

IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DEL ALTO  
NIVEL DE INVENTARIO DE LA EMPRESA MARKETING PERSONAL, PARA  
MEJORAR EN EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DURANTE LOS PERIODOS

2016 -2017

YAMILE GARCIA SOTO

YULIE ALEXANDRA QUINTERO



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO

ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y MERCADEO

MEDELLÍN

2017

IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DEL ALTO  
NIVEL DE INVENTARIO DE LA EMPRESA MARKETING PERSONAL, PARA  
MEJORAR EN EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DURANTE LOS PERIODOS  
2016 -2017

YAMILE GARCÍA SOTO

YULIE ALEXANDRA QUINTERO

Trabajo de Grado para optar al título de Administración Comercial y Mercadeo

Asesor

Jefferson Carmona Maldonado

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO

ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y MERCADEO

MEDELLÍN

2017

## **DEDICATORIA**

Al culminar este proceso investigativo agradecemos a nuestro asesor Jefferson Carmona Maldonado que con sus conocimientos logro brindar la orientación correcta al desarrollo del trabajo; así mismo a familiares, Amigos y a la Institución Universitaria ESUMER que de una u otra manera contribuyeron tanto en el proceso como en la finalización de este proyecto.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente agradecemos a Dios que me dio fuerza y fe para lograr culminar este trabajo investigativo y por permitirme llegar hasta el final del ciclo profesional; a nuestras madres por ser el pilar fundamental en todo lo que somos y el motor en nuestros sueños, quien ha sido incondicional y nos ha brindado su apoyo en todo momento.

## TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	3
AGRADECIMIENTO .....	4
RESUMEN .....	8
ABSTRACT .....	9
INTRODUCCIÓN .....	10
1. TITULO .....	11
2. TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	12
3. IDEA DE INVENSTIGACIÓN .....	13
4. ANTECEDENTES .....	14
5. OBJETO DE ESTUDIO .....	20
6. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	21
6.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	21
6.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	25
6.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....	26
7. OBJETIVO DE INVENSTIGACIÓN .....	27
7.1. OBJETIVO GENERAL .....	27
7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	27
8. JUSTIFICACIÓN .....	28
8.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA .....	28
8.2. JUSTIFICACIÓN SOCIAL .....	29
8.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA .....	29
8.4. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA .....	29
8.5. JUSTIFICACIÓN DE GRUPO .....	30
9. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....	31
10. MARCO REFERENCIAL .....	32
10.1 MARCO TEÓRICO .....	32
10.2. MARCO CONCEPTUAL .....	45
10.3. MARCO CONTEXTUAL .....	48
10.4. MARCO LEGAL .....	53
10.5. MARCO ESPACIAL .....	53
10.6. MARCO TEMPORAL .....	54

11. ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	55
11.1. TIPO DE ESTUDIO .....	55
11.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	55
11.3. FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	55
11.4. TRATAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	56
11.4.1 TÉCNICAS ESTADÍSTICAS .....	56
12. CRONOGRAMA DE TRABAJO .....	58
13. RESULTADOS .....	59
13.1 TABLA DE SEGUIMIENTO .....	59
13.2 FORMATO, TRANSCRIPCIÓN Y FICHA TÉCNICA DE ENTREVISTAS .....	62
14. ANALISIS DE RESULTADOS .....	72
15. CONCLUSIONES .....	78
16. DESCRIPCIÓN DE LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	82
17. RECOMENDACIONES PARA INVESTIGACIONES FUTURAS .....	83
18. POSIBLES APLICACIONES PRÁCTICAS .....	84
19. BIBLIOGRAFIA .....	85
20. ANEXOS .....	88

**TABLA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 Impacto de los inventarios por cada línea .....	21
Ilustración 2 Matriz de diseño del sistema de control de inventarios .....	38
Ilustración 3 Análisis de la clasificación mediante sistema de inventario A, B, C .....	40
Ilustración 4 Ilustración 3 Distribución del Mercado .....	50
Ilustración 5 Organigrama de la compañía Marketing Personal S.A .....	51

## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se dan a conocer todos los conceptos relacionados de cómo llevar un buen control de los inventarios ya que a lo largo de la historia es un tema que se presenta en muchas de las compañías, de ahí la importancia de conocer cada uno de los aspectos ya que por desconocimiento o falta de interés pueden generar grandes impactos a las empresas, ocasionando altos costo por la mala administración de los inventarios.

Ante este problema se ve la necesidad de que las organizaciones cuenten con las herramientas adecuadas para llevar un buen control y administración de los inventarios, y con ello la implementación de estrategias que brinden a la compañía tener mayores resultados para lograr garantizar su promesa de valor y novedad ante el mercado.

Adicional a esto los inventarios es uno de los procesos más importantes de toda empresa, de aquí viene la importancia de llevar un buen manejo del mismo, lo cual le permitirá a las empresas mantener un control oportuno con el fin lograr una estabilidad financiera a la compañía.

Por otro lado, mediante este trabajo investigativo y con el apoyo de las diferentes fuentes primarias, secundarias y las entrevistas realizadas en la Empresa Marketing Personal se logra concluir que se pueden proponer estrategias a tiempo que permitan tener un adecuado nivel de los inventarios y sobre todo que la empresa pueda cumplir con la demanda y ser competitivos en el mercado.

Palabras claves: Administración de inventarios, métodos, estrategias, políticas, costos.



## ABSTRACT

In the present investigation there are many concepts related of how to take a good control of the inventories and throughout the history is a subject that are presented in many companies, here is the importance of knowing each one of the aspects, as the ignorance or lack of interest can generate big problems to companies, causing high costs for the mismanagement of inventories.

Faced with this problem there is the need for organizations to have the appropriate tools to manage and control inventories and with that, the implementation of strategies that provide the company greater results in order to guarantee its promise of value and to be on the cutting edge of the market.

In addition to this, inventories are one of the most important processes of all companies, from here comes the importance of a good management of the inventories which will allow companies to maintain timely control in order to achieve financial stability.

On the other hand, through this investigation and with the support of the different primary and secondary sources and the interviews carried out in the Personal Marketing Company, it is possible to conclude that strategies can be proposed at time to allow an appropriate level of inventories and the company can meet the demand and be competitive in the market.

Key words: Inventory management, methods, strategies, policies, costs.

## INTRODUCCIÓN

El inventario por lo general es el activo principal de una empresa; dada la importancia, nuestro trabajo de investigación se realiza en la Empresa Marketing Personal con el fin de identificar estrategias que permitan disminuir los altos niveles de inventario y llevar un mejor control y administración de estos, por esta razón es importante conocer cada uno de los procesos y estrategias que se implementan para tener mayor claridad de la situación que actualmente presenta la empresa.

Por otro lado el inventario no solo afecta los activos de la compañía si no que se está viendo afectada la promesa de valor, ya que si no se lleva un control del nivel de los inventarios se ve afectado la novedad del catálogo y además afecta directamente el margen de la rentabilidad de la compañía y el decrecimiento en ventas.

Por otra parte es importante saber que la Empresa Marketing Personal no cuenta con una herramienta que muestre en tiempo real la cantidad del inventario, lo cual se dificulta que las estrategias con las que cuenta actualmente la empresa no sean efectivas, por esta razón es importante identificar que estrategias se pueden implementar con el fin que estas garanticen disminuir los altos niveles de inventario con que actualmente cuenta la empresa.

En conclusión el objetivo de nuestra investigación es exponer nuevas estrategias que ayuden a disminuir los altos niveles de inventarios, pero a la vez que la empresa pueda lograr ser más competitiva en el mercado con un portafolio de productos novedoso, el cual le va permitir que la promesa de valor se siga cumpliendo.

## **1. TITULO**

Identificación de estrategias para el control del alto nivel de inventario de la Empresa Marketing Personal, para mejorar en el portafolio de productos durante los periodos 2016 -2017.

## **2. TEMA DE INVESTIGACIÓN**

Alto nivel de inventario en la Empresa Marketing Personal S.A.

### **3. IDEA DE INVESTIGACIÓN**

Planeación de estrategias que ayuden a la evacuación del alto nivel de inventario de la empresa Marketing Personal para lograr ofrecer una mayor novedad en el catálogo.

#### 4. ANTECEDENTES

Autor	Titulo	Año	Objetivo	Nivel de Desarrollo
<p>David Alarcón Yumberty Martínez Osorio Mónica López Bertel</p>	<p>Estrategias para la gestión de inventarios obsoletos y de baja rotación en Imusa S.A.</p>	<p>2010</p>	<p>Establecer en Imusa estrategias que permitan reducir y controlar el aumento de los niveles de inventario obsoleto y de baja rotación.</p>	<p>El plan de acción se evidencia pero sobre todo logran el desarrollo del mismo con la ayuda de los procesos de simulación, obteniendo buenos resultados y ayudando a mitigar los altos niveles de inventarios.</p>
<p>Bernardo Montoya Parra</p>	<p>Modelo de gestión de inventarios en Arrow Medical de Occidente S.A.</p>	<p>2012</p>	<p>Proponer un modelo de inventarios que le permita a la compañía Arrow Medical de Occidente S.A mejorar potencialmente la gestión para la toma de decisiones de abastecimiento, lo cual, impacte en el adecuado uso de los recursos y</p>	<p>Con la ayuda de los modelos y la implementación de ellos se logra tomar decisiones positivas las cuales ayudan a darle un enfoque a los procesos de los inventarios logrando de esta</p>

			logre elevar el nivel de servicio.	manera satisfacer las necesidades de los clientes.
Diana Milena Mosquera Mosquera Nilton Alberto Restrepo Ospina	Diseño de un modelo de inventario para la optimización del abastecimiento de los repuestos de la empresa Mercovil s.a. en Medellín, durante el periodo 2015-2016"	2016	Elaborar una propuesta de implementación en la clasificación de los repuestos según el método de clasificación ABC, en la empresa, con el fin de mejorar la precepción del cliente frente a la empresa MERCOVIL S.A.	Con la ayuda de las herramientas ofimáticas se logra evidenciar buenos resultados en los cuales se logra optimizar, automatizar y mejorar los diferentes procesos.
Andrés Felipe Salazar Sepúlveda Carlos Oswaldo Ovalle Alonso	Análisis de la viabilidad de implementar un software Administrador de almacén (WMS) en Agaval S.A.	2011	Realizar el análisis de viabilidad en la implementación de un software administrador de inventario (WMS) en la empresa Agaval S.A. que permita mejorar su gestión logística.	Es evidentes que la implementación de las tecnologías en los procesos de los inventarios es primordial ayudando al mejoramiento continuo y sobre todo a la optimización dando respuesta positiva a la empresa.

<p>Ysabel L. Cabriles G.</p>	<p>Propuesta de un sistema de control de inventario de stock de seguridad para mejorar la gestión de compras de materia prima, repuestos e insumos de la empresa Balgres C.A.</p>	<p>2014</p>	<p>Proponer un sistema de control de inventario de stock de seguridad que mejore la gestión de compras de materia prima, repuestos e insumos de la empresa Balgres, C.A.</p>	<p>Se evidencia en la investigación que es de vital importancia que la empresa implemente un sistema en la compañía La Gerencia de Compras en conjunto con la Gerencia de Informática ya que de esta forma se podrá obtener el control de inventario a través de un stock de seguridad en los almacenes de materia prima, repuestos e insumos de Balgres C.A</p>
<p>Militza L.Mejias</p>	<p>Estrategias de control interno para el proceso de almacén de inventario de la</p>	<p>2013</p>	<p>Proponer estrategias de control interno para el proceso de almacén-inventario de</p>	<p>.En el trabajo de investigación se logra identificar que se evidenciaron</p>



	empresa Alma Productos C.A		empresa Alma productos C.A	varios temas con respecto al manejo que se tiene en el control de los inventarios como es el desconocimiento que se tiene del manejo de los inventarios, donde se exponen varias estrategias que la empresa puede implementar, para lograr obtener una mayor control.
Carolina Acero Giraldo - Alejandro Pardo Restrepo	Estrategia para la gestión de inventarios de una empresa comercializadora y distribuidora de productos plásticos de empaque: caso distribuidora surtir S.A.S	2010	Diseñar una estrategia que garantice una eficiente gestión de inventarios en las empresas comercializadoras y distribuidoras de productos plásticos, específicamente en la empresa Distribuidora Surtir S.A.S	Se logró evidenciar que se deben de implementar indicadores para medir la eficiencia del proceso en la gestión de los inventarios, pero también se recomienda tener una persona que tengan

				conocimiento del tema para lograr una mejor gestión.
Miriam Janeth Albuja Arango Sonia Huamán Irazábal	Estrategias de control de inventarios para optimizar la producción y rentabilidad de la empresa agro macathon	2014	Diseñar una Estrategia de control de Inventarios para optimizar la producción y rentabilidad de la empresa Agro Macathon SAC.	Es evidente que para llevar un buen control de inventarios se deben de implementar dichas estrategias donde podemos concluir que en la investigación realizada es de vital importancia la implementación de un software ya que va permitir garantizar la forma que se pueda optimizar la producción y rentabilidad, y mejorar el control de inventarios.
<b>RESULTADOS Y ANÁLISIS</b>				
<p>Por lo anterior en los antecedentes encontrados podemos decir que el control de los inventarios es una de las áreas dentro de las organizaciones que son menos atendidas por eso es necesario que las empresas</p>				

implementen herramientas tecnológicas que aporten al mejoramiento de los procesos y que lleven un control adecuado de los recursos.

Las anteriores investigaciones son un apoyo para tener un enfoque de las organizaciones al cómo llevar un adecuado control de los inventarios, los diferentes medios y tecnologías están a la orden del día para lograr avances significativos y sobre todo progresos constantes.

