mantener los stocks del sistema y suelen estar divididos por niveles (central, regional y local)
Almacén de tránsito	Que se establecen según las necesidades del transpote y que a su vez se dividen en: de distribución, de consolidación y mixtos
Almacenes temporales	Altamente dinámicos y enfocados en muchos casos a productos perecederos
Almacén de <i>stock</i>	Que se utiliza con objetivos especulativos, manteniendo excepcionales niveles y tipos de productos no necesarios para el abastecimiento de la cadena logística

Antes nos referiremos a la clasificación jurídica por la importancia que uno de los tipos está tomando, nos referimos al almacén público, de gran importancia especialmente en los Estados Unidos, que cuentan con todos los servicios necesarios y que presentan las ventajas relativas al coste, que es reducido y se paga sólo una cuota de utilización, con lo que se evita la inversión que ello supone.

Los tipos fundamentales de almacenes públicos son, según JENKINS: de granel, frigoríficos, muebles y hogar y mercancía general.

El otro tipo de almacén según esta clasificación es el almacén propio que tiene su interés especial cuando la utilización es realmente intensa o los productos a almacenar especiales, siendo atendido por personal propio o dependiente de la propia empresa.

Los almacenes para realizar su labor precisan de una serie de recursos:

Instalaciones fijas:

–planta,

–equipo de almacenamiento.

Equipo de manipulación y transporte interno.

Personal especializado.

15.06 Inventarios y su importancia

Con frecuencia, los precios sufren variaciones en cada compra de mercancías que se hace durante el ciclo contable. Esto dificulta al contador el fácil cálculo del costo de las mercancías vendidas y el costo de las mercancías disponibles. Existen varios métodos que ayudan al contador a determinar el costo del inventario final. Se recomienda seleccionar el que brinde a la empresa la mejor forma de medir la utilidad neta del período económico y el que sea más conveniente a los efectos fiscales.

Existen dos buenos sistemas para calcular los inventarios, el sistema periódico y el sistema permanente. En el sistema periódico, cada vez que se hace una venta sólo se registra el ingreso devengado; es decir, no se hace ningún asiento para acreditar la cuenta de inventario o la de compra por el monto de la mercancía que ha sido vendida. Por lo tanto, el inventario sólo puede determinarse a través de un conteo o verificación física de la mercancía existente al cierre del período económico. Cuando los inventarios de mercancías se determinan sólo mediante el chequeo físico a intervalos específicos, se dice que es un inventario periódico. Este sistema de inventario es el más apropiado para las empresas que venden gran variedad de artículos con alto volumen de ventas, y un costo unitario relativamente bajo; tales como supermercados, ferreterías, zapaterías, perfumerías, etc.

El sistema de inventario permanente o continuo, a diferencia del periódico, utiliza registros para reflejar continuamente el valor de los inventarios. Los negocios que venden un número relativamente pequeño de productos que tienen un elevado costo unitario, tales como equipos de computación, vehículos, equipos de oficina y del hogar, etc., son los más inclinados a utilizar un sistema de inventario permanente o continuo.

Se da el nombre de inventario de mercancía a la verificación o confirmación de la existencia de los materiales o bienes patrimoniales de la empresa. En realidad, el inventario es una estadística física o conteo de los materiales existentes, para confrontarla con la existencia anotadas en los ficheros de existencias o en el banco de datos sobre materiales.

Algunas empresas le dan el nombre de inventario físico porque se trata de una estadística física o palpable de aquellos que hay en existencias en la empresa y para diferenciarlos de la existencia registradas en las FE. El inventario físico se efectúa periódicamente, casi siempre en el cierre del periodo fiscal de la empresa, para efecto de balance contable. En esa ocasión, el inventario se hace en toda la empresa; en la bodega, el las secciones, en el deposito, entre otras. El inventario físico es importante por las siguientes razones:

- Permite verificar las diferencias entre los registros de existencias en las FE y la existencias físicas (cantidad real en existencia).
- Permite verificar las diferencias entre las existencias físicas contables, en valores monetarios.
- Proporciona la aproximación del valor total de las existencias (contables), para efectos de balances, cuando el inventario se realiza próximo al cierre del ejercicio fiscal.

La necesidad del inventario físico se fundamenta en dos razones:

- El inventario físico cumple con las exigencias fiscales, pues deben ser transcrita en el libro de inventario, conforme la legislación.
- El inventario físico satisface la necesidad contable, para verificar, en realidad, la existencia del material y la aproximación del consumo real.

