



EL IMPACTO DE LAS COMPRAS EN LAS UTILIDADES

Ing. Jorge A. Salas Schwarz

1) INTRODUCCIÓN

En las diferentes organizaciones existentes tanto en el sector público como en el privado, las compras dependen de los materiales y servicios ofrecidos por las empresas.

Por consiguiente, las compras constituyen una de las funciones básicas de cualquier organización.

El objetivo general de la función de las compras es obtener los materiales adecuados, en la calidad debida, lugar correcto de la fuente correcta, prestando el servicio correcto y al precio conveniente.

Entonces vemos que quien toma las decisiones de hacer las compras debe tener características de malabarista, ya que deben alcanzar metas.

Los desembolsos que se efectúan a través de compras y la incidencia del costo de compra en el artículo que se produce y/o vende, obliga a pensar que no sólo se trata de satisfacer las necesidades de las dependencias de la empresa proporcionándoles lo que solicitan; sino que hay que tener en cuenta ciertos factores que requieren la coordinación de todos los elementos con compras.

Los líderes de la industria reconocen que para alcanzar una competitividad global, se necesita una administración eficiente de los recursos productivos y materiales de la organización. Costo, calidad y entrega se han vuelto palabras claves en las operaciones de manufactura. Las industrias tienden cada vez más a considerar el área de compras, no sólo como una función necesaria sino como un arma estratégica.

El gerente de abastecimiento o compras debe enfocar su labor hacia el desarrollo de estrategias dirigidas hacia las compras, el desarrollo de los proveedores y de las negociaciones, que concuerden los objetivos y estrategias de la organización tanto a corto plazo como a largo plazo⁽¹⁾.

2) DESARROLLO DEL TEMA

Las empresas tienen por finalidad adquirir bienes o servicios, pero se debe de tomar algunos aspectos básicos importantes como:

- Calidad
- Cantidad
- Momento en que hay que comprar
- Precio más conveniente.

De acuerdo a la calidad se debe tomar en cuenta algunas normas como:

1. La Calidad debe definirse.

2. La Calidad no se mide por el precio.
3. La Calidad debe ser la conveniente.
4. La Calidad debe estar siempre disponible.

Para compras, y en especial para el comprador, un hecho importante es el estar seguro de que la cantidad que se adquiere es la correcta; por lo tanto debe saber si la cantidad solicitada responde al consumo y también de poder establecer la cantidad económica.

Por ello, las normas que sobre cantidad se establecen deben considerarse:

1. La Cantidad debe basarse en el control de la existencia.
2. La Cantidad debe estar respaldada.
3. La Cantidad no debe ser influenciada por el precio.
4. La Cantidad que se determine debe tener en cuenta el tiempo de demora.
5. El transporte a elegir está en función de la cantidad que se adquiere.
6. La Cantidad debe tener en cuenta el espacio disponible.

Para los dueños de la empresa llama la atención este punto del precio porque se trata de desembolsar dinero; para lo cual hay que tomar en cuenta ciertos aspectos, como:

1. El precio de adquisición es un elemento básico del precio de venta.
2. El precio debe buscarse en razón de la calidad y la cantidad.
3. El precio no es solamente el valor de compra.

Cualesquiera que sea la compra que se realice es conveniente adoptar un método determinado para realizarlo, pudiendo ser:

- I). Según los factores que intervienen en la determinación de cuándo se comprará:
 - a) Ajustadas a las necesidades.
 - b) Para Períodos Futuros específicos.
 - c) Según situación del mercado.
 - d) Especulativas.

II). Según la forma de comprar:

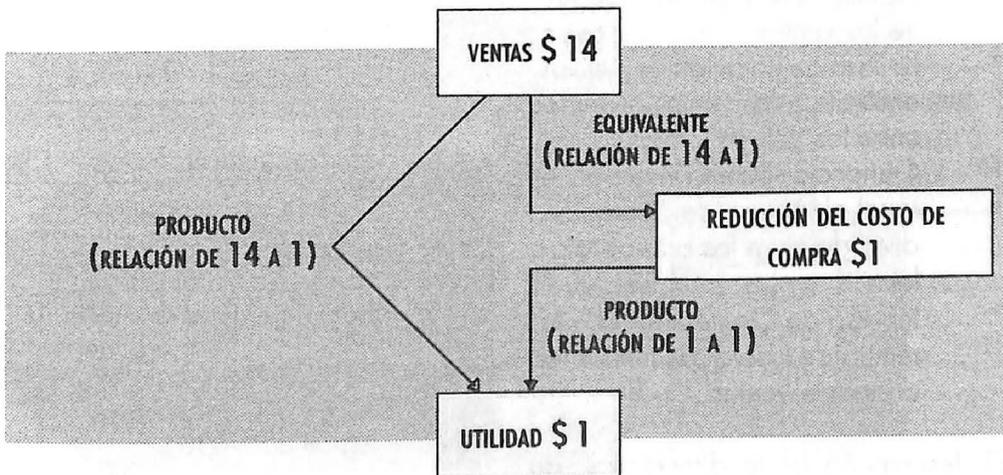
- a) Compras por contrato.
- b) Compras por partidas agrupadas.
- c) Compras con arreglo a un programa.

