PROCESOS

PLANIFICAR ES UN MANDAMIENTO

4



PERÚ Ministerio de la Producción
CTB PERÚ AGENCIA BELGA DE DESARROLLO
Mi empresa
Crecemype

ESTIMA CON PRECISIÓN TUS VENTAS FUTURAS

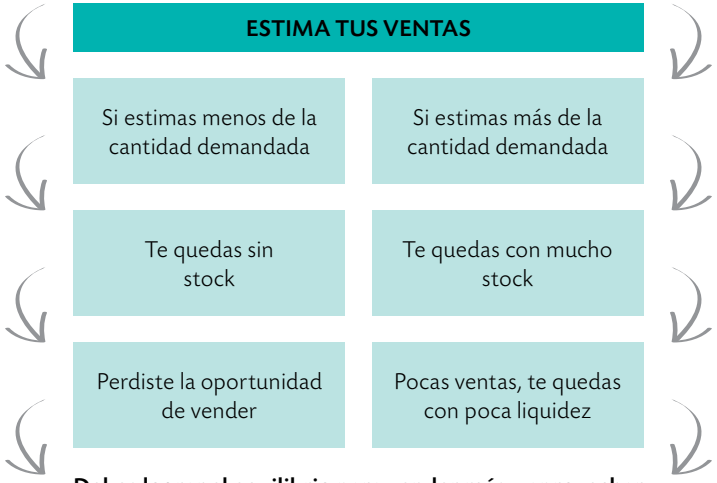
Lograr un equilibrio entre la demanda de los clientes y tu plan de producción implica conocer muy bien a tus clientes para poder, incluso, estimar tus ventas a cada uno de ellos.

Si calculas bien tus ventas de los siguientes meses o semanas puedes decidir cuánto comprar de insumos y producir de acuerdo a tu demanda.



Es fundamental estimar tus ventas con precisión porque si tu cálculo es menor y te quedas sin stock, habrás perdido la oportunidad de vender a tus clientes y podrían irse con la competencia. Así estarías dejando la oportunidad que te ofrece el mercado de crecer, mientras que tus competidores aumentarían sus utilidades.

Por otro lado, si produces mucho más de lo que has vendido, tendrás grandes cantidades de stock y quizás no te alcancen los ingresos para pagar a tus proveedores de insumos, a tus empleados, ni a los bancos que financiaron tu producción.



Debes lograr el equilibrio para vender más y aprovechar las oportunidades del mercado.

Para crecer de manera eficiente y segura planifica tus ventas con la mayor honestidad posible. En base a esa planificación programarás luego las compras necesarias y tu producción.

¿CÓMO CALCULO LA DEMANDA A FUTURO?

Para calcular la demanda por tus productos o servicios en los siguientes periodos debes analizar tu historia y hacerte algunas preguntas estratégicas.

Con respecto a tu empresa:

- ¿Cómo se han comportado tus ingresos? ¿Han crecido o disminuido en el tiempo?
- ¿Existe alguna estacionalidad marcada en tus ingresos? ¿Esto va a continuar?