También ayuda en la comprensión y el manejo que se deben llevar a cabo en cada una de las actividades con el fin de profundizar más en la importancia que tienen los inventarios en la compañía. Por lo tanto las organizaciones de hoy deben estar atentos al cambio constante del mercado, tanto de los avances tecnológicos como de las necesidades y exigencias de los consumidores, por esto la importancia de estar constantemente en la busca de estrategias y procesos innovadores que ayuden al mejoramiento.

## **5. OBJETO DE ESTUDIO**

El objeto de investigación se abordara mediante un estudio Exploratorio, Descriptivo y un método de Análisis lo cual va permitir identificar la situación actual que tiene la empresa Marketing Personal en el alto nivel de inventario.

Por lo anterior el presente trabajo enfocara su estudio por medio de la Entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal.

El presente trabajo enfocara su estudio a los empleados de la empresa Marketing Personal específicamente de las áreas de Mercadeo, Cadena de abastecimiento y Operación Logística.

## **6. PROBLEMA DE INVESTIGACION**

### **6.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los inventarios se han presentado a lo largo de la historia y es el funcionamiento de gran cantidad de compañías, donde no se les ha prestado la suficiente atención y el correcto manejo que deben de llevar las empresas frente a esta situación, es allí donde los inventarios tiene que llevar un adecuado control y administración, logrando así velar porque no generen altos niveles de stock y costos en almacenamiento. Ya que juegan un papel muy importante en el desarrollo y funcionamiento de áreas como abastecimiento, logística y financiera. Por lo tanto Moya (1999) afirma:

Que uno de los problemas más grandes que tiene actualmente las compañías es que gran parte del capital de trabajo se invierte en los inventarios, que son los recursos ociosos temporalmente, razón por la cual tienen un alto costo de mantener estos inventarios, entonces los administradores de los sistemas de producción tienen que preguntarse por qué es conveniente que la compañía tenga que invertir parte de su capital de trabajo en mantener esas existencias a pesar del alto costo que ellas representan. (P.20).

Se le atribuye también que el principal problema del inventario radica en la falta de planeación en la asignación de unidades para cada producto, donde genera excesos de stock en las bodegas y que este a la vez afecta el flujo de caja de las compañías, por esta razón es importante darle una alta rotación a los productos e importancia para no incurrir en altos costo y lograr una eficiente gestión en la administración de los inventarios. Con base a lo anterior Tablado (2016), asegura:

El exceso de inventario es uno de los problemas más comunes en empresas que almacenan stock para la venta la gran mayoría, y no es otra cosa que la acumulación de stock en nuestros almacenes más allá de un nivel apropiado u óptimo y que en la mayor parte de las ocasiones se estima de una forma bastante elemental. Esta acumulación de inventario no deseada se le

denomina exceso de stock o sobre stock y se corresponde con productos cuya rotación es baja, hasta llegar a ser nula. En épocas recientes, debido fundamentalmente a la crisis que ha afectado a gran parte de los sectores económicos, se ha demostrado que un exceso de inventario provoca grandes problemas financieros a las empresas. (Párr. 1).

También podemos evidenciar que el problema radica en los reproceso que se hacen al no tener un mayor control en la administración de los recursos y el inadecuado manejo en cada uno los procesos y al no identificar cuáles son las causas que lo generan. Ya que por medio de una correcta utilización en el inventario se pueden minimizar los altos niveles de inventario. De acuerdo con Solís (2000):

Los niveles altos de inventarios enmascaran los problemas de las empresas, impidiendo su identificación y eliminación, para que los afloren es necesario reducir el nivel de existencia, y para que desaparezcan deben ser eliminadas las causas que los originan como por ejemplo: los trabajos bajos de preparación, la corrección de defectos, y el almacenaje. (P.34).

Es importante contextualizar la situación de la investigación sobre los altos niveles de inventarios con los que cuenta la Empresa Marketing Personal, ya que nos brindara una mirada más amplia sobre el problema que cuenta la compañía al no tener un control y un planeación adecuada. **Tabla 1:** Podemos identificar el inventario que cuenta la empresa por cada una las líneas y valor en pesos, donde nos mostrara un panorama más real sobre el problema que tiene la compañía.

*Ilustración 1 Impacto de los inventarios por cada línea*

LINEAS	Uds Criticas	\$
EXTERIOR FEMENINO	339.007	\$ 5.138.981.536
MASCULINO	139.473	\$ 2.426.992.257
HOGAR	310.850	\$ 2.238.059.677
JUVENIL FEMENINO	128.884	\$ 1.944.743.138
JUVENIL MASCULINO	106.469	\$ 1.745.156.938
INTERIOR FEMENINO	174.531	\$ 1.589.079.247

INFANTIL	124.664	\$ 1.543.165.184
CALZADO	44.495	\$ 1.069.841.694
ACCESORIOS	62.655	\$ 309.296.095
COSMETICOS	91.514	\$ 245.265.514
BIENESTAR	18.674	\$ 60.829.869
<b>Total</b>	<b>1.548.349</b>	<b>\$ 18.316.545.787</b>
<b>general</b>		

**Fuente:** Elaboración propia: Elaborado Modulo de Inventarios Marketing Personal

S.A. (2017).

Para entender con más claridad tenemos que la Empresa marketing personal S.A. posee una promesa de ventas de novedad en cada uno de sus lanzamientos que se realizan cada campaña (18 campañas al año, con una duración promedio de 21 días), al realizar esta promesa el porcentaje de novedad en el catálogo es muy alto y tiende a correr ciertos riesgos; Estos son que el producto no venda, que los compradores compren más de lo que deben comprar ya que al producto se le cree un estimado de venta, que el producto tenga un mal precio y no sea atractivo.

El **pronóstico** se centra en los riesgos que corre la empresa por la promesa de novedad en los catálogos frente a las asesoras llevan a una consecuencia y esta es el alto nivel de inventario, ya que al no vender el producto por los diferentes riesgos que se corren, el inventario queda represado en sus bodegas generando otros gastos como almacenaje, transporte y devoluciones, incumplimientos de pago a proveedores. Es una problemática de una trazabilidad tanto interna como externa, porque si el mercado no funciona como se espera genera un problema internamente, un problema que afecta a toda la empresa ya que de la venta de estos productos se garantiza el funcionamiento de otras áreas de la empresa.

Este problema de inventario si no se maneja de una manera eficaz y oportuna el pronóstico de la empresa podría convertirse en una situación preocupante ya que al tener el

inventario retenido en sus bodegas se generaran síntomas como por ejemplo: más gastos de almacenamiento, no se tendrá dinero para comprar más novedad, para pagar a proveedores, para continuar con su normal funcionamiento además de poder cumplir con la promesa de novedad.

La empresa ha realizado estrategias de evacuación de inventario por diferentes medios como son por ejemplo canales, promociones, pero el problema sigue estancado por qué no se le da una buena estrategia de evacuación de inventario; por ejemplo ha realizado acciones como creación de medios de evacuación virtuales, donde las asesoras pueden ingresar y obtener los productos con mejores precios.

Además se ha realizado esfuerzos para realizar evacuación de inventario como por ejemplo: promoción de los productos, amarres (por la compra de este producto lleve el segundo a mitad de precio), incremento de páginas en el canal del Outlet, dándole más participación a este en los diferentes catálogos de venta, también se han realizado dentro de las diferentes líneas promociones exclusivas donde un selecto grupo de productos se permiten rebajar su precio y agruparlos de tal manera que su distribución sea eficaz.

La empresa también ha realizado esfuerzos por la evacuación eficiente del inventario y aun poseen un alto nivel de este, ya es hora de realizar una estrategia disruptiva, que realmente genere una evacuación oportuna, que genere una novedad más acertada para que la empresa pueda seguir cumpliendo con su promesa de venta. Aunque la empresa realizo esfuerzos no han sido los suficientemente eficaces, además ha generado un cuello de botella donde para poder sacar a la venta un producto nuevo debe primero salir de un porcentaje de inventario ya que es dinero que se tiene represado y por lo tanto no cumple el objetivo de venta de la compañía.



La observación del control de inventario es una herramienta que permite conocer que productos tiene, como será el almacenamiento y si se trae puntualmente a la problemática de marketing personal, es una herramienta que permite ver que se posee una fuerte problemática de inventario, por lo tanto este es el primer paso, al reconocer que se posee un alto nivel de inventario se comienza a ver las posibilidades del control y evacuación de este aún más si se tiene una promesa de venta.

En la venta directa se maneja un nivel de competencia alto, por lo tanto se deben manejar estrategias diferentes para la venta, las que utiliza marketing personal para **controlar ese pronóstico**. La empresa sabe que un problema de inventario se debe atacar desde la novedad, realizando lanzamientos efectivos y que generen un real impacto en el mercado, además de un fuerte apoyo de estrategias de evacuación de inventario, como por ejemplo el uso de canales como el outlet, como promociones de venta que generen compulsividad en los consumidores por medio del precio, de descuentos y de mejores beneficios a la hora de la compra de este inventario.

¿Qué estrategia de venta puntual se puede utilizar para la evacuación del alto nivel de inventario que posee marketing personal? Pero para poder responderla primero hay que conocer más al detalle que hace marketing, que estrategias han utilizado, que puede afectar su desempeño, que variables tanto internas como externas influyen en esta problemática.

## **6.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es el impacto de la Empresa Marketing Personal de no tener un inventario y control en los inventarios?

### 6.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ✓ ¿Qué variables afectan el nivel de inventario de la empresa?
- ✓ ¿Cómo identificar las variables que afectan el inventario de la empresa?
- ✓ ¿Qué factores externos intervienen en el alto nivel de inventario de la empresa?
- ✓ ¿Cuáles de estos factores externos afectan directamente el nivel de inventario de la empresa?
- ✓ ¿Qué factores internos intervienen en el alto nivel de inventario de la empresa?
- ✓ ¿Cuáles de estos factores internos afectan directamente el nivel de inventario de la empresa?
- ✓ ¿Cuáles medios existen para evacuar el inventario de la empresa, y como se utilizan?
- ✓ ¿Cómo se debe evacuar el inventario de la empresa?
- ✓ ¿Qué estrategias de evacuación de inventario se pueden utilizar?
- ✓ ¿Cuál estrategia de evacuación de inventario se podría adaptar al alto nivel de inventario de marketing personal?

## **7. OBJETIVOS DE INVESTIGACION**

### **7.1 OBJETIVO GENERAL**

Proponer una estrategia de evacuación de inventario puntual para salir del alto nivel de inventario que posee Marketing Personal S.A., para que su promesa de venta de novedad pueda seguir cumpliéndose.

### **7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Identificar que variables pueden afectar la evacuación del alto nivel de inventario, desde la información obtenida por la empresa.

Diagnosticar que factores externos pueden afectar el alto nivel de inventario, desde la información que proporciona el mercado de la venta directa.

Analizar qué factores internos pueden afectar el alto nivel de inventario, desde la información que proporciona la empresa.

Identificar medios y formas de evacuación de inventario, desde la información que proporciona la academia y empresas que ya hayan adoptado estrategias de evacuación de inventario.

## 8. JUSTIFICACIÓN

### 8.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Esta investigación pretende identificar cual es la problemática que se está generando en la empresa **Marketing Personal** con respecto a los altos niveles de inventario, lo cual se está viendo afectada la novedad en el portafolio de productos de la compañía, no obstante sabemos que los inventarios es el principal activo de una empresa y de la mano a esto los son también sus gastos asociados, por esta razón uno de los objetivos principales es analizar e implementar qué tipo de estrategias se pueden desarrollar con el fin de obtener resultados que ayuden a minimizar la generación de los inventarios, pues es bien sabido el impacto que estos tienen en los costos y en la capacidad de respuesta de las empresas frente a las necesidades de los clientes.

Dado lo anterior, es importante realizar esta investigación ya que un buen control de los inventarios y una adecuada gestión y administración en la planeación nos va permitir intervenir en dicho proceso para lograr garantizar que la empresa tenga un nivel de inventario óptimo, y pueda ofrecer un buen portafolio de productos y ser más competitivos frente a la competencia. Esto también le permitirá obtener un mayor flujo de caja y estabilidad financiera con lo cual se podrá implementar estrategias y lograr garantizar la promesa de la valor que quiere la compañía.

Por esta razón la metodología de la investigación está enfocado en la identificación de herramientas y conceptos que permitan tomar decisiones para lograr una mejor gestión y ejecución frente a la problemática que se está generando los altos niveles de inventarios.

Por último los inventarios son el éxito económico de las empresas; por esta razón es indispensable conocer de forma amplia todos aspectos relacionados con la administración y métodos que se pueden emplear para un buen control de los inventarios.

## **8.2 JUSTIFICACIÓN SOCIAL**

Para un buen control interno de los inventarios es necesario la aplicación correcta de las herramientas ya que estas son de gran apoyo para la optimización en los procesos; de allí radica el mejoramiento continuo, la buena administración de los inventarios y recursos de la compañía con el fin de ofrecer una mayor novedad en el portafolio de producto satisfaciendo las necesidades de los clientes y lograr ser más competitivos frente a la competencia.

## **8.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

Nuestro enfoque será en adquirir información a profundidad por medio de la Encuesta y la Entrevista ya que ayudara a comprender las causas que se están generando internamente en los procesos y en la administración y planeación de los inventarios. También se identificarán que estrategias de evacuación se pueden aplicar para minimizar los inventarios y lograr obtener la mayor novedad en el portafolio de producto.

## **8.4 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

Esta investigación contribuye un aporte importante ya que se identifica la importancia de llevar un control adecuado de los inventarios que le permitirá a la empresa optimizar los recursos donde las áreas involucradas como: Cadena de Abastecimiento, Logística y Mercadeo tengan un mayor conocimiento y lleven un mejor manejo de los inventarios, logrando así una mayor eficiencia en los procesos y en la aplicación de las herramientas que se

deben llevar a cabo para lograr una buena administración y un adecuado inventario para no generarle costos adicionales a la organización.

