



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL

INCORPORADA A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CLAVE DE INCORPORACION 3267

**IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE COMPRAS Y
ABASTECIMIENTOS EN LA EMPRESA: “WOMAN COSMETICS”
PARA SU MEJORA**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**P R E S E N T A
J U A N A C O S T A F L O R E S**

ASESOR: L.A.E. FRANCISCO JAVIER BALDERAS ESCUTIA

MÉXICO, D.F.

MARZO 2010



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Por darme la oportunidad de lograr este proyecto y permitirme darles esta felicidad a las personas que menciono a continuación, gracias dios mío.

A mis musas

Por el gran amor y comprensión para la elaboración de este proyecto tan importante, no fue fácil pero lo logramos, esto demuestra nuestro gran amor como familia y que todos los retos podrán ser superados, son mi vida, las amo.

A mis padres

Gracias por el esfuerzo tan enorme de inculcarme una profesión, estoy eternamente agradecido, esto es el resultado de su dedicación, sacrificios y entrega, los quiero muchísimo que dios los bendiga.

A mis hermanos

Que quiero muchísimo, por su apoyo y gran esfuerzo por demostrarme que mis temores solo son parte de mi imaginación y que ante los obstáculos debo ocuparme no preocuparme.

A mis suegros

Por darme un ejemplo de profesionalismo día con día y el interés que muestran hacia mi persona, y como dicen: "Nada es fácil en esta vida" "El sol sale para todos".

A mi cuñado

Por tu interés y apoyo en todo momento, física y moralmente; además de considerarte sinceramente como un hermano.

A mi profesor, asesor y amigo.

Con su enorme ejemplo de apoyo y profesionalismo; logre concretar este proceso, estoy profundamente agradecido.

**IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE COMPRAS Y
ABASTECIMIENTOS EN LA EMPRESA: “WOMAN COSMETICS”
PARA SU MEJORA**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1 GENERALIDADES

1.1. Palabra etimológica de administración.	4
1.2. Definiciones de administración.	4
1.3. Objetivos de la administración	6
1.4. Importancia de la administración	6
1.5. Antecedentes históricos de la administración	7
1.6. Marco legal (normatividad) hacia la Administración	9
1.7. Características de la administración	10
1.8. Clasificación de la administración.	11
1.9. Proceso Administrativo (etapas)	12
1.9.1. Previsión	13
1.9.2. Planeación	13
1.9.3. Organización	13
1.9.4. Dirección	14
1.9.5. Control	14
1.10. Principios Administrativos	15
1.11. Ámbito de aplicación de la administración	17
1.12. Responsable de coordinar la administración	17
1.13. Organismos que regulan la ejecución de la administración	18
1.13.1. Públicos	18
1.13.2. Privados	19

CAPÍTULO II ADMINISTRACIÓN DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTOS

2.1. Generalidades	20
2.2. Definiciones.	21
2.3. Objetivos.	24
2.4. Importancia.	26
2.4.1. Centralización y Descentralización de las compras	28
2.5. Marco jurídico.	31
2.6. Planeación de compras	31
2.7. Estrategias de compras	33
2.7.1. Selección de las fuentes de aprovisionamiento y análisis de cotizaciones	35
2.8. Políticas de compras	35
2.9. Personal de compras	37
2.10. Procedimiento de compras	37
2.10.1. Funciones de las compras	38
2.11. Estructura de las compras	40
2.11.1 Factores que interactúan en una compra.	41
2.11.1.1 Proveedor.	41
2.11.1.2 Cotización.	42
2.11.1.3 Compra.	44
2.11.1.4 Inventarios.	45
2.11.1.4 Distribución	49
2.12. Clasificación de las compras	50
2.13. Requisitos Esenciales de una buena compra	51
2.13.1 Tipos de orden de compra	51
2.14 Sistema de las compras	52
2.14.1 Preparación de la orden de compra	53
2.14.2 Seguimiento y Expedición	53
2.14.3 Recepción e inspección de artículos	53
2.14.4 Liquidación de facturas y pagos	54
2.14.5 Mantenimiento de registros	54
2.15. Requisición	55
2.15.1 Formatos de requisición de compras	56
2.16. Recepción de los materiales	57
2.16.1 Descripción de la mercancía	57
2.17. Control de compras.	58
2.18. Control de inventarios	60
2.19. El reto de la administración de compras	61

CAPÍTULO III IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTOS APLICADO AL GIRO DE COSMÉTICOS EN LA MEDIANA EMPRESA

3.1 Situación actual	64
3.1.1 Nombre de la empresa	64
3.1.2 Giro de la empresa	64
3.1.3 Sociedad mercantil	64
3.1.4 Capital Social	64
3.1.5 Registro Federal de Causantes	64
3.1.6 Registro al Padrón del IMSS	64
3.1.7 Domicilio Fiscal	64
3.1.8 Tamaño de la Empresa	64
3.1.9 Personal Ocupado	64
3.1.10 Personal de la Gerencia de Compras y Almacén	64
3.1.11 Antecedentes Históricos	65
3.1.12 Recursos Adoptados de Funcionamiento	66
3.1.13 Objetivo Organizacional	67
3.1.14 Objetivo General	67
3.1.15 Objetivos Específicos	67
3.1.16 Políticas	67
3.1.17 Organigramas	69
3.1.18 Funciones Operativas	69
3.1.19 Procedimientos	71
3.1.20 Productos	72
3.1.21 Sistemas de Comunicación	76
3.1.22 Sistemas de Distribución	76
3.1.23 Proveedores	79
3.1.24 Proceso de Compras	80
3.1.25 Fortalezas	81
3.1.26 Debilidades	81
3.2 Propuestas de Adecuación	82
3.2.1 Objetivos Organizacionales	82
3.2.1.1 Generales (Estratégicos)	82
3.2.1.2 Específicos (Tácticos)	82
3.2.2 Organigrama	83
3.2.3 Plan de Compras	84
3.2.4 Anteproyecto de Compras	84
3.2.5 Estrategias de Compras	85
3.2.6 Lote Económico	85
3.2.6.1 Plan de Compra Máximo	85
3.2.6.2 Plan en base al tiempo de reducción	85
3.2.6.3 Plan en base al precio del mercado	86
3.2.6.4 Fabricar o Comprar	86
3.2.6.5 Las Muestras	86
3.2.6.6 Los Diseños y Modelos	86
3.2.6.7. Acondicionamiento del Producto	87
3.2.7 Misión	87

3.2.8. Vision	87
3.2.9. Valores Institucionales	87
3.2.10 Cultura Organizacional	87
3.2.11 Procedimiento de Compras (factibilidad de Actividades)	87
3.2.12. De la estrategia organizacional a la estrategia de compras	88
3.2.13. Manual de procedimientos de compras	88
3.2.13.1 Generalidades	91
3.2.13.2 Objetivos	91
3.2.13.3 Sistemas de Información	92
3.2.14 Presupuestos	92
3.2.15 Catálogos de Formas de Control	94
3.2.16 Sistemas de Control	94
3.2.17 Interacción de adquisiciones con otras áreas	95
3.2.18 Inventarios	96
3.2.19 Control de Compras	97
ANEXOS	99
GLOSARIO DE TERMINOS	148
CONCLUSIONES	151
RECOMENDACIONES	152
BIBLIOGRAFIA.	154

I N T R O D U C C I Ó N .

Es evidente que las empresas que se manejan con éxito y tienen buenos resultados, son las que aplican con precisión las técnicas y procedimientos administrativos, que permiten establecer con exactitud las decisiones de cada área funcional que conducen a la adquisición de recursos (activos circulantes y activos) para la empresa. Como tal se ocupa de las situaciones que requieren de la selección de sistemas y procedimientos que permitirán a cada unidad establecer un criterio homogéneo y alcanzar de manera simultánea los objetivos organizacionales.

En la actualidad los ejecutivos de las entidades económicas toman decisiones apoyados en técnicas y herramientas administrativas, mismos que los llevan al éxito en sus operaciones, si esto se ha sabido analizar e interpretar de manera correcta, pero algunos necios insisten en ignorar la ciencia y tecnología, las experiencias de otros organismos sociales que por error o ignorancia partieron de una idea y hoy ya no existen, se fueron al fracaso.

La dirección debe de asegurarse que el capital de trabajo se encuentre equilibrado entre los inventarios, materia prima y materiales, etc.,

Resulta que la mayoría de directivos y ejecutivos no prestan atención debida a las operaciones sobre compras y abastecimiento, siendo que es vital para el logro de los objetivos.

Es por lo anterior que esta investigación expone un análisis de las adquisiciones y el abastecimiento en una empresa mediana dedicada a la fabricación y distribución de cosméticos ya que es de suma importancia que exista en una empresa de tales características un departamento de Compras bien estructurado, sistematizado que funcione a través de una excelente planeación, programación, control y seguimiento de acciones.

Es importante mencionar que mientras el sistema de compras y abastecimientos sea más eficiente el resultado de las operaciones de cada área técnico – administrativa será más razonable.

Se espera que el presente trabajo sirva como indicador al organismo que nos involucra para que se corrijan errores, omisiones, desviaciones y deficiencias legando como marcan los cánones de la administración (circunstancias, modalidades) una herramienta que sea útil y prácticas para la interacción de enlace de operaciones que faciliten toda intención y optimicen el tiempo, el dinero y el esfuerzo.

Se pone a consideración el siguiente trabajo de investigación para los que se vean en la necesidad de involucrarse en el proceso de compras tales como: jurado, docentes, investigadores, alumnos, micro empresarios y público en general cuenten con un indicador que les permita llevar una excelente planeación, programación control y seguimiento de sus funciones para su observación, conocimiento análisis e interpretación.

El documento queda estructurado de la siguiente manera:

CAPÍTULO PRIMERO: CONCEPTOS GENERALES DE ADMINISTRACION
Proporcionar el lector los mecanismos de acción de la administración en su forma y fondo para que los conozca y aplique en el momento que sean necesarios.

CAPÍTULO SEGUNDO: ADMINISTRACIÓN DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTOS. Se enuncian los aspectos más importantes sobre las compras en su concepto, técnicas, proceso, estructura y políticas que permiten al usuario su conocimiento e interpretación y su aplicación correcta sin importar la dimensión del organismo social al que representa.

CAPÍTULO TERCERO: IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTOS APLICADO AL GIRO DE COSMÉTICOS EN LA MEDIANA EMPRESA. Este se divide en dos puntos, el primero del como aplica el organismo social de referencia su administración de Compras y la segunda la propuesta de cómo debe de administrar las adquisiciones conforme a los principios y políticas que establece la administración para hacer de una función la eficiencia y competitividad.

CONCLUSIONES: Son Los aspectos más trascendentales que nos dejo el estudio y análisis del presente documentos.

RECOMENDACIONES. Sugerencias hacia la empresa que nos involucra y propuestas para llevar un control y seguimiento de acciones que permitan seguridad, confiabilidad y estabilidad competitiva en el ramo en que interactúan.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS. Son las fuentes en las que se obtuvo la información, buscando en ella precisión, actualización, confiabilidad y trascendencia sobre los puntos que fueron tratados en este documento.

CAPITULO

I

CONCEPTOS GENERALES DE LA ADMINISTRACION

CAPÍTULO I CONCEPTOS GENERALES DE LA ADMINISTRACION

Los organismos sociales a través de sus representantes legales (Administradores, encargados y personal improvisado) siguen insistiendo en realizar las funciones de manera empírica o de forma impositiva y en ocasiones por capricho haciendo las actividades más difíciles, incongruentes, desgastantes, confusas, dolosas y lo más importante, un problema y caos hacia los objetivos de la empresa o los accionistas.

Los entes económicos exigen hoy en día creatividad, experiencia e inteligencia para diseñar sistemas y procedimientos de acción que precisen los cursos de acción a seguir haciéndolo más congruente, eficiente, preciso, confiable, esto se logra bajo los principios que se enuncian:

- a). Contratar los servicios especializados de un Lic. En Administración y de preferencia certificado con experiencia o el ramo en el que desea participar**
- b). Dejar que éste aplique las técnicas y herramientas afines para hacer de su Empresa un sistema competitivo y Reconocido por los que integran su entorno.**
- c). Jamás restringir los recursos porque a través de ellos se logra el objetivo.**

Como administradores estamos convencidos que diseñando los métodos y procedimientos; las funciones son más claras y lógicas ya que en ellas estableceremos que cada nivel tenga la responsabilidad de entender sus objetivos, pensar sus estrategias y desarrollar e implementar sus tácticas que van a generar los objetivos.

La administración es tan antigua como el hombre mismo que solo los necios o ciegos se niegan a percibirla, analizarla, entenderla y aplicarla, y se resume que es por miedo e ignorancia al cambio, porque tal vez sienten que les puede quitar confianza, fuerza, imagen o poder siendo todo lo contrario, la administración es una herramienta tan firme y precisa que determina lo congruente en forma y fondo lo que se tiene que hacer en tiempo y espacio

1.1. Palabra etimológica de administración.

Etimológicamente la palabra administración significa dirigirse hacia una acción u objetivo. Se forma del prefijo “ad”, hacia, y de “ministratio”. Esta última palabra viene a su vez de “minister”, vocablo compuesto de “minús.”, comparativo de inferioridad, y del sufijo “ter”, que sirve como término de comparación.

1.2. Definiciones de administración.

El conocer y dominar conceptos es la primera responsabilidad y propósito del lector, ya que los términos nos dan la seguridad y confianza de lo que hacemos y buscamos. Lo anterior permite proponer al lector las siguientes definiciones:

“Es la actividad por la cual se obtienen determinados resultados a través del esfuerzo y la cooperación de otros.”¹

“Es una ciencia social que aplicada a conjuntos humanos bien dirigidos, busca resultados de máxima eficiencia y eficacia para el logro de los objetivos comunes.”²

“Es un proceso o serie de actividades continuas interrelacionadas entre sí. Comprende y se concentra en el alcance de las metas de la organización, Estas metas se alcanzan trabajando con y por medio de la gente y de otros recursos organizacionales.”³

***“La administración trata del planteamiento, de la organización, de la dirección y el control de todas las actividades diferenciadas, por la división del trabajo que ocurre dentro de una organización”.*⁴**

¹ AMERICAN MANAGEMENT ASSOCIATION, Principios de Administración, México, quinta edición, Acuario, pp. 41

² BRENCH, E. F. L., Administración moderna, México, primera edición, Noriega Limusa, pp. 03

³ CERTO, Samuel C. , Administración moderna., México, Segunda edición, Printece Hall.,Pag. 06

⁴ CHIAVENATO, Idalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, México, tercera edición, Mc Graw Hill, pp. 1

“Es la ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo y la coordinación de otros”.⁵

“Es el esfuerzo coordinado de un grupo social para obtener un fin con la mayor eficiencia y el menor esfuerzo posible”.⁶

“Es una técnica por medio de la cual se determinan, clasifican y realizan los propósitos y objetivos de un grupo humano particular.”⁷

“Consiste en lograr un objetivo predeterminado mediante el esfuerzo ajeno.”⁸

“La administración trata del planteamiento, de la organización, de la dirección y el control de todas las actividades diferenciadas, por la división del trabajo que ocurre dentro de una organización”.⁹

“La administración es un proceso o serie de actividades continuas interrelacionadas entre sí. Comprende y se concentra en el alcance de las metas de la organización, estas metas se alcanzan trabajando con y promedio de la gente y de otros recursos organizacionales”.¹⁰

De lo anterior se concluye que Administración es una ciencia social interdisciplinaria que a través de la fijación de sus objetivos, el establecimiento de técnicas y procedimientos y la optimización de sus recursos interviene para diseñar los cursos de

⁵ FERNÁNDEZ Arena, José Antonio, Curso Introductorio a la Administración, México, segunda edición, Trillas, pp. 13

⁶ MUNCH Galindo, Lourdes, Fundamentos de Administración, México, Trillas, pp. 25

⁷ PETERSON Y PLOWMAN, Orígenes y perspectivas de la administración, México, quinta edición, trillas, pp. 31

⁸ TANNENBAUN, F., El Ejecutivo y la empresa, México, C.E.C.E.C.S.A, pp. 48

⁹ TERRY, GEORGE, Principios de Administración, México, tercera edición, C.E.C.S.A, pp. 7

¹⁰ VELASCO Maldonado, María Antonieta. Introducción a la Administración y organización de empresas, México, segunda edición, Mc Graw Hill, pp.5 6

acción a seguir para cubrir en el mercado beneficios y desarrollarse en tiempo y espacio a la par con su competencia próxima.

1.3 Objetivos de la administración:

Ser un instrumento que señale al interlocutor sus procesos de manera ordenada y sistematizada, para que a través de ella logre sus resultados.

La administración permite a un accionista, representante legal o encargado de un organismo social definir hacia donde se quiere dirigir, todo le resultará más lógico, congruente, fácil, preciso, seguro, confiable, y determinante que les llevara a conocer de manera anticipada cuales son los procesos a desarrollar para no cometer desviaciones, errores, omisiones e incongruencias que le impidan llegar al fin propuesto y le ocasionen pérdida de tiempo esfuerzo y dinero.

La técnica de la administración siempre se conduce hacia un fin común, y esto permite que se apliquen sus herramientas a cualquier empresa, siendo un instrumento cien por ciento práctico, la administración resulta ser un medio para lograr un fin y no un fin en sí misma. Si el individuo sabe con precisión que quiere y conoce como obtenerlo tendrá la seguridad siempre de lograr sus propósitos.

1.4. Importancia de la administración.

Los Organismos sociales según el ramo o giro tienen acciones prioritarias y secundarias, según el objetivo y la misión hacia la sociedad que representan.

La administración fue propuesta con el propósito de ser una guía de carácter universal sin importar la disciplina o actividad y simplemente buscar darle alternativas de solución a sus inquietudes e interrogantes en el momento que estos se presenten.

La administración se auxilia de otras ciencias (Exacta, naturales y sociales) y técnicas ya que no es una ciencia individual sino de participación colectiva, y por lo tanto se identifica como un instrumento que no tiene características propias que le

proporcione un carácter específico, pero sí participativo que le permite lograr sus objetivos propuestos.

La administración es fundamental porque trabaja por objetivos o resultados y evita evasivas, confusiones en acciones definidas, congruentes y factibles.

1.5. Antecedentes históricos de la administración.

El progreso es un proceso en el devenir de los pueblos, y atentos a este el hombre en cada uno de sus espacios y tiempo ha dado un paso importante a su existencia y desarrollo.

Autores diversos tienen un punto de vista diferente de los procesos de evolución de la administración pero entre todos coinciden que en ese espacio el hombre ha creado sistemas de estabilidad, desarrollo, satisfacciones que le han permitido transformar e ir innovando herramientas que simplifican su interacción y le brindan salud, comodidad, menor esfuerzo, más opciones a sus gustos y preferencias de deseos o necesidades, aunque otros en menor escala insisten en destruir o desequilibrar los entornos por su malicia, egoísmo o desequilibrio mental.

Las etapas de su desarrollo son:

a). Época Primitiva.

- División del trabajo por edad y sexo
- Utilización de la administración en forma rudimentaria

b) Periodo Agrícola

- Vida sedentaria
- Aparición del Estado
- Desarrollo de grandes civilizaciones
- Utilización de la administración empírica

c) Antigüedad Grecolatina

- Esclavismo
- Aplicación de la administración
- Supervisión.
- Sanciones

d) Feudalismo

- **La Administración la impone el gobernador, Latifundista, Feudal, Aristocracia, etc.**
- **Aparecen los talleres**
- **Estructuras organizacionales**
- **Supervisión especializada**
- **Sindicatos.**

e) Revolución Industrial.

- **Inicio y desarrollo de la ciencia y la tecnología**
- **Especialización**
- **Centralización de la producción**
- **Administración de tipo coercitivo**
- **Explotación humana**
- **Excesivas horas de trabajo**
- **Estructuras de trabajo más complejas.**
- **Asesores administrativos.**

f) Época Moderna

- **Desarrollo tecnológico e industrial**
- **Surge la administración científica**
- **Sistemas de información**
- **Escuelas cuantitativas**
- **Fortalecimiento de la administración**
- **Viajes espaciales**

g) Época contemporánea.

1.6. Marco legal (Normatividad) de la administración

Los principales documentos o instrumentos normativos que utiliza el empresario o su representante para dar de alta su empresa, cumplir de manera oportuna y eficaz con sus derechos y obligaciones que ésta marca y para interactuar de manera firme y continua.

Se señalan a continuación algunos instrumentos de regulación, con el propósito de conocerlos y homogenizar su uso en un ramo o sector establecido, previo acuerdo y apoyo en la:

- **Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos.**
- **Código civil.**
- **Código de comercio**
- **Código federal de procedimientos penales.**
- **Código fiscal.**
- **Legislación aduanera**
- **Legislación bancaria.**
- **Legislación sobre derechos de autor.**
- **Ley de asentamientos humanos. Ley de desarrollo urbano de distrito federal.**
- **Ley de protección al consumidor**
- **Ley de vías generales de comunicación.**
- **Ley del impuesto sobre la renta.**
- **Ley del seguro social.**
- **Ley Federal del Trabajo.**
- **Ley general de salud.**
- **Ley General de Sociedades Mercantiles.**
- **Ley general de títulos y operaciones de créditos.**
- **Ley orgánica de la administración pública federal.**
- **Reglamento sobre policía y tránsito.**

1.7 Características de la administración.

La administración es única, preferente diferente, necesaria e integral para cualquier actividad, que la hace factible, accesible y congruente, lógico, oportuno, confiable lo que permite a los usuarios utilizarla en forma y fondo proporcional, hacia los fin establecidos.

Sus etapas son:

a) Universalidad:

Es una ciencia interdisciplinaria que se utiliza en cualquier lugar que se encuentre realizando una actividad un individuo sin importar sus conocimientos o experiencias sobre la materia, sirve como guía para la fijación de los objetivos

b) Valor instrumental:

La administración resulta ser un medio para lograr un fin y no un fin en sí misma: mediante esta se busca obtener determinados resultados. La administración es un instrumento facilitador que permite a la persona que acude a ella retomar principios o procedimientos que le van a señalar como ir conjuntando sus funciones o actividades, utilizando y optimizando sus recursos que le van a permitir llegar en tiempo y espacio al objetivo deseado.

c) Unidad temporal:

Dentro del proceso administrativo existen diversas fases y etapas sin embargo trabajan simultáneamente, con la idea de obtener los resultados óptimos o deseados en cuanto a las necesidades planteadas de cada organización.

d) Amplitud de ejercicio:

La administración se ejercita en cualquier nivel de un organismo social es decir desde un directivo, ejecutivo, técnico, administrativo, apoyo, etc.

e) Especificidad:

La administración ha sido diseñada para que por su esencia sea única y no se confunda con ninguna otra disciplina.

f) Interdisciplinariedad:

La administración como otras disciplinas no es autónoma, sino que requiere de la interacción de otras ciencias o disciplinas que la auxilien, la fortalezcan y le permitan diseñar sus estructuras y espacios para establecer su cimentación de análisis y diseño de sistemas.

.

g) Flexibilidad:

Es tan sencilla que cualquier individuo puede aplicarla sin tener estudios superiores en administración.

1.8 Clasificación de la administración

La disciplina que nos involucra tiene dos visiones para la sociedad sin embargo por sus características la administración solo debería de ser integral y una sola sin derivarse de las que se enuncian.

- a) **Administración privada:** Es la disciplina que consideramos integral y universal y permite a cualquier ente económico definir sus objetivos a través de planes, programas y rutas de control para lograr sus propósitos en fondo y forma.

Ejemplo: Panasonic, Ford Motor Co. Palacio de Hierro, General Electric, Casio, Grupo Electra, Papelera San Rafael, Avantel, BBVA Bancomer, Grupo Metropolitano de Transporte, S.A. de C. V.dixon Vividle, Office Depot, Comercial Mexicana, Cia. Provedora del Hogar, etc.

b) Administración pública. La administración pública es aquella que coordina y dirige el gobierno federal para proporcionar a la ciudadana servicios afines a sus necesidades.

Ejemplo: Presidencia de la República, Secretarías de Estado como la de Gobernación,

Dirección General de Asuntos Religiosos, Gobierno Constitucional del Estado de México, H. Municipio Metepec, Estado de México.

1.9 El proceso administrativo como método de la administración.

El proceso es una aportación del Ing. Industrial Henry Fayol que la estableció como una correlación del método científico, es decir una serie de pasos rigurosamente ordenados y sistematizados con un principio y un fin que permiten al interlocutor conocer la entrada de la investigación, los procesos y la salida que es el resultado que esperaba.

Como concepto tenemos que: “es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad”.¹¹ Las descripciones individuales son aquellas con las cuales integramos un proceso; es así que estas mismas determinan un modelo, el cual nos facilita el manejo por parte de estudiantes y profesionales.

Los elementos o etapas del proceso administrativo son una secuencia también establecida por Fayol la cual le permitía al empresario diseñar su proceso de interacción con el fin de establecer desde el principio sus propósitos quedando como propuesta: planeación, organización, dirección o coordinación y el control.

Se retoma una serie de etapas o elementos que servirán al lector para determinar su curso de acción a seguir estableciendo en forma y fondo sus objetivos congruentes y factibles para lograrlos en tiempo y espacio.

¹¹ MÜNCH, Galindo Lourdes, Ob. Cit., pp 31

1.9.1 Previsión.

Para lograr una buena previsión es necesario fijar objetivos o fines que se persiguen, como así, investigar los factores positivos y negativos que nos ayudan de alguna manera en la búsqueda de esos objetivos. También es necesario coordinar los distintos medios que nos permitan escoger alguno de ellos como base de nuestros planes.

*“Las previsiones deben descansar en hechos más bien que en opiniones subjetivas”.*¹²

1.9.2 Planeación.

El administrador proyecta de antemano sus metas y acciones. Sus acciones suelen basarse en algún método, plan o lógica. La planeación da una mejor organización y funcionamiento de los objetivos, para obtener mejores procedimientos. Siendo el primer paso de la planeación la selección de las metas de toda la organización, después son fijados los objetivos, fijado esto se plantean los programas para alcanzarlos de una forma sistemática. Permittedle al administrador:

- a) Que cualquier miembro de la organización lleve a cabo sus actividades de acuerdo a los procedimientos y objetivos planteados y elegidos y que por lo tanto sean adecuados.**
- b) Que dicha organización obtenga y dedique todos los recursos necesarios para alcanzar los objetivos planteados.**
- c) Y que por lo tanto, los objetivos sean vigilados y medidos para adecuarlos en caso de no ser satisfactorios.**

1.9.3 Organización.

La organización refiere a la estructura que es la parte más típica de los elementos que le corresponden a la mecánica administrativa. Es por eso, que se refiere a como se

¹² REYES, Ponce Agustín, Administración de Empresa, teoría y práctica primera parte, México, vigésimo novena reimpresión, Limusa, pp. 106.

deben realizar las funciones, niveles jerárquicos y actividades, es por eso que siempre menciona las funciones, que están por estructurarse en el futuro a corto y largo plazo; es así que nos indica cómo y quién va a realizar las actividades señaladas.

1.9.4 Dirección.

La dirección es uno de los elementos de la administración con el cual hacemos que se logre la realización de todo lo planeado por medio de la autoridad de la más alta jerarquía dentro del cuadro organizacional. Ya que estos vigilan que se cumplan de forma correcta las ordenes emitidas. Este es uno de los puntos más importantes ya que sin la dirección no se puede lograr que realicen las actividades marcadas a los subordinados, es decir, si no existiera una o varias personas que se encargaran de dirigir, sería una anarquía en cualquier organización. Por medio de la dirección se logra que los grupos logren los objetivos adecuados con los planes y la organización ya marcados. A esta función se le conoce con diversos términos: liderazgo, motivación, entre otros. Pero de igual forma es lo mismo; consiste en hacer que todos los miembros actúen de forma que contribuyan al logro de los objetivos planteados. Básicamente la dirección es una forma de trabajar directamente con la gente.

1.9.5. Control.

El administrador trata de asegurarse de que la organización siga la dirección correcta en la obtención de sus metas. Este es el último paso donde el gerente o el líder deben de verificar que las acciones de los miembros se lleven a cabo para la obtención de sus metas. Es la medición de los resultados actuales y pasados ya sea total o parcialmente con el fin de corregir, mejorar y formular nuevos planes.

Podríamos decir, que es la recolección de los datos para conocer la realización de los planes. El control consta de tres elementos esenciales:

- **Establecer estándares**
- **Medición de resultados**
- **Corrección**
- **Retroalimentación**

1.10 Los principios administrativos.

Los principios de la administración se definen de una manera sistemática apartándose de cualquier idea de rigidez por cuanto nada hay de rígido o absoluto en manera administrativa, por lo tanto los principios pueden ser maleables y se adaptan a cualquier circunstancia, tiempo o lugar.

- **División del trabajo: consiste en la especialización de las tareas y de la persona para aumentar su eficiencia.**
- **Autoridad y responsabilidad: es el derecho de dar órdenes y el poder y esperar obediencia; la responsabilidad es una consecuencia natural de la autoridad, ambas deben de estar equilibradas entre sí.**
- **Disciplina: Es la obediencia, aplicación, energía, comportamiento, y respecto de los acuerdos ya establecidos. Ejemplo: Exige un clima cordial entre jefes, subordinados y compañeros, invita a la comunicación, el dialogo, respeto, comportamiento y conducta intachable, para crear un ambiente familiar**
- **Unidad de mando: cada empleado debe de recibir órdenes de un solo superior. Es el principio de la autoridad única.**
- **Unidad de dirección: una persona y un plan para cada grupo de actividades que tengan un mismo objetivo.**

- **Subordinación de los intereses individuales a los intereses generales. Los intereses generales deben de sobreponerse a los intereses particulares.**
- **Remuneración del personal: este es el pago justo y garantizado para los empleados.**
- **Centralización: concentración de la autoridad en la más alta jerarquía de la organización.**
- **Jerarquía o cadena escalar: esta se refiere a la línea de autoridad que va del escalón más alto al más bajo. Es el principio de mando.**
- **Orden: Búsqueda de la armonía en determinar situaciones y saber que hay un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar.**
- **Equidad: Unión de la benevolencia y la justicia, además de las normas.**
- **Estabilidad de personal: Los subordinados deben tener la seguridad que su puesto esta a disposición de ellos y que la empresa se preocupa por tenerlos en constante desarrollo.**
- **Iniciativa: Fuente de innovación y avance constante.**
- **Unión de personal: Trabajadores juntos para mantener un buen clima organizacional.**

1.11 Ámbito de aplicación de la administración.

