**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | OPERACIONES COMERCIALES EN RETAIL |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 260101062 - Surtir productos según plan y técnicas de *merchandising*. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 260101062-01 - Organizar inventarios de acuerdo con los protocolos del punto de venta 48H. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 1 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Manejo de inventarios en el *Retail* |
| BREVE DESCRIPCIÓN | La logística en retail radica en el conjunto de técnicas necesarias para poder cumplir con el objetivo final de acercar y vender un producto al cliente en su respectiva sala de ventas del formato comercial o retail especializado. Este proceso abarca desde la gestión eficiente del inventario y el almacenamiento, hasta la distribución y transporte del producto, asegurando su disponibilidad en el momento y lugar adecuados. |
| PALABRAS CLAVE | Devolución, inventario, mercancía, producto, *retail*, stock |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | 6 - Ventas y servicios |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**

**Introducción**

**1. Gestión logística de inventarios en el punto de venta**

**1.1 Conceptos básicos**

**1.2 Inventario: Concepto, característica, clasificación**

**1.3 Recursos: Concepto, tipo, herramientas, clases**

**1.4 Herramientas: Concepto, clases, usos**

* 1. **Código de barras: Concepto, características, tipos**

**1.6 *Software* para la captura de código de barras: características, funcionalidad, tipos**

**2. Gestión de inventario**

**2.1 Toma física: Concepto, herramientas**

**2.2 Toma digital: Concepto, herramientas**

**2.3 Técnicas de conteo: Tipos, características, clases**

**2.4 Mercancía: Concepto, clases, normativa para manejo de mercancía**

**3. Gestión de productos**

**3.1 Producto: Concepto, naturaleza, atributos, clases**

**3.2 Referencias: Concepto, tipos**

**3.3 Rotación: Concepto, procedimiento**

**3.4 Agotados: Concepto, características**

**3.5 *Stock* de mercancía**

**4. Gestión de devolución**

1. **Devolución: Concepto, procedimiento, formatos**
2. **Averías: Concepto, tipos, características**
3. **Reconteo: Concepto, usos**
4. **Reportes: Concepto, tipos**
5. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:**

**Introducción**

Bienvenidos al componente formativo **Manejo de inventarios en el *Retail***, en el cual se abordarán diversas temáticas con aspectos básicos y fundamentales que se deben tener en cuenta cuando se participa en las operaciones comerciales de una sala de ventas. A continuación, se invita a conocer un poco más de este componente formativo:

[Manejo de inventarios en el retail introducción](https://sena4.sharepoint.com/:f:/r/sites/VirtualizacionRED/Documentos%20compartidos/2024/LP_Santander/T%C3%A9cnicos/632223-Operaciones%20Comerciales%20en%20Retail/Final_por_Producir_2024/Componentes_2024/CF1_2024/CF1_2024/FormatosDI_CF1_2024/VIDEOS_CF1_2024/Manejo%20de%20inventarios%20en%20el%20retail%20introducci%C3%B3n?csf=1&web=1&e=froTRH)

# **1. Gestión logística de inventarios en el punto de venta**



El inventario es una organización de elementos de forma ordenada y valorada mediante un proceso de recopilación de datos. Este sistema ayuda a las empresas a mantener el control y el orden de sus bienes, almacenes y bodegas, facilitando todo el proceso comercial y de producción para garantizar la disponibilidad del producto final para los consumidores.

El inventario tiene una estructura predefinida que contiene información valiosa sobre los productos, como su volumen, tamaño y características, asociadas a las funciones de provisión y distribución, las cuales están integradas en la estrategia logística a desarrollar.

https://img.freepik.com/foto-gratis/mujer-que-trabaja-almacen\_23-2148923071.jpg?ga=GA1.1.957500674.1708789304&semt=ais\_user

* 1. Conceptos básicos

Para explicar la logística comercial, se puede decir que es la responsabilidad y actividad que lleva a cabo una empresa para organizar, prever y controlar el movimiento de información, materias primas y productos finales, desde las fases de aprovisionamiento hasta su llegada al usuario final.

Es así como la logística comercial se apoya de los siguientes conceptos:

[CF1\_1\_1\_Logistica\_Comercial.docx](https://sena4.sharepoint.com/:w:/r/sites/VirtualizacionRED/Documentos%20compartidos/2024/LP_Santander/T%C3%A9cnicos/632223-Operaciones%20Comerciales%20en%20Retail/Final_por_Producir_2024/Componentes_2024/CF1_2024/CF1_2024/FormatosDI_CF1_2024/CF1_1_1_Logistica_Comercial.docx?d=waf79f03096604941bb6de0de9f6f7326&csf=1&web=1&e=uXg1SA)

**Texto

Descripción generada automáticamente**

* 1. Inventario: Concepto, característica, clasificación

El concepto “inventariar”, es cuando se procede a tener un número real y contrastado de elementos que hay en el almacenamiento, donde se valida no solo número, sino también estado y valor. Es un proceso vital para conocer la magnitud de elementos que se tienen en resguardo, **convirtiéndose en un elemento de validación y control.**

El marco normativo de nuestro país exige que, al menos una vez al año, se realice de forma obligatoria.



