RECETAS DE MARKETING

LA GESTION DE STOCKS Y EL APROVECHAMIENTO DEL LINEAL

RECETAS DE MARKETING

- OBJETIVOS DEL TEMA
  - Conocer como asegurarse de tener en todo momento la cantidad de producto necesaria para atender la necesidad del comprador
  - Ser capaz de predecir cuando y en que cantidad se precisara de cada producto que compone su surtido
  - Comprar solo lo que necesita puede ser resultar caro, y se puede ser mucho mas rentable comprando pedidos mayores.

NECESIDAD DE LOS STOCKS EN EL PUNTO DE VENTA

RECETAS DE MARKETING

- Una de las tares clave del merchandiser es la de asegurar en todo momento la presencia de los productos en el lineal para que el cliente se encuentre satisfecho.

- Muchas veces un cliente no compra porque el producto no se halla en el lineal.

- “lo ideal es saber hoy lo que venderemos mañana para así poder atender al cliente, pero… esto no es fácil por….”

RECETAS DE MARKETING

- 1) No es fácil predecir con exactitud cual va a ser el comportamiento futuro de la clientela y por consiguiente de las futuras ventas.
- 2) A los clientes les gusta elegir entre varias posibilidades, lo que obliga a la tienda a disponer mas de una referencia para un mismo producto.
- 3) Los proveedores pueden tener problemas en los plazos de entrega.
- 4) Los proveedores suelen ofrecer descuentos por volumen de compras.
- 5) Realizar numerosos pedidos aumenta los costes de tratamiento.

RECETAS DE MARKETING

- “Por todas estas razones el establecimiento se ve en la necesidad de tener almacenadas determinadas cantidades de productos para atender la demanda de los clientes”

CONCEPTO DE STOCK

RECETAS DE MARKETING

- Las existencias o stocks son el conjunto de productos que un establecimiento tiene en espera de ser demandados
- El surtido es el conjunto de productos que un establecimiento pone a disposición de sus clientes para la venta…… mientras
- El stock representa la cantidad acumulada de cada producto almacenada
- Gran surtido o poco stock y viceversa

LA GESTION DE STOCKS. OBJETIVOS

RECETAS DE MARKETING

- Admitida la necesidad de stocks se tarta ahora de establecer unas normas que permitan organizar las compras a un coste mínimo.

- Estas normas se conocen como gestión de stocks y tienen por objeto, cuanto y cuando pedir, ofreciendo el máximo nivel de servicio al mínimo coste

    - ¿Cuanto he de tener en el almacén?
    - ¿Cuando debemos emitir el pedido?
    - ¿Cuanto he de pedir?

VARIABLES QUE AFECTAN A LA GESTION DE STOCKS

RECETAS DE MARKETING

Para una optima gestión de stocks debemos tener en consideración:

1) La previsión de ventas y el nivel de servicio al cliente.

2) Los costes de la gestión de existencias

3) Los plazos de entrega del proveedor

EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE Y LA PREVISION DE VENTAS

RECETAS DE MARKETING

- El nivel de servicio es la capacidad de poder ofrecer al cliente los productos que demandan en el momento de la compra

- Nivel servicio Ventas/Total productos establecimiento.

