

E) CERRAR EL TRATO

FASE CULMINANTE DE LA NEGOCIACION, SE LLENA LA PAPELERIA CORRESPONDIENTE A LA COMPRA-VENTA, Y SE ESPERE LA LLEGADA DEL ARTICULO O SERVICIO, O EN CASO CONTRARIO SE RECOGE DE LOS ESTABLECIMIENTOS DEL PROVEEDOR.

TEMA 3

ESTRATEGIAS

MESSNER UTILIZA EL EL TERMINO ESTRATEGIA CON REFERENCIA A LAS METAS A LARGO PLAZO, Y TACTICAS CON REFERENCIA A LOS TEMAS DE DISCUSION.

LA ESTRATEGIA TIENE QUE VER CON LA POLITICA, MIENTRAS QUE LAS TACTICAS SON DE CARACTER OPERACIONAL.

LA ESTRATEGIA DECIDE QUE METAS SON LAS IMPORTANTES Y CUAL ES EL CAMINO QUE HAY Y CUAL ES EL CAMINO QUE HAY QUE SEGUIR PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS PRINCIPALES. LAS TACTICAS DECIDEN POR SU PARTE COMO PROCEDER PASO A PASO, EN DIRECCION HACIA DICHAS METAS.

EL NEGOCIADOR UTILIZA SOLAMENTE AQUELLAS TACTICAS QUE FINALMENTE GARANTICEN EL LOGRO DE LAS METAS ESTRATEGICAS DE LARGO PLAZO.

1.- ORGANIZACION DE UN DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES

Tema 1: Creación	1
Tema 2: Funciones específicas	1
Tema 3: Organización	2
Tema 4: Acciones	2

CONCLUSIONES

II.- SISTEMAS DE NEGOCIACION

Tema 1: Sistemas más comunes	17
Tema 2: Manejo de Materiales	17

CON RESPECTO AL TEMA 1, ES IMPORTANTE ESTABLECER QUE ES LO QUE SE VA A NEGOCIAR CON EL PROVEEDOR, Y TRATAR DE OBTENER TODOS LOS PUNTOS QUE NECESITAMOS Y CUALIDADES DEL PRODUCTO.

Tema 1: Almacén	17
Tema 2: Manejo de Materiales	17

CON RESPECTO AL TEMA 2, SEGUIR EL PROCESO ORDENADO DE NEGOCIACION GARANTIZA MAYORES PROBABILIDADES DE REALIZAR UNA BUENA TRANSACCION POR AMBAS PARTES INVOLUCRADAS.

CON RESPECTO AL TEMA 3, LAS ESTRATEGIAS Y SUS TACTICAS SIRVEN PARA LLEGAR AL CUMPLIMIENTO SATISFACTORIO DE LOS OBJETIVOS.

PREGUNTAS UNIDAD VI

- 1.- QUE ES LA NEGOCIACION.
- 2.- CUALES SON LAS CARACTERISTICAS QUE SE PUEDEN NEGOCIAR EN UN BIEN O SERVICIO.
- 3.- PUNTOS DEL PROCESO DE NEGOCIACION
- 4.- QUE ES ESTRATEGIA
- 5.- QUE ES TACTICA

EJEMPLOS UNIDAD VI

EJEMPLO 1: NEGOCIACION

- * NECESIDAD DEL PRODUCTO
TORNO
- * SELECCION DEL PROVEEDOR
MAQUHENSA, HERRAMENTAL MONTERREY
- * ELECCION DE PROVEEDOR
MAQUHENSA
- * ACUERDO
PRECIO: 10,000,000 \$
FECHA ENTREGA: 1 MAYO 91
- * CERRAR TRATO

I N D I C E

Pagina No.

INTRODUCCION

I.- ORGANIZACION DE UN DEPARTAMENTO DE ABASTECIMIENTOS.