La función contable va de la mano de este y suele coincidir su realización con los cierres económicos de la organización, ya que el mismo se convierte en insumo para los cierres y balances económicos que también son normativos establecidos en la legislación.

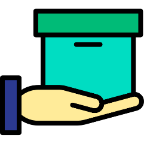
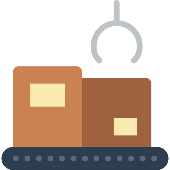
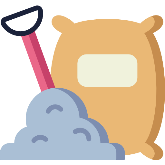
https://img.freepik.com/foto-gratis/empleados-almacen-postal-que-gestionan-recogida-pedidos-operacion-envio-colaboradores-asiaticos-almacen-postal-que-toman-caja-carton-estanteria-analizan-lista-comprobacion-productos-tableta-digital\_482257-73632.jpg?ga=GA1.1.957500674.1708789304&semt=ais\_user

Clasificación de frecuencia y método con el que se revisan y actualizan los niveles de inventario.



* Periódico: se realiza al cumplimiento de periodos contables. Con el mismo se hace el levantamiento de los elementos disponibles en el momento de su realización.
* Continuo: cuando se hace de forma constante para obtener el stock en disposición a tiempo real, descontando las salidas que se realicen.

Existen otros tipos de clasificaciones de inventarios, que se basan en diferentes criterios según las necesidades de la empresa o industria. A continuación, se presentan algunas de las clasificaciones más comunes:



**Productos terminados**

Recogen los productos que tienen como destino la venta al cliente.

**Materias primas**

Registran material que forma parte del proceso productivo y es suministrado por el proveedor.

**Productos semiterminados**

Registran las fases por las que pasa el producto dentro de su proceso de fabricación o producción.

**1.3 Recursos: Concepto, tipo, herramientas, clases**

Se entiende por recursos los componentes disponibles para la actividad logística que permiten llevar a cabo las tareas necesarias. Estos recursos, esenciales para cumplir con las funciones en el retail, pueden ser tanto de tipo humano como material.

Los recursos y sus herramientas dependen del tipo de proceso logístico que se van a desempeñar, en lo relacionado al *retail*, generalmente se pueden tener las famosas *Manitou*, elevadores, grúas, transportadoras, remolcadoras, cintas de transportación, *pallets*, *containers*, plataformas móviles, entre otros.

**1.4 Herramientas: Concepto, clases, usos**

En otro orden de ideas, las aplicaciones informáticas de base de datos y hojas de cálculo aplicado a la gestión de inventarios son las más comunes, como herramientas de control en los diferentes *retail* o formatos comerciales del mercado.

Para la gestión y control de los inventarios existen en el mercado multitud de *software* que permiten dicha labor de la manera más eficiente. Evidentemente, dichas aplicaciones son generalmente de pago y producidas por grandes compañías como Microsoft o SAP, cuyos costes, en la mayoría de los casos, son imposibles de sufragar para muchas empresas.

Existen diferentes empresas, con presupuestos y recursos que varían notablemente en cuantía, esto no debería ser un impedimento para la consecución de herramientas para este fin, ya que a través de aplicaciones como *Excel* o la utilización de software libre o gratuito le permitirían tener una gestión aceptable de su proceso de control y gestión de inventarios.

En aquellas empresas donde los inventarios adquieren volúmenes realmente grandes, la utilización de estas herramientas ofimáticas no resulta viable ni eficaz, por lo que recurrir a las aplicaciones de pago antes mencionadas es la única opción que tienen para realizar una correcta gestión de sus inventarios.

**1.5 Código de barras: Concepto, características, tipos**

La tecnología siempre ha traído innovaciones a diferentes campos, en este caso el código de barras es un elemento de gran valor que se usa desde hace muchos años y ha permitido almacenar gran cantidad de datos de un producto, servicio o localización.

Un código de barras está compuesto por números y barras que identifican un producto, además, es obligatorio incluirlo en la mayoría de los artículos.

El mismo es fácilmente distinguible por su composición de barras y números que dan identidad a todo producto y cuyo uso es obligatorio para la mayoría de estos.