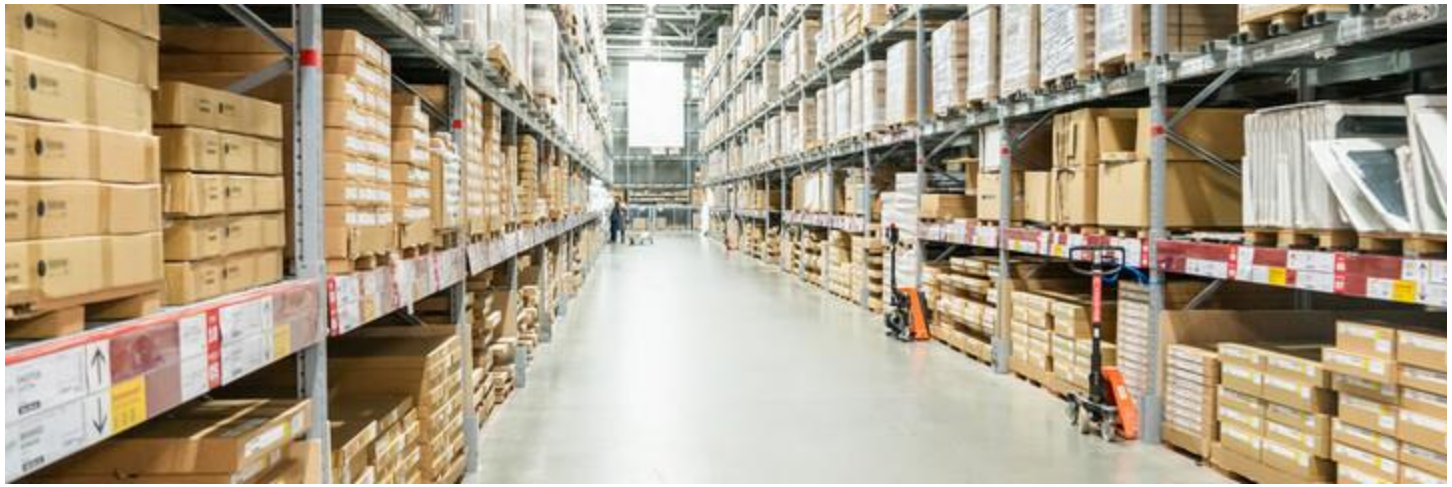
- Lo ideal es que sea > 90 %

RECETAS DE MARKETING

- ¿Cómo reaccionan los clientes ante una ruptura de stock?

Reclaman el producto que falta	9,7 %
Esperan la llegada de pedidos	3,1 %
Cambian de marca	30,1 %
Cambian de producto	15,6 %
Cambian de establecimiento	51,5 %

- La previsión de ventas nos permite decidir el nivel optimo de stocks en el almacén:
  - 1) Las ventas de periodos anteriores.
  - 2) Índice promedio de las variaciones de ventas en los últimos años.
  - 3) Situación general del mercado.
  - 4) Evolución de la competencia.
  - 5) Cambios en el propio punto de venta.



LOS COSTES DE LA GESTION DE STOCKS

RECETAS DE MARKETING

- 1) El coste de adquisición
  - Valor de compra en factura
- 2) El coste de almacenamiento
  - Coste de mantener artículos en el almacén.
    - Coste de la inversión
    - Coste del riesgo
    - Coste del local
    - Coste de conservación y mantenimiento
- 3) El coste de reaprovisionamiento
- 4) El coste por rotura de stock
    - Se produce cuando no podemos satisfacer la demanda del cliente

LOS PLAZOS DE ENTREGA DE LOS PROVEEDORES

Es el tiempo que transcurre desde la realización del pedido hasta la recepción

1) De realización del pedido.
2) De envío y recepción por parte del proveedor.
3) De preparación del pedido por el proveedor
4) De transporte desde que lo envía el proveedor hasta que le llega al comprador
5) De disponibilidad para la venta desde la recepción del pedido.

ESTRUCTURA Y TAMAÑO DEL STOCK

RECETAS DE MARKETING

- Un comercio debe de mantener un equilibrio entre los niveles de stock y la demanda.

- Demasiado stock
  - Cuesta caro por dinero invertido, coste de espacio ocupado, mantenimiento, y almacenamiento.

- Demasiado poco stock
  - Rotura de stock, perdida de clientela, bajada de ventas, insatisfacción.

RECETAS DE MARKETING

- Para mantener el equilibrio se deben alcanzar los siguientes objetivos:

- 1) Cubrir las ventas del periodo que transcurre l ritmo entre dos pedidos.

- 2) Hacer frente a las ventas durante el plazo de entrega de proveedores.

