

FUNCIONES QUE SE EJECUTAN EN ABASTECIMIENTO

La función básica de compras es hacer que el artículo correcto llegue al lugar correcto, en la fecha correcta, en la cantidad y precio correcto.

LA FUNCION DE GENERAR UTILIDADES: el departamento de compras debe ser un centro de producción de utilidades. Es decir debe estar totalmente orientado hacia la realización de utilidades y todas sus actividades deben estar encaminadas a producirle mayores utilidades a la empresa. Las compras son un complemento de las ventas.

LA FUNCION DE PERSONAL: ésta consiste en servirles de medio de comunicación a la dirección y al resto de la organización, de las noticias, los sucesos y los pronósticos del mercado. El departamento de compras es por lo general el primero en conocer toda ésta información y debería transmitirla a las áreas interesadas dentro de la firma, especialmente a la administración.

Como miembro del departamento de compras, usted debe mostrarse atento respecto de ésta función. Es indispensable que la administración cuente con la siguiente información para trabajo de planificación:

- Esta extendiéndose la competencia?
- Está reduciéndose la competencia?
- Está estancada la competencia?
- Está sacando un nuevo producto?
- Está contratando personal nuevo?
- Está enfrentando dificultades financieras?
- Hay épocas de escasez a la vista?
- Hay cambios de precios inminentes o potenciales?
- menores o mayores plazos de entrega?

La anterior información el departamento de compra es quien debe ser el primero en enterarse de ello.

La administración necesita la información a fin de pronosticar mercados potenciales, y de estimular los costos para así planear en forma inteligente el futuro curso de acción que ha de emprender la empresa.

FUNCION DEL DEPARTAMENTO CENTRAL DE COMPRAS EN UN CONGLOMERADO GRANDE, DONDE CADA PLANTA O DIVISION CUENTA CON SU PROPIO DEPARTAMENTO DE COMPRAS:

El departamento central realiza generalmente muy pocas compras y se ocupa más bien de funciones como el desarrollo y la administración de las políticas y de la selección, la formación y el desarrollo del personal de compras. También es responsable de las negociaciones relacionadas con los contratos más importantes, particularmente con aquellos que afectan a muchas plantas a empresas subsidiarias y recopila y divulga información.

Las responsabilidades del departamento de compras se puede dividir en dos categorías principales y una secundaria.

- 1a.- **CATEGORIA PRINCIPAL** es el área donde el departamento de compras tiene una autoridad plenamente delegada.
- 2a.- **CATEGORIA PRINCIPAL** - la autoridad es compartida con una o más áreas de la empresa.
- 1a.- **CATEGORIA SECUNDARIA** - Comprende unas pocas áreas de las cuales tiene un gran interés.

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

Esta es muy importante y compleja, su ejercicio eficaz constituye una parte vital para el éxito comercial de una empresa.

En las organizaciones industriales, comerciales o de servicios, es práctica común organizar la función de compras en un departamento especializado.

Cabe señalar, que un sistema de compras se compone de las funciones que a continuación se enumeran:

I.- ADQUISICIONES:

- precio
- calidad
- cantidad
- condiciones de entrega
- condiciones de pago
- verificación y aceptación

II.- GUARDA Y ALMACENAJE

- recepción
- dimensiones (peso y medida)
- clasificación
- Inventario

III.- PROVEER A PRODUCCION:

- clase
- cantidad
- dimensiones (peso y medida)

Por otra parte, las adquisiciones vienen a ser una práctica comercial que depende de diversas circunstancias.

I.- FUENTES DE APROVISIONAMIENTO:

- en el país
- en el extranjero

II.- CLASE Y COSTO DE TRANSPORTE

- terrestres
- marítimos
- aéreos.

III.- CONDICIONES Y COTIZACIONES DE LOS MERCADOS

- procedencia agrícola
- si son de extracción minera
- si proceden de otras industrias.

OBJETIVOS DE LA FUNCION DE COMPRAS

Podemos observar con esto que la determinación de los objetivos es fundamental y lógica para la consecución de las etapas sucesoras de la planeación; define a los objetivos de la administración como " las metas intentadas que prescriben o establecen un determinado criterio y señalan la decisión y los esfuerzos de administración.

La fijación de objetivos también siguen un proceso Peter Druker dice que implica la necesidad de cada empresa de procesar sus objetivos generales, siendo estos la guía para el establecimiento de objetivos por división, departamento, sección y puesto basándose en los siguientes aspectos.

Situación de mercados, utilidades, innovación, personal, productividad, recursos físicos y financieros, eficiencia orgánica, capacidad de dirección ejecutiva y responsabilidad pública.

LA FUNCION DE COMPRAS Y LA DETERMINACION DE OBJETIVOS

Como hemos analizado, la función de compras contribuye en mucho mayor grado que otras áreas a mejorar la posición económica de la empresa, por tanto debe canalizarse sus metas y objetivos a la optimización de la administración del gasto de material comprado que generalmente es de más de la tercera parte de los egresos de la compra, por medio del análisis y valores por reducción de costos etc.

Por otro lado será de suma importancia centralizar los esfuerzos en ésta área a el abastecimiento oportuno de materiales y productos a fin de permitir el flujo adecuado de la operación productiva estableciendo los controles de compra adecuados para impedir costos y pedidos innecesarios.

También determinar metas que conduzcan a resultados óptimos de la constante investigación y desarrollo de nuevos materiales y productos, así como la sustitución de estos por otros que proporcionen mayores ventajas técnico-económicas; como ya dijimos el análisis valorativo, de costos tendrá que tener objetivos cuantitativos, así como la selección y valía de proveedores que representarán en sí la planeación de la compra.

METAS DE LA FUNCION DE COMPRAS

- 1.- Mantener una aportación eficaz a las utilidades mediante el análisis de valía y reducción de costos.
- 2.- Obtener el mejor valor de los materiales y productos comprados al precio más bajo posible, sin menoscado de los requisitos de calidad.
- 3.- Mantener los inventarios al mínimo con una buena relación de rotación.
- 4.- Crear un clima de buena voluntad para la empresa mediante unas relaciones comerciales cordiales.
- 5.- Mantener una buena selección de proveedores que actúen de la mejor manera posible.
- 6.- Buscar personal de compras calificado y ayudar a la especialización de este.
- 7.- Mantener bajos los costos de funcionamiento y tener no obstante, personal profesional para desarrollar el trabajo debidamente.

Estas metas están lejos de ser la única, el departamento de compras en concreto, el director de compras, deberá estar pendiente de fijar nuevas metas, interpretando objetivos de la compañía, adecuando estos a las funciones que realiza el departamento, combinando y modificando lo que, sea necesario a fin de que el desempeño conduzca a dichos objetivos.

CLASIFICACION DE OBJETIVOS

Siguiendo algunos principios básicos para la fijación de objetivos; estos deben clasificarse por importancia y por separado de acuerdo a su función.

- a) objetivo de actividad
- b) objetivo de eficiencia y productividad
- c) objetivo de administración y control.

Objetivo sw la actividad de compras

- 1.- pagar precios razonablemente bajos por los mejores productos obtenibles.