Los códigos de barras son muy útiles a la hora de gestionar los productos en un comercio, muestra una información esencial del artículo cuando se pasa a través de unos lectores láser, esta acción se lleva a cabo principalmente para hacer inventario en la empresa y el registro en el punto de pago de manera eficaz y eficiente para que queden perfectamente identificados o registrados.

https://img.freepik.com/foto-gratis/cerca-joven-tomando-caja-estanteria\_23-2148944573.jpg?ga=GA1.2.957500674.1708789304&semt=ais\_user

**¿Qué significado tienen los números y las barras que están incluidos en este tipo de códigos?**

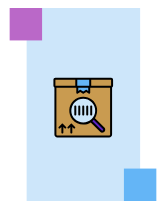
Texto

Descripción generada automáticamente con confianza baja

Texto

Descripción generada automáticamente

**¿Por qué es importante el uso del código de barras?**

* Ayudan en el proceso de inventariar al interior de las empresas de forma fácil y óptima de cada al proceso.
* A la hora de la facturación de cada compra, ayuda a ubicar y contabilizar el mismo dentro de la cuenta sin dar paso al error de una digitalización manual.
* En la lista de compra, gracias al mismo, se puede ver con claridad cada artículo adquirido y facilitar la validación por parte del comprador.
* Permite tener un control y visión estadística que ayuden en la toma de decisiones dentro de la estrategia empresarial.
* Su uso es difundido a multitud de artículos y sectores, a tal punto que la mayoría de los productos que se disponen a la venta lo poseen.
* Su uso ha permitido agilizar todas las tareas y facilitar la labor humana al utilizar dichos códigos.

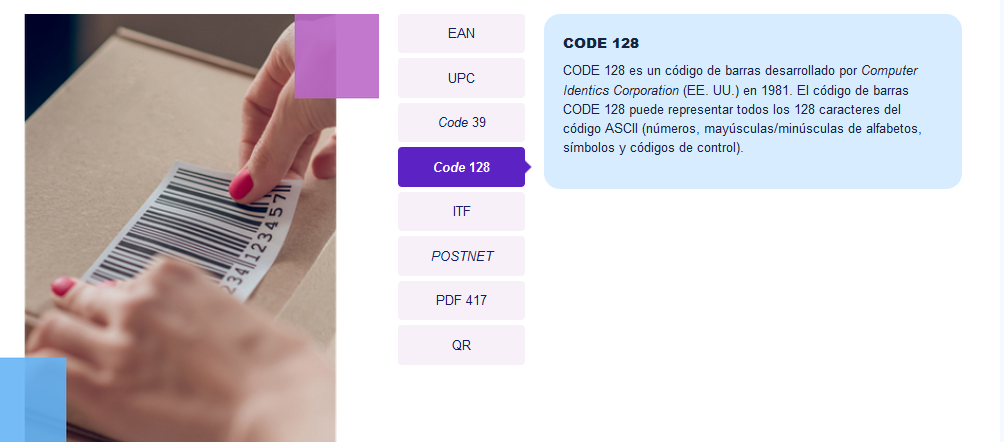
Los tipos de códigos de barras más comunes son los siguientes:





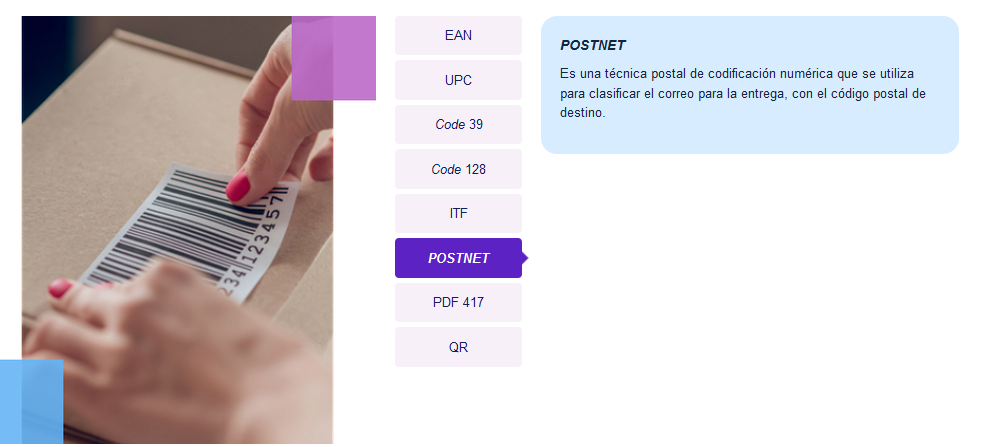
Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente



Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente



Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación, Chat o mensaje de texto

Descripción generada automáticamente

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

* 1. ***Software* para la captura de código de barras: características, funcionalidad, tipos**

Existen diversos *software* para la captura de los códigos de barras, algunos de ellos son:

**Barcode Studio (Windows y Mac® OS)**

Proporciona una forma fácil y adecuada de crear códigos de barras visualmente y exportarlos como imagen o como un fichero de gráficos vectoriales, ofreciendo capacidades muy eficientes de impresión en las etiquetas.