- 3) Presentar en el lineal la cantidad suficiente de cada producto.

- 4) Prever las oscilaciones de ventas

RECETAS DE MARKETING

- El stock total esta formado por:

- 1) El stock de presentación, que es el stock de artículos en el lineal para atender las ventas

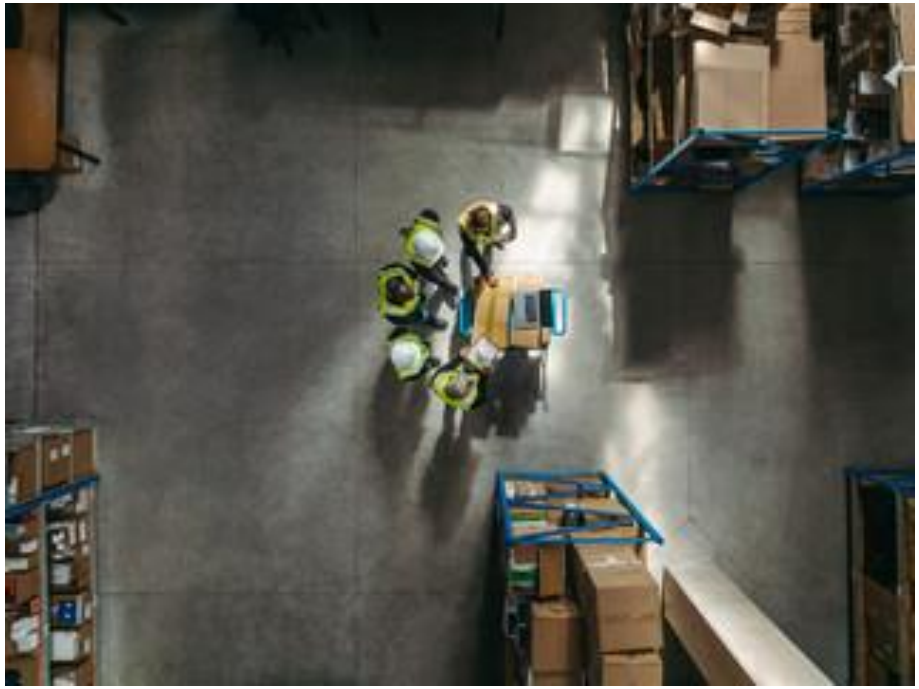
- 2) El stock normal, de reserva o de ciclo, es el que permite hacer frente a la demanda normal

- 3) El stock de seguridad es el que permite asegurar la disponibilidad del producto ante oscilaciones de los plazos de entrega.

RECETAS DE MARKETING

- El stock de seguridad, junto con el stock de presentación, forman el stock de protección ante las roturas de stock.

- El stock de presentación pretende evitar que el lineal se quede vacio como consecuencia de variaciones inesperadas de ventas.



LA ROTACION DE STOCK

RECETAS DE MARKETING

- Los stocks en el almacén o tienda suponen una inversión de capital que permanece inmovilizado durante un periodo de tiempo

- La rotación de stocks es el numero de veces que, durante un periodo de tiempo se renueva dicho stock, y se recupera la inversión realizada

- Así si un articulo rota cuatro veces al año significa que cada tres meses hemos renovado el stock

RECETAS DE MARKETING

- Rentabilidad= Beneficio/ Capital invertido
- Rentabilidad = Beneficio/Ventas * Ventas/Cap Inv
- Rentabilidad = Margen * Rotación

RECETAS DE MARKETING

- Mas rotación

- 1) Mayor rentabilidad.
- 2) Se puede trabajar con márgenes menores

VENTAJAS E INCONVENIENTES DE AUMENTAR LA ROTACION DE STOCKS

- Ventajas
- 1) Mayor rotación supone una menor inversión en capital.
- 2) Menor inversión en stocks menor coste de mantenimiento.
- 3) Menor riesgo de deterioro.
- 4) Mayor posibilidad de disponer de productos novedosos

- Inconvenientes.