A principio comentaba que la administración es de carácter universal, en donde interactué el individuo estará esta técnica presente para apoyarlo y llevarlo hacia su objetivo. El ámbito de interacción es:

- **Casa**
- **Escuela**
- **Centro religioso**
- **Centro comercial**
- **Centro cultural**
- **Centro recreativo**
- **Deportivo**
- **Turístico**
- **Altruista**
- **Asesoría**
- **Consultoría**

1.12 Profesionista responsable de coordinar la administración en un ente económico.

En cualquier entorno debe de existir una persona que asuma el compromiso de dirigir los destinos de una acción de manera oportuna, ordenada, incondicional y profesional y la administración no hace la excepción porque forma expertos en la materia para dar el servicios y lograr los resultados de cualquier ente económico. Recomendando siempre el orden que se indica:

- **Licenciado en Administración de Empresas.**
- **Actuario**
- **Contador público**
- **Ingeniero industrial**
- **Psicólogo industrial**

Y sin embargo respetando el principio tan lógico que indicaba Fayol sugiero que siempre en cualquier perfil organizacional se haga como único el primer profesionalista que es el administrador porque cuenta con las potencialidades para crear y transformar empresas

1.13 Organismos que regulan la ejecución de la administración.

1.13.1. Organismos Públicos.

- **Procuraduría General de la República (PGR)**
- **Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)**
- **Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)**
- **Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)**
- **Secretaría de Economía (SE)**
- **Secretaría de Educación Pública (SEP)**
- **Secretaría de Energía (SENER)**
- **Secretaría de Gobernación (SEGOB)**
- **Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)**
- **Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA)**
- **Secretaría de la Función Pública (SFP)**
- **Secretaría de la Reforma Agraria (SRA)**
- **Secretaría de Marina (SEMAR)**
- **Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE)**
- **Secretaría de Salud (SS)**
- **Secretaría de Turismo (SECTUR)**
- **Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales (SEMARNAT)**
- **Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)**
- **Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE)**
- **Secretaría de educación pública (SEP)**
- **Secretaría de energía (SENER)**
- **Secretaría de economía (SECON)**
- **Secretaría de desarrollo social (SEDESOL).**

1.13.2. Organismos privados.

- **Cámara Nacional de la Industria de la Transformación**
- **Confederación Patronal de la República Mexicana**
- **Confederación de Cámaras Industriales**
- **Cámara de Comercio**
- **Confederación de Cámaras de Comercio**
- **Colegios de Licenciados en Administración**

La administración es una herramienta que sabiéndola observar, analizar, interpretar y entender se podrá aplicar sin contratiempos, con seguridad y certeza.

CAPITULO

II

**ADMINISTRACION DE COMPRAS Y
ABASTECIMIENTOS**

CAPÍTULO II ADMINISTRACION DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTOS

INTRODUCCIÓN A LAS COMPRAS.

En la época actual por la que estamos pasando, que es de crisis económica, escasez de dinero, precios inestables, dependencia de materia prima importada, así como de tecnología, contratación de mercados, etc., considero que es de vital importancia la eficiente inversión del dinero de una organización, ya que de no hacerlo adecuadamente se presentara la irremediable desaparición de la organización.

Por lo anterior considero primordial la profesionalización del área de compras, y sobre todo de su sistema de información, ya que sin importar su tamaño y el giro a que se dedique, siempre va a resaltar la función tan trascendente que son las compras.

La función de compras ha sido llevada por personas que no tienen la preparación especializada durante mucho tiempo, debido a las situaciones cada día más complejas, nos damos cuenta que se requiere de profesionales en esta área.

Es por eso que es muy necesario poseer una clara comprensión de los objetivos y los principios básicos de la función de compras que nos permita adaptar las decisiones que toda empresa moderna requiere.

2.1. Generalidades

El proceso de constituir una organización efectiva incluye muchas actividades, pero ninguna de ellas, es más importante que el inicio de las interrelaciones entre estrategias, estructuras y delegación. Las estrategias, una vez que se han diseñado, deben integrarse mediante alguna organización estructural, cualquiera que sea el diseño seleccionado debe existir delegación dentro de la organización. Lo que hace que la actividad de organizar la función de abastecimiento de materiales sea particularmente difícil; es que no solo se deben considerar la estrategia corporativa y las necesidades internas, sino también el mundo externo.

Al aumentar la complejidad de las organizaciones debido al crecimiento de las adquisiciones y fusiones, las líneas de abastecimiento se hicieron más inciertas, la actividad de compras en el extranjero se dinamizó, se dio mayor atención a la calidad del material comprado al recibirlo y se intensificó el énfasis en la obtención de utilidad; al comprar como un medio de mantener o incrementar la posición competitiva de la organización. Los departamentos de compras tuvieron que asumir responsabilidades mayores y diferentes...,

2.2. DEFINICIONES

Antes de realizar la profundización sobre el tema de adquisiciones considero pertinente introducir al lector en las siguientes interrogantes con el fin de despertar en él, la ansiedad del pensamiento y el procesamiento de información con el propósito de que identifique con claridad los términos que utilizarán en su entorno.

¿Qué es?, ¿Cómo es? ¿Cuándo se utiliza? ¿Para qué se aplica? ¿Dónde inicia y termina? Y una vez obtenidas las respuestas paso al desarrollo del tema.

La compra como uno o más actos que se relacionan con la planeación, adquisición y utilización de los materiales en toda función de la empresa iniciando en el proceso productivo, y concluyendo hasta la presentación del producto al cliente, dichos actos habrán de ser coordinados por un profesionalista con habilidades para administrar los recursos materiales.

Para el administrador las compras describen un proceso sistemático y riguroso que facilita al operario sus funciones y le permiten visualizar lo siguiente:

- Surgimiento de necesidad**
- Su ubicación**
- Elección del proveedor**

Ya establecido el punto de referencia de la administración de compras paso a la definición del término para que el interlocutor analice los puntos de vista de los tratadistas de la materia y una vez identificadas saque su concepto personal para su uso.

Comprar es una función elemental e importante para realizar actividades y promover el bienestar humano.¹³

Comprar es adquirir bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de una entidad y después de ello lograr sus objetivos eficientemente.¹⁴

Es la adquisición de bienes y servicios de la calidad adecuada en el momento, al precio adecuado y del proveedor más apropiado.¹⁵

Compras constituye una de las funciones básicas de cualquier organización. La estructura de la función de administración de compras y materiales para obtener una contribución efectiva en toda la organización.¹⁶

“Consiste en adquirir bienes y servicios en cantidad y calidad adecuadas, al mejor precio convenido, en el tiempo de entrega fijado, de acuerdo con las cláusulas del contrato concertado con el proveedor más apropiado”¹⁷

Adquisición mediante pago.¹⁸

Es la adquisición de materiales, de servicios y de equipo, de la calidad apropiada, en las cantidades correctas a los precios adecuados y en el momento oportuno y sobre una base continua.¹⁹

¹³ Sandholm, Lennart “**Control total de calidad**” Edit. Trillas Pág. 51

¹⁴ Miller, Roger Leroy Microeconomía moderna Edit. Harla Pág. 267

¹⁵ Cruz Mecinas, Leonel Compras Edit. CECSA, Pág. 10

¹⁶ Cruz Mecinas, Leonel Como administrar pequeñas y medianas empresas Edit. Ecafsa Pág. 297

¹⁷ Longenecker, Justin G Administración de pequeñas empresas Edit. Thompson, Pág 432

¹⁸ Diccionario usual Larousse Pág. 148

Precisar en una empresa cuáles son sus necesidades en bienes o servicios, identificando y comparando a los proveedores y los abastecimientos que se tienen disponibles, negociar con sus abastecedores quienes constituyen las fuentes de abastecimiento o de algún modo llegar a los convenios en los cuales se estipulan los términos de adquisición, celebrar contratos y colocar pedidos, para finalmente recibir los bienes y los servicios, prosiguiendo el pago de éstos.²⁰

Agrupamiento de materiales o de partes similares bajo el control de un solo comprador para el procuramiento de todos los requerimientos que apoyen la producción.²¹

Es aquel acto mercantil por el cual una persona u organización adquiere bienes y/o servicios a cambio de una suma de dinero.²²

Una vez concluido el análisis de pensamientos administrativos se concluye con el siguiente concepto:

“La compra actualmente, la gestión de compras es un elemento clave para la competitividad de las empresas debido a la importancia que tiene en los resultados empresariales a través del margen de beneficio, de los plazos de entrega, de la calidad del producto/servicio, de la satisfacción del cliente, etc.”

¹⁹ Baily, P.J.H. Administración de compras y abastecimientos Edit. CECSA Pág. 11

²⁰ Vazquez Cruz, E. Francisco Dirección de Adquisiciones Edit. IPNESA TEPEPAN Pág.4

²¹ Forgaty, Cfpim, Donald W Administración de pequeñas y medianas empresas Edit. CECSA Pág. 375

²² Mercado Hernández, Salvador Administración de pequeñas y medianas empresas Edit. PAC, S.A. de C.V.

2.3. OBJETIVOS

El establecimiento estándar de los objetivos generales de la función de compras es obtenerlos materiales adecuados en la cantidad debida para su envío en el momento preciso y al lugar correcto, prestando el servicio correcto y al precio conveniente, con el firme propósito de distribuirlos en el tiempo y lugar que estos son requeridos para realizar sus tareas asignadas.

Se indican del modo siguiente:

- Anticipación del requerimiento de materiales.**
- Origen y obtención de los materiales.**
- Introducción de los materiales a la organización.**
- Seguimiento del estado de los materiales como un activo actual.**
- Mantener la continuidad de abastecimiento.**
- Hacerlo con la inversión mínima en existencia.**
- Evitar duplicaciones, desperdicios e inutilizaciones de los materiales.**
- Mantener los niveles de calidad en los materiales, basándose en lo adecuado de los mismos para el uso que se destinan.**
- Procurar materiales al precio más bajo posible compatible con la calidad y el servicio requeridos.**

Es así como la administración de compras ha tenido que resolver durante años problemas que se refieren a estos desde el punto de vista general de la empresa mediante actividades coordinadas de sus diferentes funciones, proporcionando una red de comunicaciones y realizando un control de su flujo.

Una declaración mas especifica de los objetivos generales de las compras podría incluir los siguientes puntos.

1. Proporcionar un flujo interrumpido de materiales, abastecimientos y servicios requeridos para la operación de la organización. La falta de inventarios de materias primas y de partes para la producción podría disminuir una operación y ser extremadamente costosas en términos de pérdida de producción, al incrementar los costos de operación debido a los costos fijos y la incapacidad para satisfacer las promesas de envío a los clientes.

2. Conservar las inversiones y pérdidas mínimas en el inventario. Una manera de asegurar un flujo ininterrumpido de materiales es conservar grandes cantidades en el inventario.

3. Mantenimiento de estándares o controles de calidad adecuados. La necesidad de mejorar la calidad para competir efectivamente al nivel de todos los competidores, ha causado renovada atención a los objetivos de calidad en las compras. Para producir el producto o prestar el servicio deseado se requiere cierto nivel de calidad para cada uno de los materiales que se reciban.

4. Estandarizar en lo que sea posible los productos comprados. Si la compra se puede hacer en cantidad de un artículo que pueda hacer el trabajo que dos o tres diferentes artículos hacían anteriormente, la organización puede ganar ventajas de eficiencia a través de un precio inicial más bajo resultante de un descuento por la cantidad comprada que implicaría una reducción de costos y de una mayor competencia entre los proveedores.

5. Compra de los artículos y servicios requeridos al precio final más bajo. El departamento de compras debe esforzarse en obtener los artículos y servicios necesarios al menor precio posible considerando que la calidad el envío y los requerimientos de servicios también sean satisfactorios.

6. La adquisición de de materiales, suministros, servicios y el equipo de la calidad apropiada, en las cantidades correctas, a los precios adecuados en el momento debido y sobre una base continua ha acaparado la atención de muchos empresarios.

7. Mejorar la posición competitiva de la organización. Una organización puede ser competitiva solamente si puede controlar los costos a fin de proteger los márgenes de utilidad.

8. Lograr interrelaciones de trabajo armoniosas, productivas con otros departamentos dentro de la organización. Las acciones de compras no pueden llevarse a cabo eficientemente solo con el esfuerzo del departamento de compras; para el éxito es vital la cooperación de otros departamentos y de las personas que trabajan en la empresa.

9. Alcanzar los objetivos de compras al menor nivel posible de costos de administración. Los objetivos de la compra se deben de alcanzar tan eficiente y económicamente como sea posible lo cual requiere que el encargado de compras revise continuamente la operación para asegurarse de que el costo es efectivo.

10. Encontrar o desarrollar vendedores competentes. El éxito de las compras depende de la habilidad para localizar o desarrollar los vendedores apropiados. Solamente si la última selección da como resultado vendedores que tenga interés y que sean responsables con la empresa para obtener los artículos que se necesitan al costo final más bajo.

Las estrategias, una vez que se han diseñado deben de integrarse mediante una organización estructural, cualquiera que sea el diseño seleccionado debe de existir delegación dentro de la organización.

2.4. IMPORTANCIA

Al paso del tiempo ha aumentado la complejidad de las organizaciones debido al crecimiento, las adquisiciones y fusiones, las líneas de abastecimiento se hicieron más inciertas, la actividad de compras al extranjero se dinamizó, se dio mayor atención a la calidad del material comprado al recibirlo, y se intensificó el énfasis en la obtención de utilidad al comprar como un medio de mantener o incrementar la posición

competitiva de la organización. Los departamentos de compras tuvieron que asumir responsabilidades mayores diferentes.

La importancia de las compras ha ido en aumento en la planeación estratégica, proporcionando recursos económicos, compras de equipos importantes y desarrollos de productos, reconoce su fuerza por el nivel organizacional más alto para apoyar a la corporación, en oposición al único interés y adquisición y flujo de materiales.

Las compras describen el proceso de comprar considerando la necesidad, localizando y seleccionando al proveedor, negociando los precios, calidad y otros términos pertinentes, dando seguimiento hasta asegurar su envío.

Procuración es un término de amplitud mayor que incluye la compra, aprovisionamiento, tráfico, recepción, inspección al recibir y almacenar.

Las compras son importantes por las siguientes razones:

- **No es posible hacer ventas apropiadas a menos que los materiales empleados en la fabricación o transformación se adquieran a un costo final proporcional al que obtienen los competidores.**
- **La operación eficiente de cualquier industria depende de la renovación adecuada de la inversión. El área de compras tiene que asegurar la recepción adecuada de de los materiales cuando sean requeridos, en las cantidades adecuadas para la producción o venta. A su vez, no debe aumentar las inversiones más allá del inventario necesario para cubrir las necesidades y mantener un coeficiente de seguridad razonable.**
- **Por sus estrechos contactos con otras compañías y con el mercado en general, el departamento de compras está en situación de aconsejar a la empresa sobre:**

Nuevos materiales que puedan usarse con ventaja para sustituir a los que se emplean en ese momento nuevas líneas o surtidos posibles de productos que se puedan añadir a la producción.

Variaciones en las tendencias, ya sea en precios o en otros aspectos que puedan afectar las ventas de la empresa.

- **La función de compras, que abarca todas las labores necesarias para procurar se materiales, abastecimientos y servicios para la organización, se desarrolla en conjunto con los esfuerzos de la función de producción para la transformación del material, con la función de ventas y de todas las otras áreas.**

- **Tiene el poder potencial para hacer y desempeñar un papel clave en el desarrollo y en las operaciones estratégicas que lleve a las organizaciones a una gran eficiencia y elevada competitividad.**

En la actualidad las compras se manejan por un departamento especializado.

2.4.1. CENTRALIZACIÓN Y DESCENTRALIZACIÓN DE LAS COMPRAS.

Para un organismo social el hacer uso de la administración le facilita sus acciones puesto que le especifica tiempo, costo y procesos para alcanzar el objetivo, suscitándose ventajas y desventajas en su aplicación las cuales pongo a consideración del lector para que según su giro y dimensión empresarial determine cuál se presta a darle resultados inmediatos.

No obstante las ventajas de las compras centralizadas son mayores en comparación de las compras descentralizadas, que casi todas aun las empresas más pequeñas están centralizadas. En las compras centralizadas se han establecido que una persona o un departamento independiente y específico tienen autoridad para toda compra.

Las ventajas que se obtienen de las compras centralizadas son:

- **Es más fácil estandarizar los artículos comprados si las decisiones de su compra se hacen por medio de un punto de control central.**
- **Eliminan la duplicación administrativa en lugar de cada departamento suscriba una orden de compra para el mismo producto el departamento de compras hace una sola orden de compra para los requerimientos totales de la empresa.**
- **Al combinar los requerimientos de diversos departamentos el comprador**
- **puede ir con el vendedor y considerar un pedido por una cantidad que es lo suficientemente grande para atraer el interés del vendedor.**
- **En periodos de escasez de materiales un departamento no compite con otro por el abastecimiento disponible, ya que esta acción puede hacer que el precio aumente.**
- **Administrativamente es más fácil para los vendedores, debido que no necesita atender a varias personas dentro de la compañía. En vez de esto, tienen contacto con el gerente de compras.**
- **Se obtiene mejor control sobre los compromisos de compras. Dado que un gran porcentaje de la erogación de efectivo de las empresas se debe a la compra de materiales, se necesita un punto central de control para efectuar el seguimiento del monto de los compromisos agregados en un periodo de tiempo.**
- **Facilita la experiencia y especialización en las decisiones de compra, hay una mejor utilización del tiempo. Si el jefe de un departamento actúa como agente de compras, el tiempo empleado en la compra posiblemente se podría ver destinado mejor en la administración de su departamento.**

Si una empresa considera las compras sobre una base descentralizada, los gerentes de departamentos específicos manejarán sus propias compras. La ventaja de esto es que el usuario conoce, las necesidades de su departamento posiblemente mejor que ningún otro. También puede ser más rápido, ya que cuando un departamento necesita algo, simplemente el gerente toma el teléfono y lo ordena.

Las desventajas que se presentan para una empresa son:

- **Abuso de adquisiciones**
- **Corrupción en licitaciones**
- **Desvío de materiales para asuntos personales**
- **El difícil control de documentos fuente.**
- **Inflación de precios**
- **Duplicidad de adquisición de recursos materiales.**
- **Falsedad de ingreso vía inventario.**
- **Falsificación de distribución.**
- **Auto-adquisición por parte del responsable.**

2.5. MARCO JURÍDICO

- **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos**
- **Ley General de Sociedades Mercantiles de Crédito**

2.6. PLANEACION DE LAS COMPRAS

La planeación es la determinación del curso concreto de acción a seguir, fijando los principios, que lo habrán de presidir y orientar, la secuencia de operaciones necesarias para alcanzarlo y la fijación de tiempos, unidades, etc... Necesarias para su realización.

En compras la planeación comprende:

- **Los pronósticos.**

Es cuando un gerente de adquisiciones debe de fijar su atención hacia el futuro en forma ordenada y sistematizada, forjando una consistencia para adelantarse a las oportunidades y a los peligros que representa su operación.

La administración exige que el administrador de compras visualice el horizonte a fin de establecer las condiciones a las que se enfrentara en el futuro deseado.

De lo anterior el responsable de las adquisiciones tendrá que establecer

- a) **Los objetivos**

Obtener las partes necesarias para la integración de la producción (en el caso de que la empresa transforme) bajo las siguientes condiciones:

- **Mejor precio.**
- **Mejor calidad.**
- **Mejores condiciones de pago y entrega.**
- **Volumen requerido**
- **Tiempo oportuno**
- **Y lugar adecuado.**

➤ **Los procedimientos**

De la misma manera que las funciones propias del control de los materiales que tienen que agruparse en unidades de organización, así también tienen que disponerse en procedimientos ordenados.

Las funciones deben de disponerlas sistemáticamente por orden, lugares que se organizarán y fecha en que deberán de ejecutarse.

Los procedimientos para el control de materiales se dividen en dos clases:

a) En pasos sucesivos

Se refiere a las estimaciones de gastos a efectuar, necesarios para llevar a cabo la operación normal de la misma.

b) En registros específicos.

Realiza registros específicos de clientes, proveedores, artículos, etc.

➤ **Los presupuestos**

El presupuesto se define como:” la formulación de planes para un futuro período, dado en términos numéricos”.

Dentro de compras se clasifican en:

a) Presupuesto de operación

Constituyen los medios indispensables para mantener la operación del área y poder lograr la finalidad que tiene asignada, lo que no representa dificultad y se apoya en:

- **Sueldos.**
- **tiempo extra**
- **.Gastos de representación**
- **Gastos de viaje**
- **Comunicación (teléfono)**
- **Papelería y artículos de escritorio**
- **Mobiliario y equipo**

- **Suscripciones.**
- **Cursos de capacitación.**

b) Presupuesto de compra de materiales o partes

Incluyen todas aquellas partidas que vienen a constituir el costo de los ensambles o partes principales., esto es, materia prima, mano de obra directa, gastos indirectos y gastos de operación.

2.7. ESTRATEGIAS DE COMPRAS

La estrategia en las compras es de mucha importancia ya que hay que considerar muchos factores que se relacionan con ellas. Las existencias que haya en el almacén de acuerdo con el control de inventarios abra siempre una existencia mínima, lo cual hará que disminuya la cantidad del producto deseado, así mismo sabremos la cantidad exacta que tendremos que solicitar.

Es necesario conocer el proceso que tienen los departamentos tanto el de ventas como el de producción para así poder manejar tiempos y espacios con los proveedores programando las fechas y cantidades que se vayan a requerir. Es fundamental conocer el manejo de costos de almacenaje, ya que si no se cuenta con el espacio necesario los costos de arrendamiento afectan las utilidades calculadas. También se necesita manejar los costos de pérdida derivados del mal manejo de la tecnología ó de los errores humanos. Dependiendo el giro de la empresa es necesario saber si la materia prima produce un alto grado de merma ya que todo esto afecta en las cantidades a pedir y muchas veces pueden afectar en mayor y menor grado el costo final del producto.

Si debido al proceso de producción la mercancía tiene forzosamente que almacenarse esto incluye automáticamente un costo de inversión que deberá ser razonable, pues de lo contrario, la inmovilización de capital en inventarios impide que pueda tener mayor rendimiento en otros fines, por lo tanto, se puede sugerir la petición de menos cantidades. Los costos de compra deben de tenerse en cuenta pues muchas veces

resulta, en los casos de pedidos pequeños, que en el procedimiento de adquisición es más caro que lo comprado; entonces deben comprarse partidas mayores. Es indispensable manejar los siguientes puntos:

- a) **Compra para necesidades exactas.** Estas se hacen para pedidos específicos que no son muy comunes, por lo tanto es necesario comprar la materia prima exacta para que no existan sobrantes y no os causen un costo de almacenamiento.
- b) **Compra máxima.** Esta se hace con el fin de tener la materia prima necesaria para que la producción no pare, ya que ésta se utiliza repetitivamente, aunque cause un costo de almacenamiento debe de estar contemplado, porque son productos de uso continuo.
- c) **Plan en base al tiempo de producción.** La mercancía pedida sobre este plan no son de carácter reiterativo como en las compradas en el sistema máximo. El volumen del pedido puede variar ya que es un producto que se utiliza con menor frecuencia pero se utiliza constantemente.
- d) **Precio en base al mercado.** La gerencia del departamento de compras procurara tener en reserva cantidades de material o materia prima o de las materias primas que están sujetas a variaciones de precio por la ley de la oferta y la demanda.
- e) **Plan en base a cantidad indeterminada.** Este plan se base en la compra de una cantidad indeterminada para cubrir necesidades, la responsabilidad es totalmente del vendedor ya que asume el riesgo de vender teniendo en consideración únicamente el historial de consumo y la buena fe del comprador.

2.7.1. Selección de las fuentes de aprovisionamiento y análisis de cotizaciones

La selección de proveedores constituye un papel importante de las funciones de compra que incluyen la localización de fuentes calificadas de abastecimiento y la evaluación de la probabilidad de un acuerdo de compra pueda resultar con el tiempo en el envío de un producto satisfactorio y en los servicios necesarios antes y después de la venta.

El análisis de las cuotas y la selección del vendedor llevan a la asignación de una orden. Debido que en el análisis de las cotizaciones y la selección del vendedor son materiales de juicio, solamente es necesario indicar aquí que existen etapas lógicas en las compras.

2.8. POLÍTICAS DE COMPRAS

Las políticas son flexibles ya que permiten ciertos errores, incongruencias o desviaciones que se pueda suscitar dentro del proceso de acción siempre y cuando no altere de manera integral los resultados, la política es una descripción general de un curso de acción. Es necesario que reflejen los objetivos y planes del departamento. Están sujetas a una interpretación amplia, así que no son fáciles de homogenizar. Una política debe de ser clara y definida si ha de ser eficaz. Es indispensable que en cada empresa tenga establecidas las políticas como medio de soporte y significación de de los objetivos. La elaboración de las políticas no deberán ser estáticas dado que las condiciones generales en las que las empresas actúan son cambiantes, lo que provoca ajustes o acoplamientos. A continuación ejemplificaré las políticas básicas de compras:

- 1. El departamento de compras tiene un provisto primordial, conservar el tiempo de los departamentos de operación cuyo personal tiene otras responsabilidades.**
- 2. El departamento de compras iniciara, dirigirá y llevara a terminación todos los tratos referentes a materiales y servicios.**

- 3. Todas las adquisiciones las hará el departamento de compras.**
- 4. El contacto con los proveedores estará dirigido con el conocimiento y aprobación del departamento de compras.**
- 5. El departamento de compras se reserva la autoridad total para objetar la calidad y tipo de los materiales que se hayan solicitado a fin de proteger los intereses de la compañía.**
- 6. Toda la correspondencia con los proveedores debe de manejarse a través del departamento de compras, excepto en caso especiales, en los que se les entregará copias de dichas correspondencias.**
- 7. Las requisiciones deberán definir claramente las especificaciones y la fecha de entrega que se requiere.**
- 8. El departamento de compras hará cuanto esfuerzo sea posible para localizar dos o más fuentes de suministro.**
- 9. Todas las solicitudes que amparen muestras deben de manejarse por conducto del departamento de compras.**
- 10. Queda prohibido a los empleados aceptar obsequios o gratificaciones en todo momento.**

Hay que recordar que estas no son reglas, por lo tanto, están sujetas a modificaciones según la conveniencia de las empresas. Estas pueden ser verbales o implícitas, para un mejor seguimiento deben de ponerse por escrito, lo cual compromete al personal que esté involucrado con el departamento estar al tanto de los lineamientos previamente establecidos y a cumplirlos bajo convicción y voluntad a sabiendas que es un beneficio bilateral. Estas tienen que ser claras y específicas, razonables y fáciles de llevar a la

práctica para las personas que estén involucradas. Para que puedan estos funcionar debidamente es probable que se necesite adicionar más políticas.

2.9. Personal de compras

En la actualidad por su complejidad, el comprador debe tener una serie de cualidades indispensables para el éxito de su desempeño dentro de la compañía y con los proveedores.

A continuación se enuncian las más importantes

1.- Contar con una gran cantidad de conocimientos de datos técnicos.

Conocer mucha de la terminología propia de los materiales que se adquieren. Esto debido a la gran diversidad de productos y materiales que se requieren para satisfacer las necesidades de las empresas.

2.- Capacidad para poder trabajar bajo presión.

En el área de compras son tan frecuentes las emergencias, que existe una presión constante en el trabajo, el comprador debe saber manejar esta presión sin disminuir su efectividad.

3.- Capacidad de relaciones públicas y comunicación

El puesto de comprador requiere de mantener excelentes relaciones

2.10. Procedimiento de compras

La fijación de procedimientos para el área de compras independientemente del tamaño es muy importante, al hacerlo realmente establece la posición relativa de la división dentro de la organización de la compañía, el grado al que se centralizarán las compras y la propia estructura interna de la operación, es necesario delinear el alcance y las funciones administrativas de compras para la realización efectiva y para cubrir conceptos tales como la cantidad, el precio y el momento de la compra.

Existen ciertos pasos típicos en todos los procedimientos de compras que puedan resumirse como los mencionaré a continuación:

- **Iniciación del procedimiento de compra**
- **Determinación de lo que hay que comprar y cuanto hay que comprar**
- **Estudio de las condiciones del mercado.**
- **Determinación de las fuentes de abastecimiento.**
- **Obtención de un precio favorable.**
- **Adjudicar y prepara el contrato de compra.**
- **Conseguir la entrega de los materiales.**
- **Comprobar la terminación del contrato.**

Es necesario establecer los controles de compra para el reconocimiento de las necesidades definiendo lo que realmente se necesite cuanto se necesite. Los medios empleados suelen ser los siguientes:

- **Programación de las compras**
- **Presupuesto de compras**
- **Programa de producción.**
- **Requisición de compra iniciada en la sección de registro de existencias como consecuencia del funcionamiento de rutina de los registros de almacén.**
- **Requisición de compra iniciada por personas autorizadas, distintas al jefe del departamento.**

2.10.1. Funciones de las compras

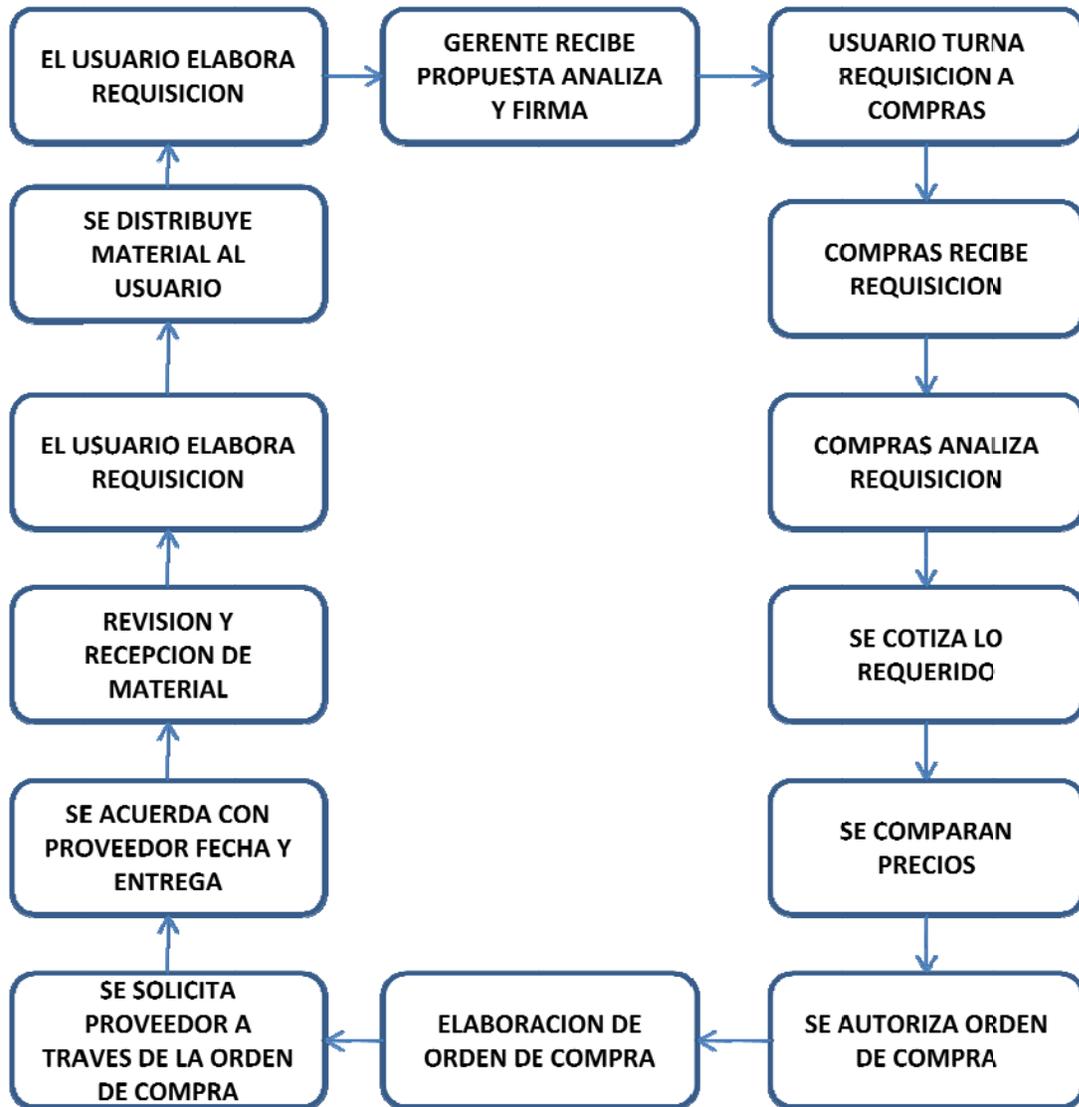
Planear, prever, organizar, dirigir y controlar la selección de un proveedor, negociando un precio y otros términos pertinentes, suministrando en lo que se refiere al aprovisionamiento de los artículos que se consumen internamente tales como papelería, artículos de oficina o materiales que necesite la empresa, de los cuales es importante considerar los siguientes puntos:

- 1. Requisición de compras**
- 2. Autorización**
- 3. Aprobación**

- 4. Envío de órdenes de compra**
- 5. Tramitación**
- 6. Recepción de artículos**
- 7. Pago de facturas**

La función de compras está organizada sobre la base de una especialización posterior y del desarrollo de expertos que resultan de la especialización.