Todas las compras que se realicen o se haga la búsqueda de un servicio correspondiente redundan en la utilidad de la empresa. Normalmente las compañías gastan el 53 a 60% aproximadamente en promedio de las ventas para adquirir materiales, suministros y servicios.

Si el departamento de compras reduce un porcentaje en el costo de las compras hace que la utilidad aumente un porcentaje determinado.

Esta utilidad que deseamos no se logra fácilmente. Para llegar a este grado se necesita un grupo eficiente de compradores dirigidos por un gerente de compras.

RELACIÓN DE LA UTILIDAD DE COMPRA



La relación de la utilidad que vemos está basado en una compañía promedio con una utilidad del 7% antes de impuestos. Una reducción de 1 dólar en el costo de los materiales comprados produce una utilidad de 1 dólar, es decir, una relación de 1 a 1; y se requieren en cambio 14 dólares de ventas para producir esa misma cantidad.

Un dólar ahorrado en las compras equivale a la utilidad de 14 dólares de ventas, por consiguiente, la posibilidad de proporcionar utilidades del dólar de reducción de costo de los materiales es 14 veces mayor que la del dólar de ventas. La relación de la utilidad de compras puede computarse para cualquier empresa dividiendo el volumen de ventas anual por la utilidad antes de los impuestos.

También se debe de mencionar algunos puntos importantes como:

- * Margen de Utilidad, es igual al ingreso operativo dividido entre las ventas.
- * La Tasa de Rotación de Activos, equivale a las ventas divididos entre los activos totales.
- * Ganancia sobre la Inversión, es igual al ingreso de operación dividido entre los activos totales.
- * Ingreso de Operación, la diferencia de las ventas menos los costos de ventas.

