

LOGISTICA D E COMPRAS

1. - Concepto de compras

“OBTENER EL (LOS) PRODUCTO(S) O SERVICIO(S) DE LA CALIDAD ADECUADA, CON EL PRECIO JUSTO, EN EL TIEMPO INDICADO Y EN EL LUGAR PRECISO. Muchas empresas manejan este concepto cómo la acción de “adquirir provisiones o materiales” para la empresa (materias primas, componentes o artículos terminados”. También podemos decir que compras es comerciar, es el acto de obtener el producto o servicio de la calidad correcta, al precio correcto, en el tiempo correcto y en el lugar correcto;

Es necesario comentar también que el proceso de compras no sólo implica el adquirir y obtener los productos que se requieran en una empresa si no que también incluye el negociar los precios y la calidad de los productos a comprar con la finalidad de traer beneficios a la empresa sobre todo en términos monetarios.

2.- Departamento de compras

a.- concepto.- El departamento de compras es el encargado de realizar las adquisiciones necesarias en el momento debido, con la cantidad y calidad requerida y a un precio adecuado. Este departamento anteriormente estaba delegado a otros departamentos principalmente al de producción debido a que no se le daba la importancia que requiere el mismo; puesto que debe de proporcionar a cada departamento de todo lo necesario para realizar las operaciones de la organización

b.- Funciones:

- **Adquisiciones:** Acción que consiste en adquirir los insumos, materiales y equipo, necesarios para el logro de los objetivos de la empresa, los cuales deben ajustarse a los siguientes lineamientos: precio, calidad, cantidad, condiciones de entrega y condiciones de pago; una vez recibidas las mercancías es necesario verificar que cumplan con los requisitos antes mencionados, y por último aceptarlas.

- **Guarda y Almacenaje:** Es el proceso de recepción, clasificación, inventario y control de las mercancías de acuerdo a las dimensiones de las mismas (peso y medidas.

- **Proveer a las demás áreas:** Una vez que el departamento de compras se ha

suministrado de todos los materiales necesarios, es su obligación proveer a las demás áreas tomando en cuenta: la clase. Cantidad y dimensiones de las mismas.

3.- Actividades del Departamento de Logística

a.- Participación del departamento de compras en la obtención de utilidades.

La obtención de utilidades es el objetivo primordial de toda empresa, por lo tanto el comercio es uno de los actos que ayudan a generar éstas en la medida que se realice una buena compra.

Los costos repercutirán directamente en el precio de venta del producto final, si estos son bajos, podrá ofrecerse un precio de mercado competitivo y, como consecuencia, se obtendrá un margen de utilidad mayor.

b.- Fijación del precio de compra.

Algunos proveedores sostienen el precio sólo por un tiempo determinado, ya que las materias primas que intervienen en el producto pueden ser de importación,

por lo cual debe haber ajuste inmediato en precios de acuerdo al deslizamiento del peso contra el dólar, razón por la cual el comprador debe estar informado de la situación cambiaria de momento, con el objeto de garantizar que el precio cotizado sea respetado.

Resulta necesario conocer que en proporción un deslizamiento o un ajuste brusco de la relación peso-dólar afecta al producto comprado,

debido a que el precio de venta del material que se pretende adquirir aumentará en proporción a la cantidad de materiales de importación que lleve en sí dicho producto; por ejemplo,

Si se compone de un 30% de material de importación, el comprador no aceptaría un aumento del 80%; por otra parte, en la negociación debe considerarse el tipo de cambio que ha sido creado por el gobierno como ayuda o para las transacciones comerciales.

Muchos proveedores mes con mes hacen ajustes a sus precios en sus materiales, aun cuando en la fabricación de éstos no intervengan productos de importación,

esto asegura que el margen de utilidad siempre sea el mismo para ellos.

c.- La operación eficiente de la inversión.

El departamento de compras tiene que asegurar la recepción de los materiales adecuados y

en la cantidad requerida, con el objeto de transformarse y poder hacer las entregas a tiempo del producto terminado a los clientes;

Al mismo tiempo, debe de cuidar de mantener sólo el inventario pertinente para cubrir las necesidades y mantener un coeficiente de seguridad razonable y no caer en costos de almacenamiento que están constituidos por el interés sobre la inversión, la obsolescencia y los costos de espacio.

d.- Costos y sustitución de materiales.

Las compras representan un renglón en costos que pueden ser controlables por el departamento de compras, debido a que éstos pueden incrementarse o disminuirse, dependiendo de la habilidad del comprador.

Por ejemplo, la consideración psicológica en las negociaciones, a través de la experiencia del personal de compras,

tales como proyectar la oferta y la demanda, de manera que se pueda forzar una disminución en el precio de compra, o lograr descuentos por volumen, por pagos al contado y descuentos comerciales.

Al estar en constante contacto en el mercado en general, el departamento de compras está en posición de introducir nuevos materiales en sustitución de otros, lo que puede repercutir en abaratamiento del producto final, sin tener que sacrificar su calidad.