2.11. Estructura del procedimiento de las compras



2.11.1 FACTORES QUE INTERACTUAN EN UNA COMPRA

Como todo proceso el área de compras ha establecido una secuencia ordenada de actividades con el fin de ir integrando cada acción hasta llegar al resultado esperado, ya que no se puede alterar el procedimiento puesto que es la causa y efecto establecido por la administración para observar, analizar e interpretar las ventajas y desventajas del proveedor, producto, entrega, pago, y garantía que permiten al responsable de la compra tener un parámetro para responder en caso de que se suscite desconfianza sobre el bien adquirido.

Siguiendo el proceso se explica de manera generalizada cómo se realiza una compra:

2.11.1.1 PROVEEDOR

Se entiende por proveedor aquella persona que produce o distribuye de manera continúa y responsable el bien o servicio que requerimos y que está debidamente constituido como una persona física o moral.

Para poder realizar una buena compra es necesario realizar una selección de proveedores que sean capaces y responsables para así poder llegar a un acuerdo con él, sobre los factores pertinentes de calidad servicio y precio. Esto no esta tan sencillo ya que existen normas específicas de compras para todos estos satisfactores y en cualquier caso existe el problema de encontrar al proveedor ideal; tradicionalmente es el vendedor el que busca al cliente potencial. El gerente de compras es el que se encarga de buscar las mejores fuentes de suministros para cubrir las necesidades de la empresa. En algunos casos puede existir el problema que implique que una extensa investigación hasta poder encontrar al proveedor ideal.

A continuación mencionaré cuatro puntos a tomar en cuenta en la selección de los proveedores:

- 1) En el proceso efectivo de la selección se debe de considerar el resultado de análisis de mercado.**
- 2) Se deberá efectuar un estudio exhaustivo en el que se calificarán las ventajas o desventajas del los proveedores.**
- 3) El estudio de la negociación que lleva a la selección y emisión de un pedido inicial.**
- 4) El estudio del comportamiento en cuanto a consideraciones pactadas en ocasiones anteriores.**

2.11.1.2 COTIZACION

En términos administrativos cotizar es efectuar una comparación de beneficios que nos proporcionan los proveedores en lo referente a bienes o servicios, siendo estos por escrito, con descripción detallada del producto y los precios, descuentos, rebajas y beneficios por seleccionar la mejor propuesta.

La selección de proveedores constituye un papel importante de las funciones de compra que incluye la localización de fuentes calificadas de abastecimiento y la evaluación de la probabilidad de que un acuerdo de compra pueda resultar con el tiempo en el envío de un producto satisfactorio y en los servicios necesarios antes y después de la venta.

En el área de ventas deben de existir los siguientes registros básicos:

- Los contratos importantes contra los cuales se asignan las órdenes o medidas que se requiere.**
- Una clasificación de productos y artículos comprados.**
- Un registro de vendedores.**

Para muchos artículos que se usan constantemente en una organización, especialmente aquellos para los que hay un mercado abierto, y para los cuales se pueden obtener cotizaciones prácticamente en cualquier momento del día no existe ningún problema.

El análisis de las cotizaciones son materiales de juicio, es necesario indicar aquí que existen etapas lógicas en las compras algunas organizaciones utilizan una forma sencilla de análisis de cotización, para ayudar al análisis de las propuestas, pero no es una práctica uniforme.

La cotización será solicitada por el gerente o encargado del área de compras a la unidad responsable de localizar la fuente de abastecimiento, esta deberá de investigar como mínimo a tres proveedores con el fin de contar con un comparativo entre los proveedores que sean de la misma rama para visualizar las ventajas de cada uno para la empresa.. En el documento el proveedor tendrá que poner el nombre de la compañía, el nombre a quien va dirigida, la descripción del producto, el precio, la calidad, la oportunidad y las características específicas del producto,. Ya que estén elaboradas las cotizaciones se revisaran cuidadosamente por el gerente de compras mediante un análisis comparativo que determinara la elección proveedor que de acuerdo a sus características será quien nos abastezca de materiales. Siempre es conveniente obtener reducciones en el precio.

Entre las negociaciones debe incluirse una revisión de los cálculos que el proveedor ha hecho para llegar a su precio de venta, comparándolo con el precio obtenido por la unidad de compras.

2.11.1.3 COMPRA

Cuando aparece la necesidad de adquirir un satisfactor se debe de visualizar los medios para llegar al fin, en ocasiones no importa el alto costo que tenga dicho bien o servicio ya que puede ser de primerísimo necesidad y hay que obtenerlo.

Es importante que al adquirir un satisfactor se tenga definido lo importante que es, para no caer en el error del consumismo y si en la adquisición de oportunidad para eliminar la necesidad o deseo.

La función de compras tiene la responsabilidad de comprar las clases y cantidades de materiales autorizados por las requisiciones fijadas por el programa de producción por el control de inventarios mantenimiento y cualquier otro departamento o función que requiere materiales. Cuando el departamento de compras tiene el derecho y el deber de asesorar, preguntar y aún de desafiar a otros departamentos en materia de especificaciones de materiales y en su selección se agrega un valor dinámico a la operación de función de compras y a la empresa. El área de compras requiere una amplia variedad de procedimientos y operación estándar para realizar las actividades diarias normales. El elevado número de artículos, la gran cantidad de dinero involucrado, la necesidad de una auditoria, las consecuencias severas de un desempeño insatisfactorio y la contribución potencial a las operaciones efectivas a la organización inertes a su funcionamiento son las cinco razones importantes para desarrollar un sistema consistente.

El proceso de compras está ligado estrechamente a casi todas las otras funciones incluidas en una organización y también con el medio externo creando una necesidad de sistemas completos de información.

Existen varias etapas en el sistema de compras, a continuación les mencionare las etapas indispensables en el procedimiento de compras:

1. Reconocimiento de una necesidad.
2. Descripción de la necesidad, con una definición exacta de las características y cantidades del artículo o del producto que se requiere.
3. Determinación y análisis de las posibles fuentes de abastecimiento.
4. Determinación del precio y de los términos.
5. Preparación y asignación de la orden de compra.
6. Seguimiento y/o expedición de la orden.
7. Recepción e inspección de los artículos.
8. Liquidación de la factura y pago al proveedor.
9. Mantenimiento de registros.

Existen dos tipos de compra:

- a) **Al riguroso contado.**

El pago se hace contra la entrega de la mercancía, por parte del proveedor hacia nuestro organismos social.

- b) **A crédito:**

30, 60 y 90 DIAS.

Estas condiciones se aplican a tantos días y mes de la fecha de compra tal y como realicen la negociación el proveedor y el que adquiere la mercancía, firmando documentos, letras, etc.

2.11.1.4 INVENTARIOS

Inventario: Son los artículos que se hallan en el almacén o en trabajo en proceso y que sirven para desacoplar operaciones sucesivas en el proceso de producción de un artículo y su distribución al cliente

Inventario (stock)

- 1.- artículos en inventario.
- 2.- Productos almacenados partes de servicio listos para la venta.

Tipos de inventario:

➤ **Inventario agregado:**

El inventario para cualquier agrupamiento de artículos o de productos, que involucren unidades múltiples de almacenamiento.

➤ **Inventario analítico o Pormenorizado:**

Es aquél por virtud del cual es posible conocer en detalle el valor de los elementos que participan en las transacciones de mercancías, con excepción del valor de las propias mercancías en existencia y del costo de ventas, los cuales se determinan mediante la práctica de un inventario físico.

➤ **Inventario de fluctuación o de colchón:**

Inventarios que se mantienen como colchón para protegerse contra errores de pronóstico

➤ **Inventario de seguridad:**

1.- En general, una cantidad de inventario planeada para que esté disponible y, así, estar protegido contra fluctuaciones en la demanda y/o en el suministro.

2.- En el contexto de programación maestra de la producción, inventario de seguridad se refiere a un inventario adicional y/o capacidad planeada como protección contra errores de pronóstico y/o cambios a corto plazo en las órdenes para surtir.

➤ **Inventario de transportación:**

Inventario que está en tránsito entre ubicaciones.

➤ **Inventario disponible:**

Balance disponible menos asignaciones, reservaciones, pedidos retrasados y cantidades retenidas (generalmente) por problemas de calidad.

- **Inventario en línea:**
Inventario para satisfacer la red de transporte y el sistema de distribución y que incluye el flujo a través de los puntos intermedios de almacenamiento.

- **Inventario en tránsito:**
Material que se mueve entre dos o más ubicaciones, por lo general separadas geográficamente.

- **Inventario Estacional:**
Inventario generado con anticipación a una alza estacional en demanda a fin de uniformar la producción:

- **Inventario Final:**
Una declaración de las cantidades/dinero disponible al terminar un periodo, determinadas con frecuencia mediante un inventario físico.

- **Inventario físico:**
 - 1) **Inventario real mismo.**
 - 2) **Determinación de la cantidad real en inventario mediante conteo físico.**

- **Inventario Inicial:**
Relación de la contabilidad del inventario al final del último periodo, generalmente a partir de un registro de inventarios perpetuos.

- **Inventario periódico:**
Inventario físico que se toma a intervalos recurrentes (mensual, trimestral, semestral, etc.)

- **Inventario perpetuo:**
Sistema de registro de inventarios donde se plasma cada transacción de entrada o salida y se calcula de nuevo balance.

- **Inventarios consignados.**
Inventarios generalmente de artículos terminados, que pertenecen a los clientes, distribuidores, agentes, pero permanecen en poder del fabricante mediante acuerdo realizado con los proveedores.

- **Inventarios de Anticipación:**
Inventario adicional sobre nivel normal para cubrir tendencias pronosticadas en ventas crecientes, programas planeados de promoción de ventas, fluctuaciones estacionales, cierres de planta y vacaciones.

- **Control de inventarios:**
Inventario cuyo objetivo es determinar el nivel mas económico de inventarios en cuanto a materiales, productos en proceso y productos terminados.
Un buen sistema de control de inventarios permite:
 - a) Disponer de cantidades adecuadas de materias y/o productos para hacer frente a las necesidades de la empresa.
 - b) Evitar perdidas considerables en las ventas.
 - c) Evitar perdidas innecesarias por deterioro o por exceso de material almacenado.
 - d) Reducir al minimo la interrupción de la producción.
 - e) Reducir los costos en : materiales ociosos, mantenimiento de inventarios, retrasos en la producción, derechos de almacenaje, depreciación, etc.

2.11.1.4 DISTRIBUCIÓN

Las decisiones sobre distribución deben ser tomadas con base en los objetivos y estrategias de mercadotecnia general de la empresa. La mayoría de estas decisiones las toman los productores de artículos, quienes se guían por tres criterios gerenciales:

- **La cobertura del mercado.** En la selección del canal es importante considerar el tamaño y el valor del mercado potencial que se desea abastecer. Como ya se menciono los intermediarios reducen la cantidad de transacciones que se necesita hacer para entrar en contacto con un mercado de determinado tamaño, pero es necesario tomar en cuenta las consecuencias de este hecho; por ejemplo, si un productor puede hacer cuatro contactos directos con los consumidores finales, pero hace contacto con cuatro minoristas quienes a sus ves lo hace con consumidores finales él número total de contactos en el mercado habrá aumentado a dieciséis,, cual indica cómo se han incrementado la cobertura del mercado con el uso de intermediarios.
- **Control.** Se utiliza para seleccionar el canal de distribución adecuado, es decir, es el control del producto. Cuando el producto sale de las manos del productor, se pierde el control debido a que pasa a ser propiedad del comprador y este puede hacer lo que quiere con el producto. Ello implica que se pueda dejar el producto en un almacén o que se presente en forma diferente en sus anaqueles. Por consiguiente es más conveniente usar un canal corto de distribución ya que proporciona un mayor control.
- **Costos.** La mayoría de los consumidores piensa. Que cuando más corto sea al canal, menor será el costo de distribución y, por lo tanto menor el precio que se deban pagar. Sin embargo, ha quedado demostrado que los intermediarios son especialistas y que realizan esta función de un modo más eficaz de lo que haría un productor; por tanto, los costos de distribución son generalmente más bajos cuando se utilizan intermediarios en el canal de distribución.

De lo anterior se puede deducir que el utilizar un canal de distribución más corto da un resultado generalmente, una cobertura de mercado muy limitada, un control de los productos más alto y unos costos más elevados; por el contrario, un canal más largo da por resultado una cobertura más amplia, un menor control del producto y costos bajos.

Cuanto más económico parece un canal de distribución, menos posibilidades tiene de conflictos y rigidez. Al hacer la valoración de las alternativas se tiene que empezar por considerar sus consecuencias en las ventas, en los costos y en las utilidades. Las dos alternativas conocidas de canales de distribución son: la fuerza vendedora de la empresa y la agencia de ventas del productor. Como se sabe el mejor sistema es el que produce la mejor relación entre las ventas y los costos. Se empieza el análisis con un cálculo de las ventas que se realizan en cada sistema, ya que algunos costos dependen del nivel de las mismas.

2.12. CLASIFICACION DE COMPRAS

➤ Locales

Son aquellas compras que se realizan en la localidad donde se encuentra establecida la empresa.

.

➤ Nacionales

Son aquellas compras que se realizan en cualquier lugar de la república exceptuando la localidad en donde se encuentra establecida la empresa.

➤ Internacionales

Son las que se efectúan con proveedores extranjeros y para cuya realización contamos con organismos e instituciones que nos facilitan los trámites y pagos como son: las agencias aduaneras, bancos, corresponsales, etc.

2.13. Requisitos Esenciales de una buena compra

Es indispensable tener una descripción precisa de la necesidad del artículo, del producto o el servicio objeto de la requisición.

La importancia de una nomenclatura adecuada como un medio para evitar equivocaciones es de gran importancia, en las requisiciones se debe incluir la siguiente información:

- 1. Fecha**
- 2. Numero (identificación)**
- 3. Departamento en el que se origina**
- 4. Cuenta a la que será cargada**
- 5. Descripción completa del material que se necesita, así como la cantidad**
- 6. Fecha en la que se necesita el material**
- 7. Cualesquiera instrucciones de embarque especial**
- 8. Firma de la persona**

2.13.1 TIPOS DE ORDEN DE COMPRA

➤ Ordenes Urgentes y Precipitadas

Aunque siempre hay órdenes inevitables, aparentemente urgentes, la crisis con la consiguiente demanda de partes o materiales que sería irrazonable tenerlos en el almacén regularmente. Sin embargo, hay otras órdenes urgentes que no se pueden justificar bajo ninguna base. Como por ejemplo aquellas requisiciones que surgen debido a:

- A un control deficiente del intervalo**
- Mala planeación o presupuesto de producción.**
- Falta aparente de confianza en la capacidad del departamento de compras para conseguir con la oportunidad debida los materiales para la planta**

La costumbre de marcar todas las requisiciones como urgentes

Ordenes pequeñas, debido a que la falta de un artículo puede crear una gran molestia, fuera totalmente de proporción su valor monetario.

➤ **Orden de compra cheque en blanco (OC)**

La OC con cheque en blanco es una forma especial en la cual al vendedor se le envía un cheque. El sistema tiene ciertas medidas de seguridad establecidas, como: el cheque solo puede ser depositado en la cuenta del vendedor, debe ser presentado para el depósito solamente dentro de un cierto número de días, tiene marcada la leyenda no tiene valor para una cantidad superior.

Las ventajas son: que disminuyen el papeleo de las compras por cantidades pequeñas: ahorra timbres postales, ya que el cheque se envía en el mismo sobre de la orden de compra: el comprador puede negociar un mayor descuento por pago en efectivo inmediato y ahorra tiempo en las funciones de contabilizar los pagos.

La ventaja mayor es que este sistema requiere embarques completos no se permiten ordenes devueltas y el vendedor ya sea notificado por la OC o por medio de algún documento que acompaña a esta, que cualquiera que sea la cantidad embarcada cancelada la orden y el vendedor se paga solo por la cantidad embarcada.

Así el vendedor tiene el incentivo verdadero para embarcar la orden completamente lo hace, ya que el pago es inmediato por los artículos embarcados.

2.14 Sistema de las compras

- **Integración completa con el sistema de Acreedores/Deudores y el módulo de Stock.**
- **Maneja tres tipos de “formularios”: Solicitudes de mercadería, Pedidos de precio, Órdenes de compra.**
- **El sistema memoriza los productos ofrecidos por cada proveedor y su último precio y fecha de compra.**

- **Se pueden enviar pedidos de precio u órdenes de compra vía fax desde el sistema.**

2.14.1 Preparación de la orden de compra

La transacción puede no haber sido registrada en la forma debida. Por esta razón, aun cuando una orden sea dada por teléfono, debe ser seguida de una orden pro escrito con fines de confirmación. En ocasiones, cuando se presentan situaciones urgentes, puede ser conveniente enviar un camión a recoger partes sin antes haber seguido el procedimiento usual de requisición y de orden de compra. Pero en ningún caso salvo las compras menores de caja chica no deben comprarse ningún material sin una orden de algún tipo por escrito.

2.14.2 Seguimiento y Expedición

En algunas empresas el departamento de compras tiene personal de tiempo completo para la expedición y el seguimiento. El seguimiento es la verificación rutinaria de una orden para asegurar que le vendedor será capaz de satisfacer las promesas de envío.

2.14.3 Recepción e inspección de artículos

La recepción adecuada de materias y de otros artículos es de vital importancia. Una gran parte de las empresas tienen como resultado de su experiencia centralizada la recepción total bajo un departamento único, las excepciones principales son aquellas grandes empresas con plantas múltiples.

2.14.4 Liquidación de facturas y pagos

Generalmente las facturas llegan antes que los artículos, salvo en envíos locales, caso en el cual llegan casi simultáneamente con ellos. Debido que una factura constituye una demanda definida en contra del comprador necesita ser manejada cuidadosamente. Es común que se pida que las facturas se presenten por duplicado. Además no es raro encontrar requisitos tales como “Las facturas deben presentar nuestro numero de orden y el precio especificado por cada uno de los artículos que la factura ampara”.

Lo que está claro es que una factura debe ser revisada y comprobada. Los argumentos para este procedimientos de que dichas comprobaciones son verdaderamente una función de contabilidad, que ello libera el departamento de compras de realizar una tarea que no le corresponde específicamente y se tiene una comprobación y un balance entre los compromisos de comprar y pagar al proveedor.

2.14.5 Mantenimiento de registros

Después de haber pasado por todas las etapas descritas, todo lo que resta para la disposición de cualquier orden es complementar los registros del departamento de compras. Esta operación comprende poco más que reunir y archivar las copias del departamento de compras de los documentos relacionados a la orden de transferir a los registros apropiados la información que el departamento desea conservar. Lo primero es que su mayor parte trabajo de rutina. Lo último es problema de criterio, de que si se quieren conservar los registros y por cuánto tiempo:

El mínimo de registro básico es:

Registro de las OC, el cual identifica todas las Ocs por un numero e indica el estado abierto o cerrado cada una de ellas.

Expediente de OC, que contiene una copia de todas las Ocs, archivadas numéricamente.

Archivo de artículos, que presenta todas las compras de cada artículo importante.

Archivo con la historia de vendedores que tienen todas las compras asignadas con los principales vendedores, presenta su magnitud y su valor total.

2.15. REQUISICIÓN

La requisición de compras es simplemente una petición formal de carácter normativo y cuya finalidad es llevar un control riguroso de las necesidades de las áreas técnicas, jurídicas y administrativas con el fin de visualizar las necesidades de las mismas y evitar en sus peticiones, errores, omisiones, desviaciones que pongan en riesgo el objetivo de la alta gerencia y cuya obligación será dirigirla siempre al área de compras para que este analice si efectivamente lo solicitado es afín a las tareas y si los imprevistos tienen que ser resueltos para optimizar la acción y de manera inmediata adquirir los materiales de una clase particular en cantidades específicas.

Mediante esta forma se marca el inicio del proceso de compras ya que una vez definida la necesidad, cantidad y fechas de requerimiento el paso siguiente será revisar que la requisición esta llenada en forma correcta clara y a modo de evitar cualquier mala interpretación

Comprobación a efectuar antes del manejo de las requisiciones:

- Utilización del formato establecido por el área de adquisiciones.**
- Traer las firmas de aprobación previamente establecidas por cada titular**
- Indicar las fechas de entrega solicitadas.**
- Estar indicada la cantidad y la unidad**
- Venir acompañada la requisición de plano y/o especificaciones para la identificación correcta del material o servicio**
- Traer la cuenta de aplicación correcta.**

Cuando la requisición ha sido verificada, se procede a turnarla a la sección correspondiente:

- **Materiales.**
- **Líneas similares**
- **Artículos especiales para la alta gerencia.**

Es recomendable que por ningún motivo se acepten requisiciones que estén por debajo de las especificaciones normativas ya que esto puede ocasionar que la requisición se de cómo efectiva y el área tenga la obligación de cubrirla por la situación observada.

2.15.1 FORMATO DE REQUISICIÓN DE COMPRA.

Es un formato por medio del cual todos los usuarios hacen llegar sus necesidades al departamento de compras de los distintos materiales, productos y servicios que se necesitan para la producción y fabricación de los productos y servicios que ofrece la compañía.

Es mediante este formato como se da inicio al proceso de compras ya que una vez definida la necesidad, cantidad y fechas de entrega del material o servicio, el paso siguiente será revisar que la requisición este llenada en forma correcta.

El formato de requisición debe de tener especificado:

- 1. Fecha de elaboración de la requisición**
- 2. Nombre del departamento que emite la requisición**
- 3. Nombre de la persona que la elabora**
- 4. Fecha de recibido por el departamento de compras**
- 5. Una columna con un numero consecutivo por partida**
- 6. Una columna para poner la cantidad deseada por partida**
- 7. Una columna para poner la cantidad en medida (lt. Kg. Etc.)**
- 8. Una columna para la descripción del material o servicio a pedir**
- 9. Dos columnas para poner los precios de por lo menos dos proveedores**

- 10. Un cuadro para poner la fecha requerida del material en planta**
- 11. Un cuadro para poner el nombre y firma del solicitante**
- 12. Un cuadro para poner el total en pesos de lo que se desea comprar antes del impuesto**
- 13. Un cuadro para colocar el impuesto por la compra**
- 14. Un cuadro para colocar el total de la compra**
- 15. Un cuadro para que el almacén ponga el sello.**

El formato de requisición de compra está formado por un original y dos copias, el original lo conserva el departamento de compras, una de las copias es para el usuario y la otra es para el departamento de almacén

2.16. Recepción de los materiales

El departamento de recepción tiene la responsabilidad del manejo físico de los embarques que ingresan, de su identificación así como la verificación de las cantidades la preparación de los informes y de la ruta del material hasta el lugar de utilización o de almacenamiento. En algunas organizaciones, también se incluyen las responsabilidades del empaque de los productos terminados para su embarque, imprimir o escribir las instrucciones de embarque sobre los contenedores y el envío hasta el sistema de transporte.

2.16.1 Descripción de la mercancía

Es indispensable tener una descripción precisa de la necesidad del artículo, del producto o el servicio que objeta la requisición. El encargado de compras pedirá una especificación para que la organización pueda ser mejor atendida por medio de una modificación. En la requisición se debe incluir la siguiente información:

- 1. Fecha**
- 2. Numero**
- 3. Departamento a la que será cargada**
- 4. Descripción completa del material que se necesita, así como la cantidad**
- 5. Fecha en la que se necesita el material**

6. **Cualquier instrucción de embarque especial**
7. **Firma de la persona autorizada para hacer la requisición**

2.17. CONTROL DE COMPRAS:

El establecimiento de controles de compras representan una de las herramientas de trabajo más valiosas con las que puede contar la gerencia de adquisiciones, ya que le permite conocer de inmediato las características de los proveedores capacitados en el abastecimiento de los suministros, así mismo, la consulta constante de los controles de compra le permite un ahorro de tiempo y asegura una compra lógica ya que con dichos controles están registradas las diferentes características de compras hechas anteriormente, siendo por esto necesario mantener la información actualizada, y registrar de manera oportuna, clara, veraz, precisa, neutral los datos, características, especificaciones, cambios, etc., de los productos que se requieren.

La información básica que debe de contener la tarjeta es:

1. **Número de parte, código o alfabeto**
2. **Descripción de características y especificaciones del producto.**
3. **Nombre de proveedores que han hecho y cotizado el producto**
4. **Volúmenes y precios de lo cotizado.**
5. **Descuentos.**
6. **Fechas**
7. **Número de requisición.**
8. **Número de orden de compra.**
9. **Cantidad comprada.**
10. **Observaciones.**

Principales controles de compras:

a) Control de especificaciones de materiales:

Todas las especificaciones, características, planos, revisiones, etc., de los materiales comprados deben archivar y clasificarse para poder disponer de ellas cuando sea necesario consultarlas, es decir al momento de efectuar cotizaciones, órdenes de compra, aclaraciones de duda sobre lo negociado, etc. Se recurrirá a esta fuente, para que todo lo recibido concuerde con lo demandado.

b) Registro de contratos.

Es donde queda plasmada la característica de la mercancía, el proveedor, el número de pedido, la cantidad contratada, los plazos límites de los contratos, el precio, la unidad y en sí las condiciones que dieron causa a la adquisición.

c) Control de requisiciones:

Mantener información constante acerca del flujo que va registrando la atención de los requerimientos, para que de esta forma, mediante un resumen(semanal, quincenal, mensual, trimestral o semestral) se evalúe el porcentaje de eficiencia que está teniendo la gerencia de adquisiciones e identificar los errores, desviaciones y omisiones que se están teniendo durante el proceso para darles una solución inmediata.

d) Control de órdenes de compra:

Nos permite conocer la situación real que guardan las órdenes de compras tanto en sus entregas como en sus atrasos y poder evaluar el nivel de servicios que está teniendo el grupo de proveedores potenciales.

2.18. Control de inventarios

La función de Control de inventarios tiene la responsabilidad de conservar los registros detallados de las partes y materiales utilizados en el proceso de producción. Se mantienen en orden los registros de partes y materiales y se realizan inventarios físicos periódicos para verificar y ajustar los registros. Los requerimientos de material determinados por el control de la producción son comprobados contra los registros del inventario antes que las necesidades detalladas de requisiciones se envíen al departamento de compras.

Además del control de inventarios de producción, hay necesidad de controlar los materiales ajenos a producción, tales como herramientas prescindibles, artículos de oficina y mantenimiento, artículos de reparación y de operación. Los métodos específicos de control incluyen:

- 1. Mantenimiento actualizado y disponible de los registros de artículos en orden y de su uso total. Establecimiento de controles para reducir las pérdidas al mínimo porque se estropeen o por robos y evitar deficiencias y duplicidades.**
- 2. Manejo de inventarios físicos de artículos (mantenimiento, reparación y operación) para ser enviados a medida que sean necesarios para las operaciones o el mantenimiento.**
- 3. Envío de las requisiciones al departamento de compras cuando los inventarios alcanzan el punto de reordenación o surgen necesidades imprevistas.**

2.19. EL RETO DE LA ADMINISTRACION DE COMPRAS

- **Contar con los especialistas adecuados en cada área.**
- **Agilizar los requerimientos para fluir las actividades.**
- **Contar con stocks para facilitar los resultados.**
- **Sistematizar sus funciones.**
- **Llevar un control riguroso de sus entradas y salidas de material.**
- **Tener opciones de calidad en proveedores.**
- **Trabajar con calidad y oportunidad.**
- **Trabajar por resultados.**
- **Eliminar defectos y obstáculos de entrega.**

COMPRAS NACIONALES

Se consideran compras nacionales las de bienes producidos en el país o que siendo importados, se adquieren en plaza de proveedores o representantes debidamente autorizados para su distribución en el territorio nacional.

Los elementos que intervienen en una compra nacional son los siguientes:

- 1. Comprador**
- 2. Vendedor**
- 3. Entidad Financiera del Comprador**
- 4. Entidad Financiera del Vendedor**
- 5. Transporte**

a) Compras por Concurso

Son las que se realizan a través de una invitaciones a los mejores proveedores inscritos en el Padrón Único de Proveedores que por su experiencia y capacidad garanticen un excelente precio, calidad y condiciones de venta de los bienes o servicios a contratar; se invitan con la debida oportunidad un minimo de cinco distintos proveedores, la adjudicación se podrá decidir con un minimo de dos propuestas, siempre y cuando la mejor propuesta económica sea igual o menor a los precios del mercado.

COMPRAS INTERNACIONALES

Son las que se efectúan con proveedores extranjeras y para cuya realización contamos con organismos e instituciones que nos facilitan los tramites y pagos, como lo son: las agencias aduanales, bancos, corresponsales, etc.

Es importante remarcar que los términos de importación y exportación corresponden siempre a operaciones realizadas entre residentes de distintos territorios aduaneros (no países), por lo que, mientras las operaciones entre miembros de una misma zona aduanera no serán tales Importaciones o Exportaciones sino operaciones sino operaciones intracomunitarias.

ALAMACENAMIENTO ABC

Un aspecto importante para el análisis y la administración de un inventario es determinar que artículos representan la mayor parte del mismo, midiéndose su uso en dinero y si justifican su consecuente inmovilización monetaria.

Estos artículos no son necesariamente los de mayor precio unitario, ni los que se consumen en mayor proporción, sino aquellos cuyas valorizaciones constituyen porcentajes elevados dentro del valor del inventario total.