### **8.5 JUSTIFICACIÓN DE GRUPO**

El desarrollo de esta investigación es importante ya que nos aporta conocimientos los cuales nos sirven de apoyo tanto en nuestra vida personal como laboral logrando desarrollar e implementar habilidades las cuales nos permiten generar nuevos conocimientos aplicándolos de esta manera, ser consecuentes con nuestro futuro laboral donde podemos hacer aportes significativos con relación al tema que se trata, puesto que en todas las compañías el tema de los inventarios siempre será un proceso el cual se debe tratar con cuidado porque de allí dependen el buen desarrollo de muchas áreas de las compañías.

## **9. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación a realizar servirá de gran apoyo y sin duda alguna podrá ser tomada como referente para que la empresa Marketing Personal tenga un buen desarrollo en la administración de los recursos y en los diferentes procesos, proponiendo estrategias para la evacuación de inventarios, identificando puntualmente el problema y pasando por las diferentes fases de la investigación, logrando así darle transformación a la problemática con el fin de garantizar la promesa de valor que quiere la compañía.

Del mismo modo y mediante el método del Análisis, el tipo de estudio Exploratorio y Descriptivo se pretende lograr el cumplimiento de los objetivos.

## 10. MARCO REFERENCIAL

### 10.1 MARCO TEÓRICO

Para comenzar hablar del tema de los inventarios es necesario resaltar la importancia que han venido teniendo desde tiempos pasados, concepto que no se ha quedado allí y ha logrado trascender ocupando un lugar significativo en las empresas, ofreciendo soluciones y eficiencia a cada uno de los procesos que conllevan los inventarios. Así mismo, (Gutiérrez) afirma:

La Historia de los inventarios, comienza desde la antigüedad, cuando los pueblos, debido a las épocas de escases deciden almacenar grandes cantidades de alimentos para ser utilizados en los tiempos de sequias o calamidades, es así como surge o nace el problema de los inventarios como una forma de hacer frente a los periodos de escases. Esta forma de almacenamiento de todos los bienes y alimentos son necesarios para sobre vivir, el cual motivo la existencia de los inventarios. (2014).

Siguiendo en el mismo contexto, es significativo entender que la aplicación de los inventarios son importantes para cualquier tipo de negocio. Según (Gutiérrez, 2014). “El inventario como concepto nace junto la noción de propiedad privada y puede remontarse a las primeras sociedades humanas en donde podemos encontrar la noción de almacenamiento y acumulación de bienes como alimentos, granos, animales y sub productos”.

La importancia de los inventarios radica desde saber que bienes se posee y cuales se encuentra en buen estado logrando así llevar un control adecuado de ellos, conociendo cuales son aptos y cuales no para su venta y distribución. En este sentido, (Gutiérrez) afirma:

El inventario se ha utilizado desde que el hombre vio la necesidad de organizar sus bienes es decir, saber que pertenencias tienen de acuerdo a los diferentes roles que esta persona desempeña, tendero, fabricante, importador, exportador etc. El inventario es utilizado como forma de organización básica que conlleva a una mejor economía porque se sabe con qué se cuenta y que debe ser repuesto. (2014).



Teniendo en cuenta el concepto de los inventarios y la importancia que tienen dentro de las organizaciones podemos decir que se empieza a tener una idea clara de su funcionamiento y de cada uno de los controles que se deben llevar a cabo. Por consiguiente, Aquilano, (2011) afirma:

El inventario son las existencias de un artículo o recurso que se usa en la organización. Un sistema de inventario es el conjunto de políticas y controles que supervisa los niveles de inventario y determina cuales son los niveles que deben mantenerse, cuando hay que reabastecer el inventario y de qué tamaño deben ser los pedidos. En toda su extensión, el inventario incluye insumos de tipo humano, financiero, energéticos, de equipo y materias primas; salidas como piezas, componentes y bienes terminados; y las etapas intermedias del proceso, como bienes terminados parciales o trabajo en proceso. La elección de los artículos que se incluyen en el inventario depende de la organización. Una operación puede tener un inventario de personal, máquinas y capital de trabajo, así como materias primas y bienes terminados. (P. 642).

Por otro lado, para lograr entender y tener claro el concepto de inventarios y llevar un enfoque correcto de la investigación, es importante tener distintos puntos de vista con respecto a las opiniones de algunos autores acerca de las definiciones de inventarios. Cardozo, Duarte y Garnica, (2003) define el concepto de inventarios como:

La existencia de productos físicos que se conservan en un lugar y en un momento determinado con el fin de servir de amortiguador al proceso productivo de la organización. El proceso de administración y control de los inventarios, se define como la forma o las estrategias a utilizar para lograr que se mantengan los niveles óptimos de los inventarios requeridos por el proceso productivo de la organización o las necesidades definidas por los clientes. (P.106).

Más adelante en el mismo texto se menciona que:

Este proceso, está constituido por un conjunto de subprocesos operativos de Planeación, Programación, Ejecución y Control que permiten: la clasificación, calificación y asignación de parámetros de reposición del inventario con el fin mantener niveles óptimos de existencias. (P. 106).

Es necesario tener en cuenta que con un buen manejo, una adecuada ejecución de los inventarios y un apropiado control de las herramientas se puede lograr un mejor aprovechamiento y optimización de los recursos, obteniendo de esta manera buenos resultados para cada etapa que se debe tener en cuenta en cada uno de los procesos del inventario. Pinzón, Pérez y Arango, (2010) afirma:

El rol que juegan los inventarios de una compañía es de vital importancia para la misma, dado que representa una proporción significativa de sus activos y por ende de sus procesos productivos. Por tal consideración, se requiere de una administración efectiva de las materias primas así como de los productos en proceso y terminado. El seguimiento administrativo presenta una constante oportunidad de mejora en el sistema de control de inventarios. (P. 11).

Para lograr un correcto funcionamiento de los inventarios es necesario tener claro cada uno de los procesos que deben llevarse a cabo, logrando así adquirir la eficiencia y el control en cada uno de las etapas que lleva cada proceso del inventario, teniendo como objetivo lograr cumplir a tiempo cada una de las actividades de las áreas involucradas en la organización. Por consiguiente Pinzón, Pérez y Arango (2010) indican:

Uno de los grandes desafíos de la gestión de inventarios consiste en mantener la cantidad adecuada para que la empresa alcance sus prioridades competitivas con mayor eficiencia y productividad por consiguiente, se hace necesario desarrollar conjuntos de medios y métodos preminentes para llevar a cabo la distribución de recursos de la organización, lo que se denomina la logística, con el fin de garantizar las cantidades, lugar y tiempo adecuado para cada proceso. Para eso deben considerarse los retos competitivos inmersos en los desafíos de globalización, el incremento en la diversidad de producto y la incertidumbre en la demanda entre otros factores. Krajewski y Ritzman (2000) (P. 11).

Ahora bien, es importante que las organizaciones lleven una adecuada administración de los recursos y un correcto control de los inventarios, logrando así obtener resultados positivos y una constante evolución en el mercado, gracias al trabajo constante de todas las áreas que la conforman. Tal como afirma Suárez Cervera, (2012):

Para poder administrar con eficiencia y eficacia una empresa, se necesita contar con una buena información que muestre lo que está sucediendo dentro de la misma y lo que está ocurriendo a su alrededor. Por lo que, se necesita de una herramienta que suministre dicha información a la gerencia. (P.41).

Con respecto al área de logística podemos decir que esta juega un papel muy importante ya que está involucrada en cada uno de los procesos de las organizaciones y como tal al cumplimiento de los requerimientos de cada área, logrando así llevar un control y manejo adecuado de los inventarios, obteniendo así una respuesta oportuna para satisfacer cada una de las necesidades. Con base a lo anterior, Pinzón, Pérez y Arango, (2010) afirma:

El área logística ha evolucionado hasta convertirse en lo que hoy se conoce como cadena de abastecimiento, área que comprende los procesos logísticos internos y externos de toda organización: compras, despachos, recepción de materias primas, planeación de inventarios, etc. Pocas son las organizaciones que actualmente poseen un área de cadena de abastecimiento estructurada como tal pero se tiene en cuenta la importancia de integrar desde el proveedor hasta el cliente final en el manejo de los inventarios, no pasara mucho tiempo para encontrar que las empresas del mundo estructuren dicha área. (P. 12).

Entonces podríamos decir, que para un buen control de los inventarios es importante mencionar los diferentes tipos, los cuales las organizaciones de acuerdo a su estructura establecen diferentes maneras de llevar un adecuado control del inventario; es fundamental para las empresas y áreas involucradas ya que estos nos garantiza la cantidad de unidades con que cuenta la empresa para cada tipo de producto, el ciclo de vida del producto y el cumplimiento de las entregas por parte de los proveedores. Para las organizaciones es importante el inventario en tiempo real ya que esto permite la entrega oportuna de los productos a los clientes, logrando así una buena rotación de las materias primas. Según Render y Heizer, (2009):

El inventario se puede usar para desunir (es decir, separar) a los proveedores del proceso de producción. Sin embargo, el enfoque preferido consiste en eliminar la variabilidad en cantidad,

en calidad o tiempo de entrega por parte del proveedor, así que la separación no es necesaria. Con frecuencia esta tarea no es difícil: durante la mayor parte del tiempo en que un producto “se hace”, en realidad está ocioso. El tiempo de trabajo real o tiempo “de corrida” es una pequeña porción del tiempo de flujo del material, quizá tan sólo del 5 por ciento. (P.484).

Más adelante en el mismo texto se menciona que:

Los MRO son inventarios dedicados a suministros de mantenimiento, reparación y operaciones necesarios para mantener productivos la maquinaria y los procesos. Estos inventarios existen porque no se conocen la necesidad y los tiempos de mantenimiento y reparación de algunos equipos. Aunque la demanda del inventario MRO suele ser una función de los programas de mantenimiento, es necesario anticipar las demandas no programadas de MRO. (P. 484).

Ahora para un buen control de inventarios es necesarios conocer los diferentes tipos de costos los cuales tiene como objetivo llevar un control adecuado y una administración eficaz de los recursos y demás artículos que se compran y se producen para ser almacenados en un tiempo determinado. Es importante tener una buena gestión con las demás áreas de la organización ya que estas nos van a permitir no incurrir en sobre costos en el mantenimiento de los inventarios lo cual pueden ocasionar perdidas en las organizaciones provocando un estancamiento y menor rotación de las mercancías. Así mismo es necesario tener en cuenta, aplicar e incorporar cada uno de los tipos de costos; a continuación se define cada uno de los costos:

<b>COSTO DE INVENTARIOS</b>	
<b>TIPO DE COSTO</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
Costos del Artículo	Es el costo de comprar o de producir los artículos individuales del inventario. Por lo general, el costo del artículo se expresa como un costo por unidad multiplicado por la cantidad adquirida o producida. El costo del artículo puede descontarse si se compran suficientes unidades en una ocasión.
Costo de Mantenimiento	Este se asocia con el hecho de mantener los artículos en el inventario durante un periodo. Por lo regular el costo de mantenimiento se carga como un porcentaje del valor en dólares por unidad de tiempo. En la práctica, los costos de mantenimiento oscilan entre 15 y 30% por año.
Costos de Almacenamiento	Incluye el costo variable del espacio, el de los seguros y el de los impuestos en algunos casos, una parte del costo de almacenamiento es fija por ejemplo: cuando no puede usarse el almacén para otros propósitos. Tales costos fijos no deberían incluirse en el costo de almacenamiento del inventario.
Costos de Obsolescencia	Deterioro y Pérdida se asignan a los artículos que entrañan un alto riesgo de volverse obsoletos; artículos de moda y de tecnología, por ejemplo, que pierdan rápidamente su atractivo en el mercado. Los productos perecederos reciben un cargo por costos de deterioro cuando se estropean a lo largo de tiempo.
Costos de Faltantes de Inventarios	Refleja las consecuencias económicas de quedarse sin inventarios Así mismo, resulta sencillo reducir porque la administración del inventario es un problema interfuncional. El marketing puede estar particularmente interesado en minimizar los costos de los faltantes de inventarios vinculados con las ventas perdidas. Contabilidad y finanzas podría interesarse en minimizar la cantidad de inventarios que deben financiarse y mantenerse. Operaciones diseñaría un nivel suficiente de inventarios para asegurar una programación

	uniforme y un control de la producción. Recursos humanos preferirá una estrategia de producción uniforme que relaje las preocupaciones de programación y empleados.
--	---

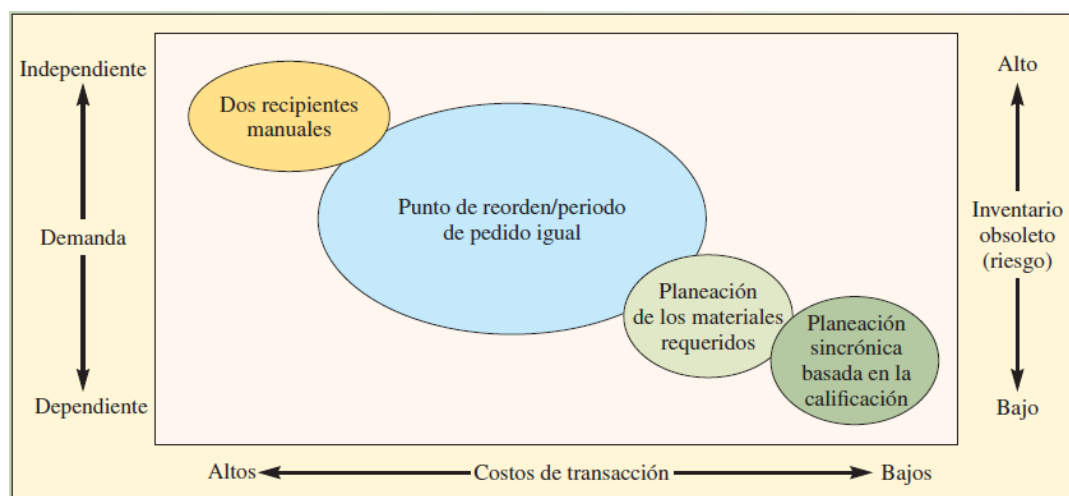
Fuente, elaboración propia: información obtenida de (Schroeder, Meyer Goldstein y Rungtusanatham, 2001. (P. 360).