Es necesario tener en mente que vivimos en un mundo de cambios tecnológicos múltiples, que lo que hoy es novedad, dentro de poco tiempo va a ser obsoleto, por que ya habrá algo mejor; por tal motivo, es importante mantenernos al día para buscar nuevas alternativas, y sobre todo, ser el eslabón, permitiendo que los proveedores que ofrecen nuevos materiales adecuados al proceso, puedan ser aprobados, evaluando así,

la conveniencia de hacer ese cambio en función de un ahorro en el precio, disminución de la cantidad a usar del proceso, ser un producto de línea con el proveedor y no una especialidad.

4.- La Administración de las compras

Una empresa que decide comprar materiales en lugar de fabricarlos o integrar verticalmente debe administrar una función de compras.

Tomando en cuenta la definición del proceso administrativo de Terry y Franklyn: “la

aplicación de la planeación, organización ejecución y control por medio de los cuales se administra un gerente”, se estructura el proceso de la administración de compras.

Personalmente, podría definir a la administración de compras como la tarea del departamento que está enfocada al costo del inventario y la transportación, la disponibilidad del abasto y la calidad de los proveedores.

Por lo tanto, contiene también, planeación, organización, dirección y control.

Dicho proceso de administración de compras tiene algunas modificaciones, las cuales se verán a continuación.

a.- Planeación

Al hablar de planeación dentro de la administración de compras, debemos entender forzosamente que hay que fijarnos metas que nos encaminen y nos dirijan a lograr los objetivos de un departamento de compras y lógicamente de la empresa misma.

b.- Pronóstico de ventas.

“Pronosticar es el arte y la ciencia de predecir los eventos futuros”.

El pronóstico es una técnica utilizada en la planeación de ventas en función de experiencias de años anteriores, que sirve de base para la elaboración de planes y programas en todas las áreas de las empresas;

asimismo, nos indica el número de artículos o productos a fabricar o a producir en un tiempo determinado en condiciones favorables y con la calidad especificada para satisfacer las necesidades del mercado. Para elaborar un pronóstico de ventas, se deben de tomar en cuenta los siguientes factores:

- Tipo de fruto, estadística de ventas de años anteriores, tipo de mercado al cual se dirige el producto, competencia directa o indirecta, calidad del artículo, precio, inflación.

Una vez elaborado el pronóstico de ventas y proporcionado al departamento de ingeniería y de control de inventarios, quienes a su vez programan las cantidades de materiales o artículos a comprar,

así como el tiempo en que se deben suministrar a los almacenes, se sitúan pues, los objetivos generales de un departamento de compras.

5.- Objetivos generales y específicos de un departamento de compras

- Los objetivos generales de un departamento de compras son:

- Establecer normas y políticas, de acuerdo con las condiciones y necesidades de la empresa.
- Buscar y adquirir al precio justo, en la cantidad necesaria, con la mejor calidad, el producto controlado, dentro del menor tiempo posible, con capacidad y disponibilidad adquisitiva asegurada, y con cumplimiento honesto.
- Desarrollar y administrar las compras.
- Establecer proveedores bien evaluados.
- Estar informados de los cambios tecnológicos que puedan surgir en el uso de nuevos materiales, para poder traducirlos en ahorro de costos, mejora de calidad de materiales o artículos, mejora de servicios de adquisición y distribución.

- Los objetivos específicos de un departamento de compras son:

- Mantener los inventarios al nivel más bajo posible, pero lo suficiente para alimentar satisfactoriamente las necesidades de producción.
- Encontrar y desarrollar fuentes de abastecimiento.
- Localizar nuevos materiales y productos.
- Asegurar buen servicio de los proveedores, incluyendo entrega rápida y calidad adecuada de los artículos.
- Implantar políticas de compra que beneficien a la empresa.
- Desarrollar óptimos procedimientos y controles.
- Mantener un costo de operación económico en el departamento de compras, que estará equilibrado con los buenos resultados obtenidos.
- Informar a los directivos de la compañía sobre cambios de productos o materiales que pudiesen afectar a la organización.
- Reunir información y hacer valoración sobre proveedores actuales y potenciales.
- Mantener comunicación dinámica y constante con los ejecutivos de la empresa, que directa o indirectamente, determinen cuáles serán los programas de producción para

conocerlos y tomar oportunamente los pasos para abastecer sus necesidades.

- Cooperar con otros departamentos de la empresa (ventas, recursos humanos, producción, contabilidad, etc.) que soliciten sus servicios.
- Estar al día de los avances existentes en métodos y técnicas de compras.
- Obtener la aprobación de control de calidad sobre nuevos artículos o artículos que requieran un proveedor nuevo. Para este propósito se deberán obtener muestras de los proveedores potenciales.
- Vigilar que el personal del área cumpla en forma eficiente los procedimientos establecidos.
- Puntualizar normas de conducta moral.
- Obtener utilidades para la empresa.

Bibliografía

- 1.-<http://www.monografias.com/trabajos19/areas-de-actividad/areas-de-actividad.shtml>
- 2.-<http://mktypublicidad.blogspot.com/2008/03/definicion-del-concepto-compras.html>