El almacenamiento ABC es una herramienta que permite visualizar esta relación y determinar, en forma simple, cuales artículos son de mayor valor, optimizando así la administración de los recursos de inventario y permitiendo tomas de decisiones más eficientes.

Los artículos se clasifican en clases, generalmente en tres, permitiendo dar un orden de prioridades a los distintos productos:

ARTICULOS A: Los mas importantes a los efectos del control

ARTICULOS B: Aquellos artículos de importancia secundaria

ARTICULOS C: Los de importancia reducida.

CAPITULO

III

IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE COMPRASY ABASTECIEMINTOS APLICADO AL GIRO DE COSMETICOS EN LA MEDIANA EMPRESA

CAPÍTULO III IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTOS APLICADO AL GIRO DE COSMÉTICOS EN LA MEDIANA EMPRESA

3.1.Situación actual del organismo social

3.1.1. Nombre de la Empresa

Woman Cosmetics

3.1.2. Giro de la Empresa

Servicios (rama de cosméticos) Comercializadora.

3.1.3. Sociedad Mercantil

Sociedad Anónima

Ampliación de acciones vía capital Variable.

3.1.4. Capital Social

\$ 125,000.00 - 80,000

3.1.5. Registro Federal de Causantes:

AOF 9366969 B 6

3.1.6. Registro al Padrón del I.M.S.S.

A 9920167 – 16 – 5

3.1.7. Domicilio Fiscal.

Villa Cañas No. 330, Col. Lomas de Zapopan, Jalisco, México

3.1.8. Tamaño de la Empresa:

Mediana empresa (establecida bajo el criterio de Nacional Financiera)

3.1.9. Personal Ocupado

1,500

3.1.10. Personal de la Gerencia de Compras y Almacén:

80 integrantes.

3.1.11. Antecedentes Históricos

Woman Cosmetics se estableció en México en el año de 1967 y a lo largo de más de tres décadas, se ha dedicado a comercializar una gran variedad de productos tales como: Cosméticos, perfumes, herméticos, suplementos alimenticios, productos para el hogar, entre otros.

En 1906, Ithan Smith su fundador, tuvo la visión de crear una compañía que vendiera sus productos a través de un sistema personalizado, conocido como Venta Directa. Este sistema consiste en ofrecer y entregar los productos directamente en el domicilio del cliente. Actualmente esto lo realizan nuestras Comisionistas Mercantiles Independientes.

Woman Cosmetics vende y promociona sus productos en 26 campañas a lo largo del año. La fabricación, surtido y distribución se llevan a cabo en la planta de Zapopan respectivamente, mientras que la parte administrativa de la empresa se realiza en su mayoría en las oficinas de Jalisco

Nuestra empresa está conformada por 4,500 empleados aproximadamente, de los cuales 3,000 son talentosas mujeres que conforman nuestra Fuerza de Ventas, el resto es personal administrativo y sindicalizado.

Actualmente Woman Cosmetics pertenece al Corporativo de Euro-Cosmo, empresa Europea “ícono mundial de la Venta Directa”.

Ithan Smith

Nació el 13 de enero de 1885 en Nueva Escocia, Canadá. De antepasados ingleses, fue el onceavo de 12 hermanos. Sus padres eran granjeros y cultivaban manzanas. A los 18 años decidió emigrar a USA (Boston, Massachussets) donde vivía su hermana Annie. Buscó empleo e ingresó como vendedor a una fábrica de cepillos. Todo lo que ganaba lo ahorraba hasta que años después (1906) logró juntar \$375 USD, capital con el que inició el negocio de cepillos, lo que sería su gran carrera en Venta Directa.

Comenzó fabricando cepillos que él mismo ofrecía de casa en casa y, gracias a su gran disposición, actitud de servicio y entrega, en 1913 su pequeño taller se transformó en un negocio próspero y creciente: Woman Cosmetics teniendo 3 importantes ideales:

- * Elaborar productos de gran calidad**
- * Brindar un excelente servicio**
- * Mantener una total integridad frente a los clientes.**

Utilizó el sistema de Venta Directa, es decir de puerta en puerta, cerciorándose de la satisfacción total del cliente y poniendo un énfasis especial en hacer de la venta un arte.

Pronto Woman Cosmetics se convirtió en uno de los negocios más prósperos y populares en la historia del comercio de Estados Unidos. Por tal motivo, en 1967 se expandió estableciendo una sucursal en el centro del municipio de Zapopan, utilizando el mismo sistema de Venta Directa.

Ese mismo año, se contrató un grupo de 25 personas que posteriormente serían nombradas Management (Comisionistas Mercantiles Independientes), quienes empezaron a ofrecer los productos.

A partir de entonces, nuestra empresa ha experimentado diversos cambios los cuales se pueden resumir de la siguiente manera:

En 1968 Euro-Cosmo adquirió Woman Cosmetics, México.

En 1972 Woman Cosmetics se constituyó como S.A. de C.V.

En 2002 Woman Cosmetics se constituyó como S. de R.L. de C.V. En 2003 se constituyó como Woman Cosmetics S.A. de C.V.

En 2005 Euro-Cosmo adquiere la División de Venta Directa de Woman Cosmetics

3.1.12. Recursos adoptados de funcionamiento

Los productos que desarrollamos actualmente se distribuyen en la zona metropolitana, se tiene un proyecto de expansión donde se consideran ciudades potenciales de venta directa a Guadalajara y Monterrey, una vez desarrollado un estudio de mercado y posición de los productos de acuerdo a las necesidades de cada ciudad.

- a) Recursos Técnicos.- Se propuso un anteproyecto para que nuestra empresa comience su expansión a nivel República Mexicana, en el Área Metropolitana, puntos específicos como Estado de México y Distrito Federal, por falta de especialistas para el diseño estratégico del proyecto, este a quedado a la deriva sin que exista un titular y colaboradores que se apeguen a su diseño e implementación lo que ha suscitado que nuestros productos sean locales.**

- 7 Computadoras**
- 2 Impresoras**
- 1 Fax**
- 1 Scanner**
- 7 Reguladores.**

- b) Recursos Financieros.- Investigar Cuanto es el presupuesto de compras anual y ponerlo en un 25% solamente.**

c) Recursos Materiales.-

**6 Mamparas
2 Escritorios Ejecutivos
4 Archiveros Proveedores etc.
2 Mesas para fax y scanner**

**3 Libreros para control de proveedores
5 Sillas 5 normales
2 sillones ejecutivos
7 Calculadoras 5 operativas y 2 ejecutivas**

d) Recursos Humanos.-

**1 Director de Compras
1 Gerente de Compras
5 Compradores**

3.1.13. Objetivo Organizacional

El director establece sus estrategias y asigna a sus colaboradores sus funciones que han de permitir a través de un enlace en conjunto la consecución de los objetivos dando plena confianza y libertad al gerente de compras para que este interactúe como lo considere pertinente y nos proporcione resultados.

3.1.14. Objetivo General (estratégico)

Adquirir los recursos tomando en cuenta lo que se compro anteriormente, así como, lo que cada gerente demande en su momento para que estos sean abastecidos conforme las indicaciones de los que la requieren.

3.1.15. Objetivos específicos.

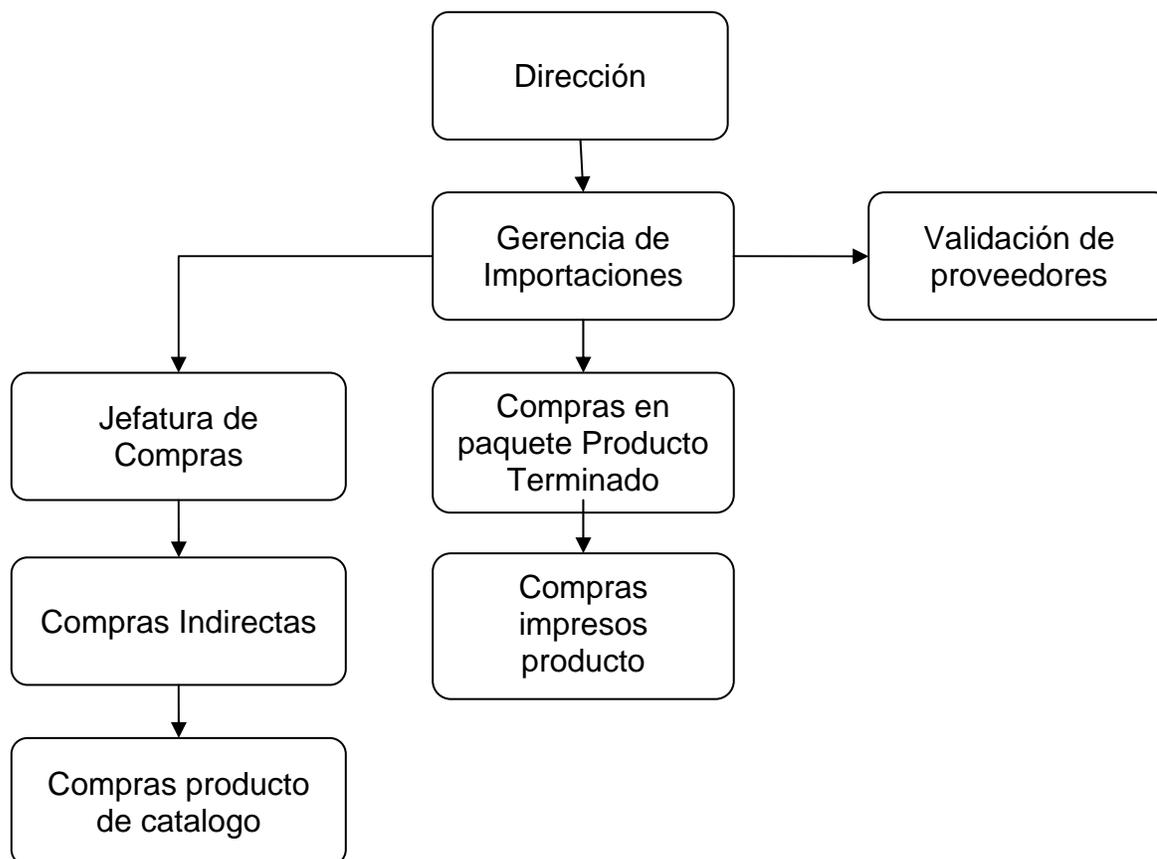
Poner el objetivo del departamento con ciertos defectos como el de arriba

3.1.16. Políticas.

- Proporcionar un flujo ininterrumpido de materiales, abastecimientos y servicios requeridos para la operación de la organización.**
- Abastecer los inventarios de materias primas y de partes para la producción. La falta de ellos podría disminuir la operación y ser extremadamente costosa en términos de producción e incrementar los costos de operación.**

- **Compra de artículos y servicios requeridos al precio final más bajo posible. El departamento de compras debe esforzarse en obtener los artículos y servicios necesarios al menor precio posible considerando que la calidad, envío y los requerimientos de servicio también sean satisfactorios.**

3.1.17. Organigramas.



3.1.18. Funciones Operativas

- **Director.-** Es el representante legal de la empresa quien atiende todo lo relativo a lo que involucre a las funciones de la misma como particulares y gobierno federal:
 1. Programa los cursos de acción a seguir.
 2. Asigna oportunamente los recursos para que haya fluidez.
 3. Auxilia a sus colaboradores cuando estos tienen problemas.
 4. Le sugiere como solucionar los problemas.
 5. Atiende al personal de la empresa, proveedores, clientes y a funcionarios cuando hay inconformidades que debían ser resueltas por cada gerente, etc.

- **Gerente .-** Delega buena parte de las mismas en el personal de su sector
 1. Será la persona que dirige y organice el departamento de compras
 2. Debe representar a la empresa en las vinculaciones con otras firmas

3. Dentro de la empresa tendrá poder de decisión a nivel ejecutivo. Como tal, actuara en la confección del presupuesto de compras.
4. Al ser el responsable del departamento que quizá origine más erogaciones de la empresa, debe tratar que dichos desembolsos sean analizados exhaustivamente.
5. Procurara que los materiales ingresen en el momento apropiado para que el proceso productivo no se detenga.
6. Estará permanentemente informado de los materiales comprados para no deteriorar la calidad de los productos a fabricar.
7. Deberá estar actualizado sobre los nuevos materiales surgidos en el mercado que puedan beneficiar a la empresa.
8. En los contactos con proveedores deberá mantener una buena imagen de la empresa.

➤ **Comprador.- Sus funciones principales son:**

- Selección de proveedores
- Cotizaciones
- Captura de ordenes de compras
- Seguimiento a entregas por parte de proveedores
- Validación junto con el personal de la empresa de las existencias de los materiales

- 1.- Investigar el número de órdenes de compra que se expiden mensualmente.
- 2.- Seleccionar el número de órdenes de compra colocadas y hacer lo siguiente:
 - a. Comprobar que exista el precio del producto y los descuentos otorgados.
 - b. Comparar las facturas del proveedor contra la orden de compra para ver que no haya discrepancia en precio.
 - c. Determinar si la orden indica que ésta debe surtirse con urgencia, así como, la frecuencia de estas órdenes urgentes y las causas.
 - d. Determinar si el proveedor fue seleccionado por el departamento de compras o hubo sugerencia por parte de otros departamentos. Determinar la frecuencia de estos casos y las causas.
 - e. Investigar si en alguna forma se ejerció presión para seleccionar a determinado proveedor.
 - f. Revisar que las autorizaciones estén dentro de los límites previstos.
 - g. Revisar que las compras realizadas fuera del departamento estén dentro de las políticas y autorizaciones establecidas.
 - h. Revisar (si es necesario fuera del departamento de compras) que la información contenida en la orden de compra sea suficiente.
 - i. Revisar que investigación se hizo para determinar que la calidad de la mercancía recibida se apego a lo pactado.
 - j. Revisar que los artículos o servicios estén comprados por cotizaciones y que estas sean recientes; en caso de no haber elegido el precio más bajo, debe existir explicación

- k. Revisar si las compras han sido colocadas de acuerdo con el programa que debe tener el departamento
- l. Revisar los pedidos que no fueron surtidos en la época prometida y las causas.
- m. Revisar si se siguen haciendo compras a proveedores poco competentes y causas.

3.- Seleccionar algunas solicitudes de material especializado y comprobar si los técnicos han aprobado las especificaciones.

4.- Investigar si el departamento de compras recibe con debida anticipación la información sobre los principales materiales a comprar.

5.- Investigar con el almacenista si ha habido material colocado fuera de su lugar habitual, si se ha dañado por estar a la intemperie, si se han tenido que alquilar bodegas en forma urgente, etc.

6.- Revisar la frecuencia con la que se hacen compras de un mismo material (es conveniente usar las tarjetas de materiales) con objeto de determinar si se están comprando cantidades muy pequeñas con demasiada frecuencia.

7.- Revisar quien surte los principales productos que consume la compañía a investigar, en caso de comprar a un solo proveedor, porque no se compra a otros proveedores.

- Comprobar las especificaciones de los materiales que figuran en las requisiciones en un esfuerzo por estandarizarlas en lo posible y comprar los materiales, los cuales deben tener el mejor valor posible para los objetivos que se intentan.
- Seleccionar las mejores fuentes de abastecimiento disponibles, negociar los términos de compra incluyendo el envío y el desempeño de los proveedores y preparar las órdenes de compra adecuadas. Mantener los registros necesarios para proporcionar datos históricos y tendencias en los precios, desempeño del vendedor y datos semejantes.
- Dar seguimiento para asegurar el envío puntual y la recepción en la cantidad y calidad adecuadas.
- Actuar como una unidad de inteligencia en el mercado, buscando constantemente proveedores nuevos y más efectivos y materiales y productos nuevos con el objetivo de reducir los costos o de mejorar el producto de la empresa.
- Supervisión o conducción de todos los contactos entre los proveedores y los departamentos de la empresa sobre todo los planes que se relacionan con la compra de materiales.

3.1.19 Procedimientos

No hay manuales ni ordenes de actividades todo se desarrolla bajo instrucciones verbales o como cada operador entienda lo que tiene que hacer.

Al no existir un documento que involucre a las partes como son autoridad – subordinación implica que haya una fuga de responsabilidades, de forma, fondo, y estructura lo que en ocasiones suscita errores, omisiones, desviaciones, confusiones, problemas y conflictos entre los colaboradores de adquisiciones con la empresa y su

entorno externo por no delimitar alcances y limitaciones y estar escrito en un documento administrativo.

Existen sin embargo aspectos positivos, el personal conforme a sus potencialidades: experiencia, conocimientos, habilidades y creatividad saca adelante sus tareas y pese a sus limitaciones técnico – administrativas ha diseñado sistemas de acción que le permiten ser más certero, y llevando sus funciones de manera positiva.

Atentos a esta situación, en el capítulo tercero se propone una sistematización formal que cubre el entorno operacional del área de adquisiciones en todo su entorno estableciendo de manera precisa sus procesos, recursos y tiempos con el fin de lograr un equilibrio funcional y los resultados sea confiables y de alta calidad.

Los errores del pasado siempre son una loza para el presente y si se insiste una tumba hacia el futuro, la existencia de la administración es seguridad, imagen, consistencia, estabilidad, pero existe la resistencia a utilizarlos ya que muchos piensan que ésta disciplina es demasiado teórica que les ha de ocasionar más problemas y sin embargo cuando se aplican todo es más práctico, dinámico y eficaz.

3.1.20. Productos

- Cosméticos
 - ▶ Rostro
 - ▶ Maquillajes
 - ▶ Correctores
 - ▶ Polvos Compactos
 - ▶ Rubores
 - ▶ Ojos
 - ▶ Sombras
 - ▶ Delineadores
 - ▶ Mascaras
 - ▶ Tratamientos
 - ▶ Desmaquillante
 - ▶ Labios
 - ▶ Delineadores
 - ▶ Labiales
 - ▶ Lip Gloss
 - ▶ Uñas
 - ▶ Esmaltes
 - ▶ Cuidado de las Uñas
 - ▶ Accesorios
 - ▶ Accesorios de belleza
 - ▶ Bolsa con productos
- Fragancias
- ▶ Dama

- ▶ **Caballero**
 - Baños y Desodorantes
- ▶ **Desodorante en Roll On**
 - ▶ **Dama**
 - ▶ **Caballero**
 - ▶ **Especializados**
- ▶ **Desodorante en Pump**
 - ▶ **Dama**
 - ▶ **Caballero**
- ▶ **Talcos**
 - ▶ **Dama**
 - ▶ **Caballero**
- ▶ **Mademoiselle**
 - ▶ **Post Depilación**
- ▶ **Cuidado de los pies**
 - ▶ **Terapie Básicos**
 - ▶ **Terapie Tratamientos**
 - ▶ **Terapie Complementos**
- ▶ **Cuidado Corporal**
 - ▶ **Jabones Modeladores y Especializados**
 - ▶ **Jabones Faciales y Corporales**
- ▶ **Higiene Bucal**
 - ▶ **Limpiadent Cuidado Bucal**
 - ▶ **Fresh Lip Refrescante Bucal**
 - ▶ **Dental Beat Care***
- Cuidados de la Piel
 - ▶ **Royal Jelly**
 - ▶ **Agua Dorada**
 - ▶ **Bio White**
 - ▶ **Luce me**
 - ▶ **Solar Care**
- ▶ **Cuidado facial - lo básico**
 - ▶ **Beauty Femme Crema con Aloe**
 - ▶ **Beauty Femme Q10**
 - ▶ **Pure Nature***
 - ▶ **Family Care**
- Cuidados Corporal
- ▶ **Cremas Corporales**
 - ▶ **Cremas Perfumadas**
 - ▶ **Rosas**
 - ▶ **Queen Almond**
 - ▶ **Sensual Sensations**

- ▶ **Modeladores**
 - ▶ **Pomada Té Rojo**
 - ▶ **SS Reduce Me**
 - ▶ **Lyposlim**
- ▶ **Tratamientos Especializados**
 - ▶ **Skin Therapy* Veins Solution***
 - ▶ **Del Baúl de la Abuela**
- **Cuidados del Cabello**
- ▶ **Shampoos**
 - ▶ **Herbal 3 Manzanilla**
 - ▶ **Herbal 3 Nogal**
 - ▶ **Herbal 3 Chile**
 - ▶ **Natural Forte**
 - ▶ **Herbal 3 Aloe - Sábila**
- ▶ **Tratamientos**
 - ▶ **Fashion Hair para puntas abiertas**
 - ▶ **Baño de Brillo**
- ▶ **Estilizadores**
 - ▶ **Fashion Hair Spray modelador de rizos**
- ▶ **Perfumes Capilares**
 - ▶ **Sensual Sensations**
 - ▶ **Natural Forte**
- ▶ **Accesorios**
 - ▶ **Cepillos**
 - ▶ **Peine**
- ▶ **Gel**
 - ▶ **Gel Alisante**
 - ▶ **Gel Ondulante**
 - ▶ **Electro-Shock**
- **Cuidado Especializado**
- ▶ **Cosmecéticos**
- ▶ **Beauty Dearm**
- **Herméticos**
- ▶ **Alacena**
- ▶ **Mesa**
- **Productos para el Hogar**
- ▶ **Cocina**
 - ▶ **Refrigerador**
- ▶ **Muebles**
 - ▶ **Limpieza**
 - ▶ **Cuidado**

- **Productos para Niños**
 - ▶ Petit Chérie
 - ▶ Shrek the Third

- **Lencería**
 - ▶ Moda y Colores de temporada
 - ▶ Brassiere
 - ▶ Bikini
 - ▶ Boxer
 - ▶ Tanga
 - ▶ Hot Pant
 - ▶ Tankini
 - ▶ Body Reductor
 - ▶ Control
 - ▶ Brassiere
 - ▶ Panty
 - ▶ Faja
 - ▶ Volumen y Realce
 - ▶ Brassiere
 - ▶ Bikini

- **Joyería**
 - ▶ Coordinados
 - ▶ Pulseras
 - ▶ Collares

- **Life**
 - ▶ Feng Shui
 - ▶ Suplementos
 - ▶ Esbeltissima- Control de peso
 - ▶ Holística
 - ▶ Feng shui
 - ▶ Rituales
 - ▶ Angeles

- **Hogar y Regalos**
 - ▶ Cocina
 - ▶ Mesa
 - ▶ Hogar
 - ▶ Juguetes
 - ▶ Regalos

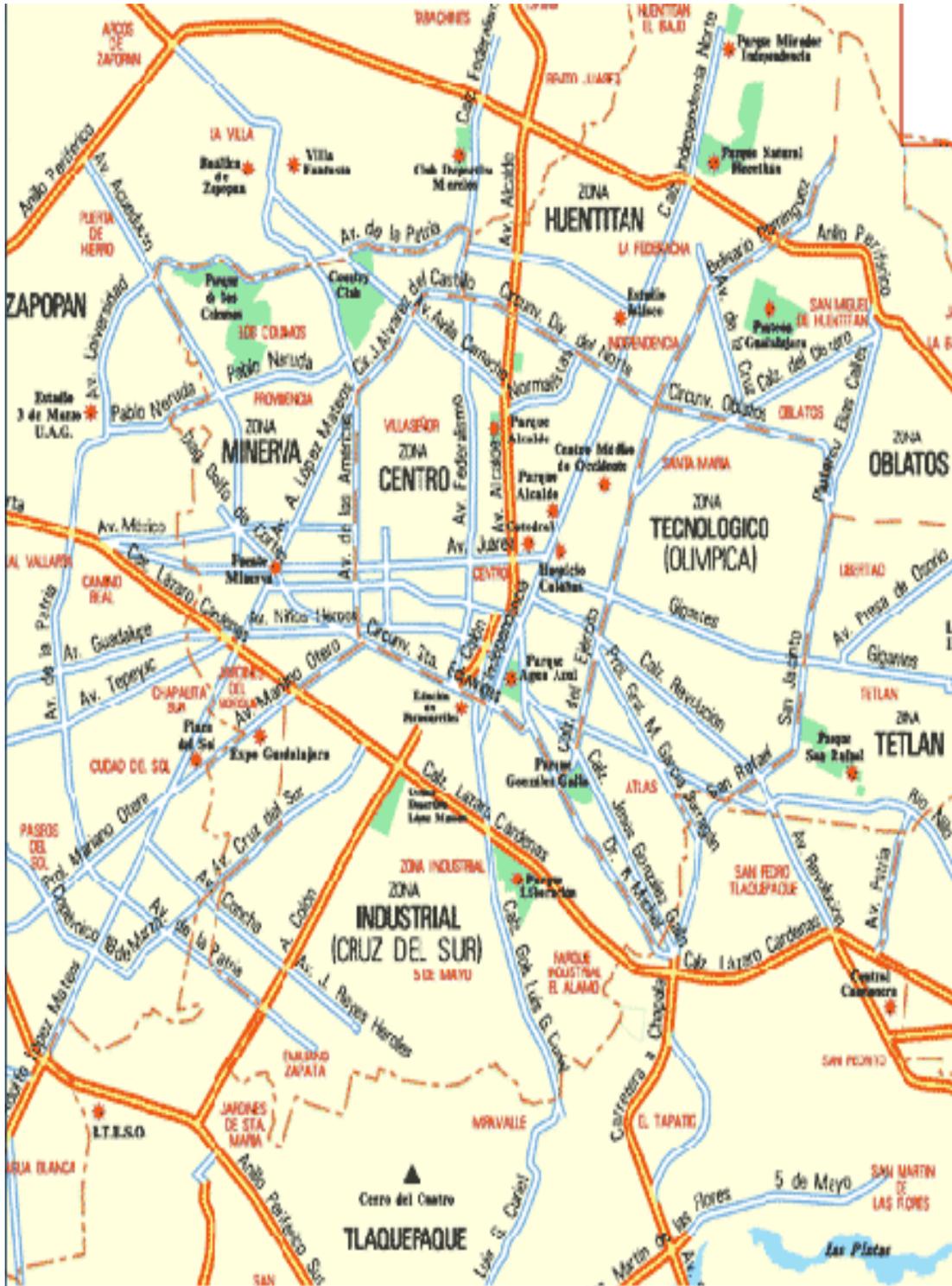
3.1.21. Sistemas de Comunicación

- **Internet**
- **Teléfono**
- **Fax**
- **Memorando**
- **Oficios**
- **Cartas**
- **Folletos**
- **Cuadernillos**
- **Flyers**
- **Comunicados**
- **Mensajería**
- **Valijas electrónicas**
- **Hand Held**
- **Radio**

3.1.22. Sistemas de Distribución

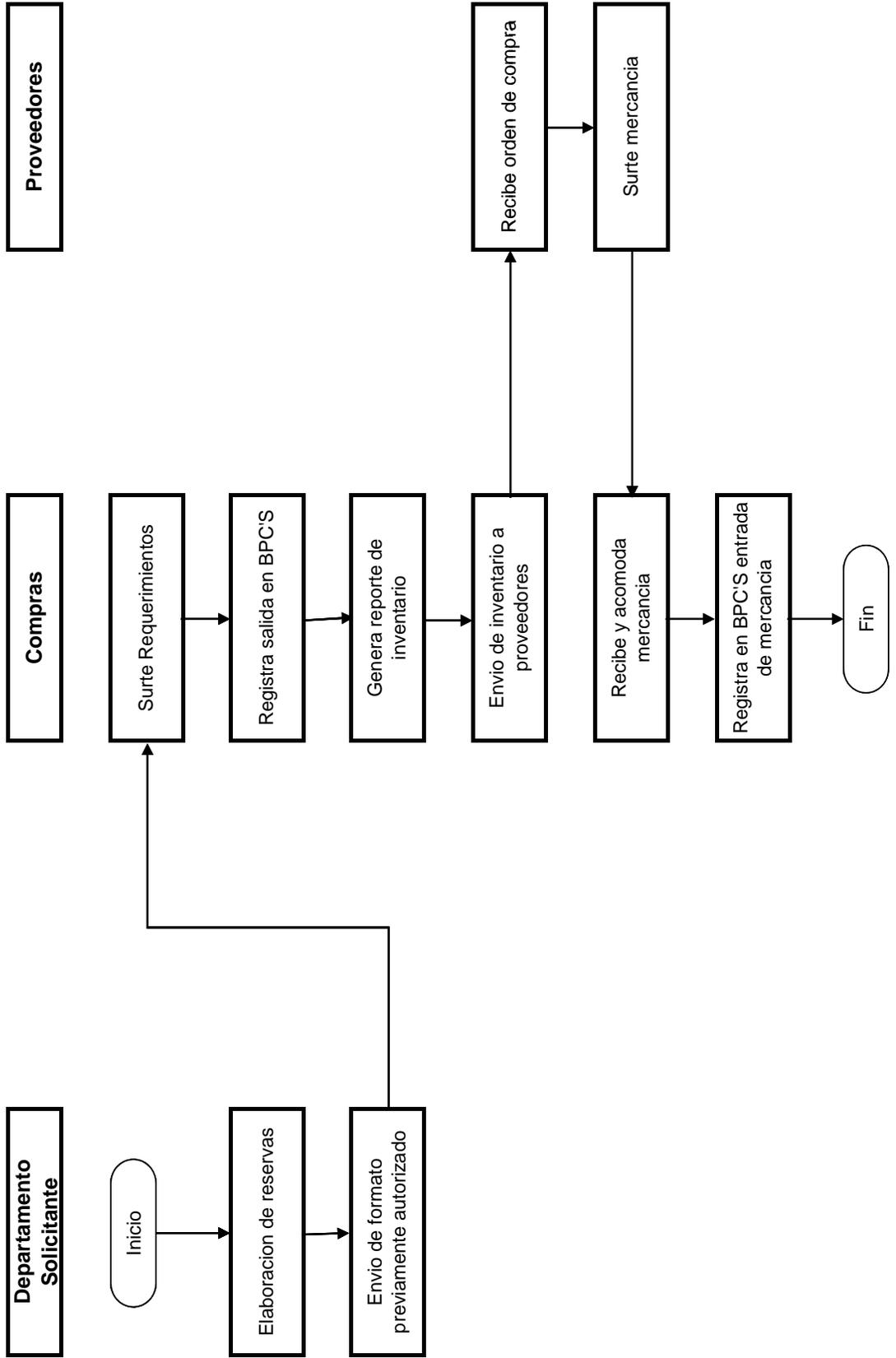
- **Camionetas**
- **Mini –Vans**
- **Alquiler de Trailers**
- **Alquiler de Tortons**
- **Paquetería DHL, UP's**

GUADALAJARA



3.1.23. Proveedores.

- 1. Cyberprint**
- 2. Ajusco impresos**
- 3. Offset Multicolor**
- 4. Eureka**
- 5. Artigraf**
- 6. Multiplasticos**
- 7. Naviplastic**
- 8. Janel**
- 9. Polirafia**
- 10. Cima**
- 11. Vitro**
- 12. Accord**



3.1.25. Fortalezas

El departamento de compras siempre tendrá relaciones con personas internas y externas de la compañía. Compras siempre mantendrá relaciones estrechas con todos los departamentos, conociendo así las necesidades de cada uno.

Respecto a las relaciones externas, el departamento de compras es el que tiene la responsabilidad de que sean bien utilizados los fondos de la compañía destinados a esta actividad en una forma juiciosa. Además, a través de sus contactos y conducta con los proveedores, tienen a su custodia la reputación de la empresa por su cortesía y justo trato.

