

# 2014



## Lic. Administración de Empresas

8°. Cuatrimestre



### **Materia:** Administración de Compras e Inventarios

**Maestra:** L.I.A. Ana Paola Hajar Montoya

**TEMA:** Que es el departamento de Compras

Con que departamentos se relaciona

**Departamento de compras**

**ALUMNO:** Rafael Martínez Quiñones

**FECHA DE ENTREGA:** 12 de Enero 2014



# Índice

Introducción.....	3
Concepto y Definición .....	4
Importancia del Depto. De Compras .....	5
Factores de Decisión .....	8
Políticas de Compras .....	9
Áreas relacionadas .....	10
Conclusiones .....	11

# Introducción

Cada decisión que se toma en un negocio tiene el potencial de amenazar su rentabilidad o mejorarla. Si no se cuenta con una buena información, las decisiones que se toman podrían provocar que el negocio pierda parte del mercado. Por otro lado, las decisiones oportunas pueden ahorrar dinero de las empresas y mejorar su posición en el mercado.

El departamento de compras de una empresa tiene la tarea de investigar y monitorear las decisiones de compra del negocio.

Las empresas suelen comprar tantos bienes y servicios como los que venden. Compran los materiales para fabricar los productos y contratan los servicios de profesionales sobre una base contractual, cuando no tienen un especialista dentro de su personal para haga determinadas tareas.

Para supervisar el proceso de compra y asegurar que se mantenga dentro de los parámetros para mantener la rentabilidad del negocio, una empresa utiliza el departamento de compras para supervisar a los proveedores, prestadores de servicios, equipo de compras e incluso la investigación en control de calidad.

En las grandes corporaciones a menudo hay una oportunidad de adoptar nuevas tecnologías o nuevos proveedores, es decir, la implementación de software.

Debido a que las grandes corporaciones arriesgan más mediante la adopción de nuevas estrategias, su departamento de compras debe llevar a cabo una investigación exhaustiva sobre el impacto que la compra podría tener en la empresa, identificar las alternativas, evaluar el riesgo y compararlo con lo que ya tienen.

En el libro "Gestión de Compras y Cadena de Suministro", Robert M. Monczka explica que no es raro en un departamento de compras de participar con tecnología en una empresa nueva, mientras que el producto aún está en desarrollo y lo siguen a través del proceso.

## 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.



## Definición

Podemos definir la gestión de compras como la operación comercial que incluye un proceso cuya magnitud y alcance depende del tamaño de la empresa, ubicación o sector de la empresa. El principal objetivo de la función de compras es la reducción de costos y obtención de utilidades y eficiencia en el servicio. En términos generales es obtener mediante negociaciones los recursos necesarios que ayuden en el cumplimiento de la misión de la organización.

Para un efectivo cumplimiento de la misión de la organización se señalan unos objetivos específicos al departamento de compras que parten de un principio: Cuidar los fondos de la Compañía y obtener utilidades.

El objetivo de utilidad está implícito en el concepto de obtener:

- Materiales apropiados al precio adecuado.
- La calidad justa, del proveedor conveniente, en el momento preciso.
- Facilidad y agilidad en los procesos de solicitud y adquisición de Materiales y servicios.

## Importancia del Departamento de Compras

Toda empresa tiene un departamento de compras, en él recaen las responsabilidades de adquirir los insumos (materia primas, partes, herramientas, artículos de oficina y equipo) indispensable para la producción de bienes y servicios, poniendo mucha atención para conseguirlos.



Los recursos materiales son guardados en el almacén y con posterioridad se surten a los departamentos que lo requieran. Por otra parte, el departamento de compras puede tener una aportación a la productividad, mediante prácticas de ahorro en el costo de los recursos materiales y servicios adquiridos, por ejemplo, adquiriendo materiales a bajos precios y de buena calidad, lo cual rendirá en costos más bajos.