Por otro lado, es relevante resaltar este tipo de costo de inventarios donde se refleja las condiciones del mercado cada día son más inestables y en constante crecimiento lo cual genera en las empresas pérdidas y excesos de inventario, por eso es importante a su vez lograr entender este tipo de conceptos y saberlos adaptar a cada uno de los procesos y etapas en la administración de los inventarios. De acuerdo con Schroeder, Goldstein y Rungtusanatham (2011):

La Demanda Dependiente contra Independiente es una distinción fundamental en la administración del inventario es si la demanda es dependiente o independiente. La demanda independiente está influida por las condiciones del mercado externo a la empresa; por lo tanto, es independiente de la demanda para cualesquiera otros artículos de inventario. (P.362).

En el siguientes grafico podemos observar la forma que en las características de la demanda, el costo de las transacciones y el riesgo de un inventario obsoleto afecta los distintos sistemas.

*Ilustración 2 Matriz de diseño del sistema de control de inventario: marco que describe la lógica del control de inventario.*



Elaborado por: (Chase, Jacobs y Aquilano, 2009 (P. 550)).

Ahora bien, para lograr eficiencia en la administración de los inventarios y mejora en los procesos es necesario aplicar y enfatizar en las diferentes políticas, ya que estas nos ayudaran a llevar un control adecuado y a su vez tener un contacto permanente con las diferentes áreas de la organización, teniendo como resultado una buena administración de los inventarios. Heizer y Render, (2009), afirman:

La importancia de resaltar las buenas políticas de inventarios pierde sentido si la administración no sabe que hay disponible en su inventario. La exactitud de los registros permite a las organizaciones enfocarse en aquellos artículos que no son más necesarios, en vez de tener la seguridad de que “algo de todo” está en inventario. Solo cuando la organización puede determinar con exactitud que está disponible es capaz de tomar decisiones concretas acerca de pedidos, programación y embarque. (P.486).

Ahora bien, para un buen manejo y debido control de los inventarios se deben establecer ciertas políticas las cuales son indispensables para un correcto funcionamiento y

administración de la mercancía lo cual será de gran apoyo para lograr un buen desempeño y distribución de los productos y estandarización de los procesos.

En este sentido es significativo mencionar las políticas de control que se deben tener en cuenta para los inventarios: De acuerdo a Cardozo, Duarte y Vega (2003) definen las políticas de la siguiente manera:

1. Determinar si las ventas se hacen sobre los pedidos o sobre las existencias en los almacenes, para establecer las políticas adecuadas de producción y de almacenamiento de productos terminado.

2. Debe definirse la política de niveles de existencias de acuerdo con las altas y bajas de estaciones del año o según las altas y bajas en periodos de producción.

3. Es necesario determinar si la mercancía se almacenara en un solo almacén, en la fábrica o en los almacenes de distribución, en distintas áreas de la ciudad o del país.

4. De acuerdo con las posibilidades económicas de la empresa, deben definirse las políticas que fijan los límites para compras adelantadas por riesgos de escasez de materiales o por conocimiento de futuras alzas de precios.

5. Las políticas deben establecer los sistemas de abastecimiento o producción mediante pronósticos de ventas o niveles parejos normalizados para todo su periodo o para un año. (P. 119).

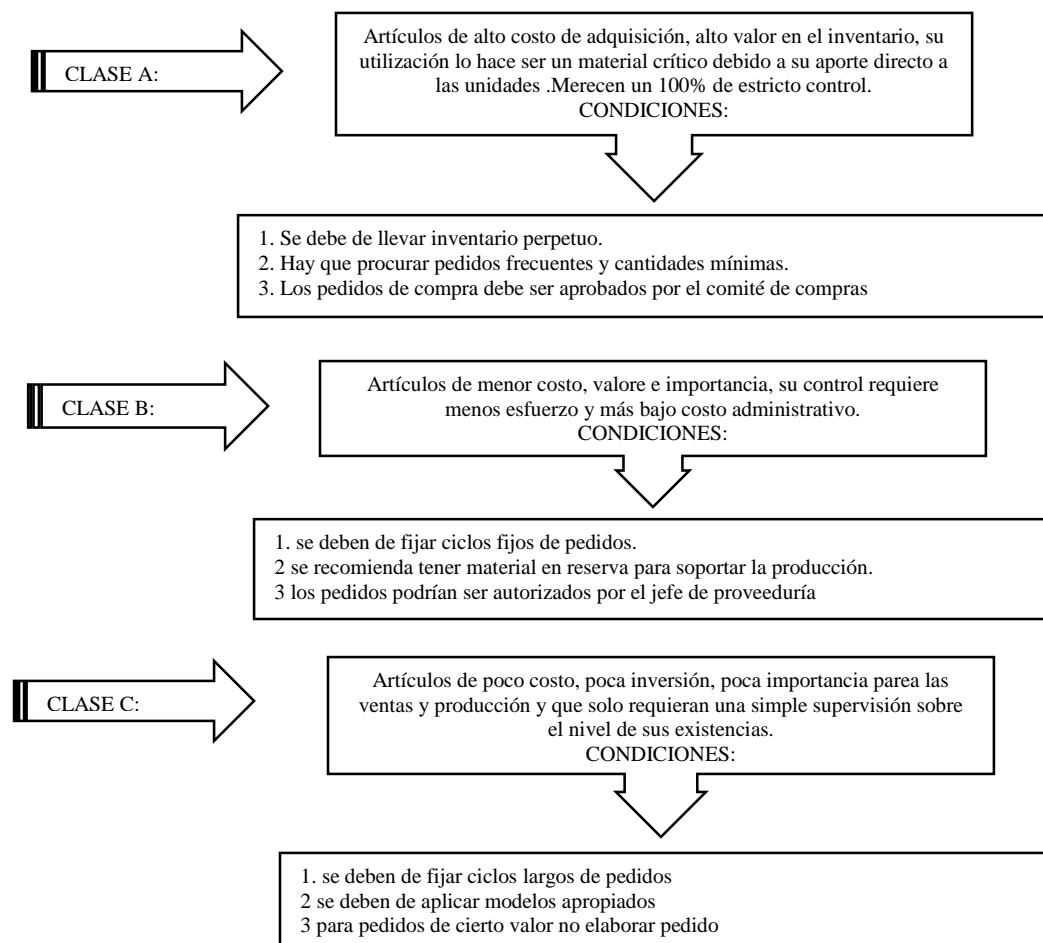
Si bien este tipo de sistemas son importantes para que todas las organizaciones lleven un adecuado manejo de los inventarios y logren aumentar la eficiencia en las políticas aplicadas permitiendo reunir los recursos en las áreas donde produce mayor impacto. Por esta razón se deben aplicar diferentes sistemas que nos permitan llevar un control en los costos que están relacionados en cada uno de los artículos con que cuentan las empresas. Tal como afirma Cardozo, Duarte y Garnica, (2003):

Mediante el Sistema de Clasificación ABC podemos ejecutar un análisis detallado de los inventarios; el propósito de este sistema es la clasificación de los inventarios según ciertas variables tales como: costo de adquisición, valor e importancia. De ahí parte el principio de separar



los inventarios en tres grandes clases: Clase A, Clase B y Clase C. Estas condiciones son a manera de ejemplo; no hay un patrón a seguir, solo se sabe que el establecimiento de estas condiciones rinde buenos resultados. (P. 124).

*Ilustración 3 Análisis de la clasificación mediante sistema de inventario A, B, C*



Fuente elaboración propia: Elaborado por (Cardozo Correa, Duarte Morato y Garnica Vega, 2003, (P. 125).

Del mismo modo, es importante mencionar los principios ya que su objetivo es garantizar que la empresa obtenga un nivel óptimo de producción, teniendo como finalidad la satisfacción de los clientes y asegurar una administración adecuada de los inventarios con el fin de no generar sobre costos adicionales a la organización.

Se debe tener en cuenta ciertos principios para un buen funcionamiento del inventario, a continuación se mencionaran algunos de ellos los cuales generaran mayor impacto en los diferentes procesos de los inventarios. Para Vélez Restrepo, (2012):

Los niveles de inventario son una función del tiempo; es importante tener en cuenta que los abastecimientos que son poco frecuentes (es decir son tiempos de producción elevados) exigen niveles de inventarios elevados. El tiempo de fabricación debe ser aquel que garantice la eficiencia en la manufactura y el capital atado a los niveles de inventario. También se cuenta con el Principio de Obsolescencia donde define que ningún producto debería permanecer en el sistema de intralogística después de seis meses sin ventas, aunque algunos tipos de artículos –como los repuestos- requieren una consideración especial. (P.44).

Por otro lado es importante que el personal involucrado en los procesos que hace referencia a los inventarios deben de tener el conocimiento y la experiencia en el manejo y control de los inventarios, para lograr garantizar una mayor eficiencia y calidad en el momento de realizar cualquier actividad que tenga relación con las salidas de los inventarios. Así mismo, según Goldratt (2004), se deben llevar ciertos controles como:

Saber dónde está las cosas Vs donde deberían de estar y quien es el responsable de las desviaciones existentes. Así mismo el control garantizado que se ejerza monitoreo y se obtengan los índices de productividad. Por último se cuenta con el principio de Capacidad donde los ambientes de manufactura y de distribución deben –al menos- trabajar al 85% de su capacidad; un 15% de capacidad disponible es necesario y cuando este porcentaje se supere debe ordenarse más capacidad. (P. 44).

Del mismo modo, el área de abastecimiento desempeña un papel importante en la administración de los inventarios es el encargado de orientar, ejecutar y llevar un control de los procesos, a su vez controlando los costos y teniendo una buena negociación con los proveedores. Según Chopra y Meindl, (2008):

Una de las mejoras que más requiere atención es el manejo de inventarios, pues son una parte indispensable en la cadena de abastecimiento, convirtiéndose en el mayor activo de las empresas, en algunos casos hasta el 40%. El mejoramiento en su gestión y procedimientos operativos es una exigencia necesaria para competir a nivel internacional. Sin olvidar que en algunos casos, es un capital que se encuentra almacenado a la espera de que la oferta del mercado sea la adecuada. (P. 77).

Ahora bien, para el tema de los inventarios es importante que las organizaciones cuenten con sistemas adaptados a las diferentes áreas, ya que esto permite tener mayor eficiencia en los procesos e incrementar la productividad, sirviendo como una herramienta de apoyo para mejorar los errores que se presentan en el área de producción. Gracias a las nuevas tecnologías las organizaciones podrán tener acceso a nuevos mercado logrando así ser más competitivos. Zapata, (2014) afirma:

La aplicación de las tecnologías de la información en el manejo de los inventarios ha hecho posible que se pueda conocer la disponibilidad de los materiales en las diferentes locaciones de la red logística, lo que ha permitido desarrollare un proceso de control de inventarios de manera virtual, que busca ser disponible todas las existencias de materiales en la red, mejora su asignación para satisfacer las necesidades de los clientes, responder de manera más eficiente a las variaciones de la demanda con lo que es posible alcanzar niveles de inventarios más bajos y mejorar los niveles de servicio al cliente. Lo anterior se conoce como el nombre de manejo de inventario virtual lo cual es una tendencia marcada gracias al desarrollo y fácil implementaciones de las tecnologías de la información y la comunicación. (P. 15).

Podemos decir, que en la actualidad los inventarios cumplen un rol importante en el mercado, esto ayuda a estandarizar y tener las bases necesarias para asignar el precio indicado a cada artículo y producto; sabemos que estar vigentes en el mercado es una tarea ardua la cual implica un trabajo constante y más cuando los clientes son cada vez más exigentes, por esto la importancia de llevar una adecuada administracion de los inventarios. Por esto la gran

importancia de llevar una adecuada administración de los inventarios. Tal como afirma Valencia, Díaz y Correa (2015):

Actualmente los mercados son cada vez más exigentes con relación a procesos de alta calidad y buenos niveles de servicio, exigiendo a las empresas afrontar mejores estándares de calidad, tecnologías y competitividad. Un aporte en este sentido lo proporciona la existencia de métodos para la planificación operativa relacionados con la logística interna de una empresa. La optimización de inventarios ha tomado gran importancia durante los últimos años, dadas las tendencias del comportamiento del mercado, las ventas y la competitividad. La planificación de éstos es esencial, ya que puede ocasionar excesivas cantidades y costos, o por el contrario, inexistencias, lo que puede acarrear inesperados impactos operacionales. (Párr. 4).

Por otro lado, para las organizaciones la necesidad de querer satisfacer el mercado e innovar es cada vez mayor, los tiempos cambian y los consumidores se vuelven más exigentes; por tal razón se debe llevar un control en la planeación de cada uno de los productos y de esta manera se lograra garantizar que el inventario este óptimas condiciones. Para el artículo Especializado en Logística, (2014) es importante mencionar:

Las conductas del mercado y las nuevas formas de consumo cada día las empresas se ven más orientadas a crear y vender productos para satisfacer necesidades específicas de nichos de mercado, haciendo que se incrementen los portafolios de las organizaciones por lo que debe haber una correcta gestión de inventarios, para no entorpecer las operaciones de la empresa. Las nuevas tendencias de consumo del mercado han hecho que los clientes y el mercado en general exijan productos que son cada vez más especializados, que se adapten más a las particularidades de los nichos y que se representan con su target, haciendo que el portafolio de productos que ofrece una empresa pueda crecer. (Párr. 1).