El hecho de seleccionar un proveedor y entregar un pedido es fundamentalmente un asunto de confianza y por todas las anteriores razones, un alto estándar de ética en su conducta esencial. Compras establece la confianza comercial entre empresas y proveedor.

Se recomienda que los jefes de compras realicen visitas a los centros de producción de los proveedores con el fin de que establezca una confianza entre proveedor y empresa, con esta política se logra que el proveedor se convierta en un miembro más que ayuda a la empresa y no como un ente que busca obtener lucro de la misma.

Se tiene apoyo del director y cuenta con producto agregar

3.1.26. Debilidades.

En Woman Cosmetics existen deficiencias como son:

- **Selección errónea de los proveedores**
- **Falta de compromiso de entrega por parte del proveedor**
- **Retrasos en la recepción de los materiales por parte de nuestro almacén**
- **Solo hay una persona encargada para llevar a cabo:**
 - **Selección de proveedores**
 - **Cotizaciones**
 - **Captura de ordenes de compras**
 - **Seguimiento a entregas por parte de proveedores**
 - **Validación junto con el personal de la empresa de las existencias de los materiales**
 - **No hay planeación**
 - **No hay seguimiento**
 - **No existe calendarización exacta de necesidades.**

Uno de los puntos a considerar en este departamento es que existen órdenes que exceden el millón de pesos y la cual debe ser firmada por el vicepresidente de operaciones a si como el presidente de la empresa, esto lo llevan a cabo para tener un mejor control, pero en ocasiones el presidente no se encuentra en la empresa, por lo que es necesario espera o detener la orden de compra, esto ocasiona retrasos en todo el proceso desde la elaboración hasta la entrega a producción.

Considerando la importancia de los materiales (en su caso órdenes de compra) no deberían existir retrasos de la misma ya que si están solicitando un material (sea cualquier precio de compra) es porque lo están solicitando con anticipación y sobre todo para evitar retrasos en la parte de producción, pero siempre se va a obtener un cuello de botella en el departamento de compras por que los demás departamento ya cumplieron con su parte, solo falta las firmas y que compras seleccione proveedor para que entregué en la hora y fecha establecida, aquí el perjudicado es compras.

3.2. Propuestas de adecuación

3.2.1. Objetivos organizacionales

- **Compendiar de forma ordenada, secuencial y detallada las operaciones que se efectúan, los órganos que intervienen y los formatos que se van a utilizar para realizar las actividades institucionales, agregadas en procedimiento.**
- **Establecer formalmente los métodos y técnicas de trabajo que deben seguirse para la realización de las actividades.**
- **Precisar responsabilidades operativas para la ejecución, control y evaluación de las actividades.**

3.2.1.1. Generales (estratégicos)

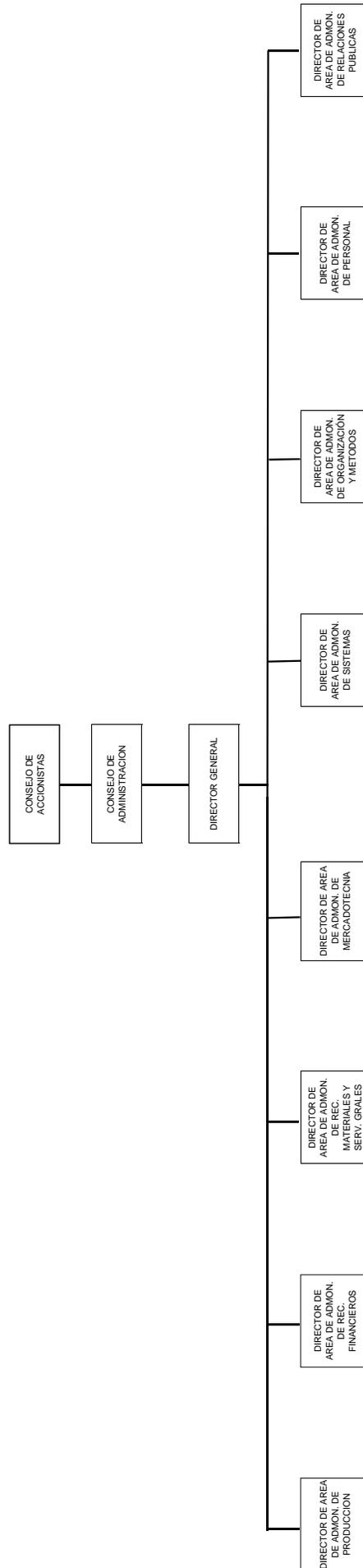
Establecer de manera anticipada a través de la planeación y programación los recursos materiales (materia prima, insumos) que requiere cada área funcional que integra esta empresa para que sean localizados adquiridos conservados y distribuidos según la calendarización establecidos en dicho proceso. Para darle fluidez al objetivo organizacional.

3.2.1.2. Específicos (Tácticos)

- **Abastecer los artículos necesarios en tiempo y costo óptimo.**
- **Disminuir al 10% las quejas totales de la falta de mercancías.**
- **Trabajar bajo una mejora continua.**
- **Adquirir bajo las mejoras negociaciones, con el precio justo.**
- **Abastecer con calidad, para disminuir las mermas.**
- **Ejecutar los procedimientos, para desempeñar ordenadamente, las actividades inherentes al área de compras.**

3.2.2. Organigrama.

ORGANIGRAMA GENERAL



3.2.3. Plan de compras

El proceso de plan de compras se inicia con la información derivada de los pronósticos anuales de ventas, producción y económicos en general. El pronóstico de ventas proporcionara una medida total de los requerimientos de materiales, productos, y servicios que se deben comprar por el departamento de compras; los pronósticos de producción darán información sobre la localización en donde se requieran los materiales, los productos y los servicios; y los pronósticos económicos brindaran información útil para la estimación de la tendencia general de precios, salarios y otros costos.

3.2.4. Anteproyecto de compras

- 1. Cada gerencia proporcionara a la de compras sus necesidades de manera anticipada (octubre – noviembre) para que sean analizada, justificadas y propuestas al director para su autorización.**
- 2. Establecer como normatividad una cartera de proveedores que se actualizara como máximo cada 6 meses.**
- 3. Se realizaran como mínimo 5 cotizaciones justificando de mayor a menor los prospectos a ser considerados para las compras.**
- 4. De manera anticipada se elaborara el presupuesto que se requiere para adquirir todos los recursos (insumos y materias primas).**
- 5. Se diseñara un formato en el cual haremos saber nuestras necesidades a los proveedores de manera formal y específica.**
- 6. En conjunto con los proveedores se propone una carta compromiso (contrato) para respetar tiempos, espacios y calidad del servicio requerido.**
- 7. El proveedor deberá de exhibir físicamente o por catalogo el producto que nos va a otorgar para tomar una decisión más precisa de la adquisición.**
- 8. Cuando el producto sea entregado a puerta de almacén será verificado y en caso de incumplimiento sobre indicaciones se cancela la orden y al responsabilidad recaerá en el proveedor.**
- 9. Los recursos efectivos se registraran como entrada de almacén y firma de aceptación para que le sea liquidado al proveedor la deuda.**
- 10. Cada material deberá de ser clasificado con forme a su importancia y uso continuo.**
- 11. Se llevara un control de existencias (stock) para evitar sorpresas.**

12. Justificar con requisiciones de material que la distribución es la correcta y no existe de por medio desviaciones de los recursos.

13. Se realizaran auditorias para verificar la eficacia de la operación.

3.2.5. Estrategia de compras

Cuando es determinada la calidad justa y necesaria de los materiales indispensable para producir, surge la pregunta de cuánto se ha de comprar de ellos a fin de satisfacer los planes de manufactura, correlacionados con los de ventas, reduciendo al mínimo posible el costo de las inversiones que se tienen que hacer.

Dentro del almacén y de acuerdo a un control de inventarios abra siempre una existencia mínima, la cual se restara de un máximo deseado para así obtener la cantidad a pedir.

Los elementos de tiempo y uso en los diferentes procesos productivos a veces son fáciles de determinar y pueden sugerir un solo pedido para aprovechar los descuentos por cantidad.

Cuando no se dispone de un espacio para almacenamiento los costos por arrendamiento pueden afectar en mayor o menor grado el costo final del producto y además la cantidad pedida puede verse alterada por este factor.

La obsolescencia debida a cambios en los procesos de manufactura, derivados de la investigación tecnológica, tiene importancia también en la cantidad a pedir, ya que la mercancía caída en desuso se deprecia de una manera considerable.

Los cargos por manejo y estiba en el almacén pueden hacer que la compra sea en cantidades mayores, si este se encuentra relativamente lejos de la función productiva.

3.2.6 Lote Económico

3.2.6.1 Plan de Compra Máximo

Basado en el control de inventarios y aplicado a artículos de uso repetitivo en la producción, principia en una cantidad máxima que se va utilizando hasta llegar a un punto llamado “de pedido” que es superior a una cantidad mínima que tiene por objeto garantizar la seguridad de continuar interrumpidamente la producción

3.2.6.2 Plan en base al tiempo de reducción

El plan reclama cantidades que cubre un periodo determinado, la cantidad se puede basar en la que habría de utilizarse en cierto número de ciclos de producción ligados a las condiciones cambiantes del mercado, localización de diferentes zonas de almacenamiento y otros factores.

3.2.6.3 Plan en base al precio del mercado

La alta gerencia a través del departamento de compras procurara siempre tener en reserva cantidades, para necesidades futuras apropiadas al ciclo productivo de las materias primas sujetas a variaciones súbitas de precios por la ley de la oferta y demanda en el mercado, ya que la naturaleza de algunas de ellas es de por si especulativa.

3.2.6.4 Fabricar o Comprar

Existen 6 premisas que conducen a la conclusión de si es aconsejable fabricar o comprar, sobre las bases de: factores de capacidad, trabajo, programación, destreza y comparación de costos, cada cuestión en cada categoría, es sopesada para llegar a estas conclusiones. La lista de comprobación verifica las siguientes preguntas:

- Factores de calidad ¿Existe control de calidad?
- Factores de capacidad ¿hay espacio utilizable?
- Factores de trabajo ¿Se hace necesaria una preparación especial?
- Factores de programación ¿Podemos conseguir a su debido tiempo todos los componentes necesarios?
- Factores de destreza ¿Se puede conseguir el mejor diseño experimentado?
- Comparación de costos: Sobre la base de cien piezas.

3.2.6.5 Las Muestras

La compra-venta se efectúa muchas veces sobre la base de una muestra presentada al mismo tiempo que se hace la oferta.

3.2.6.6 Los Diseños y Modelos

En ocasiones las compras se basan en diseños y modelos, los cuales deben reunir los siguientes requisitos:

- Definir de una nueva manera sencilla la forma de la pieza
- Los materiales deben ser de fácil montaje
- Se debe proveer una existencia máxima de las piezas de uso constante

3.2.6.7 Acondicionamiento del Producto

Las materias de acondicionamiento que el departamento de compras tiene que adquirir para los productos fabricados por la empresa caen dentro de la siguiente clasificación:

- **Acondicionamiento directo o envase que está en contacto con el producto y es con el que se presenta al consumidor.**
- **Acondicionamiento indirecto, constituido por los empaques y en general por los embalajes usados para el transporte del producto.**

3.2.7. Misión

Ser la empresa numero uno de Venta Directa en México

3.2.8. Visión

Abarcar todas las ventas en la República mexicana en un 100% respecto a nuestra competencia convirtiéndonos en una marca líder del mercado cosmético, así como romper record de ventas.

3.2.9. Valores Institucionales

- **Integridad**
- **Lealtad**
- **Igualdad**
- **Fraternidad**
- **Apoyo a la comunidad**

3.2.10. Cultura Organizacional.

- **Espíritu Empresarial**
- **Crecimiento continuo**
- **Innovación**
- **Reconocimiento**
- **Servicio al cliente**

3.2.11. Procedimiento de compras (factibilidad de actividades).

El proceso de compras dentro de una organización consiste en precisar cuáles son sus necesidades de bienes y servicios, identificando y comparando los proveedores y los abastecimientos que se tienen disponibles, negociar con sus abastecimientos quienes constituyen las fuentes de abastecimiento o de algún modo de llegar a convenios en los cuales se estimulan los términos de compra, celebrar contratos y colocar pedidos, para finalmente recibir los bienes y servicios, prosiguiendo con el pago de estos.

3.2.12. De la estrategia organizacional a la estrategia de compras

Es la que trata de establecer lo que el organismo social debe de hacer antes de emprender la acción empresarial necesaria (se orienta hacia lo que la empresa debe de hacer para alcanzar los objetivos).

La empresa en su conjunto debe involucrarse en la planeación estratégica: todos los niveles, recursos potencialidad y habilidad, para lograr el efecto sinérgico de interacción de todos estos aspectos.

La Organización estratégica ha de cumplir siempre seis etapas:

- **Determinación de los objetivos empresariales**
- **Análisis ambiental externo**
- **Análisis organizacional interno**
- **Formulación de las alternativas estratégicas y elección de la estrategia empresarial.**
- **Elaboración de la planeación estratégica**
- **Implementación mediante planes tácticos y operacionales.**

La filosofía en la estrategia será siempre. “Resultados y no pretextos”

3.2.13. Manual de procedimientos de compras

El área de adquisiciones ha determinado que su estructura será:

1. Identificación

- **Logotipo de organización**
- **Nombre oficial de la organización**
- **Denominación y extensión. De corresponder a una unidades particular debe anotarse el nombre de la misma**
- **Lugar y fecha de elaboración**
- **Numero de revisión**
- **Unidades responsables de su elaboración, revisión y autorización.**
- **Clave de la forma. En primer término, las siglas de la organización, en segundo lugar las siglas de la unidad administrativa donde se utiliza la forma, por último, el número de la forma. Entre las siglas y el número debe colocarse un guión diagonal.**

2. Antecedentes

- Cuando se crea el área de compras
- Marco legal
- Objetivo
- Sus funciones
- Misión
- Visión
- Historia del área.
- Sus gerentes
- El factor humano
- Sus instalaciones
- Sus publicaciones.

3. Objetivos

- a) **Generales**
 - Los que determina la alta gerencia y se enfocan en un carácter estratégico a cumplir en un tiempo determinado
- b) **Específicos**
 - Explicar el propósito que se ha de cumplir con los procedimientos administrativos inherentes a la función de compras.

4. Directorio

- Los ejecutivos que ocupan puestos señalando:
 - Nombre
 - Puesto
 - Área
 - Sección
 - Ubicación en alineamiento.
 - Número telefónico

5. Organigrama

- a) **General de la empresa**
 - Para ubicar el lugar que ocupa en relación a las demás áreas funcionales
- b) **Funcional de compras**
 - Para precisar la causa y efecto de las actividades que dan el fondo y la forma de las actividades administrativas.

6. Áreas de aplicación

- Determina la esfera de acción que han de cubrir los procedimientos (Alcance).

7. Políticas de operación

- Son los criterios o lineamientos previamente formulados por la alta gerencia y el director de adquisiciones que determinan los cursos de acción a seguir de manera explícita para orientar y facilitar las funciones que

realizan los colaboradores en las distintas instancias que participan en dichos procedimientos.

8. Normas de operación

- Especifican los derechos y obligaciones que contraen los involucrados en la función administrativa de compras.

9. Procedimiento (Descripción de las operaciones)

- Es la presentación por escrito que exhibe la alta gerencia en forma narrativa y secuencial de cada una de las operaciones que se realizan en procedimiento, además de explicar en qué consisten, cómo, dónde, con qué, para qué determinando quiénes son los responsables de efectuarla.

10. Diagramas de flujo:

- Son las representaciones gráficas de hechos, situaciones, movimientos, relaciones o fenómenos de todo tipo por medio de símbolos que clarifican la interrelación de diferentes factores y/o unidades administrativas, así como la relación causa y efecto que prevalece entre ellos.

Administrativamente utilizaremos para el área de compras los siguientes sistemas:

- Símbolos de la norma ASME para elaborar diagramas de flujo.
- Símbolos para la norma ANSI para elaborar diagramas de flujo (procesamiento electrónico de datos)
- Símbolos de la norma ANSI para elaborar diagramas de flujo (diagramación administrativa)
- Símbolos de la norma ISO-9000 para elaborar diagramas de flujo.
- Símbolos de la norma DIN.
- Símbolos de flujograma de ingeniería de operaciones de administración y mejora de la calidad del proceso (DO)
- Símbolos para diagramas integrados de flujo (DIF)
- Definición del código de barras
- Sistema O.T.I.D.A.
- Sistemas de transporte
- Ruta crítica
- Líneas de espera.

11. Anexos

- Los formatos que se proponen para las tareas con su respectivo instructivo para que lo identifique y apliquen.

12. Glosario de términos

- Es la lista y explicación de los conceptos de carácter técnico relacionados con el contenido y las técnicas de elaboración de los manuales de procedimientos y sirve como apoyo para uso y consulta.

13. Conclusiones.

- Lo que nos deja de experiencia y observancia el documento.

14. Recomendaciones

- **Observaciones a seguir para que el manual sea enriquecido con aportaciones porque no es lo absoluto sino un punto de partida para ordenada y sistematizar las operaciones haciéndolas confiables y precisas hacia los usuarios.**

15. Bibliografía.

- **Las fuentes de información que sustentan los argumentos y los hacen seguros y accesibles a cada operación.**

3.2.13.1 Generalidades

El proceso de construir una organización efectiva incluye muchas actividades, pero ninguna de ellas, es más importante que el inicio de las interrelaciones entre estrategias, estructuras y delegación. Las estrategias, una vez que se ha diseñado, debe integrarse mediante alguna organización estructural, cualquiera que sea el diseño seleccionado debe existir delegación dentro de la organización. Lo que hace que la actividad de organizar la función de abastecimiento de materiales sea particularmente difícil; es que no solo se debe considerar la estrategia corporativa y las necesidades internas, sino también del mundo externo.

En el año de 1980 al aumentar la complejidad de las organizaciones debido al incremento, las adquisiciones y fusiones, las líneas de abastecimiento se hicieron más inciertas, la actividad de compras en el extranjero se dinamizó, se dio mayor atención a la calidad del material comprado al recibirlo y se intensificó el énfasis en la obtención de utilidad; al comprar como un medio de mantener o incrementar la posición competitiva de la organización. Los departamentos de compras tuvieron que asumir responsabilidades mayores y diferentes.

3.2.13.2 Objetivos

- **Establecer formalmente los métodos y técnicas de trabajo que deben seguirse para la realización de las actividades**
- **Precisar responsabilidades operativas para la ejecución, control y evaluación de las actividades.**
- **Compendiar de forma ordenada, secuencial y detallada de las operaciones que se llevan a cabo, los órganos que intervienen y los formatos que se van a utilizar para realizar las actividades institucionales.**

3.2.13.3 Sistema de información

Algunas compañías grandes formulan manuales de compras en donde quedan comprendidas las reglamentaciones de las relaciones del comprador con sus proveedores y con otros departamentos, prescribiendo los procedimientos que se deban seguir. La última palabra generalmente la da la alta gerencia, que de no tener su apoyo el proyecto total habría de constituir una pérdida de tiempo.

3.2.14. Presupuestos.

Son el estado de resultados anticipados través del cual los planes y programas son traducidos en términos financieros. Permiten tanto a la alta gerencia como al área de adquisiciones ver claramente la parte que habrán de erogar.

Adquisiciones tiene como otras áreas la responsabilidad de manejar con precisión eficiencia y oportunidad su disponibilidad presupuestal para adquirir los recursos que le demandan y distribuirlos en forma oportuna y eficiente

Compras maneja dos tipos de presupuesto:

A). Presupuesto de inversión: Es la planeación, programación control y seguimiento en conjuntos homogéneos y ordenados de acuerdo con su naturaleza y destino, de los bienes y servicios que un organismo social adquiere y de los demás gastos que debe de realizar para la consecución de sus objetivos.

Generalmente en este rubro consideramos las adquisiciones de enlace que facilitarán las operaciones de las áreas que conforman la función organizacional.

En la planeación y programación presupuestal exhibimos para su realización y justificación:

- a) Base de datos actualizado de proveedores.**
- b) Listado de precios con las condicionantes que marca el código fiscal de la federación**
- c) Cotizaciones por escrito**
- d) Cuadros comparativos de cotizaciones**
- e) Cuadro comparativo de asignación y gasto presupuestal del ejercicio anterior.**
- f) Comprobantes de gastos.**
- g) Relación por prioridad de los recursos a adquirir**
- h) Los índices inflacionarios**
- i) El costo total.**

Adquisiciones contará con un especialista que se encargará de esta función para que sus estimaciones sean precisas y los resultados satisfactorios.

Por ningún motivo se presupuestará de más y de menos, simplemente lo que marca el procedimiento de ejercicio

Como lo señalamos a principio son las necesidades de los recursos a adquirir reflejados en dinero los cuales serán representados en un formato para tener un panorama fehaciente.

El responsable de presupuestos en compras manejará los recursos que se enuncian a continuación.

- **Combustibles.**
- **Lubricantes y aditivos**
- **Arrendamiento de edificios y locales**
- **Arrendamiento de terrenos**
- **Arrendamiento de maquinaria y equipo**
- **Arrendamiento de vehículos**
- **Mobiliario**
- **Equipo de administración**
- **Bienes artísticos y culturales**
- **Maquinaria y equipo industrial**
- **Maquinaria y equipo de construcción**
- **Equipos y aparatos de comunicaciones y telecomunicaciones**
- **Maquinaria y equipo electrónico**
- **Equipo de computación**
- **Maquinaria y equipo diverso**
- **Vehículos y equipo terrestre**
- **Vehículos de transporte aéreo**
- **Herramientas, maquinaria y equipo**
- **Refacciones y accesorios mayores**
- **Mantenimiento y conservación de mobiliario y equipo.**
- **Mantenimiento y conservación de maquinaria.**
- **Mantenimiento y conservación de inmuebles**
- **Pasajes (comisiones)**
- **Vestuario, blancos, prendas de protección y artículos deportivos**
- **Mercancías diversas.**
- **Servicios de asesoría, estudios e investigación**
- **Servicios comercial y bancario**
- **Servicios de traslado e información**

B). Presupuesto del gasto corriente: son las erogaciones correspondientes a remuneraciones y prestaciones que generalmente debe de realizar el área de personal pero que administrativamente debe de conocer y controlar el titular de compras a través de un experto que le realizara el sistema y vigilará hasta sus últimas consecuencias.

Dentro de los rubros de dicho gasto se manejan:

- Sueldos
- Sobresueldos
- Salarios
- Sobresalarios
- Honorarios
- Tiempo extra
- Compensaciones
- Prestaciones
- Y deducciones anticipadas.

3.2.15 Catalogo de formas de control

Es una herramienta o medio de comunicación escrito, generalmente impreso y contiene información fija y espacio para incluir información variable.

Cuando un sistema de información se convierte en documento este deberá ser acompañado siempre de un instructivo.

Las formas que utilizaremos serán:

- Para la planeación y programación presupuestal
- La base de datos del proveedor
- La requisición interna de necesidades de recursos para el ejercicio fiscal.
- La requisición para proveedores
- El cuadro comparativo de cotizaciones
- La presentación de la empresa para comunicar el interés de participar con los proveedores
- Requisición de materiales
- La orden de compra
- Inventarios
- Solicitud de materiales
- Control de distribución de materiales
- bitácora

3.2.16 Sistemas de control

La administración exige que toda operación lleve un control y seguimiento de actividades siendo la respuesta al principio de la delegación de autoridad, es decir, que es ejecutado por todos aquellos que en escala jerárquica de la empresa tienen facultad de mando como instrumento de guía y evaluación de las metas fijadas.

Compras debe de evaluar sus operaciones para comprobar que está actuando de manera correcta.

El establecimiento de los controles de adquisiciones representan una de las herramientas de trabajo más valiosas con las que cuenta compras, ya que le permite conocer de inmediato las características de los proveedores,

El ahorro de tiempo para asegurar una compra lógica lo que recomienda mantener actualizada la información registrando las operaciones en forma clara, concisa.

Principales controles para el área de compras:

a). Control de especificaciones de materiales: La administración exige que todas las especificaciones, características, planos, revisiones etc. De los recursos materiales adquiridos deben de archivar y clasificarse para poder disponer de ellas cuando sea necesario consultarlas, es decir al momento de efectuar cotizaciones, órdenes de compra, aclaraciones de duda sobre lo negociado.

b). Registro de contratos: También es necesario llevar un control en donde se muestre la mercancía, el proveedor, el número de pedido, la cantidad concertada, los plazos, los límites de los contratos, el precio, la unidad y demás condicionantes.

c). Control de requisiciones: Mantener información constante acerca del flujo que va registrando la atención de de los requerimientos, evaluando el porcentaje de resultados eficientes y verificando las fortalezas y debilidades de éste dando siempre una respuesta inmediata a las peticiones para fluir las operaciones hacia el objetivo.

d). Control de órdenes de compra: Nos permitirá conocer la situación que prevalece que guardan las órdenes de compra tanto en sus entregas como en sus retrasos y poder evaluar el nivel de servicios que está teniendo el grupo de proveedores potenciales.

Con estos controles compras será más precisa y siempre otorgará los resultados esperados, un control nos llevará de la mano y por ninguna circunstancia o motivo se aceptarán excusas ya que el sistema es claro y viable

3.2.17 Interacción de adquisiciones con otras áreas

- Con la Dirección General a través de la fijación de las políticas generales, procedimientos y análisis de tendencias y cambios de entorno.**
- Con Producción a través de información sobre plazos de entregas, costos de materias primas, calidad disponible, fuentes de aprovisionamiento, para el desarrollo del cumplimiento de los programas.**
- Con Finanzas en la fijación de políticas financieras con las compras, requerimientos de fondos y presupuestos del área.**
- Con Almacenes en la administración de la logística de movimientos y coordinación de necesidades de espacio según la planificación de entregas y embarques.**

- **Con Contabilidad para el control de inventarios, costeo de materiales y valorizaciones y provisiones de las compras de bienes y/o servicios ingresados en un periodo.**

De acuerdo con el tipo de producto que se comercializa en una organización la dependencia funcional del área de compras puede variar. Si es una empresa industrial dependerá del área de producción; si es comercial, del área de comercialización; si es de servicios, del área de administración.

3.2.18 Inventarios.

La Administración exige a compras que lleve una sistematización referente a sus entradas y salidas de material y a tal disposición se utilizan los propuestos.

Entre los métodos más importantes para evaluar los inventarios, tenemos:

A).Costo o Mercado el Más Bajo:

Se toma como base el precio inferior de las existencias, manteniendo el principio contable de conservar el cual no anticipa beneficios y prevé posibles pérdidas.

B). El Método FIFO o PEPS:

Este método se basa en que lo primero que entra es lo primero en salir. Su apreciación se adapta más a la realidad del mercado, ya que emplea una valoración basada en costos más recientes.

C). El Método LIFO o UEPS:

Contempla que toda aquella mercancía que entra de último es la que primero sale. Su ventaja se basa en que el inventario mantiene su valor estable cuando ocurre algún alza en los precios.

D). El Método del Costo Promedio Aritmético:

El resultado lo dará la media aritmética de los precios unitarios de los artículos.

E). El Método del Promedio Armónico o Ponderado:

Este promedio se calculará ponderando los precios con las unidades compradas, para luego dividir los importes totales entre el total de las unidades.

F). El Método del Costo Promedio Móvil o del Saldo:

Calcula el valor de la mercancía, de acuerdo con las variaciones producidas por las entradas y salidas (compras o ventas) obteniéndose promedios sucesivos.

G). El Método del Costo Básico:

Por medio de este método se atribuyen valores fijos a las existencias mínimas, este método es bastante parecido al LIFO con la diferencia de que se aplica solamente a la cantidad de inventario mínimo.

H). El Método del Precio de Venta al Detalle:

Permite la estimación de inventarios con la frecuencia que se desee. El inventario físico se practicará, basándose en los precios de venta Marcados en los artículos.

Todos estos métodos nos permiten conocer sobre:

- ¿Qué es un almacén?
- ¿Cuál es el objetivo de un almacén?
- ¿Cuál es la misión de un almacén?
- ¿Qué es la administración de almacenes?
- Tipos de almacenes
- Funciones de un almacén
- Procesos básicos y procesos secundarios en un almacén
- Formas de de almacenamiento
- Herramientas para el control de los materiales
- Beneficios esperados de la Administración de almacenes
- Perfil del personal del Almacén
- Políticas de operación de un almacén.
- Rotación de inventarios en el almacén
- Fifo (primeras entradas primeras salidas) PEPS
- Lifo (últimas entradas primeras salidas) UEPS
- Indicadores de desempeño
- Requerimientos del ISO para el control interno de los materiales
- Diseño de almacenes y su planeación de requerimientos de espacio
- Áreas de almacén
- Lay out del Almacén
- Tipos de almacenamiento
- Recolección, empaque y embarque
- Costos de almacenaje
- Costos del material almacenado
- Tendencia a futuro de los almacenes

3.2.19 Control de compras (Auditorías)

La Administración lleva un proceso entre lo que es la planeación y el control, y para verificar que las funciones son correctas y no existen en ella errores, desviaciones u

omisiones que pueden originar gastos innecesarios se recomienda que cada seis meses se aplique una auditoria (administrativa) indagada principalmente:

- El número de órdenes de compra que se expidan mensualmente
- Comprobar que exista el precio del producto.
- Verificar que se nos hayan otorgado los descuentos prometidos.
- Comparar las facturas del proveedor contra las de compras para que no haya discrepancias.
- Verificar órdenes urgentes contra las normales y comprobar su atención (entrega).
- Indagar bajo que procedimiento fue seleccionado el proveedor.
- Revisar que las autorizaciones estén dentro de los límites estipulados.
- Revisar que las compras del fondo rotatorio se encuentren dentro de las políticas fijadas por la alta gerencia.
- Revisar que la investigación que se hizo para determinar la calidad de los recursos se apega a lo pactado.
- Que las adquisiciones se realizaron bajo lineamientos de cotización, comparación, verificación, negociación, conocimiento de los mandos superiores y que son recientes.
- Revisar controles sobre entradas y salidas.
- El patrimonio de los compradores.
- Su nivel de vida presente y pasado.
- El punto de vista de empleados y proveedores.
- Los gastos efectuados de un ejercicio fiscal a otro
- La justificación de su programa presupuestal.
- La comprobación de desperdicios, robos, etc.