### Objetivos del Departamento de Compras

- Comprar los materiales para los propósitos buscados
- Tener los materiales disponibles en el tiempo que son requeridos.
- Asegurar la cantidad de materiales indispensables.
- Procurar materiales al precio más bajo posible, compatible con la calidad y el servicio requerido.
- Controlar que la calidad de los materiales sea la requerida.
- Proveerse de más de una fuente, en previsión de cualquier emergencia que impida la entrega de un proveedor.
- Anticipar alteraciones en precios, por diferencias en las cotizaciones monetarias, inflación o escases.
- Hacer el seguimiento del flujo de las órdenes de compras coladas.

### Factores en la decisión de una compra

Los tres principales factores en la decisión de una compra son:

1. La calidad
2. La funcionalidad
3. El precio



### **1. La calidad**

No se mide por el precio, ha sido comprobado tantas veces que el mayor precio por sí mismo no denota mayor calidad en el producto.



### **2. El precio**

Es importante pero no imperativo para decidir hacer o no una compra, lo cual indica que ya no es una guía confiable para un comprador.

En la medida que un producto de alta calidad es requerido por un cliente el proveedor se vuelve una parte importante de esta calidad, por lo tanto, el área de compras no puede basar solamente su elección en el precio, más bien debe analizar directamente el impacto total del costo, lo que esto significa es que en este mercado que más bien está moviéndose por la calidad, se requiere un esfuerzo muy importante desde el diseño para lograr la calidad que el cliente está solicitando.

El área de compras tiene la obligación de comprar justo los materiales que ayuden a abatir los costos de producción para que ésta resulte de la calidad apropiada a las necesidades de los clientes de la empresa.



### **3. Funcionalidad**

Como en todo proceso de compras el primer paso para preparar las especificaciones es: analizar las partes o materiales y determinar que función van a desarrollar en beneficio del producto final.

Escribir sobre las especificaciones alrededor de un diseño o describir solamente sus características no es la aproximación adecuada, lo importante es definir qué función van a tener dentro del producto, para lograr el nivel de calidad deseado, esta función debe ser descrita correcta y claramente para asegurar que el proveedor trate de igualar la calidad de acuerdo a la utilidad que se espera de su producto o servicio.

## Políticas de compras



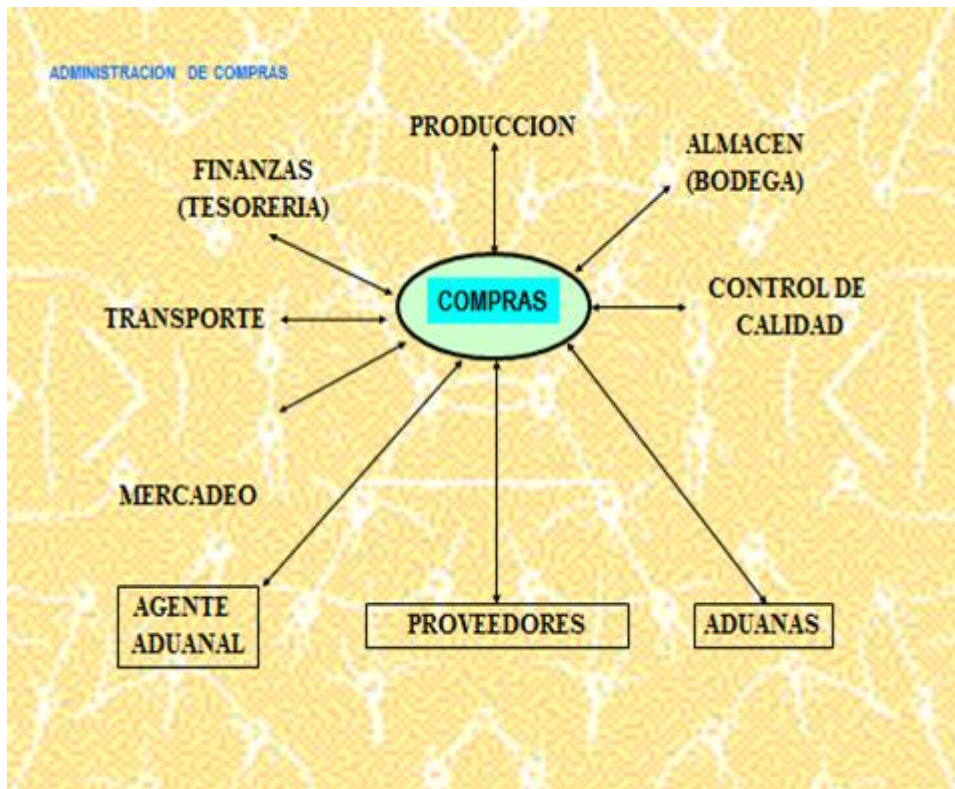
Las políticas dentro del departamento de compras, las debe de emitir el gerente y estas deben estar acordes con las políticas generales de la empresa. Los principales aspectos que deben considerarse para integrar las políticas de compras son:

1. Deben estar claramente expuestas.
2. Ser razonables y fáciles de llevar a la práctica.
3. Indicar los factores limitativos y determinantes.
4. Toda decisión y aplicación debe basarse en ideas bien concebidas.

## Funciones del área de compras

- a) Investigación, evaluación y selección de proveedores y precios.
- b) Relaciones comerciales
- c) Desarrollo del área y del personal (compras - control de inventarios)
- d) Recepción, análisis y registro de requisiciones
- e) Elaboración, emisión y envío de solicitudes de cotización
- f) Selección de proveedores
- g) Elaboración, emisión, envío y seguimiento de órdenes de compra
- h) Coordinación de los sistemas de recepción, almacenaje, cuidados y entrega de materiales.
- i) Aseguramiento de la calidad de materiales y servicios (actividad compartida)
- j) Concretar convenios y contratos con proveedores
- k) Seguimiento de las actividades post compra con proveedores (revisión y pagos)
- l) Levantamiento de inventarios
- m) Auditoría interna administrativa (procesos, actividades y documentos)
- n) Supervisión de almacenes y bodegas
- o) Prever situaciones de mercados
- p) Minimizar o eliminar la interrupción de los procesos de construcción por falta de materiales
- q) Minimizar o eliminar pérdidas por mermas, robos, controles, entre otros.

# Áreas Relacionadas



## Compras y producción

El Depto. de Producción necesitará de esas MP y los otros materiales para transformarlos en PT.

El Depto. de Compras es el responsable de abastecer la MP y todo lo necesario para que el Depto. de Producción puede producir lo que se va a vender de acuerdo con el presupuesto de ventas, por tanto, su labor es colocar los pedidos en su debida oportunidad para que haya un suministro, cuyo flujo sea permanente y en las cantidades suficientes y en las fechas oportunas, para facilitar la labor de ese Depto.

## Compras y almacén (bodega)

El Almacén es el responsable de guardar y cuidar de las MP y todo lo que se necesita para producir.

El personal que labora en esta unidad, es responsable de registrar las entradas y salidas de materiales y de controlar las existencias. El control de inventarios debe ser eficiente para evitar que se tengan datos incorrectos de lo que se tiene en bodega. Para que esto se logre, el responsable principal de



la eficiencia en este control es el Almacén, pues deben tener registros actualizados en el momento que sucedan los movimientos.

Cuando este control es electrónico, se puede tener en línea para que hagan las consultas necesarias los otros departamentos involucrados, ya sea para constatar que hay existencias de lo que se necesita o para tomar decisiones de adquirir más material. De ahí la importancia de la actualización constante.

En el caso de ingresos de productos terminados, el Almacén podrá hacer un control de calidad de ellos, siempre que se haya determinado de que lo puede hacer e informar de los resultados de ese análisis a las personas interesadas.

### **Compras y control de calidad**

En muchas empresas industriales se tiene un Depto. de Control de Calidad, que son laboratorios que analizan las materias primas que se reciben para verificar las especificaciones técnicas que se pidieron con las que trae el producto que envían los proveedores.

Una vez hecho el análisis, ellos reportan a Depto. de Compras, de Producción y Almacén si el producto recibido cumple con lo requerido y por tanto lo pueden utilizar; lo contrario sería, que el producto viene contaminado o con especificaciones diferentes a lo pedido y que el producto no puede ser utilizado por el riesgo que existe de su uso.