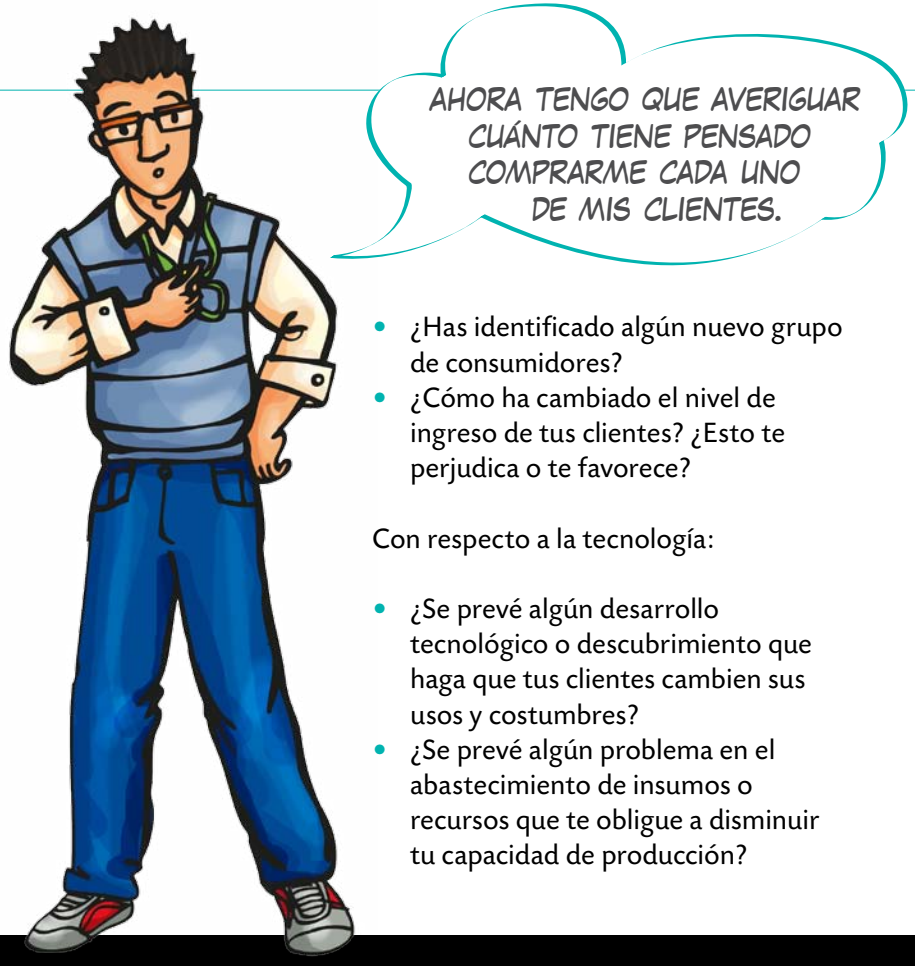
Con respecto a tu competencia:

- ¿Por qué crees que los consumidores vendrían a ti y no irían a la competencia?
- ¿Se espera el ingreso de nuevos competidores? ¿Serán grandes o pequeños? ¿Serán empresas locales, regionales, nacionales o multinacionales?

Con respecto a tus clientes:

- ¿Ha habido cambios significativos en los gustos y preferencias de tus clientes?
- ¿Qué cambios en la cultura, en la moda o en las tendencias podrían afectar la demanda por tus productos o servicios?

Identifica qué otros temas podrían afectar de manera importante la demanda de tus productos y tómalos en consideración. Además, siempre estate atento y analiza las decisiones de la competencia.



- ¿Has identificado algún nuevo grupo de consumidores?
- ¿Cómo ha cambiado el nivel de ingreso de tus clientes? ¿Esto te perjudica o te favorece?

Con respecto a la tecnología:

- ¿Se prevé algún desarrollo tecnológico o descubrimiento que haga que tus clientes cambien sus usos y costumbres?
- ¿Se prevé algún problema en el abastecimiento de insumos o recursos que te obligue a disminuir tu capacidad de producción?

Sal a la calle para ver cómo vienen los nuevos vientos. Las oportunidades se conquistan estando bien informado y adelantándote a los hechos.

¿CÓMO PLANIFICO MI PRODUCCIÓN?

No pierdas de vista que el comportamiento de tus clientes es el que debe determinar la planificación de tu producción.

En base a la proyección de tus ventas futuras establece tu plan de producción.



Supón que fabricas cuadernos, seguramente la mayor parte de tu producción la realizarás entre octubre y diciembre para estar abastecido y vender a las librerías antes de la temporada escolar. Como verás en la siguiente tabla, la demanda por tus productos es estacional y necesitas tener muchos cuadernos antes del inicio de la temporada. Analiza los otros tipos de demanda.