ANEXOS



COMPROBANTE DE SALIDA DE ALMACEN

FECHA: _____
 REALIZO: _____
 DEPARTAMENTO: _____
 Vo.Bo. _____

DATOS GENERALES:

PROVEEDOR:

DIRECCION:

CIUDAD:

VENDEDOR:

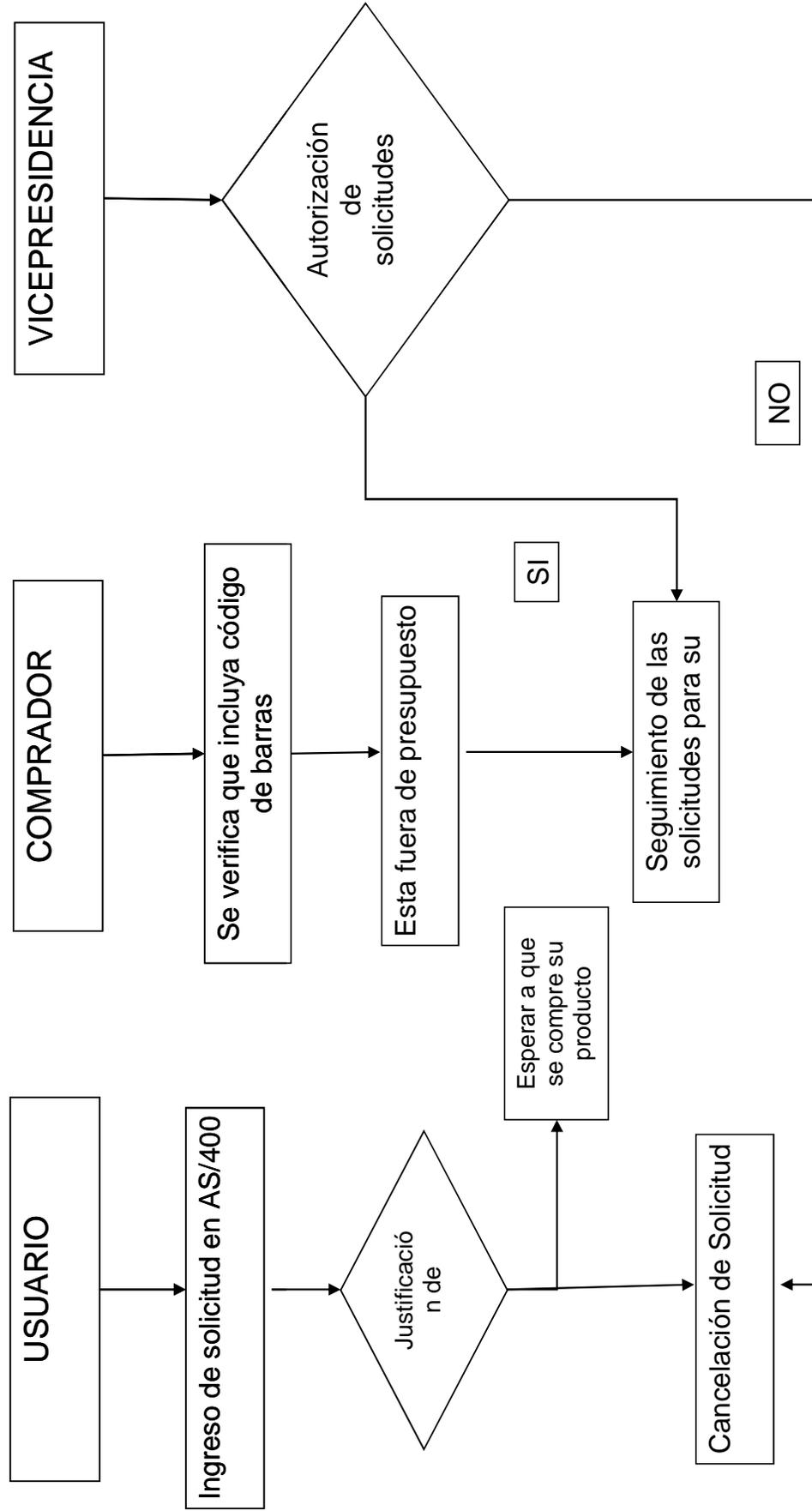
TELEFONO: _____ FAX: _____ E-MAIL: _____

PRODUCTOS QUE VENDE:

CARACTERISTICAS A EVALUAR	10	8	6	4	2	0	OBSERVACIONES
1 PORCENTAJE DE RECHAZO EN CADA ENTREGA							
2 TOTAL DE ENTREGAS A TIEMPO							
3 PORCENTAJE DE MATERIAL QUE NO CUMPLIO CON LAS CARACTERISTICAS DE DISEÑO							
4 TOTAL DE VISITAS POR PARTE DEL PROVEEDOR PARA ACLARAR CUALQUIER PROBLEMA							
5 TIEMPO DE RESPUESTA DESDE EL MOMENTO QUE SE CONTACTO CON EL PROVEEDOR HASTA QUE SE EFECTUO LA VISITA							
6 TIEMPO QUE TARDO E REACCIONAR DESDE QUE SE LE COMUNICO EL PROBLEMA							
7 RECOMENDACIONES Y SOLUCION AL PROBLEMA QUE SE PRESENTO							
8 PLANES DE SONTINGENCIA EN CASO DE QUE VUELVA A OCURRRIR EL MISMO PROBLEMA							
9 SOPORTE TECNICOY DE PERSONAL CON EL QUE CUENTA EL PROVEEDOR							
10 PRECIOS DE LOS PRODUCTOS QUE SUMINISTRA							
11 PROPORCIOA GARANTIA DE SUS PRODUCTOS							

CODIFICACION: 10 = SIEMPRE; 8 = CASI SIEMPRE; 6 = REGULARMENTE; 4 = MEDIANAMENTE; 2 = POCAS VECES; 0 = NUNCA

PRESUPUESTO





Villacañas No. 330, Zapopan Jalisco
Mexico D.F.

COMPROBANTE DE ENTRADA A ALMACEN	
No.	_____
Parcial	_____
Total	_____
Fecha	_____

ORDEN DE COMPRA NO.				PROVEEDOR:	FECHA DE ENTRADA:		
PARTIDA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CLAVE	DESCRIPCION	DIA	MES	AÑO
HACEMOS CONSTAR QUE FUERON RECIBIDOS LOS MATERIALES QUE SE CONSIGNAN EN ESTA NOTA : NOMBRE, SELLO Y FIRMA DE RECEPCION				INSPECCION DE CALIDAD NOMBRE Y FIRMA	OPERO ENTRADA A KARDEX NOMBRE Y FIRMA		PRECIO UNITARIO PRECIO TOTAL

RECEPCION DE LAS MERCANCIAS



Villacañas No. 330, Zapopan Jalisco
Mexico D.F.

COMPROBANTE DE SALIDA DE ALMACEN	
No.	_____
Fecha	_____

DE LAS MERCANCIAS A SU CUIDADO, SIRVASE ENTREGAR A _____ LAS QUE A CONTINUACION SE MENCIONAN:							
PARTIDA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CLAVE	DESCRIPCION	OBSERVACIONES		

RECEPCION Y COMPROBACION DE ENTREGAS

FIRMA DE CONFORMIDAD _____

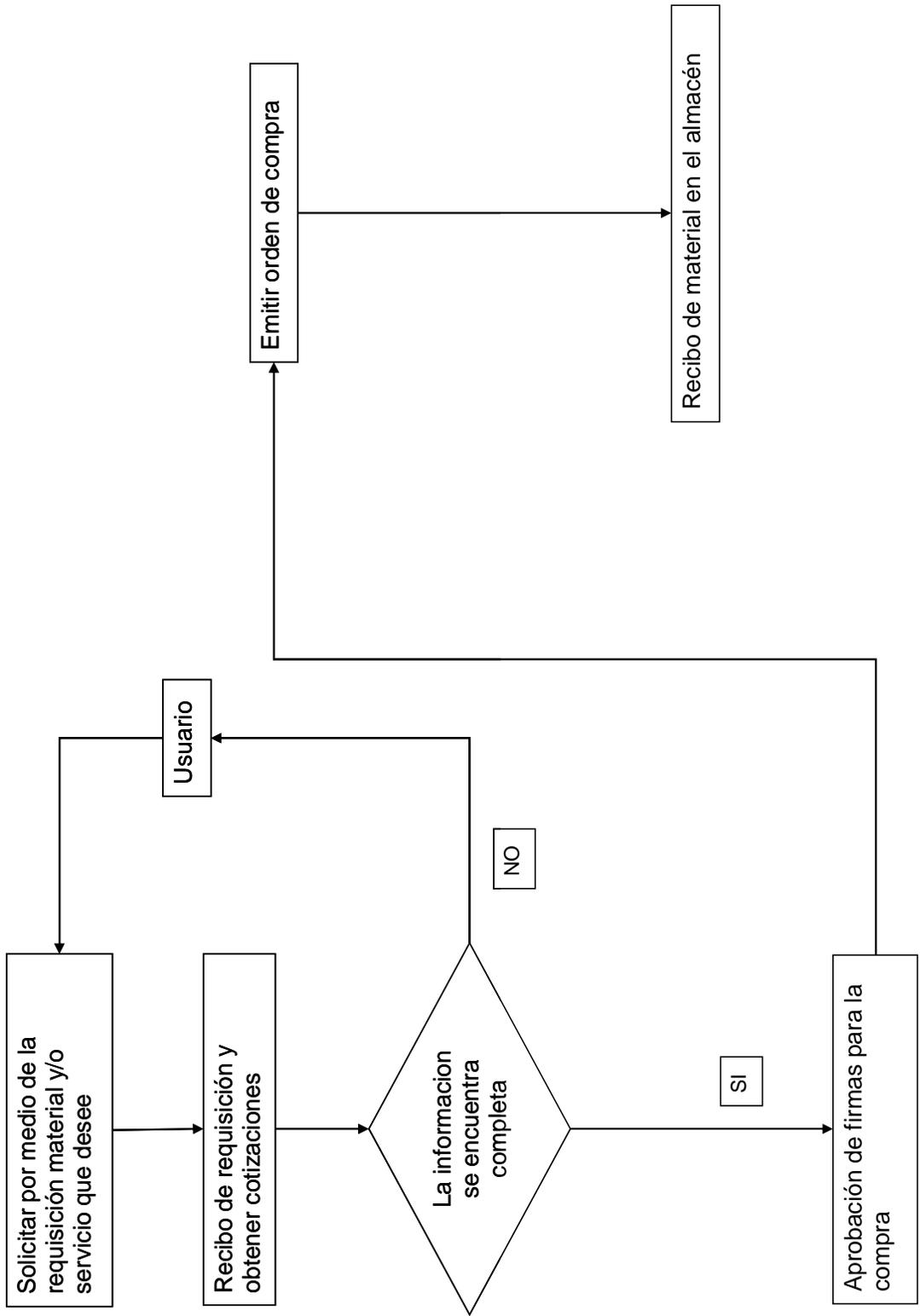
ENTREGO: _____

FECHA, NOMBRE Y FIRMA _____

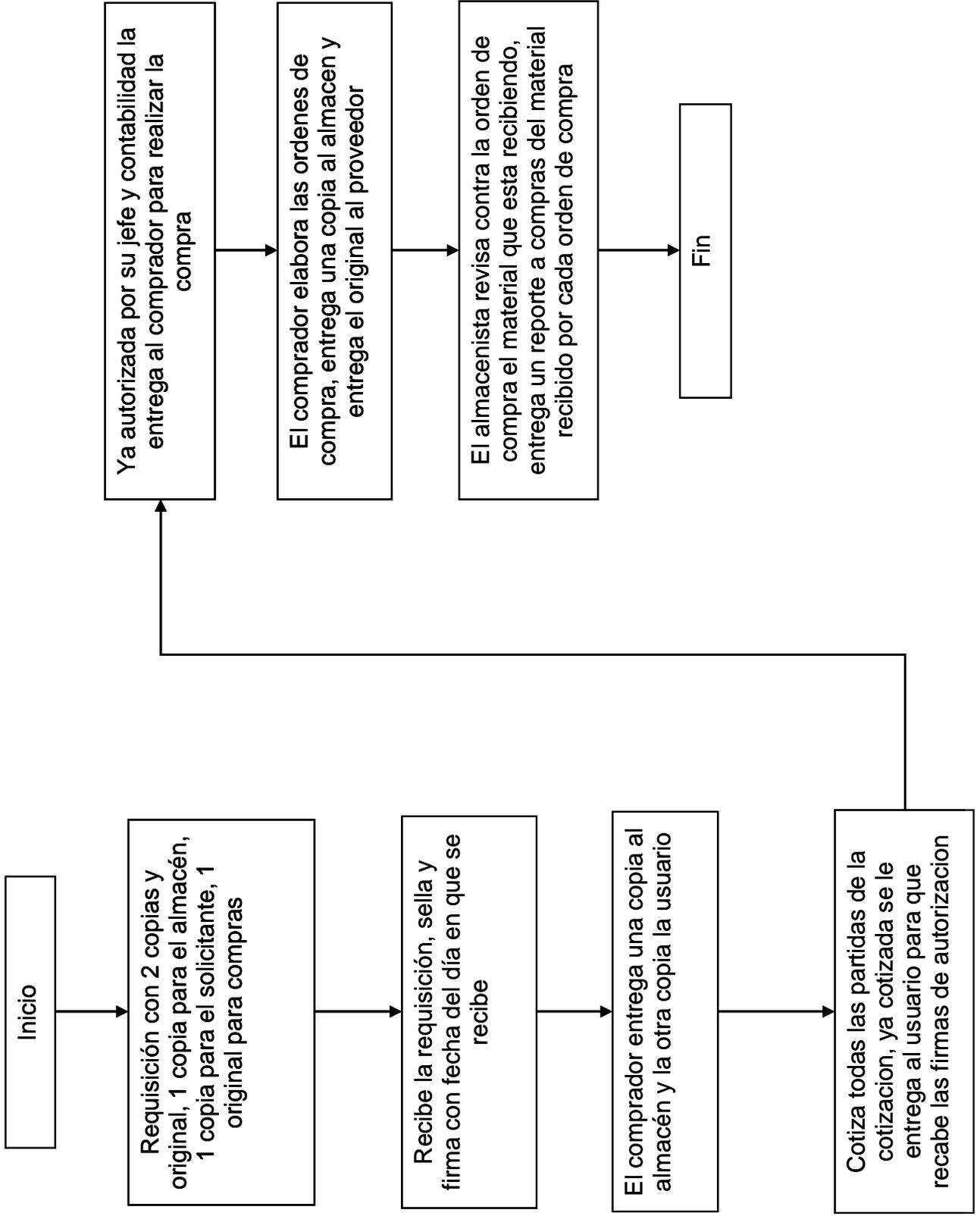
C.C.P. DEPTO. DE CONTABILIDAD _____

SELLO, NOMBRE Y FIRMA DEL ALMACENISTA _____

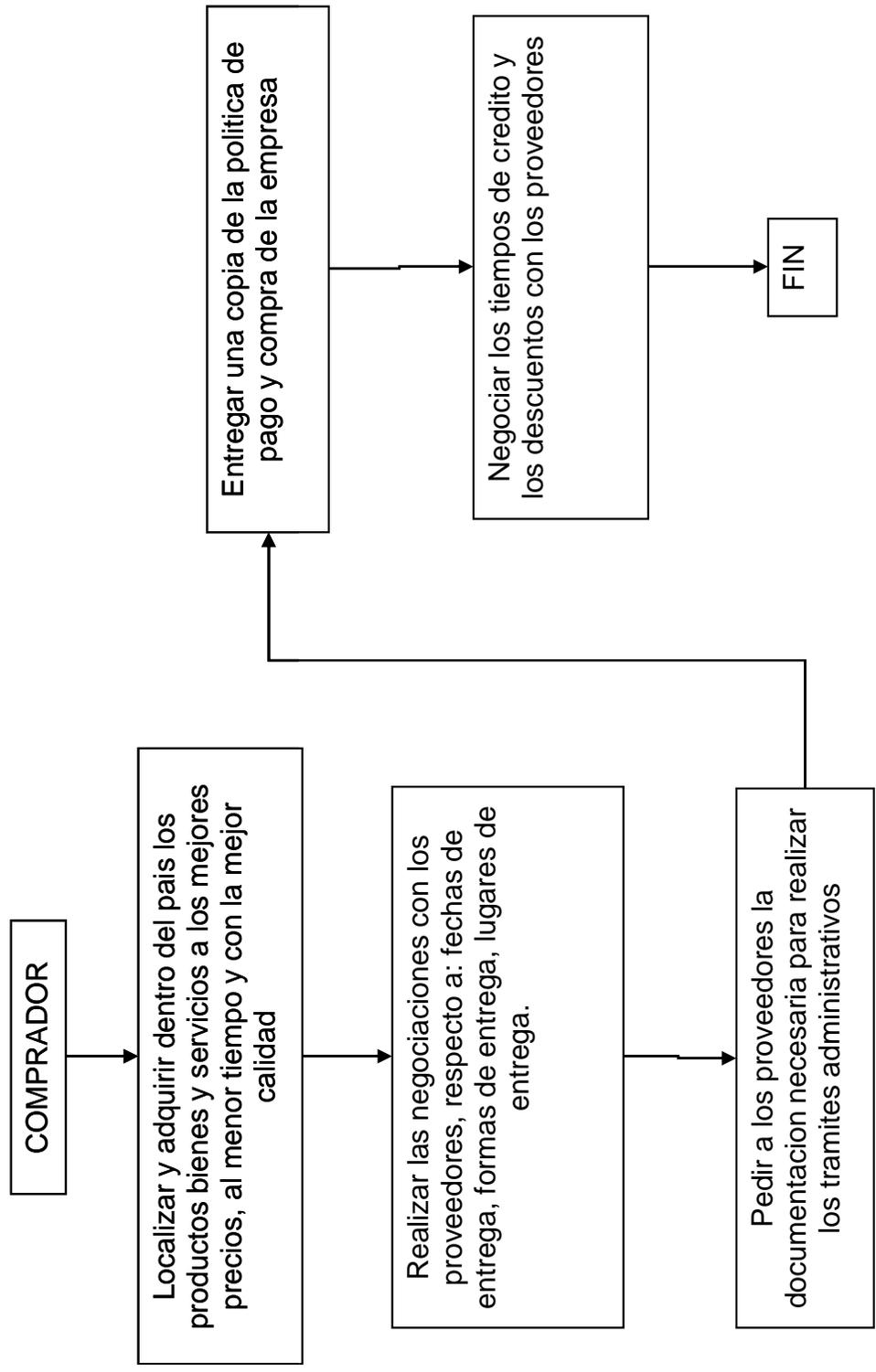
DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCEDIMIENTO DE COMPRAS PARA ADQUIRIR MATERIALES, PRODUCTOS Y SERVICIOS



FLUJO DE INFORMACION DE LA REQUISICION Y ORDEN DE COMPRA



RESPONSABILIDAD DEL PERSONAL DE COMPRAS



WOMAN COSMETICS



FECHA: _____

NOMBRE: _____

SERVICIO OTORGADO POR LOS PROVEEDORES

	PROVEEDOR	100%	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%	0%
1	FERRETERIA R. PISUEÑA			X								
2	FERRETERIA PORTALES		X									
3	M.J.FOLEY		X									
4	CASA DIAZ		X									
5	DURKOP ADLER	X										
6	PAPELERIA MORALES			X								
7	OFFICE DEPOT			X								
8	ELECTRICA DEL SUR		X									
9	MEISA			X								
10	HOJALATA Y LAMINA	X										
11	MONTACARGAS DE MEXICO		X									
12	TECNOMEGA			X								
13	EUREKA		X									
14	CYBERPRINT		X									
15	AJUSCO		X									
16	OFFSET MULTICOLOR		X									
17	POLIRAFIA			X								
18	CIMA		X									
19	VITRO	X										
20	COMPAQ			X								
21	CONSORCIO AMBIENTAL			X								
22	ENRIQUE MARTINEZ		X									
23	TORNILLOS NAUCALPAN		X									
24	PEPSA			X								
25	PARTENON											

SERVICIO OTORGADO POR EL GRUPO DE PROVEEDORES QUE SE ENCUENTRAN EN LA BASE DE DATOS DE PROVEEDORES DE LA
COMPANIA



FECHA: _____

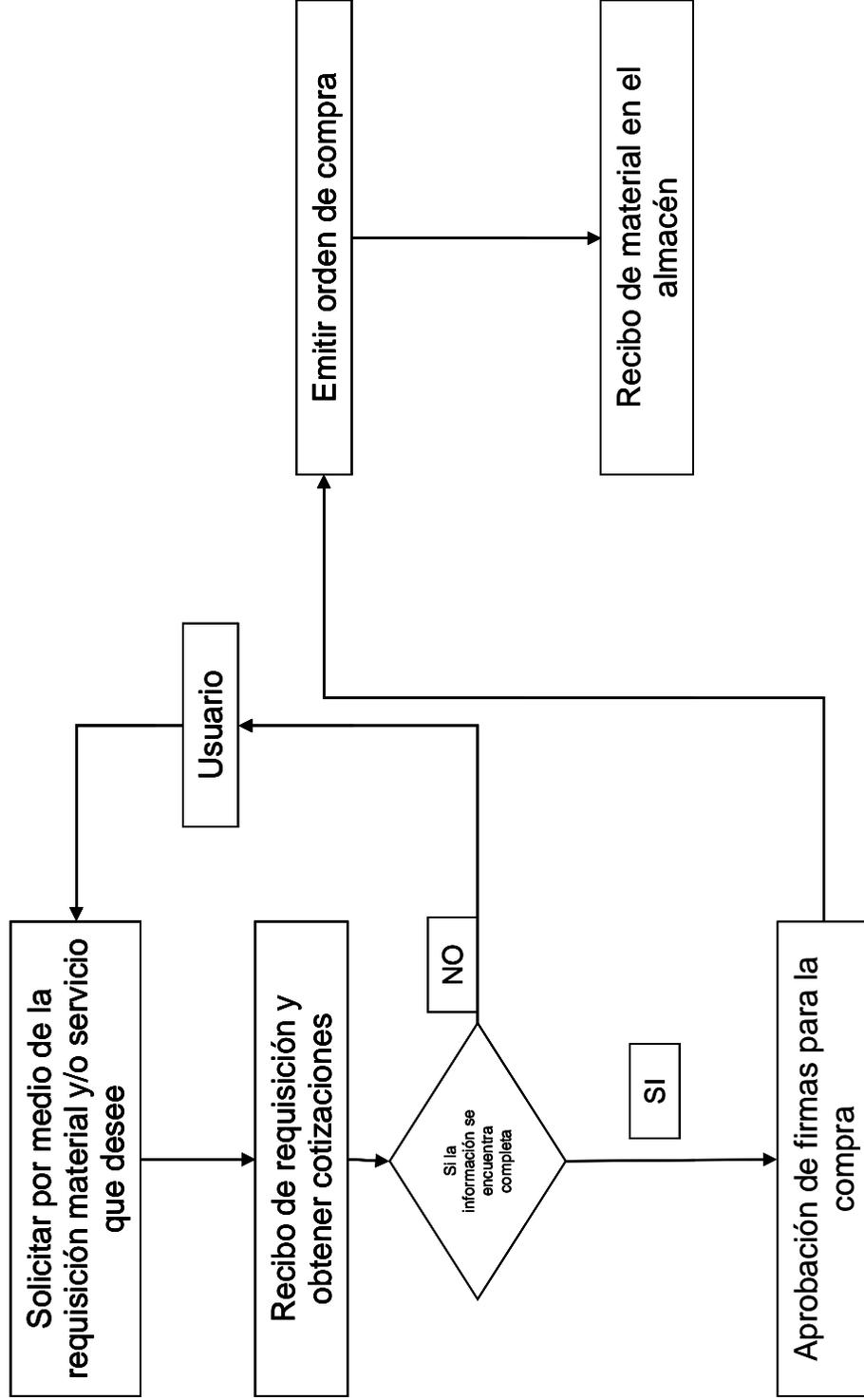
NOMBRE: _____

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS DE LOS PROVEEDORES

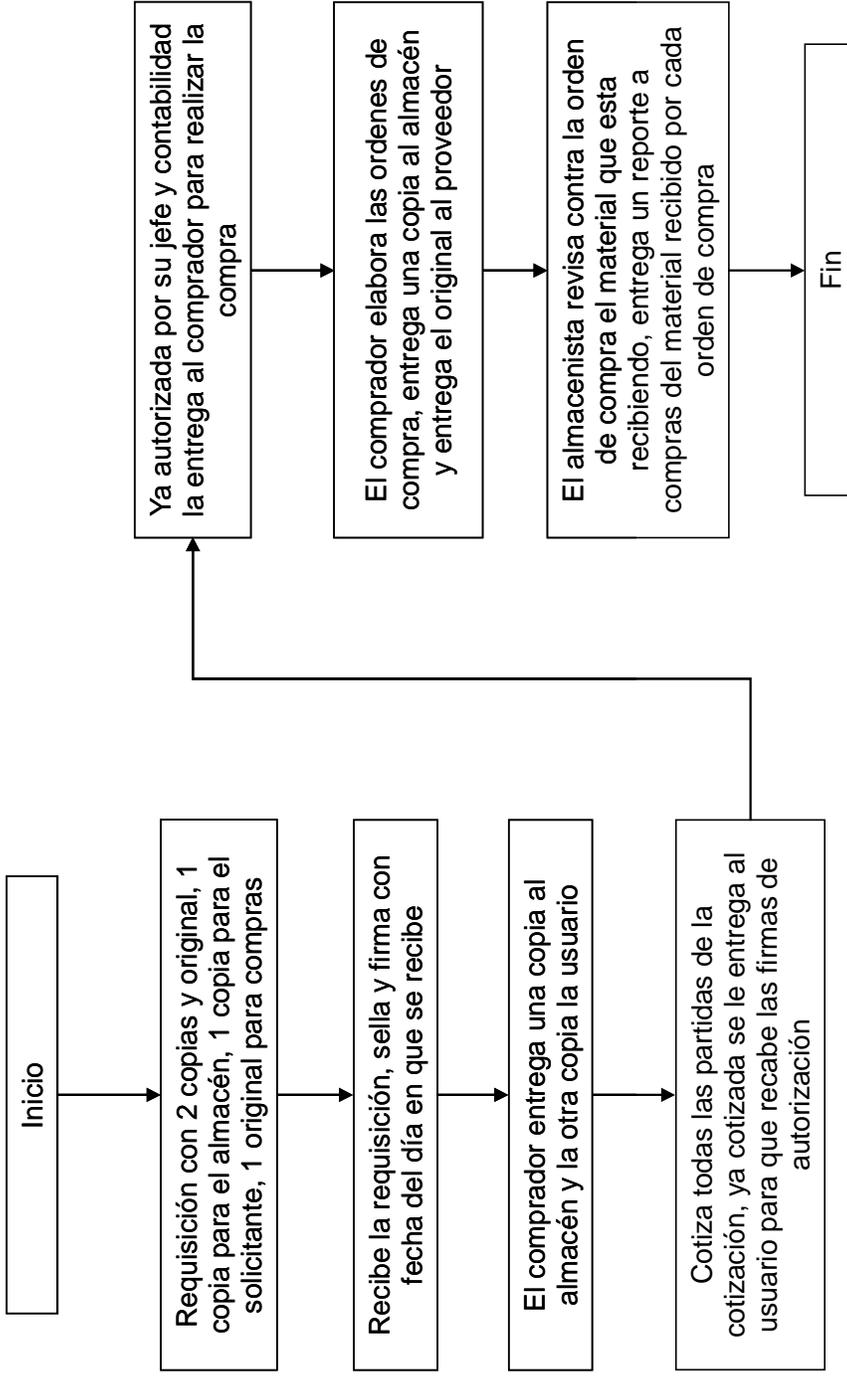
	PROVEEDOR	100%	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%	0%
1	FERRETERIA R. PISUENA			X								
2	FERRETERIA PORTALES		X									
3	M.J.FOLEY		X									
4	CASA DIAZ		X									
5	DURKOP ADLER	X										
6	PAPELERIA MORALES			X								
7	OFFICE DEPOT			X								
8	ELECTRICA DEL SUR		X									
9	MEISA			X								
10	HOJALATA Y LAMINA	X										
11	MONTACARGAS DE MEXICO		X									
12	TECNOMEGA			X								
13	EUREKA		X									
14	CYBERPRINT		X									
15	AJUSCO		X									
16	OFFSET MULTICOLOR		X									
17	POLIRAFIA			X								
18	CIMA		X									
19	VITRO	X										
20	COMPAQ			X								
21	CONSORCIO AMBIENTAL			X								
22	ENRIQUE MARTINEZ		X									
23	TORNILLOS NAUCALPAN		X									
24	PEPSA			X								
25	PARTENON											

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS ENTREGADOS POR LOS PROVEEDORES PRINCIPALES

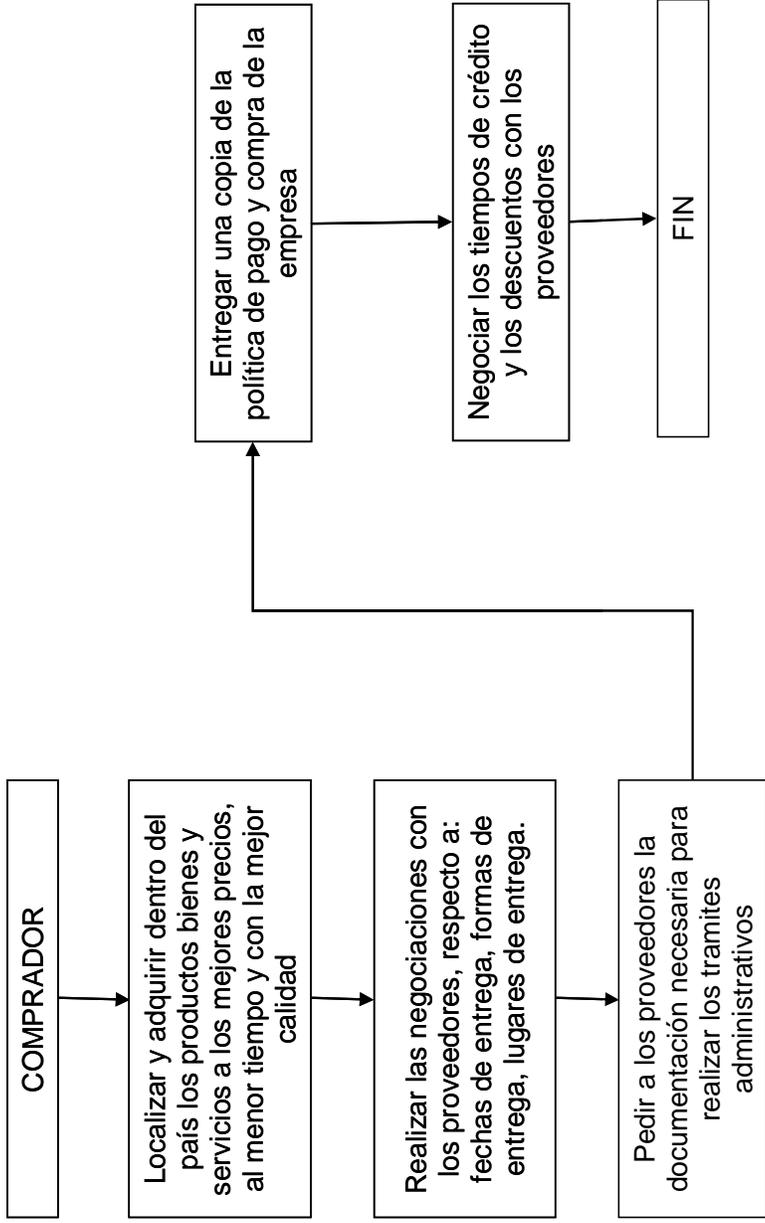
DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCEDIMIENTO DE COMPRAS PARA ADQUIRIR MATERIALES, PRODUCTOS Y SERVICIOS



FLUJO DE INFORMACION DE LA REQUISICION Y ORDEN DE COMPRA



RESPONSABILIDAD DEL PERSONAL DE COMPRAS





WOMAN COSMETICS
DIRECCIÓN DE COMPRAS
MANTENIMIENTO AL MAESTRO DE PROVEEDORES

F1018
 Versión 8

Tipo de Movimiento :

Alta Baja Cambio

Fecha :

Día	Mes	Año

No. Proveedor Nombre Proveedor R.F.C.