El desempeño de la dirección y, de

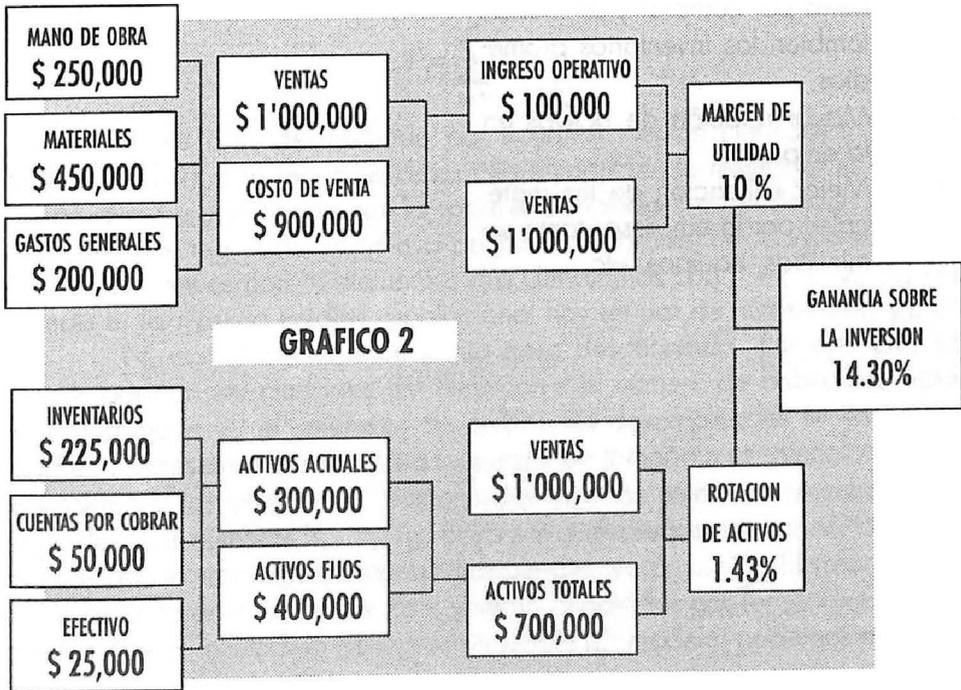
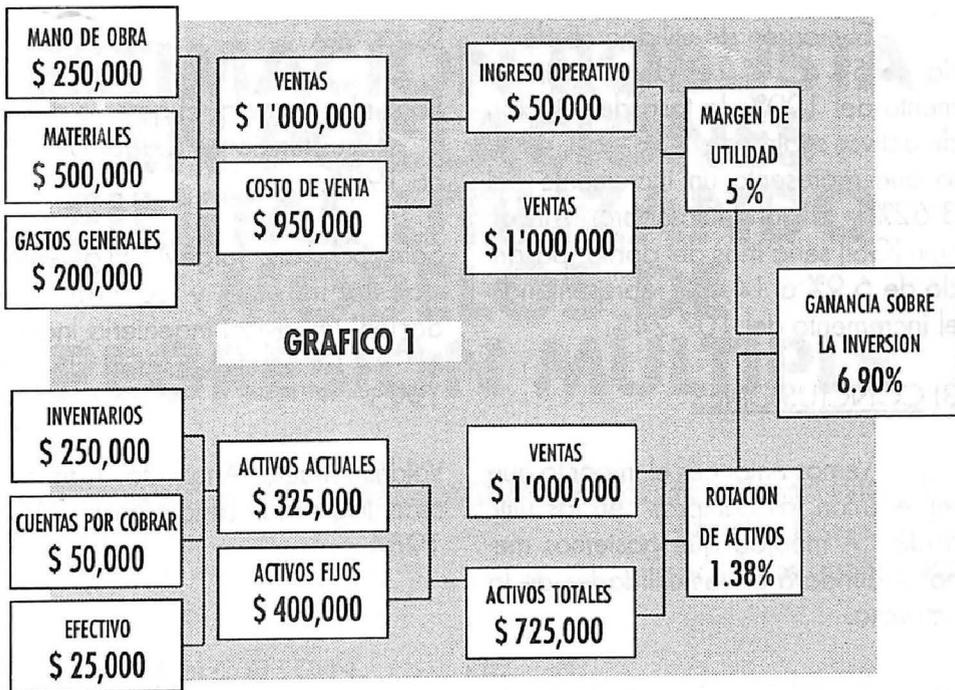
hecho, de la empresa se evalúa en función de estos ratios financieros.

Las adquisiciones de que compras sea responsable de gastar más del 60% de los ingresos de ventas de una compañía hace resaltar el potencial de que esta función representa para aumentar utilidades. El dinero que se ahorra al comprar, es dinero que se acumula en utilidades.

¿EN QUÉ FORMA PUEDE INCIDIR LA FUNCIÓN DE ADQUISICIONES SOBRE LAS UTILIDADES?

Se tiene el gráfico 1, donde puede ser la situación de una empresa determinada, se observa que presenta un margen de utilidad de 5% y una rotación de activos de 1,38%; teniendo una ganancia sobre la inversión de 6,90%.

Si se produce un ahorro o una disminución de 10% en el costo de materiales, la figura 1 cambia totalmente; así se tendría el gráfico 2. Se observa que tiene un margen de utilidad del 10% y el de rotación de activos de 1,43%, trayendo consigo una ganancia sobre la inversión de 14,30%.



El margen de utilidad se elevaría de 5% a 10%, es decir, un incremento del 100%; la tasa de rotación de activos subiría de 1,38% a 1,43%, lo que representa un incremento del 3,62% y la ganancia sobre la inversión (GSI) sería más del doble, pasando de 6,9% a 14,3%; representando el incremento del 107,24%.

3) CONCLUSIONES

Vemos entonces el impacto que representan las compras en las utilidades. A medida que gastemos menos redundará en las utilidades de la empresa.

- a) Se debe contar con gente eficiente en compras.
- b) Se reduce la cantidad de materiales por comprar y se reduce también los inventarios promedios.
- c) Mayor rotación de activos en la empresa.
- d) Mejor utilización de los materiales por la empresa; tanto suministros, equipos, etc.

BIBLIOGRAFÍA

Pooler Jr., Víctor H. El gerente de compras y sus funciones. Ed. Limusa México 1986.

Salas Schwarz, Jorge A. "El gerente de abastecimiento y su campo de acción". En revista Ingeniería Industrial N° 14. Lima: Universidad de Lima, 1995

Valdés Palacio, Armando. Administración logística. Lima, Perú, SAGSA 1984.