También cabe destacar, es necesario que las organizaciones lleven un control óptimo y adecuado en el cálculo de los niveles de inventarios, no importa que tan grande o pequeña sea la empresa, lo importante es llevar un registro adecuado logrando así tener la cadena de abastecimiento al día y los materiales en las mejores condiciones. Según Vidal Olguín, (2010):

Es importante discutir que niveles de inventarios son convenientes para una organización, ya que esto depende de muchos aspectos, principalmente de la naturaleza de la organización y de la evaluación que la administración haga de las ventajas y desventajas de tenerlos. El punto está, obviamente, en la cantidad de inventario que debe mantenerse y en su correcta administración, con el objeto de mejorar la competitividad de la organización sin sacrificar recursos innecesariamente. (P.21).

Finalmente, es importante resaltar que para las organizaciones el llevar un adecuado manejo y registro de los inventarios siempre será fundamental, sin importar el tipo de actividad comercial que desempeñen, ya que estos ayudan a tener un mayor control y le permitirá obtener buenos resultados en cuanto a la administración de los recursos. Tal como afirma Izar Landeta, (2014):

Los inventarios siguen siendo una necesidad en los sectores comerciales y de servicios, que son los que han tenido gran auge en el comienzo de este tercer milenio, por ello los modelos de inventarios son útiles para el mejor manejo de los mismos, pues en estos sectores nadie puede vender lo que no tienen en existencia. (P. 156).

## **10.2 MARCO CONCEPTUAL**

Es importante tener presente que el control de los inventarios es un elemento principal dentro de las organizaciones, el cual se debe tener controlado, vigilado y sobre todo ordenado, porque de ello depende el proveer y distribuir apropiadamente lo que se tiene, poniéndolo a disposición en el momento indicado. Según Zapata (2014), los inventarios:

Son activos y se define como el volumen de material disponible en un almacén: insumos, producto elaborado o producto semi elaborado. Cuando la demanda es mayor que el volumen disponible y los tiempos de aprovisionamiento no permiten cubrir el déficit, se considera “inventario agotado”; es decir, es el artículo que normalmente se tiene en inventario pero que no está disponible para satisfacer la demanda en el momento justo. Una situación inversa, sería un “inventario en exceso”. (P. 11).

Continuando con los diferentes conceptos que menciona Zapata (2014), El nivel de servicio en la gestión de inventarios puede ser definido de dos maneras:

La primera hace referencia la relación con el cliente ya que se refiere al hecho de que el cliente se mantenga satisfecho con el servicio prestado, lo cual nos solo hace referencia al cumplimiento de las exigencias de compra, sino también a la forma como se relaciona con la empresa y lo que el cliente piensa sobre su proveedor este aspecto claramente es responsable del área de ventas o mercadeo de la empresa, pero es importante tenerlo en cuenta en el control de inventario ya que se debe propender por desarrollar procesos direccionados al cliente. (P. 16).

En este orden y siguiendo con las ideas anteriores, Willd, (2002) menciona. “El propósito del control de inventarios es asegurar el funcionamiento de las actividades de la empresa mediante la optimización conjunta de tres objetivos servicio al cliente, costos de inventario y costos operativos.” Zapata 2014 (P. 14).

Ahora bien, es importante hacer referencia a los Stock ya que estos hacen parte del materia que poseen las organizaciones ya sea físico o en procesos de transformación, regulando el área de logística y logrando mantener un flujo estable. Miguez y Bastos (2006) afirman,

El lenguaje económico se denomina inventario o stock al conjunto de mercancías acumuladas en un almacén en espera de ser vendidas o utilizadas durante el proceso de producción. Los inventarios se crean con la finalidad de servir a los clientes y de permitir el flujo productivo. Por esta razón, la empresa se ve en la necesidad de disponer de una cantidad conveniente de mercancías (stock) que compense las posibles oscilaciones relativas a la demanda y al plazo de entrega de los proveedores principalmente. (P. 4).

Del mismo modo y enlazando los conceptos anteriormente nombrados es importante indicar que Escudero (2013) considera:

Las técnicas de gestión del Stock se aplican para conocer el volumen de salidas o las ventas de cada artículo durante un periodo de tiempo programado (día, semana, campaña etc.) y

solicitar al proveedor los productos necesarios para no guardar tanto capital inmovilizado en el almacén. (P. 37).

Una vez que se han definido de varias formas el concepto inventarios y se sabe la importancia que este proceso tiene dentro de las organizaciones es posible aventurarnos a decir que para la buena administración de los inventarios es indispensable tener claros estos conceptos y aplicarlos, logrando así satisfacer necesidades actuales o futuras.

Por consiguiente para Arbones (1989), “El costo de mantenimiento del inventario está en función, principalmente, de su valor, por consiguiente la empresa lograra un ahorro si centra el control del inventario en aquellos artículos de mayor valor.”

Para finalizar la relación e importancia de los conceptos anteriormente mencionados se debe tener presente que la implementación de sistemas en las organizaciones es vital ya que contribuye al mejoramiento en los procesos y la evacuación oportuna de los inventarios, teniendo como resultados el buen manejo y administración de los recursos. Moya Navarro (1999), considera:

El método de clasificación tiene como objetivo determinar cuáles materiales, productos, etc., que se mantienen en inventario, tienen un alto valor económico para la compañía, razón por la cual deben de controlarse estrictamente; se agrupan los inventarios en tres categorías, denominadas A,B,C; se puede entender desde las siguientes perspectivas:

1. Los materiales clasificados como A, son aquellos cuyo valor económico total representa de un 75 a un 80% del capital invertido en esos inventarios. Obviamente que estos materiales deben de controlarse rigurosamente, por su alto valor económico.

2. Los materiales clasificados como B representan en valor económico alrededor de un 15% del capital total invertido en existencias. Por ser de menos valor económico, no se requiere un control tan estricto como los de clase A.

3. Los materiales clasificados como C son aquellos artículos de muy poco valor económico. En cantidad de artículos, son muchos. (P. 27).

### 10.3 MARCO CONTEXTUAL

Marketing Personal S.A (Ventas por Catálogo)

#### ¿Quiénes son?

Marketing Personal S.A. (MP) es una empresa de venta directa que se ha destacado por ser una empresa innovadora y con responsabilidad social, forjadora de futuro para miles de personas, siendo una fuente generadora de empleo para 800 personas vinculadas directamente, y más de 92.000 Asesoras de Imagen que en compañía de sus familias comercializan el catálogo durante las 18 campañas del año a lo largo del territorio nacional.

Marketing Personal S.A. es una empresa posicionada en el mercado nacional, reconocida en el medio de la venta directa con miras a seguir creciendo en éste mercado y consolidarse como una de las empresas de venta directa más destacadas a nivel nacional e internacional.

En el año 1999 las directivas de la empresa Formas Intimas S.A., que por más de 20 años ha producido y comercializado ropa interior femenina y masculina en el mercado Colombiano y en el mercado internacional, deciden crear un canal de distribución alternativo para sus productos creando la empresa Marketing Personal LTDA.

- 1999: se registra en cámara de comercio Marketing Personal.
- 2000: empieza la operación de ropa interior y jeans, con campañas de 13 días.
- 2001: Creación del Departamento de Sistemas de Marketing Personal. Se realiza la creación de áreas funcionales de Operación.



- 2002: Ampliación de campañas de 13 días a 21 días. Apertura de nuevas áreas.
- 2004: Primera reestructuración de las oficinas de Marketing Personal.
- 2005: La compañía abre operaciones en Guatemala y El Salvador en asocio con una compañía de Centro América.
- 2006: Segunda reestructuración a las instalaciones de Marketing Personal. Ampliación de las oficinas y adquisición de más espacios de bodega.
- 2007: Se crea el Folleto del Outlet de la empresa. Se cierra la operación en Guatemala y El Salvador.
- 2008: Se creó la primera versión de la página web de la empresa
- 2010: La empresa comienza a participar en el Día de Campo en el Jardín Botánico, evento organizado por el Seminario Arquidiocesano Redemptoris.
- 2011: Marketing Personal se hace acreedor al reconocimiento Éxito Awards en la categoría Comercio
- 2012: Cambio del modelo comercial y del direccionamiento estratégico. Nuevo lanzamiento de la página web. Se incursiona en las nuevas redes sociales como Twitter y Pinterest.
- 2013: Marketing Personal cumple la meta de llegar al MPX2 y los millones en ventas.

Hoy en día Marketing Personal S.A. cuenta con 18 campañas al año y con líneas de ropa Interior y exterior femenina y masculina, línea hogar, cosméticos, accesorios y bienestar, con una cobertura de gran parte del territorio Colombiano distribuido en 13 zonas.

Distribuidas de la siguiente manera:

**Costa 2:** Barraquilla,

**Costa 3:** Santa Marta, Riohacha, Maicao

**Costa 1:** Sincelejo, Cartagena, San Andrés, Plato, El Carmen, Providencia.

**Costa 4:** Caucasia, Sincelejo, Segovia, Apartado

**Cali 1:** Tuluá, Buga, Buenaventura

**Eje sur:** Cali, Popayán, Pasto, Ipiales,

**Medellín:** Rionegro, Barrancabermeja

**Bogotá 2:** Tunja

**Bogotá 4:** Villavicencio

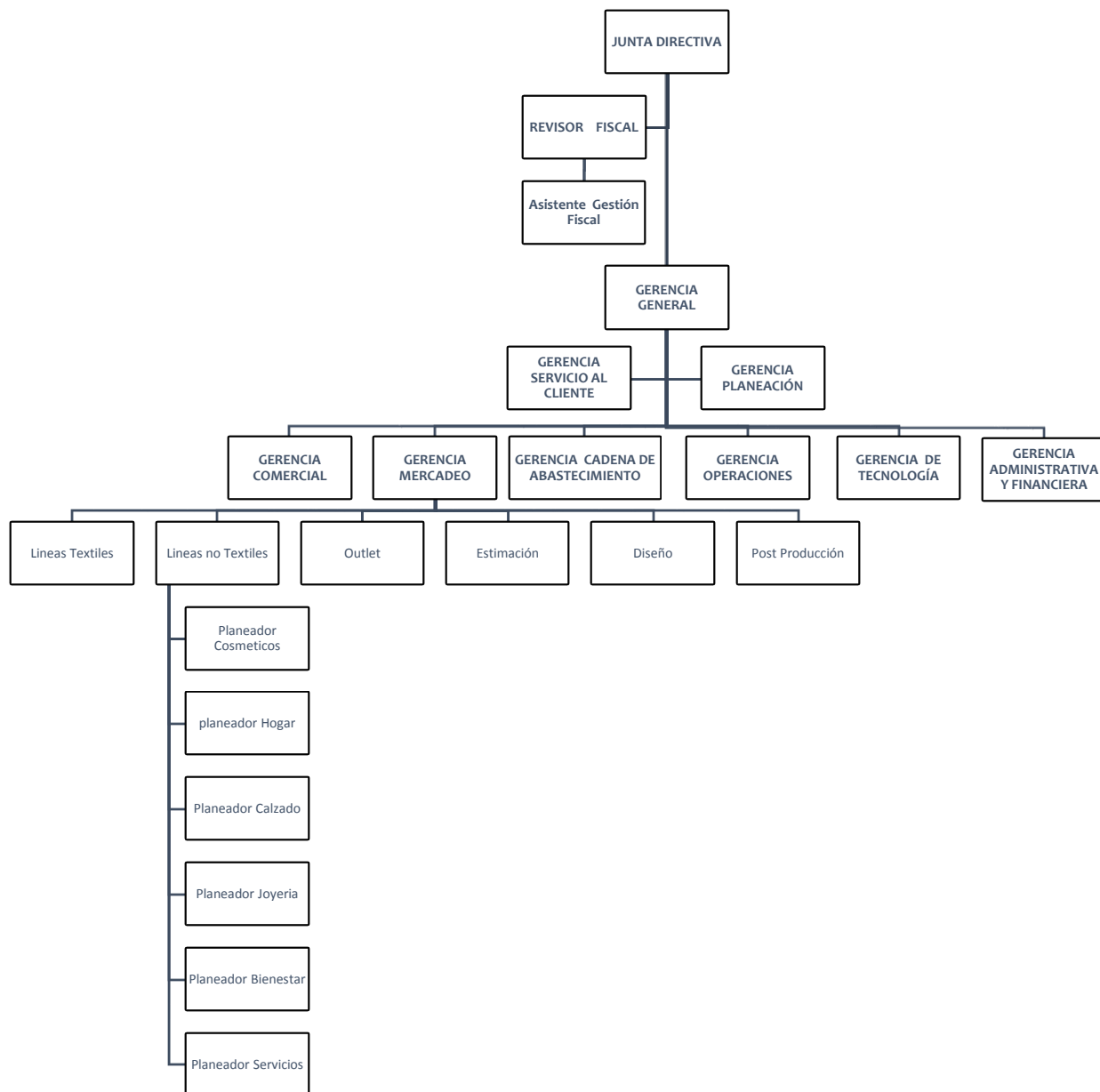
**Santander:** Cúcuta, Pamplona, Saravena, Arauca

**Eje centro:** Ibagué, Espinal, La Dorada, Girardot, Neiva, Pitalito.

**Eje cafetero:** Pereira, Manizales, Armenia.



*Ilustración 5 Organigrama de la compañía Marketing Personal S.A.*



Fuente: Planeación estratégica Marketing Personal S.A. (2015).

#### **10.4 MARCO LEGAL**

Dentro del trabajo de investigación es necesario resaltar los aspectos legales los cuales rigen bajo la Dirección General del Patrimonio del Estado, el cual fundamentan diferentes temas relacionados con los inventarios y el artículo que se debe tener en cuenta para no llegar a infringir las leyes que hace referencia al patrimonio de las administraciones públicas las cuales están obligadas a inventariar los bienes de las compañías; temas que son importantes para las empresas ya que al no cumplimiento oportuno pueden incurrir en sanciones y en gastos adicionales al no llevar un debido control. A Continuación se relaciona:

Artículo 32 de la ley 33/ 2003, del 3 de Noviembre del Patrimonio de las Administraciones Publicas.

