



Administra las compras, inventarios y la logística de tu empresa

Autora

Lida Rocío Plazas R.

Documento resumen

Presentación

En este taller se desarrollan los conceptos y procesos básicos de la cadena de abastecimientos y logística necesarios para aplicar en tu empresa.

La cadena de abastecimiento, de acuerdo con la norma ISO 28000, es el conjunto relacionado de recursos y procesos que comienza con el suministro de materias primas y se extiende hasta la entrega de productos o servicios al usuario final, incluidos los medios de transporte. La cadena de abastecimiento puede incluir vendedores, instalaciones de manufactura, proveedores de logística, centros de distribución interna, distribuidores, mayoristas y otras entidades que conducen al usuario final.

Según el Diccionario de la lengua española (RAE, 2001), *logística* es el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.

El objetivo de este contenido es proveerles al emprendedor y al empresario los conceptos y elementos generales para analizar y desarrollar su cadena de abastecimiento y la logística correspondiente, de manera que obtenga los beneficios de agilizar sus entregas minimizando desperdicios.

Se pretende que los empresarios y emprendedores desarrollen y gestionen un sistema capaz de integrar los procesos internos y externos de su organización desde que se pronostica la demanda hasta que se realiza la entrega al cliente para hacerla viable y más competitiva.

I. Administración de la cadena de suministros

El uso y popularidad del concepto de administración de la cadena de suministros ha crecido significativamente desde la década de los años 1980, aun cuando frecuentemente se presenta confusión respecto a lo que realmente significa. Muchas personas lo utilizan como sinónimo o sustituto de la logística. Sin embargo, la definición de cadena de abastecimiento es mucho más amplia que el concepto de logística como tal, según se definió en la presentación. La logística se puede entender como un ciclo funcional de la organización, en contraste con el concepto de cadena de abastecimiento que presenta una interfuncionalidad.

A. Pronóstico de la demanda

El pronóstico de la demanda consiste en hacer un estimativo de futuras ventas (ya sea en unidades físicas o monetarias) de uno o varios productos (generalmente todos), en un periodo determinado (generalmente un mes).

Realizar el pronóstico de la demanda permitirá elaborar la proyección o el presupuesto de ventas y, a partir de esta, elaborar las demás proyecciones o presupuestos.

B. Planeación de la producción y la prestación del servicio

La planeación de la producción es la función de la dirección de la empresa que sistematiza por anticipado los factores de mano de obra,

materias primas, maquinaria y equipo, para realizar la fabricación que esté determinada por anticipado, con relación a:

- Adecuación de la producción en función de la demanda.
- Coordinación de las actividades de marketing y producción.
- Adecuación de las compras de acuerdo con las necesidades de producción.
- Balanceo del ciclo total de abastecimiento-producción- entrega.
- Creación y mantenimiento de relaciones de mayor colaboración con proveedores y clientes
- Establecimiento de canales diferenciados para distintos clientes.
- Optimización de la recepción de mercaderías.
- Eliminación de controles innecesarios.
- Reducción de inventarios.
- Disminución de los tiempos muertos.
- Minimización de manipulaciones de materias primas, materiales, productos en proceso y finales.
- Utilización de equipos y herramientas adecuados para el manejo y transporte de materiales.
- Reducción de distancias.

II. Administración de proveedores y adquisiciones

Medir la competitividad de una empresa es medir su participación en el mercado. Uno de los medios para mejorar la competitividad es producir a bajos costos y con alta calidad. Esta afirmación implica que el sistema de producción debe abastecerse de insumos que cumplan las condiciones más ventajosas posibles, las cuales son:

- El precio de compra.
- El plazo de pago.
- El plazo de entrega el servicio de posventa.
- La calidad.
- La estabilidad del proveedor.

Una de las responsabilidades de los que conducen empresas es dirigir y coordinar el proceso de compras para cumplir la producción y las ventas. La planificación de este proceso se relaciona directamente con las funciones de *stock*. La gestión exitosa en las compras y en el manejo de inventarios permite:

- asegurar el normal flujo de materiales para las áreas que los transforman en los productos que la empresa comercializa; y
- la distribución y entrega del producto terminado a los clientes.