Banco Sucursal Cuenta No.

Clabe bancaria Tipo de Cta.

Dirección

Estado C.P.

Contacto ventas

Contacto Cuentas por cobrar

Teléfono Fax

Compañía en la que debe realizarse el movimiento: Tipo de moneda:

Tipo de Proveedor Tipo de Pago Condiciones de Pago

Justificación del Movimiento :

SE DA DE ALTA PROVEEDOR CON CONDICIONES DE PAGO A 10 DIAS

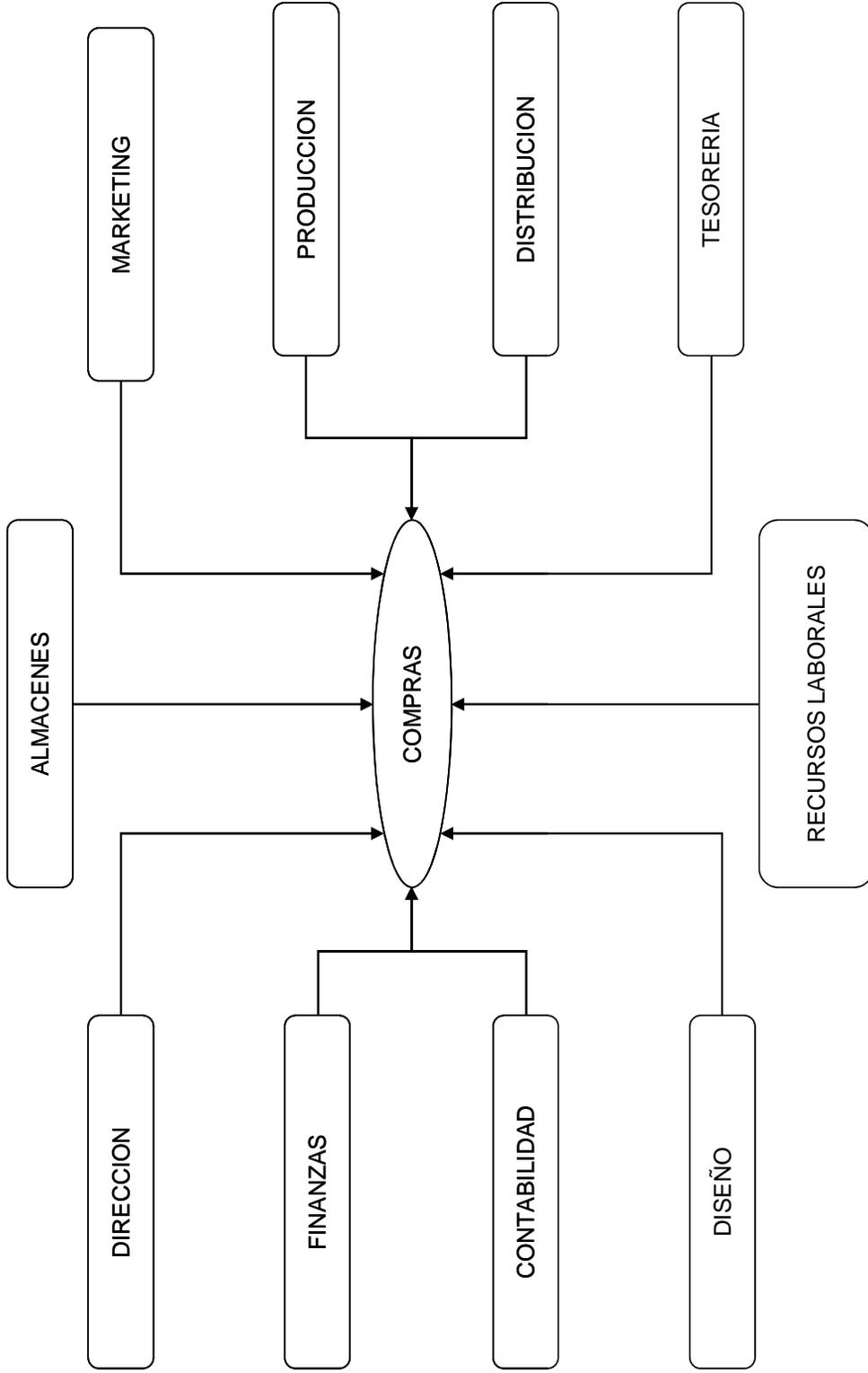
Observaciones Adicionales :

Solicitado
 Firma
 Nombre

Aprobación
 Dirección
 Compras

Aprobación
 Dirección
 Logística

INTERACCION CON OTRAS AREAS





Villa Cañas # 330 Col. Lomas de Zapopan
C.P. 09280, Zapopan Jalisco, Tel.1517-1398

CUADRO COMPARATIVO DE COTIZACIONES

REQUISICION No. FECHA		PROVEEDOR No. 1			PROVEEDOR No. 2		PROVEEDOR No. 3	
PARTIDA	CLAVE	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
SUBTOTAL:								
IMPUESTO:								
FLETE DE: A:								
VALOR TOTAL NETO:								
GARANTIA:								
LUGAR DE ENTREGA:								
CONDICIONES DE ENTREGA:								
CONDICIONES DE PAGO:								
NO. DE COTIZACION:								
FECHA COTIZACION		VIGENCIA COTIZACION						
DESCUENTOS OFRECIDOS:								
NO. DE COTIZACION								
ELABORO								
REVISO								
APROBO								
OBSERVACIONES								

FECHA:		CUADRO COMPARATIVO DE COTIZACIONES				DE LA REQUISICION			
		CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PROVEEDOR No. 1		PROVEEDOR No. 2		PROVEEDOR No. 3	
PARTIDA				PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
DESCRIPCION									
SUBTOTAL:									
FLETES:									
IMPUESTOS:									
VALOR TOTAL NETO:									
CONDICIONES DE PAGO:									
CONDICIONES DE ENTREGA:									
NUM. DE COTIZACION:									
FECHA COTIZACION:									
VIGENCIA COTIZACION:									
GARANTIA:									
OBSERVACIONES									
				ELABORO		ELABORO		ELABORO	
				NOMBRE		NOMBRE		NOMBRE	
				FIRMA		FIRMA		FIRMA	

GRUPO AL QUE PERTENECE:	WOMAN COSMETICS			SEGUIMIENTO DE ORDENES DE COMPRA
PROVEEDOR:		ORDEN DE COMPRA		REQUISICION
TELS:		No.	No.	FECHA:
PROMESA DE ENTREGA:		FECHA:		FECHA:
PARTIDA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	ENTREGAS PARCIALES
				FECHA
				SALDO
ACTIVADO POR :			OBSERVACIONES:	
NOMBRE, FIRMA Y FECHA				



Villa Cañas # 330 Col. Lomas de Zapopan
C.P. 09280, Zapopan Jalisco, Tel.1517-1398

COMPROBANTE DE ENTRADA A ALMACEN NO. _____

PROVEEDOR _____		FURGON NO. _____		CONOCIMIENTO NO. _____		
ORDEN DE COMPRA NO. _____		CAMION PLACAS _____				
IMPORTE PAGADO POR FLETES _____						
PARTIDA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION DE LA MERCANCIA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
OBSERVACIONES:				NOMBRE Y FIRMA DEL ALMACENISTA		FECHA

FECHA		REQUISICION				NO.
PARTIDA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	CLAVE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
SOLICITADO POR:		AUTORIZADO POR:		Vo.Bo.	RECIBIDO POR DEPTO. COMPRAS	CONTROL DE INVENTARIOS
NOMBRE		NOMBRE		NOMBRE		MAXIMO
FIRMA		FIRMA		FIRMA		MINIMO
				FECHA		EXISTENCIA
				OBSERVACIONES		

NOTA "USANDO UN SISTEMA CENTRALIZADO"

C.C.P. COMPRAS, C/INVENTARIOS, CONTABILIDAD Y SOLICITANTE

		REQUISICION			NO.
PARTIDA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	CLAVE	OBSERVACIONES
SOLICITADO POR:		AUTORIZADO POR:		Vo.Bo.	RECIBIDO POR DEPTO. COMPRAS
				NOMBRE	CONTROL DE INVENTARIOS
				FIRMA	MAXIMO
				FECHA	MINIMO
				OBSERVACIONES	EXISTENCIA

NOTA "USANDO UN SISTEMA CENTRALIZADO"

C.C.P. COMPRAS, C/INVENTARIOS, CONTABILIDAD Y SOLICITANTE



Villa Cañas # 330 Col. Lomas de Zapopan
C.P. 09280, Zapopan Jalisco, Tel.1517-1398

No.	ARTICULOS	PROVEEDOR	CLAVE (CATALOGO)
	FLYERS	CYBERPRINT S.A. DE C.V. AV. GENERAL ANAYA # 1678 COL. RAMOS, DELEG. IZTAPALAPA MEXICO D.F. TEL: 18-23-14-76	F-1
		CIMA S.A. DE C.V. AV. POTRERO # 1789 COL. ESTRELLA, DELEG. ALVARO OBREGON MEXICO D.F. TEL. 52-38-93-51	C-10

F

No.	CATALOGO	PROVEEDOR	ARTICULOS DE FABRICA
	F-1	CYBERPRINT S.A. DE C.V. AV. GENERAL ANAYA # 1678 COL. RAMOS, DELEG. IZTAPALAPA MEXICO D.F. TEL: 18-23-14-76	FLYERS FOLLETOS CUADERNILOS COMUNICADOS

C

Si desearamos saber algo mas sobre el proveedor recurriremos al "Registro de Proveedores Alfabetico".

FECHA	SOLICITUD DE COTIZACION				NO.
NOMBRE DEL PROVEEDOR _____ RFC _____ DOMICILIO _____ TELEFONO (s) _____					
PARTIDA	CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCION	CLAVE	PRECIO UNITARIO
					PRECIO TOTAL
DISPONIBILIDAD PARA ENTREGAR			CONDICIONES DE PAGO	CONDICIONES DE ENTREGA	DESTINO FINAL
SOLICITADO POR:				OBSERVACIONES	
NOMBRE:					
FIRMA:					



Villa Cañas # 330 Col. Lomas de Zapopan
C.P. 09280, Zapopan Jalisco, Tel.1517-1398

ORDEN DE COTIZACION

NO.	FECHA:
-----	--------

PART.	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL

CONDICIONES DE PAGO :
CONDICIONES DE ENTREGA:
VIGENCIA:
GARANTIA:
DESCUENTOS:
OBSERVACIONES:

ATENTAMENTE

	WOMAN COSMETICS
	Manual de Procedimientos (General o Especifico)

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Nombre del Apartado Especifico

Aprueba:	Revision Actual:
Revisa:	
Elabora:	

	<h1>WOMAN COSMETICS</h1>
	<h2>Manual de Procedimientos (General o Especifico)</h2>

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripcion del Puesto	
-------------------------------	--

A) Identificacion

Nombre del puesto

- Numero de plazas
- Clave
- Ubicación (física y administrativa)
- Tipo de contratacion
- Ambito de operación

B) Relacion de Autoridad

■ Jefe inmediato

Subordianados directos

- Dependencia funcional

Proposito del puesto

Funciones Generales

Funciones Especificas

Responsabilidades

Comunicación

- Ascendente
- Horizontal
- Descendente
- Externa

Especificaciones del Puesto

- Conocimientos
- Experiencia
- Iniciativa
- Personalidad

Aprueba:	Revision Actual:
Revisa:	
Elabora:	



**WOMAN
COSMETICS**

Manual de Procedimientos
(General o Especifico)

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Directorio			
No.	Nombre	Cargo	Telefono

Aprueba:	Revision Actual:
Revisa:	
Elabora:	

	WOMAN COSMETICS
	Manual de Procedimientos (General o Especifico)

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Nombre del Procedimiento		
No, de Operación	Responsables	Descripcion

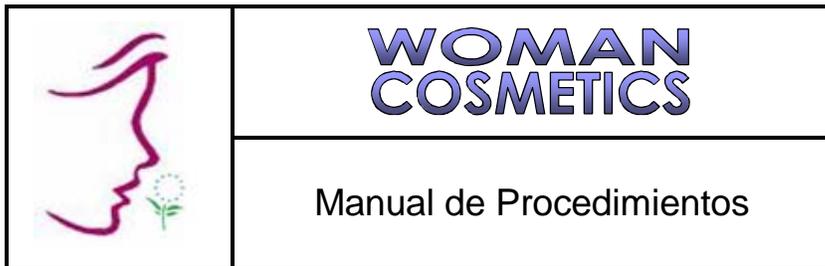
Aprueba:	Revision Actual:
Revisa:	
Elabora:	

	WOMAN COSMETICS
	Manual de Procedimientos

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

<h1>DEPARTAMENTO DE COMPRAS</h1>

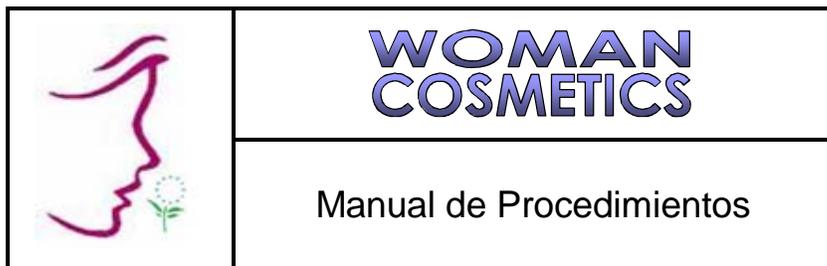
Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	



FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

<ol style="list-style-type: none"> 1. Titulo 2. Indice 3. Directorio 4. Objetivos Generales, Alcance 5. Politicas 6. Responsabilidades y Autoridades 7. Perfil del Gerente de Computo 8. Perfil del Gerente de Importaciones 9. Perfil del Gerente de Division de Papel. 10. Perfil del Gerente de Dibujo 11. Perfil del Gerente de Oficina 12. Perfil del Gerente de Serigrafia 13. Asistente General 14. Auxiliar de Costos 15. Planeador 16. Trafico 17. Gerente de Compras 18. Comprador 19. Subgerencia de Costos 20. Organigrama 21. Pedido Especial 22. Procedimiento Pedido Especial 23. Procedimiento Pedido Especial 24. Procedimiento Pedido Especial 25. Planeacion 26. Procedimiento de Planeacion 27. Recepcion de Mercancia 28. Procedimiento de Recepcion de Mercancia 29. Pedido de Tienda 30. Procedimiento de Pedido de Tienda 31. Procedimiento de Pedido de Tienda 32. Negociacion con Proveedor 33. Procedimiento de Negociacion con Proveedor 34. Procedimiento de Negociacion con Proveedor 35. Alta de Producto 36. Procedimiento de Alta de Producto 37. Procedimiento de Alta de Producto 38. Pago de Contado 39. Procedimiento de Pago de Contado 40. Cambios de Precio 41. Procedimiento de Cambios de Precio 42. Formato de Pedido Especial 43. Formato de Cotizacion de Pedido Especial 44. Formato de Alta de Productos 45. Valoracion de Cotizaciones

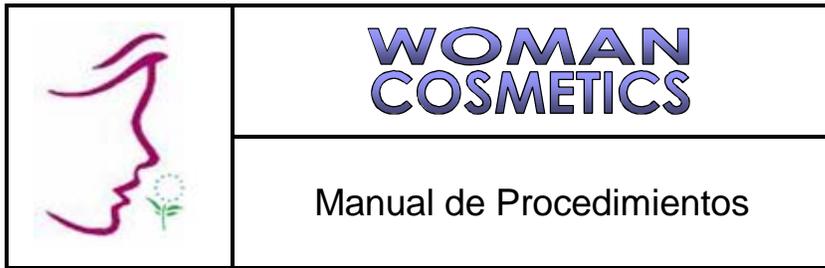
Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	



FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

No.	Nombre	Cargo	Telefono
1	Huezo Roldan Silvia Roxana	Gerente de Compras	55-16-07-31
2	Sanchez Flores Alan Osvaldo	Asistente de Gerencia	55-16-07-32
3	Rosas Rubio Lino Alejandro	Planeador	55-16-07-33
4	Fomperosa Acosta Erick	Planeador	55-16-07-33
5	Garcia Rojas Martha	Subgerente de Costos	55-16-07-35
6	Angulo Belmont Icnelli	Subgerente Div. Importacione	55-16-07-36
7	Caso Lopez Alba	Subgerente Div. Computo	55-16-07-37
8	Aceves Guillermo Adrian	Subgerente Div. Serigrafia	55-16-07-38
9	Ojeda Torres Alfonso	Subgerente Div. Papel	55-16-07-39
10	Saucedo Ziga Fernando	Subgerente Div. Dibujo	55-16-07-40
11	VillaseñornBenitez Martin	Subgerente Div. Oficina	55-16-07-41
12	Vargas Vargas Alejandra	Comprador de Imp. Papel	55-16-07-42
13	Angeles Corona Rocio	Comprador de Imp. Dibujo	55-16-07-43
14	De la Torre Venegas Victoria	Trafico	55-16-07-44
15	Ramirez Lopez Adrian	Comprador de Computo	55-16-07-45
16	Ugalde Cristobal Adrian	Comprador de Electronicos	55-16-07-46
17	Navarro Garcia Fernando	Comprador de Consumibles	55-16-07-47
18	Monsivais Ramirez Eduardo	Comprador de Paqueteria	55-16-07-48
19	Diaz Castillo Alma	Comprador de Cartulinas	55-16-07-49
20	Alvarez Acosta Gerardo	Comprador de Papel	55-16-07-50
21	Santiago Contreras Natalia	Comprador de Arte	55-16-07-51
22	Salazar Zamora Veronica	Comprador de Diseño Grafico	55-16-07-52
23	Alegria Corona Robertp	Comprador de Oficina	55-16-07-53
24	Montiel Romo Jose	Comprador de Muebles	55-16-07-54
25	Fernandez Ayala Marco	Comprador de Tintas	55-16-07-55
26	Gonzalez Barrios Alfonso	Comprador de Accesorios	55-16-07-56
27	Ziga Rodriguez Rita	Auxiliar de Costos	55-16-07-57
28	Salinas Vazquez Andres	Auxiliar de Costos	55-16-07-57

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huezo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huezo	
Elabora: Juan Acosta Flores	



FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

<p>Objetivos Especificos</p> <ul style="list-style-type: none"> * Abastecer los articulos necesarios en tiempo y costo optimo. * Disminuir al 10 % las quejas totales de la falta de mercancias. * Trabajar bajo una mejora continua. * Adquirir bajo las mejoras negociaciones, con el precio justo. * Abastecer con calidad, para disminuir las mermas. * Ejecutar los procedimientos, para desempeñar ordenadamente, las actividades inherentes al area de compras. <p>Alcance</p> <p>Este manual de procedimientos pretende unificar tareas y funciones para su mayor control y eficiencia en sus actividades, abarcando niveles gerenciales y operativos</p>
--

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	

	<h1>WOMAN COSMETICS</h1>
	<h2>Manual de Procedimientos Politicas</h2>

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

<p>Políticas</p> <ul style="list-style-type: none"> * Todos los pedidos se fincaran al proveedor por medio de una orden de compra por escrito. * El proveedor debera surtir y facturar solo los productos requeridos en la Orden de Compra. * Los pedidos tienen un periodo de vigencia, de cancelarse tres pedidos consecutivos a un proveedor por fallas en el tiempo de entrega, se analizara la situacion y se considerara la posibilidad de dar de baja la cuenta. * Los costos y condiciones de pago, se manejaran de acuerdo a la negociacion previamente establecida con el comprador, de comun acuerdo con la Gerencia de Compras * No se aceptaran cambios de precios que no sean notificados por lo menos 30 dias antes de entrar en vigencia y previa autorizacion de la Gerencia de Compras. * El proveedor debera entregar la orden de compra a la entrega de la mercancia * La mercancia debera cumplir la calidad ofrecida en el momento de la negociacion
--

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	



**WOMAN
COSMETICS**

Manual de Procedimientos
Objetivos, Alcances y
Responsabilidades

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Responsabilidades y Autoridades

Autorizacion de los responsables para aprobar el contenido del Manula de Procedimientos

Mexico, D.F. a 30 de Marzo del 2008

Se otorga la Autoridad y Responsabilidad a las siguientes Funciones para la Elaboracion, Revision y Aprobacion del contenido del Manual de Procedimietos.

Para la Elaboracion del Manual de Procedimientos

Juan Acosta Flores

Para la Revision del Manual de Procedimientos

Lic. Alenka Acosta Huevo

Para la aprobacion del Manual de Procedimientos

Lic. Alenka Acosta Huevo

Con relacion a cambios de la documentacion del manula de Procedimientos, solo se autoriza a las funciones con autoridad de revision y aprobacion correspondiente.

Lic. Alenka Acosta Huevo

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	



**WOMAN
COSMETICS**

Manual de Procedimientos Perfil
de Puestos

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Identificación y Refacciones	
<p>Identificación</p> <p>* Nombre del Puesto</p> <p>* Numero de Plazas</p> <p>* Clave</p> <p>* Ubicación (física y administrativa)</p> <p>* Tipo de contratación</p> <p>* Ambito de operación</p> <p>Relacion de Autoridad</p> <p>* Jefe de inmediato</p> <p>Subordinados directos</p> <p>* Dependencia funcional</p> <p>Objetivo del puesto</p> <p>* Centralizar, organizar y planear las compras de equipo de computo</p> <p>* Funciones Generales</p> <p>1.- Negociación de compra con los proveedores. Establecer:</p> <p>* Tipo de pago</p> <p>* Plazo de pago</p> <p>* Tiempo de Entrgas.</p> <p>* Garantias</p> <p>* Devolucion de mercancía o cambio fisico</p> <p>* Presentacion de empackado</p> <p>* Apoyo de personal capacitado para apoyoa ventas.</p> <p>2.- Analizar compras de acuerdo a la demanda del mercado</p> <p>3.- Definir productos de temporadabajo las siguientes condiciones</p> <p>* Temporada de Oficina</p> <p>* Temporada Escolar</p> <p>* Exposiciones y eventos especiales</p> <p>4.- Evaluar el margen de utilidad de cada producto considerando, trabajando en conjunto con el departamento de costos.</p> <p>5.- Elegir los productos mas novedosos, rentables y propios al giro de la empresa.</p> <p>6.- Desarrollar estrategiaspara desplazar producto, que no se halla desplazado en una temporada.</p> <p>7.- Solucionar contratiempos de entrega de producto cuando este se presente.</p> <p>8.- Supervisar a los compradores, que se encuentran bajo su cargo</p> <p>9.- Resolver contratiempos que se presenten con los departamentos alternos</p> <p>10.-Proporcionar soluciones, en caso de un producto este escaso y sea un producto de linea</p> <p>11.-Buscar nuevas alternativas para hacer crecer el area (minimizar tiempos y espacios muertos)</p> <p>* Ascendente</p> <p>Perfil Academico</p> <p>Perfil Psicologico</p>	<p>Subgerente Division de Computo</p> <p>1</p> <p>COM-GTE-COP 2-6</p> <p>Privado 2</p> <p>Confianza</p> <p>Administrativo-Operación</p> <p>Departamento de analisis y planeacion</p> <p>Comprador de equipo de computo</p> <p>Comprador de consumibles</p> <p>Comprador de paqueteria y accesorios</p> <p>Comprador de equipo electrico</p> <p>Almacenista</p> <p>Comunicación</p> <p>Lic. Informatica Ing. Sistemas</p> <p>Ingles 50% oral y escrito 40%</p> <p>Manejo 100% de office.</p> <p>Manejo de S.O. Lenguajes Programacion</p> <p>Habilidad Negociacion, Iniciativa, Interactivo</p> <p>Capacidad para dar accesoria telefonica</p>

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	

	WOMAN COSMETICS
	Manual de Procedimientos del Departamento de Compras

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripción del Puesto	
IDENTIFICACION Y RELACIONES	
A) IDENTIFICACION * Nombre del puesto * Numero de plazas * Clave * Ubicación (física y administrativa) * Tipo de contratación * Ambito de Operación	Subgerente Division de Importaciones 1 COM-GTE-IMP 1-6 Privado 2 Confianza Administrativo-Operación
B) RELACION DE AUTORIDAD * Jefe de Inmediato	Departamento de Planeacion
Subordinados directos	Trafico, Comprador de Papel y Comprador de Dibujo
* Dependencia funcional * Objetivo del puesto * Centralizar, organizar y planear las compras de importaciones. * Funciones Generales 1. Negociacion de compra con los proveedores establecer:	
* Tipo de pago * Plazo de pago * Tiempo de entregas * Calidad en el producto * Tipo de aranceles cargados * Presentacion de empackado	
2. Analizar compras de un plazo no mayor a 3 meses.	
3. Definir las temporadas altas para cada uno de los productos clasificandolos por:	
* Temporada de Oficina * Temporada Escolar * Temporada Navideña	
4. Evaluar el margen de utilidad de cada prodcto considerando, trabajando en conjunto con el departamento de costos.	
5. Elegir los productos mas novedosos, rentables y propios al giro de la empresa	
6. Desarrollar estrategias para desplazar producto que no se halla desplazado de una temporada.	
7. Solucionar contratiempos de entrega de producto cuando este se presente.	
8. Supervisar a los compradores, que se encuentran bajo su cargo.	
9. Resolver contratiempos que se presenten con los departamentos alternos	
10. Proporcionar soluciones en caso de un producto este escaso y sea un producto de linea	
11. Buscar nuevas alternativas para hacer crecer el area (minimizar tiempos y espacios muertos)	

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	

	<h1 style="margin: 0;">WOMAN COSMETICS</h1>
	<h2 style="margin: 0;">Manual de Procedimientos del Departamento de Compras</h2>

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripcion del Puesto

IDENTIFICACION Y RELACIONES

A) IDENTIFICACION

- * Nombre del puesto
- * Numero de plazas
- * Clave
- * Ubicación (física y administrativa)
- * Tipo de contratación
- * Ambito de operación

Subgerente Division de Papel
1
COM-GTE-IMP 3-6
Privado 3
Confianza
Administrativo-Operación

B) RELACION DE AUTORIDAD

- * Jefe Inmediato
- Subordinados directos

Departamento de Analisis y Planeacion
Comprador de Papel y Comprador de Cartulinas

- * Dependencia funcional
- * Objetivo del puesto
- * Centralizar, organizar y planear las compras de papel.
- * Funciones Generales
- 1. Negociacion de compra con los proveedores. Establecer:
 - * Tipo de pago
 - * Plazo de pago
 - * Tiempo de entregas
 - * Calidad en el producto
 - * Negociacion de cambios fisicos o devolucion total o parcial del papel
 - * Presentacion de empackado
 - * Descuentos por volumen
- 2. Analizar compras de un plazo no mayor a 3 meses.
- 3. Definir las temporadasaltas para cada uno de los productos clasificandolos por:
 - * Temporada de Oficina
 - * Temporada Escolar
 - * Temporada Navideña
- 4. Evaluar el margen de utilidad de cada prodcto considerando, trabajando en conjunto con el departamento de costos.
- 5. Elegir los productos mas novedosos, rentables y propios al giro de la empresa
- 6. Desarrollar estrategias para desplazar producto que no se halla desplazado de una temporada.
- 7. Solucionar contratiempos de entrega de producto cuando este se presente.
- 8. Supervisar a los compradores, que se encuentran bajo su cargo.
- 9. Resolver contratiempos que se presenten con los departamentos alternos
- 10. Proporcionar soluciones en caso de un producto escaso y sea un producto de linea
- 11. Buscar nuevas alternativas para hacer crecer el area (minimizar tiempos y espacios muertos)
- 12. Elaboracion de catalogos o muestrarios de papel y cartulinas

Almacenista

- * Ascendente

Comunicación

Experiencia

Lic. Administracion o Lic. Artes Plasticas
Ingles 50 % oral y escrito 30 %
Manejo 90 % de Office
Conocimiento de Texturas de Papel
Habilidad de negociacion
Conocimiento de Texturas de Papel

Personalidad

Ingles 50 % oral y escrito 30 %

Manejo 90 % de Office
Conocimiento de Texturas de Papel

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	

	WOMAN COSMETICS
	Manual de Procedimientos del Departamento de Compras

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripcion del Puesto

IDENTIFICACION Y RELACIONES

A) IDENTIFICACION

- * Nombre del puesto
- * Numero de plazas
- * Clave
- * Ubicación (física y administrativa)
- * Tipo de contratación
- * Ambito de operación

Subgerente Division de Dibujo
1
COM-GTE-IMP 4-6
Privado 4
Confianza
Administrativo-Operación

B) RELACION DE AUTORIDAD

- * Jefe Inmediato

Subordinados directos

Departamento de Analisis y Planeacion
Comprador de Arte y Comprador de dibujo

- * Dependencia funcional

- * Objetivo del puesto

- * Centralizar, organizar y planear las compras de papel.