**TBarCode SDK**

El componente de *software* de código de barras TBarCode "Todo En Uno" (para Microsoft® Windows), genera e imprime todos los códigos de barras con aplicaciones diversas y cualquier tipo de impresora. Este flexible generador de código de barras soporta más de 100 tipos de códigos de barras diferentes. Entre ellos se encuentran códigos de barras lineales y 2D como Code128, EAN128, Datamatrix, QR Code, PDF417, Aztec Code, GS1 DataBar.

**TBarCode/X**

Es un completo de *software* de código de barras para Linux®, UNIX® y Mac OS X. Permite producir todos los formatos más comunes de código de barras (lineales, 2D y compuestos) con una calidad perfecta creando códigos de barras automáticamente durante la impresión “sobre la marcha”. De este modo, puede convertir cada impresora de la empresa en una impresora de código de barras sin costes adicionales.

### **TBarCode Office**

El complemento de código de barras TBarCode Office se integra perfectamente en *Microsoft Office* y es fácil de utilizar gracias a su intuitiva *interfaz* de usuario. Además, proporciona acceso a todos los parámetros del código de barras. Esta combinación hace de TBarCode Office el complemento de código de barras más avanzado del mercado.

1. **Gestión de inventario**



Es el proceso de pedido, almacenamiento y uso del inventario, desde las materias primas hasta el producto terminado, o desde el producto terminado hasta la góndola o exhibición en el punto de venta del cliente o *retail* determinado.

La política de inventarios debe establecerse para lograr el cumplimiento de dos objetivos muy importantes y específicos:

**Imagen que contiene Texto

Descripción generada automáticamente**

**2.1 Toma física: concepto, herramientas**

El inventario físico consiste en corroborar la presencia real de bienes almacenados y verificar su estado y condiciones de seguridad tanto en el almacenamiento como en las respectivas góndolas o lineal del *retail* o formato comercial.

En consecuencia, la elaboración y verificación de los inventarios físicos (toma física) se debe diligenciar el formato *Acta de inicio y terminación de la verificación física del mismo*. Por esta razón, el formato de control de inventarios es un documento de control que permite detallar las existencias de productos que se encuentran bajo protección en cada dependencia

Un ejemplo de Formato es:

### **Acta de inicio y terminación de la verificación física del inventario**

#### **I. Datos generales**

* **Fecha de inicio:** [Fecha de inicio de la verificación]
* **Fecha de terminación:** [Fecha de terminación de la verificación]
* **Lugar:** [Ubicación donde se realiza la verificación]
* **Responsable del proceso:** [Nombre del responsable]
* **Equipo de verificación:** [Nombres de los miembros del equipo]

#### **II. Objetivo de la verificación**

El objetivo de esta verificación física del inventario es asegurar la exactitud y confiabilidad de los registros de inventario, y garantizar que el inventario físico coincide con los registros contables.

#### **III. Procedimiento de verificación**

1. **Preparación:**
   * Revisión de los registros de inventario actuales.
   * Asignación de áreas y secciones específicas a cada miembro del equipo de verificación.
2. **Ejecución:**
   * Inspección física de los bienes en el inventario.
   * Comparación de los bienes físicos con los registros contables.
   * Registro de discrepancias y ajustes necesarios.
3. **Finalización:**
   * Consolidación de los datos recopilados.
   * Revisión y validación de los resultados por el responsable del proceso.
   * Preparación del informe final de verificación.

#### **IV. Resultados de la verificación**

* **Total, de Ítems verificados:** [Número total de ítems verificados]
* **Discrepancias encontradas:** [Detalle de las discrepancias encontradas]
* **Ajustes realizados:** [Detalle de los ajustes realizados en los registros de inventario]

#### **V. Conclusiones y recomendaciones**

[Conclusiones derivadas del proceso de verificación y recomendaciones para futuras acciones.]

#### **VI. Firma de los responsables**

* **Nombre del responsable del proceso:** [Nombre]
* **Firma:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

#### **VII. Aprobación final**

* **Nombre del supervisor/director:** [Nombre]
* **Firma:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

.

**2.2 Toma digital: Concepto, herramientas**



La toma digital, como su nombre lo define, es la utilización y automatización para administrar cualquier almacén, donde se sigue cada movimiento de *stock* con un sistema único de inventario de doble entrada.

Entre las herramientas más comunes para realizar esta actividad, tanto en la toma física como en la digital, se incluyen:

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación, Correo electrónico

Descripción generada automáticamente

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación

Descripción generada automáticamente

Texto

Descripción generada automáticamente con confianza media

Texto

Descripción generada automáticamente con confianza media

Interfaz de usuario gráfica, Texto

Descripción generada automáticamente

**2.3 Técnicas de conteo: tipos, características, clases**

Se define el conteo para el inventario como la acción o el proceso de cuantificar la cantidad de stock en poder de un *retail* o la existencia de productos en una organización.

Existen diversas técnicas para inventariar las existencias de productos, definidas de la siguiente manera:

**Conteo periódico de *stock***

Como su nombre lo indica, se definirá su realización con una periodicidad definida en días o meses, dependiendo de la cantidad.