La administración pública está obligada a inventariar los bienes y derechos que integran su patrimonio haciendo constar con el suficiente detalle las mencione necesarias para su identificación y las que resulten precisas para reflejar su situación jurídica y el destino o uso al que están siendo dedicadas. Arti 32 de la ley 33/2003, del 3 de Noviembre.

#### **10.5 MARCO ESPACIAL**

El área geográfica que se escogió para ejecutar el análisis y la implementación de las estrategias para la evacuación del inventario es la empresa Marketing Personal ubicada en el área metropolitana de la ciudad de Medellín en la avenida Guayabal. Enfatizando en las áreas que están más involucradas en la investigación como lo son Abastecimiento, Logística y Mercadeo, las cuales en conjunto aportaran soluciones que conllevan a disminuir los altos niveles de inventario, con el fin de lograr tener en el catálogo una mayor novedad en el portafolio de producto.

## **10.6 MARCO TEMPORAL**

El desarrollo del proyecto de investigación, diagnóstico y generación de nuevas estrategias se comprenderán entre los últimos 6 periodos del 2016 e inicios 2017, en la Empresa Marketing Personal ubicada en el área metropolitana de la ciudad de Medellín.

## **11. ASPECTOS METODOLÓGICOS**

### **11.1 TIPO DE ESTUDIO**

El presente tipo de investigación que se realizara en la Empresa Marketing Personal por el alto nivel de inventario será de tipo Exploratorio y Descriptivo.

De tipo Exploratorio porque se pretende dar una visión general con respecto a la situación que se está presentando sobre el tema de los altos niveles de inventario de la Empresa de Marketing Personal.

De tipo Descriptivo ya que ayudara a determinar cuál es la situación actual que se presenta en la Empresa Marketing Personal por los altos niveles de inventarios por medio de la recolección de información.

### **11.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación se abordara por medio del método del análisis ya que nos ayuda a identificar las causas que están generando los altos niveles de inventario en la empresa Marketing Personal.

### **11.3 TÉCNICAS Y FUENTES PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN**

Se considera un análisis más detallado con la información secundaria ya que con base a las diferentes fuentes encontradas como libros, revistas etc., ayuda a conocer cuáles son las herramientas, aplicaciones y políticas que se deben tener en cuenta para un buen manejo y control adecuado de los inventarios, no obstante es suficiente ya que esto no nos muestra un análisis detallado de cuáles son las causas que están generando el exceso de inventario.

Por medio de la fuente primaria y la información proporcionada por la empresa Marketing Personal se podrá identificar cuáles son los hechos y consecuencias que están afectando el objeto de estudio.

## **11.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

### **11.4.1 TÉCNICAS ESTADÍSTICAS**

Con la técnica de la entrevista se pretende recolectar información más precisa conociendo los diferentes puntos de vistas y opiniones que tienen los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal con respecto a la problemática que se vive por los altos niveles de inventarios.

La entrevista se realizara a Elizabeth Tamayo Gerente de Mercadeo, Diego Alexander Zapata Patiño Gerente de Operaciones y Andrés Felipe Echeverri Gerente del área de Abastecimiento, con el fin de tener resultados que nos ayuden a profundizar y entender cuáles son las consecuencias de no tener un óptimo inventario, ayudando a identificar qué tipo de estrategias se pueden aplicar para mejorar los procesos de inventarios de la empresa Marketing Personal.

### **ENTREVISTA**

1. Cree usted que es importante llevar un buen control y administración de los inventarios?

2. Que impactos genera en la compañía el no llevar un buen nivel de los inventarios?



3. Considera que los sistemas que se implementan en la compañía para el manejo de los inventarios son acordes a las necesidades del mercado?

4. Para usted que factores tanto internos y externos influyen para que se generen incrementos en los inventarios?

5. De acuerdo al rol que desempeña dentro la compañía cree usted que al tener altos niveles de inventarios afecta su proceso?

6. La empresa cuenta con el personal capacitado para llevar un buen manejo en el control de los inventarios?.

7. Considera que los medios de evacuación que se emplean en la compañía son los apropiados para controlar el alto nivel de inventarios?

8. Que planes de acción de corto y mediano plazo considera usted que se pueden implementar para mejorar el incremento de los inventarios?,

9. Cree usted que al tener altos niveles de inventarios afecta la promesa de valor de la empresa?.

## 12. CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDAD	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO					JUNIO				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	
Formulación del Título, tema, Idea																						
Planteamiento del problema y objetivos de investigación																						
Marco referencial																						
Aspectos Metodológicos de la Investigación																						
Justificación de la Investigación																						
antecedentes de investigación																						
Objeto de investigación																						
Alcances de investigación																						
Aplicación de fuentes y técnicas para relección de la información																						
conclusiones, bibliografía, descripción y recomendaciones																						
Revisión del informe final por parte del Docente de Trabajo de Grado																						
Entrega del Trabajo de Grado completo a la Coordinación de Trabajos de Grado para Evaluación por parte del Jurado																						

## 13. RESULTADOS

### 13.1. TABLA DE SEGUIMIENTO

No	RELACIÓN PREGUNTAS DE SISTEMATIZACIÓN-OBJETIVOS ESPECÍFICOS	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	PROCESAMIENTO DE DATOS	RESULTADO
1	<p>¿Cómo identificar las variables que afectan el alto nivel de la empresa?</p> <p>OE: Identificar que variables pueden afectar la evacuación del alto nivel de inventario, desde la información obtenida por la empresa.</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido del cuestionario de la entrevista aplicada.</p>	<p>Entrevista a funcionarios de la empresa Marketing personal del área administrativa.</p>	<p>Método análisis de entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones donde se expone ciertas preguntas para el entrevistador con el fin de obtener información relacionada al problema de investigación.</p>	<p>Identificar que variables pueden afectar la evacuación de los altos niveles de inventarios de la empresa Marketing Personal.</p>
2	<p>¿Qué variables afectan el nivel de inventario de la empresa?</p> <p>OE: Identificar que variables pueden afectar la evacuación del alto nivel de inventario, desde la información obtenida por la empresa.</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido del cuestionario de la entrevista aplicada.</p>	<p>Entrevista a funcionarios de la empresa Marketing personal del área administrativa.</p>	<p>Método análisis de entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones donde se expone ciertas preguntas para el entrevistador con el fin de obtener información relacionada al problema de investigación.</p>	<p>Identificar que variables pueden afectar la evacuación de los altos niveles de inventarios de la empresa Marketing Personal.</p>
3	<p>¿Qué factores externos intervienen en el alto nivel de inventario de la empresa?</p> <p>OE: Diagnosticar que factores externos pueden afectar el alto nivel de inventario, desde la información que proporciona el mercado de la venta directa.</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido del cuestionario de la entrevista aplicada.</p>	<p>Entrevista a funcionarios de la empresa Marketing personal del área administrativa.</p>	<p>Método análisis de entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones donde se expone ciertas preguntas para el entrevistador con el fin de obtener información relacionada al problema de investigación.</p>	<p>Detectar cuales factores externos que afectan directamente los inventarios de las empresas de venta directa.</p>

4	<p>¿Cuáles de estos factores externos afectan directamente el nivel de inventario de la empresa?</p> <p>OE: Diagnosticar que factores externos pueden afectar el alto nivel de inventario, desde la información que proporciona el mercado de la venta directa.</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido del cuestionario de la entrevista aplicada.</p>	<p>Entrevista a funcionarios de la empresa Marketing personal del área administrativa.</p>	<p>Método análisis de entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones donde se expone ciertas preguntas para el entrevistador con el fin de obtener información relacionada al problema de investigación.</p>	<p>Identificar que variables pueden afectar la evacuación de los altos niveles de inventarios de la empresa Marketing Personal.</p>
5	<p>¿Qué factores internos intervienen en el alto nivel de inventario de la empresa?</p> <p>OE: Analizar qué factores internos pueden afectar el alto nivel de inventario, desde la información que proporciona la empresa.</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido del cuestionario de la entrevista aplicada.</p>	<p>Entrevista a funcionarios de la empresa Marketing personal del área administrativa.</p>	<p>Método análisis de entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones donde se expone ciertas preguntas para el entrevistador con el fin de obtener información relacionada al problema de investigación.</p>	<p>Conocer que factores internos afectan directamente el incremento de los inventarios.</p>
6	<p>¿Cuál de estos factores internos afectan directamente el nivel de inventario de la empresa?</p> <p>OE: Analizar qué factores internos pueden afectar el alto nivel de inventario, desde la información que proporciona la empresa.</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido del cuestionario de la entrevista aplicada.</p>	<p>Entrevista a funcionarios de la empresa Marketing personal del área administrativa.</p>	<p>Método análisis de entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones donde se expone ciertas preguntas para el entrevistador con el fin de obtener información relacionada al problema de investigación.</p>	<p>Identificar que variables pueden afectar la evacuación de los altos niveles de inventarios de la empresa Marketing Personal.</p>
7	<p>¿Cuáles medios existen para evacuar el inventario de la empresa?</p> <p>OE: Identificar medios y formas de evacuación de inventario, desde la información que proporciona la academia y empresas que ya hayan adoptado estrategias de evacuación de inventario.</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido del cuestionario de la entrevista aplicada.</p>	<p>Entrevista a funcionarios de la empresa Marketing personal del área administrativa.</p>	<p>Método análisis de entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones donde se expone ciertas preguntas para el entrevistador con el fin de obtener información relacionada al problema de investigación.</p>	<p>Identificar con qué medios de evacuación y estrategias cuenta la empresa Marketing personal.</p>

8	<p>¿Cuáles medios existen para evacuar el inventario de la empresa, y como se utilizan?</p> <p>OE: Identificar medios y formas de evacuación de inventario, desde la información que proporciona la academia y empresas que ya hayan adoptado estrategias de evacuación de inventario.</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido del cuestionario de la entrevista aplicada.</p>	<p>Entrevista a funcionarios de la empresa Marketing personal del área administrativa.</p>	<p>Método análisis de entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones donde se expone ciertas preguntas para el entrevistador con el fin de obtener información relacionada al problema de investigación.</p>	<p>Identificar que variables pueden afectar la evacuación de los altos niveles de inventarios de la empresa Marketing Personal.</p>
9	<p>¿Cuál estrategia de evacuación de inventario se podría adaptar al alto nivel de inventario de marketing personal?</p> <p>OE: Desarrollar una de las estrategias de evacuación de inventario encontradas, para evacuar el alto inventario que posee la empresa.</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido del cuestionario de la entrevista aplicada.</p>	<p>Entrevista a funcionarios de la empresa Marketing personal del área administrativa.</p>	<p>Método análisis de entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones donde se expone ciertas preguntas para el entrevistador con el fin de obtener información relacionada al problema de investigación.</p>	<p>Analizar si las estrategias con las que cuenta la empresa Marketing personal si son las apropiadas para lograr la evacuación de los inventarios.</p>
10	<p>¿Qué estrategia de evacuación de inventario de puede utilizar?</p> <p>OE: Desarrollar una de las estrategias de evacuación de inventario encontradas, para evacuar el alto inventario que posee la empresa.</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido del cuestionario de la entrevista aplicada.</p>	<p>Entrevista a funcionarios de la empresa Marketing personal del área administrativa.</p>	<p>Método análisis de entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones donde se expone ciertas preguntas para el entrevistador con el fin de obtener información relacionada al problema de investigación.</p>	<p>Identificar que variables pueden afectar la evacuación de los altos niveles de inventarios de la empresa Marketing Personal.</p>

## 13.2. FORMATO, TRANSCRIPCIÓN Y FICHA TÉCNICA DE ENTREVISTAS

### FICHA TÉCNICA

**NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:** Yulie Alejandra Quintero Calle

**NOMBRE / DATOS DEL ENTREVISTADO #1:** Diego Alexander Zapata Patiño - Gerente de Operaciones

**FECHA:** 12 Mayo 2017

**GRUPO OBJETIVO:**

**LUGAR:** Empresa Marketing Personal

**TÉCNICA DEL INSTRUMENTO:** Entrevista

**OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:** Obtener opiniones e información específica para lograr identificar porque se genera los altos niveles de inventario y con este fin de dar opciones para posibles soluciones.

**OBSERVACIONES:**

**1. Cree usted que es importante llevar un buen control y administración de los inventarios?**

Siempre será una parte vital para el buen funcionamiento de la compañía, ya que en este se puede encontrar el flujo de caja de la compañía y el mal manejo de este puede frenar inversiones y proyectos, costos más altos en almacenajes que no estaban proyectados podrían hacer inviable el negocio.

**2. Que impactos genera en la compañía el no llevar un buen nivel de los inventarios?**

Mal flujo de caja, Costos altos de almacenamiento, Sacrificar el nivel de novedad por tener que darle prioridad a la salida de inventario, Sacrificio del margen para que el inventario pueda salir.

**3. Considera que los sistemas que se implementan en la compañía para el manejo de los inventarios son acordes a las necesidades del mercado?**

Es evidente que la economía durante los últimos dos años ha sufrido cambios que han perjudicado la economía, el aumento del dólar, aumento del IVA hacen que la propuesta de valor de la compañía sea difícil de mantener, el mercado sigue demandando calidad, moda y buenos precios, la empresa trata de adaptarse a estos cambios pero no es fácil y le toca sacrificar su propio margen.

**4. Para usted que factores tanto internos y externos influyen para que se generen incrementos en los inventarios?**

Productos no acordes a las necesidades del cliente, mal manejo de mínimos en órdenes de compra, deficiencia en los estimados.

**5. De acuerdo al rol que desempeña dentro la compañía cree usted que al tener altos niveles de inventarios afecta su proceso?**

Como dije anteriormente los altos niveles de inventarios afectan la compañía transversalmente.

