

ESCUELA: E.P.E.T. N° 4

DOCENTES: Graciela Cerdera, María Cabrera, Alberto Valbe y Fabián Santos

CURSO: 4°1°, 4°4° y 4° 5°

TURNO: Tarde

AREA: Programación y Gestión de Compras y Ventas

TITULO: Etapas del Proceso de Compras

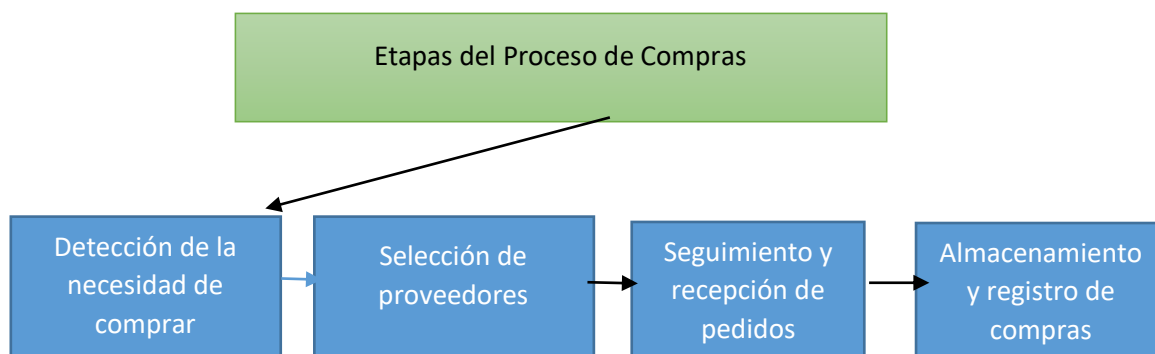
Contenidos: Etapas del proceso de compras. Selección de Proveedores.
Seguimientos de pedidos

Etapas del Proceso de Compras

El proceso de compra es una serie de actividades que permiten poder realizar efectivamente la compra de un producto específico o de varios. Habitualmente realizar este procedimiento conlleva tener en mente varios pasos.

Un proceso habitual de compra se inicia con la identificación de la necesidad de abastecimiento y finaliza con el registro de los bienes y/o servicio recibidos y adquiridos. Las etapas en este proceso son:

- 1) Detección de la necesidad de comprar y requerimiento de bienes o servicios.
- 2) Selección de proveedores.
- 3) Seguimiento y recepción de los pedidos
- 4) Almacenamiento y registro de las compras



A continuación, se analizarán las primeras 2 (dos) etapas del proceso de compras.

1) Detección de la necesidad de comprar y requerimiento de bienes o servicios

Cualquier área de la empresa que requiera mercadería puede consultar disponibilidad en almacén de la mercadería requerida. De no contar con la existencia solicitada, el almacén identifica la necesidad de reponer los bienes. Si las compras son programadas y por lo tanto incluidas en el sistema presupuestario de la empresa, el mismo depósito puede anticiparse y detectar esa necesidad en función de los niveles de stocks disponibles y necesarios. El área de compras, teniendo conocimiento del ciclo productivo y las diferentes necesidades de materias primas, materiales, productos terminados y otros bienes o servicios, elabora un plan de compras anual, semestral, y así hasta llegar a una planificación diaria, incluida en el presupuesto de la empresa, como fue mencionado anteriormente.

El área solicitante (que consumirá los bienes o servicios) emite un formulario denominado solicitud de compra y conserva un duplicado hasta recibir la mercadería, como una forma de controlar que entregas están cumplidas y cuales tiene pendientes.

Incidencia de las compras en el manejo del stock



Es importante considerar que, desde que se identifica la necesidad de compra hasta que se reciben las mercaderías, transcurre un tiempo considerable en el cual, de no contar con los bienes, se podría llegar a parar la producción por no disponer de suficientes insumos para realizarla. El stock tiene como propósito conocer las existencias de los productos terminados, materias primas o productos intermedios y de la disponibilidad para su venta o para seguir

con la producción. En el caso de materias primas o productos intermedios siempre ha sido motivo de preocupación en las empresas la cantidad mínima en las que se debe determinar el momento de la recompra para que no queden desprovistas de materias primas, de productos intermedios y terminados.

Existen mecanismos que permiten identificar anticipadamente el momento óptimo para realizar los pedidos. Esto trae aparejado que la influencia de las compras de una empresa sobre su manejo de stocks es importante, ya que un atraso en el circuito de adquisiciones puede llegar a retrasar o incluso paralizar la actividad de una empresa si esto no es debidamente controlado, seguido y perfeccionado.

2) Selección de proveedores

La búsqueda, evaluación y selección de proveedores es una tarea que debe realizarse continuamente a fin de tener siempre la mayor cantidad de posibilidades de mejores precios y condiciones de compra. Para contactarse con proveedores se puede recurrir a revistas especializadas, a la guía telefónica, a catálogos, a las cámaras de fabricantes, a exposiciones, a búsquedas por internet, a ferias internacionales, etc.