TIPO DE DEMANDA	TIPO DE PRODUCTO	TIPO DE PRODUCCIÓN
Estacional: se vende bastante durante un periodo	Helados, cuadernos, uniformes escolares.	Se produce solo unos meses antes de la estación. Implica mantener altos niveles de inventarios antes del inicio de la temporada.
Temporal: son muy pocas ventas a pocos clientes, luego de largos periodos de producción	Cultivos de alcachofas, uvas y otros productos agrícolas.	Se produce durante largos periodos y se vende en un solo momento. Queda poco inventario después de la venta.
Pareja a lo largo del año	Víveres.	Constante. Rápida rotación de inventarios.

Calcula la demanda, proyecta tus ventas y elabora un plan de producción que te permita ahorrar tiempo y costos.

RIESGOS DE UNA MALA PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Para evitar riesgos habla con tus clientes, revisa información en Internet, busca información de tu sector y conversa con expertos en tu industria.

Causas y consecuencias de una mala planificación:

1 Aumento del costo de producción

- Por compras no programadas.
- Por pago de sobretiempos.
- Por trabajo en horas nocturnas.
- Alto costo del financiamiento por buscar liquidez de corto plazo.

2 Insatisfacción por parte de los clientes

- Retraso en la entrega de mercadería.
- Pérdida de clientes por falta de productos para vender.
- El cliente se va a la competencia, con lo que fortalezco a mi competidor.
- Calidad y cantidad inadecuadas.

Presta mucha atención a la planificación de tu producción. Es cosa seria. Una mala planificación te puede llevar en poco tiempo hasta la bancarrota.



3 Ineficiencia en la gestión

- Acumulación de inventarios de productos finales o materiales.
- El exceso de producción echa a perder los inventarios.

4 Problemas financieros

- Falta de liquidez por mercaderías inmovilizadas.
- Altos costos por compras de último momento no planificadas.

Para estar bien informado participa en asociaciones y gremios, pues estos realizan foros para analizar las perspectivas de tu sector en los siguientes meses y años.

¿CÓMO PLANIFICAR TUS COMPRAS?

Hazlo después de planificar tu producción, pues quedarte con inventarios o comprar menos de lo requerido puede aumentar tu costo final.



El proceso de compra es fundamental en tu plan de producción. Tu utilidad podría crecer gracias a una compra eficiente de insumos. Revisa estas actividades para realizar un óptimo proceso de compras.

Diez actividades para tu flujograma

1. Recibe los requerimientos de materiales por comprar.
2. Verifica qué precios puedes pagar para hacer rentable la operación.
3. Verifica para cuándo necesitas los insumos y materiales.
4. Solicita y compara cotizaciones de, por lo menos, tres proveedores.
5. Estudia las posibilidades del mercado: listado de proveedores, precios, créditos, tiempos de entrega.
6. Elige a tus proveedores y establece acuerdos que favorezcan a ambos: cantidades mínimas de compra, descuentos, condiciones de pago.
7. Haz el pedido y negocia las condiciones de pago y de entrega.
8. Recibe y verifica la calidad, cantidad y oportunidad de los materiales.
9. Verifica la factura que te presentan.
10. Paga la factura de acuerdo a las condiciones pactadas.

Si compras bien, produces bien. Y si compras bien y produces bien, probablemente venderás más gracias a la satisfacción de tus clientes. Ten esto muy en cuenta.

PLANIFICA TU PRODUCCIÓN

Más vale prevenir que lamentar... y mejor ganar que perder.

Proyecta las ventas en base a un conocimiento de tu mercado.

Programa la producción: establece los objetivos de producción y un cronograma de actividades.

Calcula la cantidad de insumos, materiales, recursos humanos y capacidad de planta por cada lote de producción. Establece el lote de producción óptimo.

Comunícate para que las cotizaciones, compras y recepción de materiales estén coordinadas con el cronograma de producción.

Coordina para que el personal estable o eventual esté disponible y capacitado al momento que se requerirá.

Produce el lote requerido para cada producto o cliente.

Entrega al cliente, distribuidor, transportista o agente los productos finales de acuerdo con las especificaciones contractuales.