**Conteo continuo de *stock***

Este va acompañado de un plan de acción y se realiza de forma continua para el conocimiento del inventario a tiempo real.

**Conteo de precisión**

Se realiza al momento de recibir mercancía de los proveedores o al preparar los pedidos para clientes.

**Validación de *stock* agotado**

Se utiliza como validación de la no disponibilidad de producto o para validar y cuantificar cantidades muy pequeñas.

**Inventario anual de *stock***

Este entra en funcionamiento cuando el inventario periódico o continúo no se realiza, se realiza un solo proceso para el año en curso.

A continuación, se verá un paso a paso en el proceso de conteo en el *retail* o almacenamiento de la organización:

**1.** La mercancía en la góndola se contará de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo y de atrás hacia adelante.

**2.** En el proceso deberán participar personas que cumplan las veces de auditor y contador.

**3.** Se procederá a una división por anaqueles para mejor distribución y control.

**4.** Se hará un conteo independiente desde diferentes puntos, por parte del auditor y contador, comenzando el primero de un punto A hacia el B y el otro de forma contraria.

**5.** Se listarán todos los productos del anaquel de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo y de atrás hacia delante, esto para facilitar más el conteo.

**6.** Se hará un reconteo en las partes donde haya dudas y se pondrán nuevamente en el mismo lugar.

**7.** Se validará con la apertura de las cajas, que se tenga la cantidad correcta y esperada en las mismas.

**8.** Si se encuentra un producto que no esté anotado en la lista, se le dará un número de secuencia intermedia dependiendo la ubicación del producto y se anotará al final de la hoja.

**9.** Los números de secuencia de la mercancía listada, serán de 10 en 10 y por anaquel, es decir en el anaquel 1 abra la secuencia 10, 20, 30, etc. y hasta el número que se necesite según la cantidad de mercancía que haya; y en el anaquel 2 será lo mismo comenzando por el número 10 y continuando de 10 en 10.

**10.** Al finalizar se contrastarán los listados del auditor y contador para la validación de errores y, en el caso de que existan, corregirlos para luego ingresar la información al sistema.

**11.** Imprimir lo capturado en sistema y revisar que no haya ningún faltante físico de mercancía, en caso de haberlo se volverá a contar la mercancía con faltante y se buscará en todos los lugares posibles que pueda estar antes de tomarla como faltante real.

A su vez, en el proceso de conteo se pueden encontrar tipos de conteo, por fecha, producto y ubicación:

**Conteo cíclico por fecha**

Este conteo establece que una vez se define un periodo de tiempo constante, cada vez que se cumpla ese periodo se realiza un conteo de lo que se tiene físicamente en el almacén; si se establece el 15 de cada mes o, por ejemplo, todos los lunes.

**Conteo por producto**

Este consiste en realizar el conteo por orden de referencias de producto y en cualquier momento sin importar la fecha. En este caso se llevan a cabo conteos independientes para cada una de las referencias o tipos de producto que se manejan en el almacén.

**Por ubicación**

Dependiendo la distribución espacial y física del almacén. Es decir que, en orden de ubicación sin importar la fecha y la referencia, se realiza el conteo de las existencias.

Para la realización del proceso de conteo se debe hacer una mediación tecnológica, a través de herramientas que ayuden en el proceso de contabilización y que permita una gestión en vivo de la información recolectada. Herramientas como estas permiten almacenar, organizar y generar reportes, y mucho más, que ayuden a conocer las unidades exactas que quedan en resguardo, permitiendo cruzar la información y colaborar en la toma de decisiones y evitando una posible ruptura en la cadena de servicio.

**2.4 Mercancía: concepto, clases, normativa para manejo de mercancía**

Es un bien material que se puede usar o poseer. A diferencia de otros bienes, como los que se producen para el autoconsumo, la fabricación, transformación y distribución de mercancías tienen como finalidades fundamentales:

* La actividad económica.
* El intercambio.
* La relación mercantil.

**Como elemento material**, siempre está relacionada con un momento y un lugar acordados entre dos o más partes donde se produce una entrega y una recepción, en los que la mercancía realiza su función de intercambiable.

**Como bien material**, la mercancía puede ser un elemento o producto que resulte necesario trasladar en un momento determinado desde un lugar de fabricación a otro por necesidades de manufactura, ensamblaje o de consumo, entre otros motivos.

Cuando eso sucede, es decir, cuando se transporta, la mercancía adquiere la consideración de “carga”. Así, la mercancía se considera una carga desde el momento en que pasa a ser un elemento que va a ser movido y trasladado o enviado desde un punto de origen a otro de destino, para lo que con toda probabilidad deberá ser embalado, manipulado, manejado o almacenado.