**6. La empresa cuenta con el personal capacitado para llevar un buen manejo en el control de los inventarios?**

El inventario que se tiene actualmente se debe a muchas áreas, estimación, compras y mercadeo, más que un personal capacitado, son todas las áreas uniendo esfuerzos para que se trabaje para una meta compañía y no por área.

**7. Considera que los medios de evacuación que se emplean en la compañía son los apropiados para controlar el alto nivel de inventarios?**

Cuando se tienen niveles de inventarios por fuera de los niveles aceptados por la compañía los métodos actuales no van a servir para salir de este inventario, inicialmente se debe mirar los generadores de ese inventario y ser corregidos luego, generar estrategias puntuales para salir del exceso.

**8. Que planes de acción de corto y mediano plazo considera usted que se pueden implementar para mejorar el incremento de los inventarios?**

Estrategias con sacrificio de margen, vender a salderos, cambio de imagen y relanzamiento de productos.

**9. Cree usted que al tener altos niveles de inventarios afecta la promesa de valor de la empresa?**

Claro que se afecta, lo importante es que se corrija rápidamente, y tratar que las acciones afectan lo menos posible al cliente.

**FICHA TÉCNICA**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:** Yulie Alejandra Quintero Calle

**NOMBRE / DATOS DEL ENTREVISTADO # 2:** Elizabeth Tamayo – Gerente de Mercadeo

**FECHA:** 15 Mayo 2017

**GRUPO OBJETIVO:**

**LUGAR:** Marketing Personal

**TÉCNICA DEL INSTRUMENTO:** Entrevista



**OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:** Obtener opiniones e información específica para lograr identificar porque se genera los altos niveles de inventario y con este fin de dar opciones para posibles soluciones.

**OBSERVACIONES:**

**1. Cree usted que es importante llevar un buen control y administración de los inventarios?**

Claro que si, a medida que se tenga control del nivel de inventario, se va marcando el nivel de novedad en las diferentes campañas del catálogo además este afecta directamente proporcional el margen de rentabilidad de la compañía.

**2. Que impactos genera en la compañía el no llevar un buen nivel de los inventarios?**

- Mayor inversión de las diferentes áreas operativas.
- Disminución del flujo de caja
- Disminución de la pronta nueva

**3. Considera que los sistemas que se implementan en la compañía para el manejo de los inventarios son acordes a las necesidades del mercado?**

No, ya que no tenemos una herramienta (está en proceso) que en tiempo real nos muestre la cantidad de inventario por referencia que en caso contrario (teniéndola) nos permitiría tener un mejor control del inventario y desarrollar estrategias a tiempo para mejorar garantizar un adecuado nivel del mismo.

**4. Para usted que factores tanto internos y externos influyen para que se generen incrementos en los inventarios?**

- Detectar la estacionalidad de los productos y el producto ganador para mejorar la planeación y la estimación de la demanda.
- Problemas de calidad y tallaje que generan devolución.
- Comprar con la primera tendencia de la campaña que pueden generar aumento en el inventario por no tener datos más aterrizados.

**5. De acuerdo al rol que desempeña dentro la compañía cree usted que al tener altos niveles de inventarios afecta su proceso?**

Si, el tener altos niveles de inventario se retrasa el lanzamiento de nuevos proyectos que van de la mano con proveedores estratégicos, lo que impide un crecimiento en las ventas y por ende en la venta promedio.

**6. La empresa cuenta con el personal capacitado para llevar un buen manejo en el control de los inventarios?**

Si, en el área de abastecimiento contamos con el jefe de control de inventarios quien desarrolla estrategias de evacuación en conjunto de la jefe de coercitivo del departamento de mercadeo con el fin de disminuir los días de inventario.

Además los jefes de planeación de campaña de las diferentes líneas velan por una adecuada rotación y salida de inventario.

**7. Considera que los medios de evacuación que se emplean en la compañía son los apropiados para controlar el alto nivel de inventarios?**

Si, las estrategias que se implementan actualmente en la compañía funcionan en dicha evacuación.

**8. Que planes de acción de corto y mediano plazo considera usted que se pueden implementar para mejorar el incremento de los inventarios?**

La implementación de SAP para conocer el inventario real a tiempo y poder tomar medidas de evacuación.

**9. Cree usted que al tener altos niveles de inventarios afecta la promesa de valor de la empresa?**

Sí, claro que sí, nuestra promesa de valor es novedad y pronta moda, como lo mencione anteriormente, si tenemos niveles de inventario altos, tendremos que disminuir el nivel de novedad afectando posiblemente salir al mercado con la pronta moda.

**FICHA TÉCNICA**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:** Yulie Alejandra Quintero Calle

**NOMBRE / DATOS DEL ENTREVISTADO # 3:** Andrés Felipe Echeverri – Gerente de Abastecimiento

**FECHA:** 16 Mayo 2017

**GRUPO OBJETIVO:**

**LUGAR:** Marketing Personal

**TÉCNICA DEL INSTRUMENTO:** Entrevista

**OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:** Obtener opiniones e información específica para lograr identificar porque se genera los altos niveles de inventario y con este fin de dar opciones para posibles soluciones.

**OBSERVACIONES:**

**1. Cree usted que es importante de llevar un buen control y administración de los inventarios?**

Si, el control y la administración del inventario son primordial tanto para dar un buen servicio a los clientes (disminuir agotados) como para la estabilidad financiera de la empresa.

**2. Que impactos genera en la compañía el no llevar un buen nivel de los inventarios?**

Incumplimiento de compromisos con clientes (mal servicio por falta de producto), inventarios elevados, disminución del flujo de caja de la compañía, sobrecostos por almacenamiento, pérdida de producto por estar en mal estado, incremento en el costo de MO (mano de obra) ya que se necesita más personas para los despachos.

**3. Considera que los sistemas que se implementan en la compañía para el manejo de los inventarios son acordes a las necesidades del mercado?**

Si, la empresa cuenta con sistemas avanzados para el control y administración de los inventarios los cuales facilitan todas las labores del proceso, es un software desarrollado a la medida para suplir estas necesidades y muy pronto se emigrara a un sistema más robusto como lo es el SAP el cual permitirá controlar aún más el proceso.

**4. Para usted que factores tanto internos y externos influyen para que se generen incrementos en los inventarios?**

Factores Internos:

- No contar con un sistema de localización que permita identificar ágilmente donde se encuentran ubicados los productos a despachar, por tanto no se controla lo que se tiene y en el tiempo aparecen productos que supuestamente ya no existían.
- Falta de capacitación del personal operativo
- Tener expectativas muy altas de venta generando OC (órdenes de compra con cantidades altas) y al final el mercado no reacciona de la misma manera.

Factores externos.

- El incumplimiento de los proveedores hace que no se pueda despachar la mercancía en los tiempos acordados esto hace que se acumule el inventario por que el cliente después ya no los quiere
- La situación económica del país; ya que si la población cuenta con buenos ingresos o los sectores de la economía tiene un buen desempeño esto se ve reflejado en un mayor consumo per cápita, si pasa lo contrario la venta cae y eso se traduce en excesos de inventario.
- Las devoluciones por: calidad o insatisfacción con el producto
- La competencia que ofrece productos similares con mejores precios

**5. Dentro del rol que se desempeña dentro la compañía cree usted que al tener altos niveles de inventarios afecta su proceso?**

Si, debe existir un equilibrio en los niveles de inventario si el inventario es alto favorece el nivel de servicio de la compañía pero afecta el flujo de caja de la compañía por la falta de rotación de este activo.

**6. La empresa cuenta con el personal capacitado para llevar un buen manejo en el control de los inventarios?**

Para la empresa el personal es el activo más importante y es una política que el colaborador este en constante capacitación, y ofrece a su vez variados incentivos monetarios y en especie para el mejoramiento del proceso e innovación.

**7. Considera que los medios de evacuación que se emplean en la compañía son los apropiados para controlar el alto nivel de inventarios?**

La empresa maneja varios medios de evacuación entre estos encontramos: ofertación directa de los productos con poca rotación, outlet, ventas al exterior y bazares.

**8. Que planes de acción de corto y mediano plazo considera usted que se pueden implementar para mejorar el incremento de los inventarios?**

- En el corto plazo con la implementación de SAP poder administrar más ágilmente las órdenes de compra al tener un inventario con altos niveles de confiabilidad.
- En el mediano plazo tener un mejor flujo de información y comunicación con nuestros proveedores para tomar decisiones rápidas (poder dar accesos a los proveedores de manera contralada a información que sea determinante para ellos en la

consecución de materia prima o en la cancelación de estos por baja rotación y retroalimentar constantemente a los proveedores.

**9. Cree usted que al tener altos niveles de inventarios afecta la promesa de valor de la empresa?**

Si, afectan la novedad ya que se tiene que evacuar las referencias con altos niveles de inventario para poder tener un buen flujo de caja que soporte el lanzamiento de nuevos productos.

## **14. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **¿Cómo identificar las variables que afectan el alto nivel de la empresa?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias, reflejado en una entrevista aplicada a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal, a través del método de recolección de información se obtuvo los siguientes datos.

En cuanto a las variables identificadas podemos ver que la empresa está perdiendo solvencia económica, también el incumplimiento de los compromisos con los clientes, el mal servicio por falta del producto ya que no se cuenta con un inventario confiable, y la empresa no cuenta con un sistema para llevar un control adecuado de los inventarios, al tener los inventarios altos se ven afectadas las ventas de la empresa ya que no se cuenta con novedad en el catálogo por darle prioridad a la salida del inventario.

### **¿Qué variables afectan el nivel de inventario de la empresa?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias, reflejado en una entrevista aplicada a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal, a través del método de recolección de información se obtuvo los siguientes datos.

Se identificó que dentro de la compañía existen diferentes variables que afectan directamente el nivel de los inventarios una de ellas es la disminución del flujo de caja de la compañía afectando la evolución de la empresa desde el punto de vista financiero, las inversiones, el decrecimiento en las ventas y el margen de rentabilidad, sobrecostos por



almacenamiento, nivel de novedad y el margen, inversiones de las diferentes áreas operativas, pérdida del producto por estar en mal estado, insatisfacción de los clientes por no tener un amplio portafolio de productos lo cual genera que no sea más competitivos en el mercado.

### **¿Qué factores externos intervienen en el alto nivel de inventario de la empresa?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias, reflejado en una entrevista aplicada a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal, a través del método de recolección de información se obtuvo los siguientes datos.

Uno de los principales factores es el incumplimiento de los proveedores porque no se puede despachar la mercancía en los tiempos acordados, esto hace que se acumule los inventarios y los clientes no reciban la mercancía a tiempo, y la competencia que ofrece productos similares con mejores precios; a todo esto se le suma el mercado el cual cada vez está más cambiante y las preferencias en las compras son inestables esto hace que se genere más excesos de inventarios ya que los productos tienen baja rotación y genere acumulación de las mercancías y esto a la vez genera sobre costos de almacenamiento.

### **¿Cuáles factores externos afectan directamente el nivel de inventario de la empresa?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias, reflejado en una entrevista aplicada a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal, a través del método de recolección de información se obtuvo los siguientes datos.

Se encontró que en la entrevistas (1,2 y 3) uno de los factores externos que tiene mayor impacto es la situación económica del país, porque si la población cuenta con buenos ingresos la economía va tener un buen desempeño y esto se verá reflejado en un mayor consumo, si pasa lo contrario la venta cae y esto se traduce aun exceso de inventario. En ese orden otras variables relevantes son las devoluciones por calidad o insatisfacción con el producto el cual genera sobre costos en el transporte y en la mano de obra y la insatisfacción por parte de las asesoras al no recibir los productos ocasionando que no vuelvan hacer pedidos.

### **¿Qué factores internos intervienen en el alto nivel de inventario de la empresa?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias, reflejado en una entrevista aplicada a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal, a través del método de recolección de información se obtuvo los siguientes datos.

Entre los principales factores que generan el incremento de los inventarios se encontraron las siguientes variables, problemas de calidad y tallaje que generan devolución y no detectar la estacionalidad de los productos y el producto ganador para mejorar la planeación y la estimación de la demanda ya que las unidades presupuestadas no son las esperadas generando así tener más inventario en las bodegas del esperado, por otro lado la falta de capacitación al personal operativo ya que no cuentan con un buen manejo de las mercancías, el no contar con un sistema de localización que permita identificar ágilmente donde se encuentran ubicados los productos. (Ver entrevista 1,2 y3).

**¿Cuál de estos factores internos afectan directamente el nivel de inventario de la empresa?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias, reflejado en una entrevista aplicada a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal, a través del método de recolección de información se obtuvo los siguientes datos.

Se encontró en los resultados obtenidos en las entrevistas (1,2 y 3) que uno de los factores que afecta directamente los inventarios es tener expectativas muy altas de venta generando órdenes de compra con cantidades altas y al final el mercado no reacciona de la misma manera, se identifica también que al no tener los productos no acordes a las necesidades del cliente incrementa de una u otra manera los inventarios, por otro lado se ve afectado la falta de conocimiento y planeación que se debe llevar en el momento de realizar las estrategias que se tienen para cada tipo de evacuación de inventario.

### **¿Cuáles medios existen para evacuar el inventario de la empresa?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias, reflejado en una entrevista aplicada a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal, a través del método de recolección de información se obtuvo los siguientes datos.

En las entrevistas realizadas se encontró que actualmente la empresa maneja varios medios de evacuación entre estos encontramos: ofertación directa de los productos con poca rotación, Outlet, ventas al exterior y bazares, pero cuando se tiene niveles de inventarios tan elevados es importante analizar que otros métodos son efectivos con el fin de generar nuevas estrategias puntuales que permitan salir del exceso de inventarios.

**¿Cuáles medios existen para evacuar el inventario de la empresa, y como se utilizan?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias, reflejado en una entrevista aplicada a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal, a través del método de recolección de información se obtuvo los siguientes datos.

