

TEMA 6 Análisis ABC

En la actualidad, cualquier negocio, por pequeño que sea, oferta al público una elevada cantidad de artículos diferentes. A primera vista, pues, el análisis de la incidencia que tiene cada uno de ellos en el volumen de negocio puede parecer una tarea abrumadora. Así sería si no existiera una técnica de análisis cuya utilización está muy generalizada en casi todos los campos de la gestión empresarial moderna. Esta técnica es la derivada del análisis “ABC”.

El término se utiliza en el campo de la gestión empresarial desde hace muchos años, asociado principalmente a las técnicas de control de inventarios.

Una clasificación ABC existe en cualquier situación; por ejemplo, una tarea asignada es más importante que otra, un papel sobre el escritorio es más importante que cualquier otro de los que se encuentran en el mismo escritorio, una tarea doméstica deberá recibir atención antes otra. Así, la suma de unas pocas cosas que tienen realmente más importancia probablemente representará la mayor proporción del total de problemas a tratar en un momento dado.

Es así como Pareto, filósofo y sociólogo italiano del siglo XIX, estableció una ley de validez general, según la cual la mayoría de la riqueza de la Tierra estaba concentrada en unos pocos individuos. No cabe duda que, aplicando este planteamiento a otros del saber humano, podemos simplificar de forma considerable algunos problemas que, a primera vista y por su volumen, nos parecían inabordables.

Resulta lógico ordenar los elementos de acuerdo con su importancia relativa respecto al conjunto: así se pueden analizar aspectos tan diversos como los siguientes:

- Unos pocos clientes proporcionan al negocio la mayoría de los pedidos. Por ejemplo un 5% de los clientes representan el 80% de las ventas. En este caso serían los clientes “A” de la clasificación.
 - Unos pocos artículos aportan la mayor parte del volumen de ventas de un comercio.
 - Unos pocos talleres realizan el mayor importe de trabajo de una fábrica.
- Lo que pretendemos aquí es entender el principio subyacente en cada uno de los casos anteriores. Para efectuar la selección es necesario utilizar la unidad de medida que este más de acuerdo con el objetivo que se persigue.

Así tendríamos por ejemplo

- Clientes ABC de ventas: importancia según el grado de dependencia que se tenga con el cliente.
- Partidas ABC de inventarios: importancia económica.
- Pedidos ABC de carga: importancia por su tiempo de fabricación o utilización del equipo.

Los anteriores son meros ejemplos de la forma de enfocar las selecciones en situaciones específicas, pues el método ABC puede ser aplicado en diversas situaciones.

En cualquier distribución o clasificación analítica hay una gran cantidad de elementos triviales y una relativa pequeña cantidad de elementos significativos. El reconocimiento de este principio, y como consecuencia, su correcta aplicación puede permitir que el esfuerzo máximo y el control más estricto se ejerzan sobre aquellos pocos elementos vitales y el control básico, menos caro, sobre los bastos números de los más triviales

Por consiguiente, el separar los pocos elementos vitales de los muchos triviales nos permite actuar aplicando esfuerzos y recursos en consecuencia. En el mundo de los negocios no se alcanzan los objetivos sino por aproximaciones sucesivas, y el análisis ABC puede ser la base para muchas de ellas.

Una aplicación muy generalizada de este enfoque se nos muestra en la política de inventarios y por derivación, en la formación de precios de venta. Resulta básico seleccionar y prestar una atención especial a los elementos de fuerte significación económica, siguiendo paso a paso todas sus fluctuaciones