- * Funciones Generales

1. Negociacion de compra con los proveedores. Establecer:

- * Tipo de pago

- * Plazo de pago

- * Tiempo de entregas

- * Calidad en el producto

- * Negociacion de cambios fisicos o devolucion total o parcial del papel

- * Presentacion de empackado

- * Descuentos por volumen

2. Analizar compras de un plazo no mayor a 3 meses.

3. Definir las temporadasaltas para cada uno de los productos clasificandolos por:

- * Temporada de Oficina

- * Temporada Escolar

- * Temporada Navideña

4. Evaluar el margen de utilidad de cada prodcto considerando, trabajando en conjunto con el departamento de costos.

5. Elegir los productos mas novedosos, rentables y propios al giro de la empresa

6. Desarrollar estrategias para desplazar producto que no se halla desplazado de una temporada.

7. Solucionar contratiempos de entrega de producto cuando este se presente.

8. Supervisar a los compradores, que se encuentran bajo su cargo.

9. Resolver contratiempos que se presenten con los departamentos alternos

10. Proporcionar soluciones en caso de un producto escaso y sea un producto de linea

11. Buscar nuevas alternativas para hacer crecer el area (minimizar tiempos y espacios muertos)

12. Capacidad para organizar eventos de ventas

Almacenista

Comunicación

- * Ascendente

Experiencia

Lic. Administracion o Lic. Artes Plasticas
Ingles 50 % oral y escrito 30 %
Manejo 90 % de Office
Conocimiento de Texturas de Papel
Habilidad de negociacion
Conocimiento de Texturas de Papel
Manejo 90 % de Office
Conocimiento de Texturas de Papel

Personalidad

Ingles 50 % oral y escrito 30 %

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	



FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripcion del Puesto	
<p>IDENTIFICACION Y RELACIONES</p> <p>A) IDENTIFICACION</p> <ul style="list-style-type: none"> * Nombre del puesto * Numero de plazas * Clave * Ubicación (física y administrativa) * Tipo de contratacion * Ambito de operación <p>B) RELACION DE AUTORIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> * Jefe Inmediato <p>Subordinados directos</p> <ul style="list-style-type: none"> * Dependencia funcional * Objetivo del puesto * Centralizar, organizar y planear las compras de papel. * Funciones Generales 1. Negociacion de compra con los proveedores. Establecer: <ul style="list-style-type: none"> * Tipo de pago * Plazo de pago * Tiempo de entregas * Calidad en el producto * Negociacion de cambios fisicos o devolucion total o parcial del papel * Presentacion de empackado * Descuentos por volumen 2. Analizar compras de un plazo no mayor a 3 meses. 3. Definir las temporadasaltas para cada uno de los productos clasificandolos por: <ul style="list-style-type: none"> * Temporada de Oficina * Temporada Escolar * Temporada Navideña 4. Evaluar el margen de utilidad de cada prodcto considerando, trabajando en conjunto con el departamento de costos. 5. Elegir los productos mas novedosos, rentables y propios al giro de la empresa 6. Desarrollar estrategias para desplazar producto que no se halla desplazado de una temporada. 7. Solucionar contratiempos de entrega de producto cuando este se presente. 8. Supervisar a los compradores, que se encuentran bajo su cargo. 9. Resolver contratiempos que se presenten con los departamentos alternos 10. Proporcionar soluciones en caso de un producto este escaso y sea un producto de linea 11. Buscar nuevas alternativas para hacer crecer el area (minimizar tiempos y espacios muertos) <p>* Ascendente</p> <p>Experiencia</p> <p>Personalidad</p> <p>Ingles 50 % oral y escrito 30 %</p>	<p>Subgerente Division de Oficina 1 COM-GTE-IMP 4-6 Privado 5 Confianza Administrativo-Operación</p> <p>Departamento de Analisis y Planeacion Comprador de Accesorios de Oficina y Comprador de Modulares.</p> <p>Almacenista</p> <p>Comunicación</p> <p>Lic. Administracion o Arquitecto Ingles 50 % oral y escrito 30 % Manejo 90 % de Office Conocimiento de distribucion u optimizacion de espacios Habilidad de negociacion Conocimiento de Texturas de Papel Manejo 90 % de Office Conocimiento de Texturas de Papel</p>

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	

	<h1 style="margin: 0;">WOMAN COSMETICS</h1>
	<h2 style="margin: 0;">Manual de Procedimientos del Departamento de Compras</h2>

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripcion del Puesto

<p>IDENTIFICACION Y RELACIONES</p> <p>A) IDENTIFICACION</p> <ul style="list-style-type: none"> * Nombre del puesto * Numero de plazas * Clave * Ubicación (física y administrativa) * Tipo de contratación * Ambito de operación <p>B) RELACION DE AUTORIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> * Jefe Inmediato <p>Subordinados directos</p> <ul style="list-style-type: none"> * Dependencia funcional * Objetivo del puesto * Centralizar, organizar y planear las compras de papel. * Funciones Generales <ol style="list-style-type: none"> 1. Negociacion de compra con los proveedores. Establecer: <ul style="list-style-type: none"> * Tipo de pago * Plazo de pago * Tiempo de entregas * Calidad en el producto * Negociacion de cambios fisicos o devolucion total o parcial del papel * Presentacion de empackado * Descuentos por volumen 2. Analizar compras de un plazo no mayor a 3 meses. 3. Definir las temporadasaltas para cada uno de los productos clasificandolos por: <ul style="list-style-type: none"> * Temporada de Oficina * Temporada Escolar * Temporada Navideña 4. Evaluar el margen de utilidad de cada prodcto considerando, trabajando en conjunto con el departamento de costos. 5. Elegir los productos mas novedosos, rentables y propios al giro de la empresa 6. Desarrollar estrategias para desplazar producto que no se halla desplazado de una temporada. 7. Solucionar contratiempos de entrega de producto cuando este se presente. 8. Supervisar a los compradores, que se encuentran bajo su cargo. 9. Resolver contratiempos que se presenten con los departamentos alternos 10. Proporcionar soluciones en caso de un producto escaso y sea un producto de linea 11. Buscar nuevas alternativas para hacer crecer el area (minimizar tiempos y espacios muertos) <p>* Ascendente</p> <p>Experiencia</p> <p>Personalidad</p> <p>Ingles 50 % oral y escrito 30 %</p>	<p>Subgerente Division de Serigrafia 1 COM-GTE-IMP 4-6 Privado 5 Confianza Administrativo-Operación</p> <p>Departamento de Analisis y Planeacion Comprador de Accesorios de Oficina y Comprador de Modulares.</p> <p>Almacenista</p> <p>Comunicación</p> <p>Lic. Administracion o Arquitecto Ingles 50 % oral y escrito 30 % Manejo 90 % de Office Conocimiento de distribucion u optimizacion de espacios Habilidad de negociacion Conocimiento de Texturas de Papel Manejo 90 % de Office Conocimiento de Texturas de Papel</p>
---	---

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	



FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripcion del Puesto	
IDENTIFICACION Y RELACIONES	
A) IDENTIFICACION	
* Nombre del puesto	Asistente de Gerencia
* Numero de plazas	1
* Clave	ASIST-GTE-GRAL.
* Ubicación (física y administrativa)	Afuera de privado 7
* Tipo de contratacion	Confianza
* Ambito de operación	Administrativo
B) RELACION DE AUTORIDAD	
* Jefe Inmediato	Gerente General
Subordinados directos	Ninguno
* Dependencia funcional	Ninguno
* Objetivo del puesto	
Asistir a la Gerencia General en sus principales funciones	
* Ascendente	Comunicación
Funciones Generales	
1. Concertar citas de proveedores con el Gerente General	
2. Atender a los compromisos adquiridos por su superior	
3. Comunicación por escrito todos los pendientes al inicio del día para la fecha actual	
4. Actualizar y Organizar la agenda del director	
5. Enviar y confirmar faxes.	
6. Archivar los documentos propios de la gerencial	
7. Pedir reportes a las subgerencias de las compras mensuales	
8. Pedir reporte de almacen de los productos no desplazados	
9. Asistir llamadas de Gerencia	
10. Informar por escrito las dificultades de otras areas	
11. Informar a los subgerentes de reuniones mensuales	
12. Tomar minuta de las juntas.	
Experiencia	Carrera Comercial Ingles 80% orasl y escrito 80% Manejo 90% de Office Conocimiento secretariales, archivo y organización
Personalidad	Dinamica, excelente presentacion Amable, con iniciativa Responsable

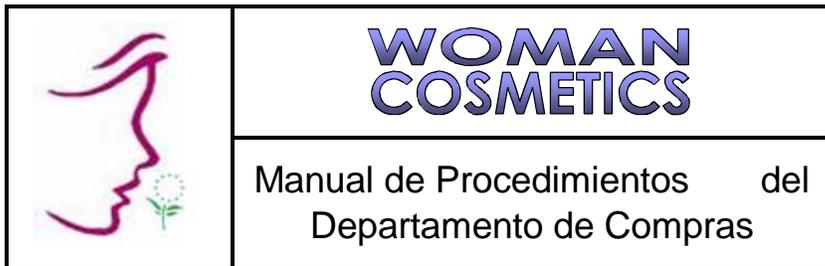
Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	

	WOMAN COSMETICS
	Manual de Procedimientos del Departamento de Compras

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripción del Puesto	
IDENTIFICACION Y RELACIONES	
A) IDENTIFICACION	
* Nombre del puesto	Auxiliar de Costos
* Numero de plazas	2
* Clave	AUX-COSTOS 1/2
* Ubicación (física y administrativa)	Cubiculo 1/2
* Tipo de contratación	Confianza
* Ambito de operación	Administrativo
B) RELACION DE AUTORIDAD	
* Jefe Inmediato	Encargado de Costos
Subordinados directos	Ninguno
* Dependencia funcional	Ninguno
* Objetivo del puesto	
Asistir al departamento de costos, subgerencias y planeacion de los datos mas actualizados.	
	Comunicación
* Ascendente	
Funciones Generales:	
1. Dar de alta productos nuevos	
2. Mantener actualizados los precios	
3. Realizar cambios a la base de datos	
4. Dar de baja productos discontinuados	
Experiencia	Tecnico contable, Tecnico en Sistemas Manejo 90% de Office Conocimientos Contables, Administrativos, Computacion
Personalidad	Asiduo al equipo de computo

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	



FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripcion del Puesto

IDENTIFICACION Y RELACIONES

A) IDENTIFICACION

- * Nombre del puesto
- * Numero de plazas
- * Clave
- * Ubicación (física y administrativa)
- * Tipo de contratación
- * Ambito de operación

Planeador
2
PLAN 1
Privado 8
Confianza
Administrativo

B) RELACION DE AUTORIDAD

- * Jefe Inmediato

Subordinados directos

Gerente General
Subgerencia de Importaciones, Computo y Papel

- * Dependencia funcional
- * Objetivo del puesto

Ninguno

Planear los minutos de stock que deberan existir en el almacen

- * Ascendente y descendente

Comunicación

Funciones Generales:

1. Establecer maximos y minimos de articulos de acuerdo a su desplazamiento
2. Analizar ventas promedio por temporada.
3. Clasificar los articulos como temporada, no temporada, mayoreo, menudeo, rentables y no rentables
4. Analizar ventas trimestrales de los articulos rentables.
5. Ayudar en la coordinación de la existencia en productos
6. Evitar duplicidad de funciones
7. Dar de baja los productos de poco desplazamiento
8. Reportar a la Gerencia sobre articulos mal pedidos.
9. Reportar mermas de almacen a la Gerencia
10. Reportar a Gerencia de los articulos de mala calidad.
11. Establecer planes de crecimiento para el area.

Experiencia

Lic. Administracion, Ingeniero Industrial
Ingles oral 50 % y escrito 50 %
Manejo 90 % de Office
Conocimiento de programas de entregas y salidas.
Responsable asiduo al equipo de computo
Capacidad para trabajar bajo presion.
Representar autoridad y confiabilidad

Personalidad

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	

	<h1 style="margin: 0;">WOMAN COSMETICS</h1>
	<h2 style="margin: 0;">Manual de Procedimientos del Departamento de Compras</h2>

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripción del Puesto	
IDENTIFICACION Y RELACIONES	
A) IDENTIFICACION	
* Nombre del puesto	Trafico
* Numero de plazas	1
* Clave	COM. TRA.
* Ubicación (física y administrativa)	Cubiculo 1/1
* Tipo de contratacion	Confianza
* Ambito de operación	Administrativo
B) RELACION DE AUTORIDAD	
* Jefe Inmediato	Subgerencia de Importaciones
Subordinados directos	Ninguno
* Dependencia funcional	Ninguno
* Objetivo del puesto	
Liberar los pedidos de los aranceles aduanales y realizar los tramites correspondientes	
	Comunicación
* Ascendente	
Funciones Generales:	
1. Pago de aranceles	
2. Tramites aduanales	
3. Tramites de cheques con los departamentos de finanzas.	
4. Coordinacion de mensajeria para depositos.	
5. Conversiones de los tipos de cambio o la moneda con la que se haya comprado el articulo.	
6. Coordinacion con el comprador de importacion para dar aviso de la mercancia liberada.	
7. Reportar a la subgerencia de importaciones el alza de aranceles.	
8. Reportar el promedio de tiempo de llegada de la mercancia.	
Experiencia	Lic. Contaduria Lic. Relaciones Comerciales Manejo 90 % de Office Ingles hablado 90 % hablado y escrito
Personalidad	Dinamico, Carácter Servil.

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	

	<h1 style="margin: 0;">WOMAN COSMETICS</h1>
	<h2 style="margin: 0;">Manual de Procedimientos del Departamento de Compras</h2>

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripción del Puesto	
IDENTIFICACION Y RELACIONES	
A) IDENTIFICACION	
* Nombre del puesto	Gerente de Compras
* Numero de plazas	1
* Clave	GTE. COM. 1
* Ubicación (física y administrativa)	Privado 9
* Tipo de contratación	Confianza
* Ambito de operación	Administrativo
B) RELACION DE AUTORIDAD	
* Jefe Inmediato	Gerencia General
Subordinados directos	Encargado de Costos, Subgerencias, Planeador
* Dependencia funcional	Ninguno
* Objetivo del puesto	
Auxiliar en las negociaciones a los subgerentes de compras y mantener en stock el almacen.	
	Comunicación
* Ascendente	
Funciones Generales	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Negociación con proveedores 2. Analizar reportes a las subgerencias de las compras mensuales 3. Analizar reporte de almacen de los productos no desplazados 4. Apoyo para los pagos a proveedores 5. Analisis de las compras y ventas del mes. 6. Mediador de los acuerdos con las demas areas de la organización 	
Experiencia	Lic. Estadística, Contralos, L.A.E. Lic. Relaciones Comerciales Manejo 90 % de Office Ingles hablado 90 % hablado y escrito
Personalidad	Dinamico, Imagen inquebrantable

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	

	<h1>WOMAN COSMETICS</h1>
	Manual de Procedimientos del Departamento de Compras

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripcion del Puesto

IDENTIFICACION Y RELACIONES

A) IDENTIFICACION

* Nombre del puesto	Comprador
* Numero de plazas	15
* Clave	DEPTO. COMP
* Ubicación (física y administrativa)	Cubiculo 1/15
* Tipo de contratación	Confianza
* Ambito de operación	Administrativo

B) RELACION DE AUTORIDAD

* Jefe Inmediato	Subgerencias
Subordinados directos	Ninguno
* Dependencia funcional	Ninguno

* Objetivo del puesto

Abastecer en tiempo, calidad y oportunamente los articulos requeridos

Comunicación

* Ascendente

Funcione Generales

1. Realizar contactos telefonicos, por carta o via internet con los vendedores.
2. Identificar los problemas actuales o potenciales y proponer acciones correctivas.
3. Mantener contacto con los departamentos usuarios y responder a las preguntas sobre el estado de envios.
4. Reconocer e identificar errores o inconsistencias y de requerir planes de contingencia llevarlos a cabo.
5. Establecer y mantener relacion y asociacion comercial con los proveedores y los vendedores
6. Revisar todos los compromisos confirmados recibidos con respecto al valor total para la compañía como: envio, precio, terminos de pago y calidad del vendedor
7. Mantener ordenadamente el expediente de cada proveedor
8. Elaborar el directorio telefonico de los proveedores
9. Controlar por medio de una carpeta los pedidos especiales, ordenada consecutivamente mes con mes.
10. Tener catalogo actualizado de todos los productos, que competen con su area
11. Elaboracion de altas de productos con el departamento de costos.
12. Elaboracion de pedidos, enviarlos y confirmar con el proveedor
13. Negociar, colocar ordenes y entrar en contacto para la obtencion necesaria de los materiales requeridos.

Experiencia

Lic. Administracion, Diseñador Grafico, Tenico en Sistemas
 Tecnico en arquitectura
 Manejo 90 % de Office
 Ingles hablado 50 % hablado y escrito

Personalidad

Responsable, Buen Carácter, Trabajo bajo Presion

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	

	WOMAN COSMETICS
	Manual de Procedimientos del Departamento de Compras

FECHA DE:	30 de Marzo del 2008		
Pag.		De	
Sustituye:			
Pag.		De	
De fecha:			

Descripción del Puesto

IDENTIFICACION Y RELACIONES

A) IDENTIFICACION

- * Nombre del puesto
- * Numero de plazas
- * Clave
- * Ubicación (física y administrativa)
- * Tipo de contratación
- * Ambito de operación

Subgerencia de costos
1
COST 1
Privado 10
Confianza
Administrativo

B) RELACION DE AUTORIDAD

- * Jefe Inmediato
- Subordinados directos
- * Dependencia funcional

Gerente General
Auxiliar de costos 1 y 2
Ninguno

- * Objetivo del puesto

Alimentar la base de datos con los datos actuales de los productos.

Comunicación

- * Ascendente y Descendente

Funciones Generales

1. Supervisar las altas de producto
2. Realizar comparaciones de precios.
3. Establecer márgenes de utilidad de acuerdo a condiciones del mercado
4. Delimitar conversaciones de unidades de medida y moneda optimas para el sistema
5. Revisar que los datos del formato esten en optimas condiciones para alta de producto (usos, cuidados, calidad, etc.)
6. Analizar los incrementos de los articulos mensualmente.
7. Proporcionar a tesoreria la informacion de los descuentos comerciales, financieros a plazos de pago acordados
8. Proporcionar a la Gerencia General y al Director Comercial los incrementos de los productos
9. Actualizar base de datos (Cambio de precios)
10. Mantener en orden el catalogo asignado para los articulos

Experiencia

Lic. Administracion, Ingeniero Industrial
Manejo 90 % de Office
Ingles hablado 50 % hablado y escrito
Conocimiento programas de entregas
Planeacion de articulos de entradas y salidas

Personalidad

Responsable, asiduo al equipo de computo

Aprueba: Lic. Alenka Acosta Huevo	Revision Actual: 30 de Marzo del 2008
Revisa: Lic. Alenka Acosta Huevo	
Elabora: Juan Acosta Flores	



PROCEDENTE DE (NOMBRE PROVEEDOR)	NO. DE O.C.	CANTIDAD	DESCRIPCION DEL ARTICULO	OBSERVACIONES (MERMAS, FALTANTES, DESTINO, ETC.)
EL DEPARTAMENTO DE ALMACEN				NOMBRE Y FIRMA DEL EMPLEADO



SEGUIMIENTO DE LAS ORDENES DE
COMPRA

SEGUIMIENTO DE O.C.			
PROVEEDOR	FECHA	ARTICULO	NO. OBSERVACIONES

CONTROL SISTEMATICO DE LOS PEDIDOS, DESDE QUE SE INICIAN HASTA QUE LA TAREA HA SIDO TERMINADA

GLOSARIO DE TÉRMINOS:

- 1. Administración:** Es la que incluye a las personas que tienen el derecho de tomar decisiones que afectan a los asuntos de una empresa.
- 2. Administración de materiales:** Todas las actividades que se relacionan con la adquisición, almacenamiento y movimiento de las materias primas. Artículos semiterminados que una empresa utiliza.
- 3. Apoyo a la pre-exportación y exportación de productos primarios, manufacturados y de servicios.** Apoyar el ciclo económico de las empresas. Es decir el tiempo que transcurre desde la adquisición de las materias primas, hasta que se vende el producto terminado., los créditos se otorgan tanto en moneda extranjera como nacional.
- 4. Calidad:** Es el conjunto de requisitos que debe de reunir lo comprado para satisfacer las necesidades de la empresa.
- 5. Certificado de Peso:** Es un documento que expiden los Organismos autorizados por la Secretaría de Economía mediante el cual se certifica que el producto cubre los requisitos específicos del mismo.
- 6. Compras “del plato a la boca”** Consiste en adquirir pequeños pedidos en forma regular en periodos breves. Esta clase de compras no compromete una gran cantidad de capital durante periodos prolongados.
- 7. Compras por adelantado:** Consiste en adquirir un pedido grande que se espera durante largo tiempo. Esta clase de compras son necesarias para materiales que tienen periodos de entrega prolongados.
- 8. Compras por contrato:** Para asegurar un abastecimiento constante a un precio favorable, una compañía puede negociar un contrato con su proveedor durante un periodo especificado. Este acuerdo funciona en dos formas: el proveedor se asegura un cliente y el cliente se asegura un proveedor y un precio durante la vigencia del contrato.
- 9. Compras por concurso:** el comprador informa a diversos proveedores las especificaciones, cantidades y programas de tiempos exactos para el material

que necesita, siempre y cuando la mejor propuesta económica sea igual o menor a los precios del mercado.

10. **Control y seguimiento del pedido:** Es la actividad que se desarrolla para asegurar el suministro de materiales en el tiempo establecido en la orden de compra mediante un seguimiento continuo, basado en las fechas de vencimientos de los pedidos, así como en los programas de producción.
11. **Costo de Conservación:** Es el costo de conservar materiales, por ejemplo, el almacenamiento, depreciación, trabajo de oficina, mano de obra, seguros, etc.
12. **Especificaciones:** Describir detalladamente las características de los recursos que se desea en términos de cantidad, calidad para que de la misma forma sean retroalimentados.
13. **Evaluación del proveedor:** hacer un juicio con respecto a que proveedor tiene el mejor precio, el tiempo de entrega más breve y la mejor reputación en caso de ajustes o cambio de pedidos.
14. **Inventario:** cantidades de mercancía que un organismo social conserva, ya sea en materias primas o artículos terminados.
15. **Inventario de seguridad:** Un exceso de existencias de materiales o artículos para asegurarse en contra de demandas sorpresivas y extraordinariamente grandes de artículos terminados, o de un tiempo de espera de los proveedores extraordinariamente prolongado.
16. **Organización:** Es el medio a través del cual la administración coordina los asuntos de los empleados para lograr los objetivos de la empresa.
17. **Planeación:** Se analizan las ideas, se elabora un plan de acción, metas, políticas, procedimientos que permitan lograr los objetivos propuestos.
18. **Presupuesto:** Cantidad de dinero que se requiere para solventar sus requerimientos de activos fijos y diferidos.
19. **Realización de la compra:** La orden de la compra es la comunicación escrita de todos los detalles de la compra que se envía al vendedor y que sirve como compromiso para la misma.

20. Requisición: Esta es la especificación escrita que elabora el área de solicitud notificando sus necesidades y el tiempo y espacio en que deben de ser cubiertas.

C O N C L U S I O N E S:

- 1. Todo organismo social requiere técnicas inherentes a la administración no sólo del dominio teórico sino también de una aplicación práctica que le permita constatar los resultados, que solo así facilitarán el desarrollo de las habilidades en su manejo y en consecuencia su aplicación correcta.**
- 2. La empresa se encuentra en un proceso de crecimiento lento en lo referente a sistemas administrativos, aunque se compone de personal competente y con capacidades técnicas, están aun no logran integrarse a los requisitos que demanda la función, por improvisarlo en una tarea ajena.**
- 3. El factor humano se encuentra desmotivado por las bajas remuneraciones y las cargas de trabajo, ya que sus funciones se duplican o en su caso se transfieren a personas ajenas a la operación.**
- 4. En Operación de recepción y entrega de materiales se cometen demasiados errores debido a que la información es transferida por diferentes personas y esto pierde discrecionalidad, oportunidad, eficiencia y calidad en el servicio.**
- 5. El registro y control de las actividades deberá ser proporcionado en su oportunidad y con cifras apegadas a la realidad.**
- 6. Las personas que cubren los puestos del área de compras se resisten al cambio.**
- 7. En lo referente a investigación y desarrollo, no existe y requiere que se implemente puesto con esto se incrementa la calidad de la operación.**
- 8. Compras insiste en adquirir recursos de que no cubren los requisitos de calidad.**

R E C O M E N D A C I O N E S

- 1. Que la empresa por medio de un especialista (Lic. En administración) diseñe la estructura administrativa adecuada del área de compras para esta que funcione con oportunidad y calidad, es decir, que los procedimientos estén parametrizados en obtener los proveedores mas actualizados, así como los mejores productos para nuestra empresa y a su vez nos proporcionen el posicionamiento que deseamos a nivel internacional,**
- 2. Que se le asignen los recursos necesarios (Técnicos, Financieros, materiales y humanos) para que su función sea precisa, incondicional y de eficiencia.**
- 3. Preparar a todas las áreas de la empresa para ser emprendedores, innovadores, oportunos, serviciales para ser atractivos, reconocidos y aceptados, dejando comparaciones atrás de la competencia en la calidad en su servicio.**
- 4. Designar a un especialista en administración que se encargue de la reorganización del manual de procedimientos de adquisiciones, de acuerdo a su función tomando como fundamento la organización de la empresa.**
- 5. Compartir conocimientos y técnicas con empresas dedicadas a la asesoría y consultoría administrativa, esto fortalece nuestra estructura y nos da la confianza de que nuestro organismo social es eficaz y de excelencia.**
- 6. Diseñar los planes de capacitación y adiestramiento de acuerdo a las necesidades reales, tomando como puntos de referencia las técnicas de las escuelas de la administración, para que toda el área cuente con un excelente conocimiento de operación de equipos, programas**
- 7. Motivar al personal para que se involucre en los objetivos del organismo social, no solo cumpliendo con las tareas asignadas, sino también con las aportaciones individuales, que en forma de soluciones resuelvan la problemática que se presenta día a día.**
- 8. Afrontar el trabajo en equipo en todos los niveles desde directivos, ejecutivos y subordinados que den continuidad a los proyectos que se realicen.**

- 9. Establecer revisiones continuas para verificar que todo se está realizando tal y como fueron diseñados los planes y programas de acción.**
- 10. Para implementar el sistema de Compras y abastecimientos se sugiere que los colaboradores del área de adquisiciones sean del perfil administrativo, evitando improvisaciones o cargas de trabajo que únicamente traen consigo contratiempos y deficiencias de operación.**

B I B L I O G R A F Í A

1. **Acle Tomasini, Alfredo**
“Planeación estratégica y control total de calidad”
Edit. Grijalbo Mondadori, México, 2005, pág.... 302

2. **Aljian, George**
“Manual de Compras”
Edit, Diana, México 1997, pág... 984.

3. **Baily, P.J.H**
“Administración de compras y abastecimientos”
Edit. Compañía Editorial Continental, s.a. de c.v.
México, primera edición, 1997, pág... 421

4. **Castañeda, Luís**
“Cómo destruir una empresa en 12 meses o antes: errores y omisiones
de la dirección”
Edit. Ediciones Poder, México, 1997, pág... 143

5. **Colunga Dávila, Carlos**
“La administración del tercer milenio: Diccionario temático”
Edit. Panorama, México, 2007, pág... 299.

6. **Coordinación General de Desarrollo Agroindustrial**
“Manual de Procedimientos del Área de Recursos Materiales y
Servicios Generales”
Edit. Unidad de Programación y Organización, México, pág...155

7. **Cruz Mecinas, Leonel**
 “Principios Generales de Compras”
 Edit. C.E.C.S.A., México, 2000, pág... 102

8. **Chiavenato, Idalberto**
 “Administración: Teoría, proceso y práctica”
 Edit. Mc Graw Hill, México 2005, pág... 415.

9. **Dirección general de organización y métodos**
 “clasificador por objeto del gasto”
 Edit. Talleres gráficos de la nación/S.H.C.P. México, 2008, pág... 93

10. **Floyd, Steve W./Wooldridge. Bill.**
 “La gerencia intermedia”
 Edit. A Simon & Schuster Company, México, 2007, pág... 165

11. **Franklin Finkovsky, Enrique Benjamín**
 “Organización de Empresas”
 Edit. Mc Graw Hill, México, 2007, pág...369

12. **Gómez Ceja, Guillermo.**
 “Planeación y organización de empresas”
 Edit. Mc Graw Hill, México, 2000, pág... 432

13. **Hanna, David P.**
 “Diseño de organizaciones para la excelencia en el desempeño”
 Edit. Sistemas técnicos de edición, S.A. DE C.V. México, 2000, pág...220

14. **Hernández Martínez, Marco Polo**
 “Financiamiento al comercio exterior”
 Edit. I.P.N./E.S.C.A. Santo Tomás, México, 2005, pág...473

- 15. Hernandez y Rodriguez Sergio**
“Administración pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia”
Edit. Mc Graw Hill, 2002, pag...469
- 16. Hernández y Rodríguez Sergio, Ballesteros Inda Nicolas**
“Fundamentos de Administración”
Edit. Mc Graw Hill, 1992, pag...410
- 17. Hellrieger, Don Jackson, Susan Slocum, John.**
“Administración”
Edit. Thompson Editores, 1998, pag...840
- 18. Hellrieger, Don Jackson, Susan Slocum, John.**
“Administración un enfoque basado en competencias”
Edit. México, 2002, pag...561
- 19. Koontz, Harold Weihrich Heinz**
“Administración una perspectiva global”
Edit. México, 2004, pag...763
- 20. Lazzaro, Víctor.**
“Sistemas y Procedimientos: Un manual para los negocios y la industria”
Edit. Diana, México, 200, pág.... 675
- 21. Leenders, Michiel R. /Fearon, Harold e./ England, Wilbur.**
“Administración de compras y de materiales”
Edit. Compañía Editorial Continental, S.A. DE C.V.
México, tercera edición, 2005, pág..... 770

- 22. Mercado Hernández, Salvador**
“Compras, Principios y aplicaciones”
Edit. Noriega, Limusa, México, 2007, pag...130
- 23. Mercado Hernández Salvador**
“Administración de Pequeñas y Medianas Empresas”
Edit. PAC, México, 2001, pag...344
- 24. Molina Aznar, Víctor E.**
“Organización de almacenes”
Edit. ECAFSA, México, 2007, pág.... 125
- 25. Molina Aznar, Víctor E.**
“Estrategias para el inicio y manejo exitoso de un changarro”
Edit. I.S.E.F. México, 2007, pág.... 98
- 26. Montana Patrick J.**
“Administración”
Edit. México, 2005, pag...612
- 27. Munch Galindo, Lourdes**
“Fundamentos de administración”
Edit. Trillas, México, 1990, pág.... 231
- 28. Pooler, Víctor H.**
“El gerente de compras y sus funciones”
Edit. C.E.C.S.A., México, °1995, pág.... 198.

- 29. Ramírez Torres, Raymundo**
“La empresa y su estructura administrativa: Guía para el nuevo empresario, el asistente ejecutivo y la secretaria”.
Edit. Trillas, México, 2005, pág.... 85
- 30. Reyes Ponce, Agustín.**
“Administración moderna”
Edit. Noriega Limusa, México, 2007, pág.... 480
- 31. Robins Stephen y Decenzo David**
“Fundamentos de Administration”
Edit. Pearson Educación México, 2002, pag... 552
- 32. Robins Stephen**
“Administración”
Edit. Pearson Educacion México, 2005, pag... 552
- 33. Sagahón Hervert, Homero**
“Manual práctico de comercio exterior”
Edit. Dofiscal Editores, México, 2005, pág... 250
- 34. Salazar Leyte, Jorge**
“Cómo iniciar una pequeña empresa”
Edit. C.E.C.S.A, México2005, pág.... 165
- 35. Settembrino, Hugo O.**
“La Función Gerencial en la Empresa”
Edit. El Ateneo, México 2000, pág.... 128

36. Sisk, L. Herly

“Administración Y Gerencia de Compras”

Edit. Saber, México, 2005, pág...683

37. Stoner James, Freeman R. Edward Gilbert,

“Administración”

Edit. Sexta Edición, 1996, pág....688.

38. Taormina, Tom

“ISO 9000 LIDERAZGO VIRTUAL”

Edit. A Simon & Schuster Company, México, 2007, pág....344