Sección de control de inventario de mercancías

Esta sección resume el movimiento de entradas y salidas que conforman el inventario de mercancía de la empresa. Para registrar la sección de control de inventario de mercancías, todas las facturas de ventas deben contener la información del costo de cada artículo vendido. Este dato se anotará mediante códigos para proteger la información confidencial.

Línea de inventario inicial

Diariamente deben anotarse en la columna de hoy el inventario inicial, que se tomará del renglón que contiene el inventario final del día inmediatamente anterior.

El inventario inicial que se anotará en la columna de acumulado es con el que se inicia cada mes. Este dato permanece igual durante todo el mes de operaciones.

El objetivo de mantener en el inventario de la columna hoy, el inventario inicial del día anterior y en el acumulado el inventario inicial del inicio del mes, es para poder hacer el balance entre los datos diarios y acumulados y que el inventario final refleje igualdad en ambas columnas.

Línea de compras

En la columna "hoy" del renglón de compras, se registran del valor anotado en totales de "hoy" de la sección de cheques girados, compras al crédito. La columna de "acumulado" es el resultado de sumar el acumulado del día anterior, más la columna de "hoy".

Línea de costo de la mercancía vendida

El renglón del costo de la mercancía vendida, se obtiene transformando diariamente el código de costo que fue anotado a cada artículo en la factura de venta a valores en dólares (B/.). Este dato se acumula de todas las facturas emitidas en el día y el resultado se anota en costo de la mercancía vendida en la columna de "hoy". La columna de acumulado se obtiene sumando el resultado de "hoy" más la columna del acumulado del día anterior.

Línea de inventario final

El renglón de inventario final se realizará la sumatoria en los acumulados de "hoy" y "acumulado" de la siguiente manera:

Inventario inicial más (+) compras, menos (-) costo de la mercancía vendida igual (=) inventario final.

15.07 Distintos criterios de inventarios

En el sistema de inventario permanente existen varios métodos para calcular el monto de los inventarios, los más usados son: el de primeras entradas, primeras salidas (PEPS); el de últimas entradas, primeras salidas (UEPS), el método de promedio móvil.

Las empresas que utilizan este sistema de inventario llevan el control de la circulación de sus mercancías, en unas tarjetas previamente elaboradas para tal fin. El diseño de estas tarjetas no es estándar, cada empresa puede tener su propio modelo adaptado a las necesidades y requerimientos particulares. Cualquiera sea el modelo que se utilice, un buen control con información suficiente para los efectos administrativos y contables requiere de una ficha de control de existencias que contenga las siguientes partes: nombre del artículo, código, unidad, ubicación, mínimo, máximo, proveedor, fecha, comprobante, cantidades, precio unitario, monto.

Se destina una tarjeta para cada clase de artículo y en ella se anota el nombre de éste, así como su código que es el número de referencia asignado; también se escribe en ella el lugar de ubicación que le corresponde a ese artículo en el almacén; la casilla de unidad se refiere a la unidad de medida del artículo, como por ejemplo: bulto, caja, juego, estuche, gruesa, docena, galón, kilo, etc.; mínimo, para señalar la cantidad menor del artículo en existencia con la cual se pueden servir con regularidad los pedidos que realicen los clientes; máximo, señala la cantidad mayor de ese artículo que debe existir sin sacrificar espacio en el almacén ni abultar innecesariamente la inversión; proveedores, lugar para anotar el nombre y dirección del proveedor del artículo; fecha, columna para anotar la fecha en que se llevó a cabo la operación; comprobante, espacio para registrar el número del comprobante que respalda la operación realizada; cantidades, sección que comprende a su vez tres columnas: la primera es para registrar las entradas, la segunda es para las salidas, y, en la tercera se registra la existencia remanente después de cada operación; precio unitario, sección con dos columnas: en la primera se anota el precio unitario de las entradas y en la segunda el de las salidas de cada una de las unidades

en referencia; monto, sección que comprende tres columnas, en el debe se registran el costo de las unidades que entran, en el haber se asienta el costo de las unidades que salen según el método empleado, en la columna de saldo se anota el costo remanente del movimiento y representa el costo de la existencia de ese artículo. A continuación se inserta un modelo de una ficha de control de existencias de mercancía con la estructura descrita.

CONTROL DE EXISTENCIAS		ARTÍCULO:			REF:				
UBICACIÓN:		UNIDAD:		MÍNIMO:		MÁXIMO:			
PROVEEDOR:									
FECHA	COMPROBANTE	CANTIDADES		VALOR UNITARIO	MONTO TOTAL				
		Entrada	Salida		Entrada	Salida	Debe	Haber	