Se identificó en las entrevistas realizadas uno de los principales medios de evacuación con los que cuenta la empresa Marketing personal actualmente es el Outlet físico el cual se encuentra en el catálogo donde los clientes pueden adquirir los productos, ofertas en la página Web de la empresa solo para asesoras, bazares tanto para los empleados como para clientes externos, y otro medio de evacuación es el catalogo en Panamá.

**¿Cuál estrategia de evacuación de inventario se podría adaptar al alto nivel de inventario de marketing personal?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias, reflejado en una entrevista aplicada a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal, a través del método de recolección de información se obtuvo los siguientes datos.

En las entrevistas realizadas se encontraron posibles estrategias que se pueden adaptar a la Empresa Marketing Personal para lograr la evacuación del alto nivel de inventario como: La implementación de SAP (Sistema aplicaciones y Procesos) el cual está en proceso de adaptación para conocer el inventario en tiempo real, administrar ágilmente las órdenes de

compra y poder tomar medidas de evacuación con altos niveles de confiabilidad, vender a salderos, cambio de imagen y relanzamiento de productos.

**¿Qué estrategia de evacuación de inventario se puede utilizar?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias, reflejado en una entrevista aplicada a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones de la empresa Marketing Personal, a través del método de recolección de información se obtuvo los siguientes datos.

Crear una estrategia de Ecommerce la cual consiste en la compra y venta de productos a través de la web permitiendo a la empresa Marketing personal posicionarse en el mercado no solo con la venta directa si no dirigiéndose a más clientes por medio de otro tipo de canales de ventas, ayudando a estabilizar los niveles de inventarios.

## 15. CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo proponer una estrategia de evacuación de inventario puntual para salir del alto nivel de inventario que posee Marketing Personal S.A, para que su promesa de venta de novedad pueda seguir cumpliéndose con el fin de lograr dicho objetivo, se aplicó el tipo de estudio exploratorio y el método de análisis, se tomaron como base material bibliográfico de fuentes secundarias y otras de la entidad y se incluyeron fuentes primarias donde se aplicó la entrevista a los Gerentes de las áreas de Mercadeo, Abastecimiento y Operaciones con el fin de lograr examinar dicho impacto.

### **¿Cómo identificar las variables que afectan el alto nivel de la empresa?**

Las variables se lograron identificar por medio de las entrevistas (1,2 y 3) realizadas al personal encargado de las diferentes áreas, ya que ellos son los que están directamente involucrados en el proceso y pueden aportar diferentes opiniones que ayudaran al desarrollo de la investigación con el fin de tener claridad de cuales variables son las que afectan directamente al incremento de los inventarios. Por otro lado se identificó que otra de las variables que impactan el alto nivel de los inventarios es que es un proceso el cual deben de intervenir todas las áreas de la compañía ya que impide el crecimiento de las ventas.

### **¿Qué variables afectan el nivel de inventario de la empresa?**

Se evidencia que los resultados obtenidos en la entrevista (1,2 y 3) fueron los esperados ya que se logró evidenciar las diferentes variables que afectan directamente el alto nivel de inventario, entre ellos se encuentran el flujo de caja de la compañía por la falta de rotación de este activo que a su vez está generando problemas de espacio y sobre costos por

almacenamiento, así mismo se logra identificar que una de las variables que más impacto tiene es la novedad en el portafolio de los productos.

### **¿Qué factores externos intervienen en el alto nivel de inventario de la empresa?**

Basados en la entrevista podemos concluir que los factores externos que más intervienen en el incremento de los inventarios de la compañía Marketing Personal es el mercado ya que de este dependen muchas variables para lograr una adecuada administración de los inventarios evidenciando que las tendencias sociales cada día son más cambiantes teniendo como resultado la reducción del mercado. Así mismo la competencia es otra de las variables importantes, porque cada vez se enfrentan con competidores más hábiles donde los clientes buscan es novedad en el portafolio y ofertas mejores de las que la empresa puede ofrecer.

### **¿Cuáles factores externos afectan directamente el nivel de inventario de la empresa?**

Después de realizar la entrevista a las personas encargadas en cada uno de los procesos de la Empresa Marketing Personal podemos decir que el factor que afecta directamente los inventarios y es el más relevante es la crisis económica en la cual se encuentra el país ya que los clientes compran menos donde el ingreso per cápita se ve afectado generando así excesos de inventario a la compañía.

### **¿Qué factores internos intervienen en el alto nivel de inventario de la empresa?**

Con el propósito de conocer cuáles son los factores internos que afectan los inventarios y con la información obtenida en la entrevista realizada podemos concluir que uno de los factores es tener expectativas muy altas de las ventas y al final se verá reflejado en el mercado

el cual no reacciona de la misma manera, en este orden otra de las variables es el no ofrecer productos acordes a las necesidades de los clientes afectando la deficiencia en las unidades ya la vez el incremento del inventario.

**¿Cuál de estos factores internos afectan directamente el nivel de inventario de la empresa?**

Podemos concluir que con la información relacionada y los resultados de la entrevista (1,2 y 3) el factor que más influye es tener las expectativas muy altas de las ventas y el mercado no reaccione de la misma manera haciendo que la propuesta de la compañía sea más difícil de mantener y no se logren los resultados esperados generando así excesos de inventarios, sin dejar de un lado las demás variables ya que si no se les da importancia no permitirá también llevar un control adecuado de los inventarios.

**¿Cuáles medios existen para evacuar el inventario de la empresa?**

La Empresa Marketing Personal actualmente cuenta con varios medios para la evacuación de los altos niveles de inventarios el cual se desarrolla y emplean estrategias de evacuación con el fin de lograr disminuir el inventario, podemos mencionar alguno de ellos la ofertación directa de productos con poca rotación, el Outlet físico, ventas en la Web en la página con que cuenta la empresa, bazares tanto internos como externos.

**¿Cuáles medios existen para evacuar el inventario de la empresa, y como se utilizan?**

Con los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas en la Empresa Marketing Personal podemos ver que existen varios medios de evacuación pero el que tiene mayor impacto y que realmente ha ayudado a la disminución del nivel de los inventarios es el Outlet físico ya



que es un medio más masivo el cual puede llegar tanto a los clientes como al consumidor, por otra parte otro objetivo principal de la empresa es lograr que los otros medios de evacuación que existen logren tener mayor participación en las ventas.

**¿Cuál estrategia de evacuación de inventario se podría adaptar al alto nivel de inventario de marketing personal?**

La compañía cuenta con diferentes medios de evacuación pero como objetivo principal de la investigación es identificar que estrategias se pueden implementar para que la empresa logre obtener mejores resultados que aporten a la disminución de los niveles de inventario, teniendo en cuenta la información obtenida de la entrevista para lograr desarrollar o implementar una estrategia es importante que la empresa cuente con un sistema más especializado el cual permita tener información más confiable para lograr una buena ejecución de las estrategias.

**¿Qué estrategia de evacuación de inventario se puede utilizar?**

Teniendo en cuenta que la Empresa Marketing Personal y como objetivo de las entrevistas es conocer que tipos de estrategias de evacuación cuenta la compañía concluimos que una de las estrategias que pueden aportar a la investigación es implementar ofrecer los productos por medio de las ventas Online (Ecommerce) el cual permitirá lograr mayor competitividad para las empresas de ventas por catálogo. Por otra parte si se logra obtener buenos resultados por medio de este canal se lograra reducir los niveles de inventarios y sostener la promesa de valor.

## **16. DESCRIPCIÓN DE LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación que se realizó en la Empresa Marketing personal no presentó ninguna limitación relevante la cual no permitiera realizar la investigación, ya que la información solicitada fue expuesta directamente por las personas encargadas del proceso lo cual facilito obtener resultados satisfactorios ya que el tema a tratar era más de procesos internos que externos.

## **17. RECOMENDACIONES PARA INVESTIGACIONES FUTURAS**

Para futuras investigaciones en la Empresa Marketing personal se recomienda dar mayor importancia al tema del incremento de los niveles de inventario ya que de esto depende que la compañía se sostenga y en el futuro obtenga mayores resultados en crecimiento en ventas con el fin de lograr sostener la promesa de valor.

En el futuro tener un enfoque donde se puedan fortalecer las estrategias actuales e implementar nuevas que tengan resultados positivos y que a su vez le permita a la empresa evacuar los altos niveles de inventarios.

## **18. POSIBLES APLICACIONES PRÁCTICAS**

La presente investigación es posible aplicarla a la Empresa Marketing Personal ya que es un proceso interno el cual por medio de una implementación de un sistema y nuevas estrategias de evacuación se podrá conocer el inventario en tiempo real poder tomar medidas de evacuación.

## 19. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acovedi. (2010). <http://www.acovedi.org.co/>. Obtenido de <http://www.acovedi.org.co/la-asociacion/>

Aquilano, C. (2011). *Dirección y Administración de la Producción y de las Operaciones*. Mexico: McGraw Hill Interamericana Editorialea, S.A. de C.V.

Arbones Malisani, E. (1989). *Optimización Industrial*. España: Marcombo.

Cardozo Correa, G., Duarte Morato, A. L., & Garnica Vega, L. (2003). *Gestión Efectiva de Materiales*. Cartagena de Indias: Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar.

Chase, R., Jacobs, R., & Aquilano, N. (2009). *Administración de Operaciones*. Mexico: McGraw Hill interamericana Editores, S.A de C.V.

Chopra, S., & Meindl, A. (2008). Gestión de inventarios: ya llegó la automatización. *Administración de la cadena de suministro: estrategia, planeación y operación.*, 77.

Escudero Serrano, M. J. (2013). *Gestión Logística y Comercial*. Madrid: Ediciones Paraninfo.

Gutierrez, G. (22 de Julio de 2014). *Youtube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=DIsluZiiJVE>

Heizer, J., & Render, B. (2009). *Principios de Administración de Operaciones*. Mexico: Pearson Prentice Hall.

Izar Landeta, M. J. (2014). *Investigación de Operaciones*. Mexico: Trillas.

Logística, Z. (20 de Noviembre de 2014). Obtenido de [www.zonalogistica.com](http://www.zonalogistica.com):  
<http://www.zonalogistica.com/articulos-6681/articulos-mas-leidos/gestion-de-inventarios-2/>

Miguez Pérez, M., & Bastos Boubeta, A. I. (2006). *Introducción a la Gestión de Stocks*. España: Ideas Propias segunda edición.

Moya Navarro, J. M. (1999). *Investigación de Operaciones*. Costa Rica: Universal Estatal a Distancia.

Nielsen. (11 de Noviembre de 2014). <http://www.nielsen.com/co/es.html>.  
Obtenido de <http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2014/venta-directa-colombia.html>

Pais, E. (13 de Junio de 2014). <http://www.elpais.com.co>. Obtenido de <http://www.elpais.com.co/economia/anuncian-mas-controles-a-companias-de-ventas-por-catalogo-en-colombia.html>

Pinzón Guevara, I., Pérez Ortega, G., & Arango Serna, M. D. (2010). Mejoramiento en la Gestión de Inventarios. *Revista Universidad Eafit*, 11, 12.

Schroeder, R., Meyer Goldstein, S., & Rungtusanatham, J. (2011). *Administración de Operaciones*. Mexico: McGraw Hill, Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Solis, A. (2000). *Fiabilidad, Mantenibilidad, Efectividad*. España: Universidad Pontificia Comillas.

Suárez Cervera, M. L. (2012). *Gestión de Inventarios*. Bogotá: Ediciones de la U.

Tablado, V. F. (28 de Diciembre de 2016). *meetlogistics.com*. Obtenido de <https://meetlogistics.com/demand-planning/exceso-de-inventario/>

Valencia Cardenas , M., Diaz Serna, F. J., & Correa Morales, J. C. (Marzo, Abril de 2015). *Planeación de inventariosn con Demanda Dinámica*. Obtenido de Dyna rev.fac.nac.minas : [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0012-73532015000200023](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532015000200023)

Vélez Restrepo, A. (2012). Gestion de Inventarios. *Zona Logística*, 44,49.

Vidal Olguín, C. J. (2010). *Fundamentos de Control y Gestion de Inventarios*. Cali: Universidad del Valle.

Zapata Cortes, J. A. (2014). *Fundamentos de la Gestión de Inventarios*. Medellin: Centro de Editorial Esumer.

## 20. ANEXOS

### ANEXO 1: Módulos de inventarios

Opciones para la generación del flow book mp

Genera los criticos productos linea con base en el flow

Genera los criticos productos descontinuados con base en el flow

Flow

Cr LINEA

Cr DESCONTINUADOS

Estimación

Inventario linea (skus) v2

Saldos Inventario

Definir prioridades para paginación la estructura es campaña, sku, ranking, cubrimiento en un archivo excel 5.0/95 sin formatos

Directorio origen j:\flowxp vfp8  
Proyecto flowxp\_v2.app  
Destino i:\flow.exe

TERMINAR

Opciones para la generación del flow book mp

Genera los criticos productos linea con base en el flow

Genera los criticos productos descontinuados con base en el flow

2401 - frm\_flow\_generacion - Flow book Marketing Personal SA (rev Est)

Genera la información resumida con el formato definido para FLOW BOOK MP en un archivo excel

XInventari	xHistoria	XProyecci	xEstimado	Est Skus	Resumen	Resultad	Pasos	Tecnico
201709				0001 ; PICKING				
201709				0002 ; RESERVA CB				
201710				0003 ; SEGUNDAS				
201711				0009 ; DEVOLUCIONES A PROVEEDOR				
201712				0021 ; PAPELERIA CONFERENCIA				
201713				0055 ; CALIDAD				
				0072 ; BIN				

Incluir para Juego Inventario

Bodega	Incluir

Campañas Sin Campañ

Seleccione las bodegas para incluir en el analisis Se inclura las informaciones de cantidades en inventario

Solo Skus Activos  
 Solo Skus Inactivo

Consultar ultima generació

Inicializar  
Generar  
Terminar

Directorio or Proyecto fo  
Destino i:\fo