Las mercancías o productos pueden ser sólidos, líquidos o gaseosos y se clasifican en:

**Figura 1.** *Clasificación mercancías o productos*

****

**Normativa para manejo de mercancía**

Entendemos por normatividad a un conjunto de normas, y las más frecuentes para el manejo de mercancías son:



Ley 34 de 1989 para el régimen de las aduanas y el Decreto 402 de 2005 que aprueba el Reglamento para el Despacho Expreso de Envíos.

Resolución 4100 del 26 de diciembre de 2004 para el transporte de carga.

Código internacional de mercancías peligrosas.



Es importante tener en cuenta en el *retail*:



* La correcta presentación de los productos que se encuentran en las góndolas.
* No utilizar utensilios sucios.
* Buena rotación de utensilios o instrumentos.
* No recoger del suelo utensilios o instrumentos, aplicando siempre unas buenas prácticas de manufactura.

**3. Gestión de productos**

**Lo único constante en esta vida es el cambio.**



Esta frase refleja una realidad natural que afecta tanto a las personas como a las empresas y, por supuesto, a sus productos, que constituyen su principal razón de ser y contribución a la sociedad. La gestión de productos es una función empresarial que guía el ciclo de vida y la innovación de nuevos productos, centrándose primero en el producto y en sus clientes.

**3.1 Producto: concepto, naturaleza, atributos, clases**

**Desde el punto de vista económico,** cualquier cosa externa al hombre, material o inmaterial que satisface un deseo humano, se considera producto.

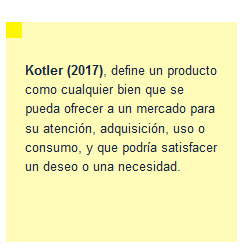
**Desde el punto de vista comercial**, un producto es lo que el consumidor recibe cuando realiza una compra.

Para una empresa que participa del concepto de *marketing* en su sentido más amplio, un bien o servicio es el medio por el cual cumple con su fin primordial: satisfacer necesidades.

Es lo que la empresa destina a la venta y forma parte de sus ingresos comerciales. Se concibe como un conjunto de atributos tangibles e intangibles y cuando es adquirido por el comprador, este obtiene beneficios emocionales, racionales y sensoriales.

En la gestión de productos se encuentran las siguientes clases:

1. Producto en curso: es el producto que está siendo transformado en el proceso productivo.
2. Producto semiterminado: es el producto que ha sufrido la transformación y espera a seguir sufriendo transformaciones hasta convertirse en el producto final o terminado.
3. Producto terminado: es el producto con el proceso de producción o transformación completo y destinado a la venta.



Los atributos de los productos aportan utilidad al consumidor y son percibidos como tal; es decir, tienen la capacidad de satisfacer alguna de las necesidades del consumidor. Son propios de los productos los siguientes aspectos:

**Características funcionales**

Estas se relacionan con los diferentes usos del producto y las metodologías de operación. Por lo tanto, es posible descubrir nuevas oportunidades de uso que, a su vez, pueden desarrollar el potencial del producto.

**Funcionalidades**

La funcionalidad puede variar de acuerdo con los mercados, por esa razón la estandarización de los productos cobra vital importancia.

**Características generales de un producto**

Son el grupo de aspectos que se concentran en un producto y cuyo objetivo es llenar las expectativas o exigencias del consumidor, sin olvidar que las características pueden ser tangibles e intangibles, dependiendo si se pueden o no percibir por los sentidos.

Dentro de las características generales de un producto, hay dos divisiones:



Texto

Descripción generada automáticamente

**3.2 Referencias: concepto, tipos**

Al hablar de referencias se hace mención de aquellos productos que buscan llenar una necesidad puntual y específica. Las mismas abarcan el modelo, función, marca y contenido y pueden ser tantas como artículos disponibles.

Las referencias son claves para la satisfacción del cliente, para el cumplimiento de sus necesidades o deseos o creando nuevas necesidades con miras a posicionarse en el mercado, generando rentabilidad.

La profundidad del surtido en el formato comercial, o retail, mide qué tanto abarca cada referencia según su clasificación y cómo se componen las variaciones a existir, que son necesarias en todo establecimiento comercial

**3.3 Rotación: concepto, procedimiento**

**L**a rotación productos es un indicador que señala el total de veces que el inventario del almacén y el de la góndola requiere ser suministrado con nuevas existencias.

Los productos tienen una constante entrada y salida, con lo que se evitan multitud de pérdidas, como los productos caducados; este procedimiento permite tener en los almacenes con productos frescos y con fecha vigentes en la rotación.



Ahora bien, la ausencia del producto se conoce como agotado, y se presenta cuando los artículos de consumo no están en condiciones de venta en ningún lugar del punto o cuando no se dispone de estos en el espacio accesible para el comprador.