- 1) Mayor rotación, menor producto almacenado y mas posibilidades de sufrir rotura de stock.

- 2) Si la rotación esta basada en la bajada de precios, beneficiara a la clientela, pero sacrificara la rentabilidad de la empresa.

- 3) Mas rotación, supone mas trabajo, en la emisión de pedidos, recepción de la mercancía, etc.

RECETAS DE MARKETING

- Conclusiones para favorecer la rotación

- 1) Mejorara la política de compras, seleccionando aquellos artículos que se vendan mas.

- 2) Desarrollar una política de precio que siendo conveniente para la empresa, sea aceptable y atractiva para la empresa.

- 3) Motivar a los vendedores de la empresa.

- 4) Realizar campañas de publicidad y merchandising.

- 5) Un control riguroso de la gestión de stocks.

METODOS DE CALCULO DE ROTACION DE STOCKS

RECETAS DE MARKETING

- Método del precio de ventas
- ROTACION = VENTAS/ INVENTARIO MEDIO PRECIO MERCADO
- INVENTARIO MEDIO = (Exis inic + Exist Fin)/2

- Método del precio de coste
- ROTACION = COSTEVENTAS/ INVENTARIO M PRECIO COSTE
- INVENTARIO MEDIO = (Exis inic + Exist Fin)/2

RECETAS DE MARKETING

- Método de las unidades físicas.
- ROTACION = VENTAS Unid Fisic / INVENTARIO Unid Fisic
- INVENTARIO MEDIO = (Exis inic + Exist Fin)/2

SISTEMAS DE GESTION DE STOCKS

RECETAS DE MARKETING

- La reposición se produce antes de que se produzca el desabastecimiento total. Existen tres sistemas.

- 1) Sistema de revisión continua o “punto pedido”.
- 2) El sistema de revisión periódica.
- 3) El sistema de revisión perfecta.

SISTEMA DE REVISION CONTINUA

El punto pedido es el momento en el que debemos realizar un pedido para evitar roturas de stock y problemas con el suministro a nuestros clientes

PP = Stock de seguridad + Plazo de entrega

RECETAS DE MARKETING

- La cantidad que hay que pedir va a ser siempre la misma y se denomina volumen optimo de pedido (VOP), o lote económico, y será aquella cantidad que genere el mínimo coste de aprovisionamiento

SISTEMA DE REVISION PERIODICA

RECETAS DE MARKETING

- Consiste en revisar el stock a intervalos de tiempo constantes, y lanzar un pedido desde el nivel de stock que se observa hasta el nivel máximo

- ¿Cuándo se cursa el pedido?

- Se determina una periodicidad fija para cada producto en función de

- 1) Las posibilidades de abastecimiento de los proveedores.
- 2) El ritmo de venta del producto.
- 3) La capacidad física del almacén.
- 4) la capacidad financiera del establecimiento.

RECETAS DE MARKETING

- ¿Qué cantidad habrá que pedir?
- La cantidad será variable hasta llegar al stock máximo
- El stock máximo será igual a la demanda del articulo durante el plazo de entrega, mas la demanda entre dos plazos consecutivos, mas el stock de seguridad

SISTEMA DE REVISION PERFECTA

RECETAS DE MARKETING

- Es un método mixto entre ambos

- Los pedidos se hacen en el punto pedido
- La cantidad es variable hasta llegar al stock máximo

VOCABULARIO

Aprovisionamiento
Artículos
Costes de compra
Costes de mantenimiento
Costes de realización de un pedido
Costes de rotura
Ficha de almacén
Gestión de stocks
Lote económico de pedido
Nivel de servicio
Nivel de stocks
Periodo reaprovisionamiento
Plazo de aprovisionamiento o de entrega

GRACIAS.

RECETAS DE MARKETING.

Bulevar Vicente Blasco Ibáñez 19 5º E.

12.003 Castellón de la Plana.

Tel. 617997667.

direccion@recetasdemarketing.com

www.recetasdemarketing.com