Compras tiene una importancia sustantiva en las empresas porque es el área que articula las necesidades de producción de la empresa al proveerla de los materiales que necesita para cumplir su tarea y porque es el área en la que se genera el proceso de pagos; por tanto, tiene gran incidencia en la operatividad de la empresa. Es el área desde donde sale el dinero de la empresa, para lo cual se debe garantizar comprar la mejor calidad al menor costo posible.

Existen dos factores que hacen que el departamento de compras se sitúe en un determinado nivel jerárquico en la estructura de la empresa: la naturaleza o el tipo del negocio al que se dedica la empresa y la especialización.

La compra, en general, se inicia a partir de los requerimientos de los distintos sectores de la empresa y se formaliza con un documento escrito; este es el momento en el que el área de compras inicia su gestión. El responsable realiza compulsas de los precios y selecciona al proveedor. Luego genera la orden de compra para notificar al proveedor que se le ha adjudicado la compra y además para notificar a las demás áreas de la empresa. El proceso continúa con la recepción de lo adquirido y de la factura para emitir el pago.

Se denomina *política de compras* a los criterios generados desde la dirección de una empresa respecto a las condiciones, plazos de pago, tipos de proveedores, etcétera, que se aplican para realizar todas las adquisiciones. Comprar es una ciencia y comprar bien es vender bien. Cada peso ahorrado tiene efecto directo sobre las utilidades de la empresa. En la actualidad, la dirección requiere del profesional de compras:

- Capacidad para negociar.
- Capacidad de liderar.
- Mantenerse actualizado sobre el mercado.
- Seleccionar adecuadamente a los proveedores.
- Reducir la gestión administrativa de compras.
- Contar con conocimiento técnico.

Del análisis del presupuesto de producción surgen las necesidades de materiales por comprar, por lo que debe efectuarse el presupuesto de compras. Al comienzo de cada periodo se calculan los requerimientos que serán indispensables, a fin de cubrir las necesidades de

fabricación y mantiene las existencias en los niveles de *stock* de seguridad.

III. Manejo y control de inventarios

El inventario es el conjunto de mercancías o artículos que tiene la empresa para comerciar con aquellos, permitiendo la compra y venta o la fabricación primero, antes de venderlos, en un periodo económico determinados. Deben aparecer en el grupo de activos circulantes.

Es uno de los activos más grandes de una empresa. El inventario aparece tanto en el balance general como en el estado de resultados. En el balance general, el inventario a menudo es el activo corriente más grande. En el estado de resultado, el inventario final se resta del costo de mercancías disponibles para la venta para así poder determinar el costo de las mercancías vendidas durante un periodo determinado.

Los inventarios son bienes tangibles que se tienen para la venta en el curso ordinario del negocio o que se consumen en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización. Los inventarios comprenden, además de las materias primas: productos en proceso y productos terminados o mercancías para la venta; los materiales, repuestos y accesorios para ser consumidos en la producción de bienes fabricados para la venta o en la prestación de servicios; empaques y envases; inventarios en tránsito.

La contabilidad para los inventarios forma parte muy importante de los sistemas de contabilidad de mercancías, porque la venta del inventario

es el corazón del negocio. El inventario es, por lo general, el activo mayor en sus balances generales, y los gastos por inventarios, llamados costo de mercancías vendidas, son usualmente el gasto mayor en el estado de resultados.

Las empresas dedicadas a la compra y venta de mercancías, por ser esta su principal función y la que dará origen a todas las restantes operaciones, necesitarán de una constante información resumida y analizada sobre sus inventarios, lo cual obliga a la apertura de una serie de cuentas principales y auxiliares relacionadas con esos controles

En una empresa mercantil, el inventario consta de todos los bienes propios y disponibles para la venta en el curso regular del comercio; es decir, la mercancía vendida se convertirá en efectivo dentro de un determinado tiempo. El término inventario encierra los bienes en espera de su venta (las mercancías de una empresa comercial, y los productos terminados de un fabricante), los artículos en proceso de producción y los artículos que serán consumidos directa o indirectamente en la producción. Esta definición de los inventarios excluye los activos a largo plazo sujetos a depreciación, o los artículos que al usarse serán así clasificados.