**3.4 Agotados: concepto, características**

El término "agotados inventarios" se refiere a una situación en la que una empresa no tiene existencias disponibles de uno o más productos en su inventario. Esto ocurre cuando la demanda de los productos supera la oferta disponible, resultando en una falta de stock para satisfacer las necesidades de los clientes.

**Características:**

1. Falta de disponibilidad: no hay existencias de ciertos productos, lo que impide su venta o distribución.
2. Pérdida de ventas: la ausencia de productos puede llevar a la pérdida de ventas, ya que los clientes no pueden adquirir lo que buscan y pueden recurrir a la competencia.
3. Impacto en la satisfacción del cliente: la falta de disponibilidad de productos puede afectar negativamente la satisfacción y lealtad del cliente.
4. Problemas en la cadena de suministro: puede ser resultado de problemas en la cadena de suministro, como retrasos en la producción, problemas de transporte o fallos en la gestión de inventarios.
5. Aumento de costos: las empresas pueden incurrir en costos adicionales al intentar acelerar la reposición de inventarios o al implementar medidas temporales para mitigar el impacto.
6. Icono

   Descripción generada automáticamenteOportunidades de mejora: la situación de inventarios agotados puede revelar áreas de mejora en la gestión de inventarios, previsión de demanda y eficiencia operativa.
7. Dependencia de proveedores: la falta de productos puede destacar la dependencia de ciertos proveedores y la necesidad de diversificar las fuentes de suministro.
8. Planificación y estrategia: requiere una planificación cuidadosa y la implementación de estrategias para evitar que se repita, como el uso de sistemas de inventario *just-in-time* o mantener niveles de inventario de seguridad.

**3.5 *Stock* de mercancía**

Se denominan *stock* de una empresa a las mercancías que se encuentran en ella, acumuladas en un lugar determinado, en tránsito o inmersas en el proceso de producción, y cuyo objetivo es su aplicación empresarial en procesos industriales o comerciales.

Se entiende por nivel de *stock* a la cantidad de existencias de un artículo almacenado en un momento dado, muy puntual para los *retailers* en las temporadas de Navidad, madre, padre, escolar, entre otras, dependiendo del calendario comercial.

Existen diversas clases de *stock* de mercancía, a saber:

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación, Chat o mensaje de texto

Descripción generada automáticamente

Imagen que contiene Icono

Descripción generada automáticamente

Texto

Descripción generada automáticamente

Texto

Descripción generada automáticamente con confianza media

Interfaz de usuario gráfica, Texto

Descripción generada automáticamente

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación

Descripción generada automáticamente

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación, Chat o mensaje de texto

Descripción generada automáticamente

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación, Chat o mensaje de texto

Descripción generada automáticamente

La principal función del *stock* es determinar las cantidades de productos que debe tener la empresa en cada momento. De esta forma se cumple el principio logístico básico de disponer en cada momento de los materiales necesarios con el menor coste posible, con varios fines:

Acercamiento de la mercancía necesaria para la actividad empresarial.

Compensación de las diferencias entre las previsiones de ventas y las ventas reales de una empresa.

Control de parte del valor del inmovilizado de la empresa.



**4.** **Gestión de devolución**

La gestión de devoluciones, también conocida como logística inversa, es un proceso de supervisión de productos que se devuelven a la empresa proveedora.

Ahora, se analizarán los siguientes conceptos, relacionados con la gestión de devolución.

1. **Devolución: concepto, procedimiento, formatos**

La devolución de pedidos o logística inversa se utiliza para coordinar los movimientos de los productos. Su función principal es recuperar el *stock* teniendo presentes distintas variables, como diferentes trámites administrativos, Reetiquetado, destrucción y reciclaje.

El procedimiento de devolución está regulado, según la legislación comercial de cada país, ya que es un procedimiento de gestión tributaria adherido por la declaración que cada organización debe presentar a su sistema tributario.

1. **Averías: concepto, tipos, características**

En la logística, se conoce como avería a los defectos o desperfectos de los productos, que se ofrecen en la góndola y en la exhibición.

Existen diferentes tipos de averías para un elemento, así:

**Avería permanente**

Avería que persiste hasta que no se elimina por una intervención del surtidor, ejemplo la fecha de vigencia en los lácteos.

**Avería intermitente**

Avería temporal cuya manifestación se repite.

**Avería latente**

Avería que no se hace aparente.

Estas averías poseen diferentes características, según como ocurrieron:

* Los daños que sobrevinieren al cargamento desde su embarque empresarial hasta su descarga.
* Los daños sufridos por las mercancías cargadas sobre cubierta, bajo ningún nivel de protección y prevención.
* Los daños ocasionados por el mal almacenamiento.
* Los daños producidos en la góndola por la manipulación del cliente.

  
**c. Reconteo: Concepto, usos Reconteo**

Es un proceso logístico útil porque permite visualizar las ventas, lo que demuestra y permite analizar el tráfico y el número de *tickets* que pueden conocer las tasas de conversión.