Se definen los posibles proveedores evaluando los siguientes aspectos:



- precios y condiciones de pago
- plazos de entrega
- capacidad técnica y real de producción
- calidad de los productos
- controles de calidad que aplican
- permanencia en el mercado
- fiabilidad
- posibilidades futuras de evolución

- formas de contratación
- líneas de productos que manejan
- posibilidades de asociación
- situación económico financiera

El sector de compras realiza pedidos de cotizaciones a los proveedores que se encuentren en condiciones de cumplir con las especificaciones estipuladas. Luego, en función de las cotizaciones que se presenten, selecciona al proveedor que resulte capaz, responsable y con quien se llegue a un acuerdo sobre factores de calidad, garantía, servicio, tiempo de entrega, precio y condiciones financieras. Una vez elegido el proveedor, se emite la orden de compra, documento mediante el cual el proveedor y el comprador se comprometen a cumplir las condiciones pactadas, es decir, el proveedor a cumplir con todos los requerimientos y el cliente a pagarle según las condiciones acordadas.

Alianzas estratégicas con proveedores



Todas las empresas, necesitan diversidad de recursos como materias primas y repuestos para la producción, fondos (prestamos), energía, gas, equipamientos y servicios variados para fabricar sus productos o realizar sus servicios. Históricamente se consideró al proveedor como una unidad separada de la propia empresa, lo que produjo muchos problemas de articulación entre la planificación y la operación de las empresas. Podía suceder que las fechas previstas, las condiciones de calidad de fabricación y/o los estándares a alcanzar no se cumplieran, por lo que ambas empresas se veían perjudicadas, en algún caso por incremento de costos al tener que volver a hacer lo requerido, en otros casos por problemas con los clientes por mala calidad en los insumos, etc. Con el transcurso del tiempo y el surgimiento de nuevas herramientas para la gestión empresarial, se comenzó a advertir la necesidad de una mejor relación y articulación entre proveedores y clientes. Desde entonces se ha buscado diseñar mecanismos para perfeccionar la relación entre ambas partes con un beneficio mutuo, ya que para el proveedor la empresa es su cliente y necesita cerrar negocios con ella para asegurar su supervivencia y/o crecimiento. De una modalidad en la cual el negocio se cerraba en el

momento de la venta, se pasó a la idea de que el negocio mutuo se cierra en el momento que las condiciones de satisfacción para ambas partes se realizan cuando ambas cumplen con los requerimientos recíprocos en los términos acordados en la situación de la compra.

La mejora de la relación con los proveedores derivara en:

- ✓ aumento de la calidad, ya que ambas partes realizaran todas las diligencias posibles para cumplir con los requerimientos (necesidades) solicitados en la compra
- ✓ disminución del costo, ya que, al ajustar los procesos de producción bajo mejora continua de ellos, incorporando tecnología y especialización y una planificación coordinada, tiende a disminuir los costos de los productos y generar mayor competitividad en el mercado
- ✓ reducción del tiempo de entrega, porque esta se ajusta a las posibilidades y necesidades de ambas partes. Se reduce el costo de almacenamiento y se optimiza el transporte de los productos, lo que nuevamente redundará en menores costos
- ✓ asegurar el negocio para ambas partes. La suma de todos los componentes anteriores permite al proveedor y cliente coordinar buenos negocios para ambos, en el cual ninguno tomara ventajas sustantivas del otro porque considera que lo necesita

Otra forma de relación proveedor/cliente es el abastecimiento en una sola fuente

Se trata de acuerdos con un solo proveedor cuando los materiales o materias primas que este proporciona son de alta calidad. El riesgo que tiene la relación con un solo proveedor es convertirse en cautivo de él, con el riesgo de que sea el proveedor quien establezca un tipo de relación ganar: perder en lugar de ganar: ganar. Este riesgo se evalúa en relación con la reducción de costos que se produce al tener un solo proveedor (o pocos de ellos), ya que de esta manera se ahorra un tiempo considerable en consultas. Este modelo de alianza estratégica con el proveedor, que se da a través de compras garantizadas en las que ambas partes programan en forma acordada sus respectivas producciones, tiende a producir una mejora sustantiva en la operatoria y rentabilidad de ambas empresas y, a la vez, al reducir la cantidad de empresas operando en el mercado, produce en el largo plazo un fenómeno de concentración empresarial. Con el transcurso del tiempo, las alianzas estratégicas han desdibujado los tradicionales límites de las empresas y es bastante frecuente encontrar especialistas, tanto del cliente como del proveedor, en la generación de operatorias que mejoren los negocios entre ambas partes, conociendo en ambos casos la programación de

producción, los métodos e incluso los costos y la rentabilidad de cada uno. Este caso se da en empresas de gran dimensión que cuentan con proveedores de importancia.

Actividades :

- a) Buscar las palabras desconocidas en el diccionario

- b) Responda las siguientes preguntas:
 - 1) ¿Cuál es la importancia de un buen manejo de stock?
 - 2) ¿Cuáles son las ventajas que genera una buena relación con proveedores?
 - 3) ¿Qué se debe tener en cuenta al elegir un proveedor?
 - 4) ¿Cuáles son las ventajas y riesgos que se tienen al tener un único proveedor?

- c) Lee la siguiente situación y decide:

La empresa CALA se dedica a fabricar ropa de algodón. El sector de producción utiliza 500 kilogramos de tela por día. En almacén tiene una capacidad máxima de almacenaje de 6000 kilogramos de tela. Una vez emitida la orden de pedido, el proveedor demora 4 días para poner la mercadería en nuestra empresa. ¿Qué cantidad mínima debe quedar de tela en almacén para realizar un nuevo pedido si se establece que el stock de seguridad es de 1000 kilogramos? ¿Cada cuantos días se debe solicitar mercaderías?

Las actividades deben ser enviadas al siguiente correo profsantoscolsj@gmail.com

Directora de la E.P.E.T. N° 4 Claudia Roldan