### **Compras y mercadeo**

En una empresa comercial, el Departamento de Mercadeo tiene participación en el establecimiento del Presupuesto de Ventas y se relaciona con productos terminados que hay que pedir a los proveedores y el Departamento de Compras debe establecer el plan de compras para abastecer esos productos al Depto. de Ventas.

Algunas promociones se diseñan orientadas a los clientes mayoristas o para el consumidor final.

Como ejemplos tenemos que algunas veces se incluyen aparatos electrodomésticos para obsequiar a los mayoristas o se ofrecen algunos artículos a los consumidores finales, como podrían ser cepillos dentales, toallas de mano, toallas de baño, cepillos para el cabello, secadores de pelo, productos 2 por 1, etc.

### **Compras y transporte**

Una de las actividades muy importantes dentro de logística del abastecimiento es el transporte, ese movimiento debe ser hecho por personas conocedoras del manejo que debe tener un producto, según la naturaleza del mismo.

La responsabilidad de la empresa transportista contratada es dar el mejor servicio posible en el manejo de los productos que va a trasladar; el personal que utilice deberá ser un personal bien capacitado, conocedor de las mejores técnicas para el cuidado de los productos y que ese servicio sea con la prontitud deseada, es decir que no se atrasen por cuestiones ajenas al buen servicio.

### **Compras y finanzas**

Cuando se dice Finanzas, se quiere dar a entender que es la Tesorería, el Depto. que paga las cuentas de la empresa.

Hay una temática acerca de que si debe ser Finanzas quien autorice el Plan de Compras al Depto. de Compras y en mi opinión, se debe tomar en cuenta lo siguiente:

Una organización debe trabajar en equipo para alcanzar esas metas de las ventas, pues de ahí depende la existencia de la empresa, es decir esos objetivos son por los cuales debe trabajar toda la organización.

El Depto. de Compras remite su plan de compras al Depto. Finanzas con el propósito de que ellos elaboren su Presupuesto de Efectivo (Cash Flow) para el período correspondiente.

Ahora bien, cuando el proveedor ha entregado el producto en su totalidad y que ha cumplido con lo que establece la Orden de Compra, el Depto. de Compras, remite al Depto. de Finanzas los documentos necesarios para que programen el pago correspondiente.

### **Compras y organismos externos**

- 1) Proveedores

Sumamente importante pues son quienes abastecen a la empresa de lo que se necesita y que ellos pueden proporcionar.

El Depto. de Compras debe seleccionar a los mejores proveedores que se encuentran tanto en el territorio nacional como en el extranjero.

## Conclusiones

El papel de la función de compras en las empresas ha pasado de ser una forma de reducir costes a centrarse en la relación con el proveedor y en las iniciativas estratégicas.

La función de compras ha adquirido una nueva dimensión en la cadena de suministro, el rendimiento se ha convertido en un factor mucho más decisivo a medida que se ponen a disposición más herramientas de compras que permiten mayores aportaciones tanto a la estrategia corporativa como a los resultados.

La reciente crisis financiera ha ampliado el ámbito de la función de compras. En consecuencia, los compradores, que en el pasado solían ser considerados meros negociadores, juegan ahora un papel cada vez más destacado dentro de la empresa, actuando como expertos capaces de proponer soluciones -por ejemplo, mejoras en el diseño de procesos o de productos- a la dirección, a los clientes internos, así como a sus proveedores.

En la práctica, el actual papel de los jefes de compras, más complejo y estratégico, implica centrarse en tareas de alto valor añadido, tales como la negociación de contratos estratégicos, el análisis del gasto, el marketing de adquisiciones o la interacción con los solicitantes.

Se pone de manifiesto que los departamentos de compras están haciendo un uso generalizado de las nuevas tecnologías, lo que les permite respaldar la creciente importancia del papel que juegan y del proceso de compras en sí mismo.

A modo de ejemplo, los departamentos de compras adquieren cada vez más herramientas informáticas para optimizar los flujos de trabajo y automatizar el proceso de compra y pago, implantan herramientas de colaboración internas así como herramientas para comunicarse con sus proveedores, así Internet y las comunidades locales son una importante prioridad para el 58% de las empresas.