1. **d. Reportes: Concepto, tipos**

El reporte, tambiénllamado informe*,* es un documento que puede ser impreso, digital o en audiovisual, que busca transferir una información del comportamiento de las ventas de un producto determinado en la góndola.

Independientemente de su naturaleza escrita u oral, los informes según su contenido son:

1. **Reportes de ventas diarias**: trata de la cantidad de actividades comerciales realizadas en las últimas 24 horas. Ejemplo, el comportamiento del producto en la góndola.

2. **Análisis de ventas semanal**: en este punto los informes semanales comenzarán a revelar cualquier situación que deba abordarse de manera inmediata con tu proceso de ventas.

SÍNTESIS

El manejo de inventarios en el retail implica una serie de procesos integrados que abarcan desde la logística y clasificación de inventarios en el punto de venta hasta la toma física y digital de estos. Se utilizan herramientas tecnológicas como códigos de barras y software especializado para garantizar una gestión eficiente. Además, se presta atención a la naturaleza y atributos de los productos, asegurando una rotación adecuada y una gestión óptima del stock. Finalmente, se incluyen procesos para gestionar devoluciones, identificando averías y realizando los reportes correspondientes para mantener un control riguroso y actualizado del inventario.

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Tabla, Excel

Descripción generada automáticamente

1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS (OPCIONALES SI SON SUGERIDAS)**

**Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación

Descripción generada automáticamente**

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| Seminario manejo de carga | Puerta, L.F. (s.f.). *Seminario manejo de carga.* | PDF | En la carpeta de anexos: *Seminario manejo de carga* |
| ¿Por qué es importante controlar el inventario? | Compartamos banco. (2016).*¿Por qué es importante controlar el inventario?* | Video | https://www.youtube.com/watch?v=AJaii3mpuJ4 |
| Gestión de devolución | Martínez, I. (2018). *Aprende a hacer un formato para devolución de mercancía al almacén.* | Video | https://www.youtube.com/watch?v=RMqWGZY-PWM |

1. **GLOSARIO:**

|  |  |
| --- | --- |
| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| Almacén | lugar en el que se acumulan los productos de la empresa hasta que se venden. |
| Control | acción de revisión para comprobar que todo se ajusta a lo previsto y añadir las variaciones. |
| Demanda | reclamo del producto de la empresa por parte de su cliente. |
| Distribución | acción de poner a disposición del cliente el producto en el punto de venta. |
| Inventario | listado ordenado de la mercancía del almacén. |
| Materia prima | aquello que se incorpora al proceso de fabricación o producción y tras su transformación forma parte del producto. |
| Producto | lo que la empresa destina a la venta y forma parte de sus ingresos comerciales. |
| Rotura de *stock* | se produce cuando la demanda no puede ser satisfecha, ya que no se cuenta con mercancía en el almacén. |
| Salida de mercancía | registro por el que la mercancía sale del almacén de la empresa, principalmente, por las ventas. |
| Sistema de clasificación | sistema implementado en el almacén para ordenar sus existencias. |
| Sistema de valoración | sistema implementado en el almacén para poner precio a sus existencias. |
| *Stock* | mercadería que se encuentra en el almacén de la empresa. |
| Transporte | conjunto de acciones que se desarrollan desde que la mercancía sale del almacén de la empresa hasta que llega al cliente. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Céspedes, A. (2010). *Principios de mercadeo.* Ecoe Ediciones. <https://archive.org/details/principiosdemerc0000cesp/page/466/mode/2up>

Kotler, P. (2017). *Fundamentos del marketing.* <https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf>

Xmarts. (2024, 19 julio). Guía Completa de Control de Inventarios 2025: Qué es, Cómo Hacerlo y Ejemplos - Xmarts. Xmarts - Libera el potencial de tu empresa. <https://xmarts.com/guia-completa-de-control-de-inventarios/>

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
| Autor (es) | Jaime Alberto Pérez Posada | Instructor | Regional Antioquia – Comercio. | Septiembre 2021 |
| Zvi Daniel Grosman | Diseñador Instruccional | Regional Tolima - Centro Agropecuario La Granja. | Septiembre 2021 |
| Ana Catalina Córdoba Sus | Revisora Metodológica y Pedagógica | Regional Distrito Capital – Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica. | Septiembre 2021 |
| Rafael Neftalí Lizcano Reyes | Asesor Pedagógico | Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura. | Septiembre 2021 |
|  | José Gabriel Ortiz Abella | Corrector de estilo | Regional Distrito Capital – Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica. | Septiembre del 2021. |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del cambio |
| Autor (es) | Sandra Paola Morales Páez | Evaluadora Instruccional | Regional Santander Centro Agroturístico | 22 de julio de 2024 | Actualización a 2024 |
| Claudia Johanna Gómez Pérez | Responsable de Línea Santander |