Tema 1: Creación	1
Tema 2: Funciones específicas	1
Tema 3: Organización	2
Tema 4: Acciones	3
Ejemplos	4

II.- SISTEMAS EN ABASTECIMIENTOS

Tema 1: Sistemas más comunes utilizados en compras	7
Tema 2: La computación aplicada a compras	8
Ejemplos	10

III- MANEJO DE MATERIALES

Tema 1: Almacén	17
Tema 2: Manejo de Materiales	17
Tema 3: Métodos Analíticos	20
Ejemplos	24

CONCLUSIONES 26

CUÉSTIONARIO 27

BIBLIOGRAFIA 28

INTRODUCCION

En el presente trabajo queremos resaltar la importancia del área de compras para cualquier tipo y dimensión de empresa, y que con la ayuda de los sistemas y métodos analíticos de abastecimiento se facilita el control del almacén y se aprovechan al máximo los recursos destinados a la realización de las funciones productivas, operativas y administrativas de las empresas en su conjunto.

ORGANIZACION DE UN DEPARTAMENTO DE ABASTECIMIENTOS

Tema 1.- Creación

Quando existe la necesidad de control de materiales de una empresa, se crea un área específica para ello denominada "compras" o "abastecimiento", el objetivo en que se basa la administración para crearlo es la de economizar dinero. Esto puede hacerse directamente mediante costos más bajos, fletes más económicos, materiales de mejor calidad y menor inventario o logrando que el material llegue oportunamente, evitando los paros y el agotamiento de las existencias, cumpliendo las especificaciones, evitando el desperdicio, efectuando ajustes menudos frecuentes y manteniéndose alerta respecto de una posible escasez y de alzadas de precios.

Estos son algunos criterios que si se logran satisfacer habrán justificado la decisión de crear un departamento de compras.

Tema 2.- Funciones específicas

La función central del departamento de compras es la producción de utilidades y la disminución de los costos en que incurre la compañía para llevar a cabo sus funciones u operaciones; así como servir de medio de comunicación a la dirección y al resto de la organización de los pronosticos del mercado. Dentro del área de compras pueden encontrarse las siguientes divisiones que la conforman con sus funciones específicas:

Gerencia de Negociaciones;

- Negociar insumos y servicios mayores.
- Estudiar las tendencias de los mercados y su efecto en precios y disponibilidad.
- Realizar contratos de suministros o insumos
- Buscar nuevos productos sustitutos.

Gerencia de Importaciones y tráfico:

- Programas de importación para exportadores.
- Realizar los trámites ante dependencias oficiales
- Tramitar la modificación o creación de fracciones arancelarias.

- Asesorar en materia de clasificación arancelaria, procedimientos de importación y control de cambios.
- Estudiar las tendencias en políticas de Comercio Exterior y su efecto en las adquisiciones.
- Tramitar permisos de importación.
- Seleccionar y negociar agentes aduanales.

Gerencia administrativa:

- Elaboración y coordinación de presupuestos.
- Distribución y control de gastos.
- Evaluación de logros y objetivos.
- Desarrollar e implementar sistemas para el desarrollo de la función de abastecimiento, como sistema de proveedores.
- Planeación y Control de Materiales.
- Formular y mantener políticas y procedimientos de abastecimiento para las plantas.

Gerencia de Compras:

- Solicitar Cotizaciones
- Negociar
- Colocar pedidos y contratos
- Expedir compras

Tema 3.- Organización

El departamento de compras se coloca en la estructura de la empresa en diversas situaciones dependiendo del tamaño de la empresa, la importancia de las compras que realiza y la relación con las diferentes áreas que conforman la compañía. Así pues vemos que en ocasiones depende del departamento de Producción, en otras depende de la Administración, en otras depende directamente de la Dirección General.

El área de compras debe estar situada de tal manera que facilite su interrelación con el resto de la organización, por ejemplo:

- Con almacén que es donde se originan las requisiciones, para que lo mantenga en constante información sobre las existencias para su debido resurtimiento y proveer oportunamente.
- Con producción para que compras logre las materias primas requeridas, en el tiempo adecuado, al precio más bajo posible y sin menoscabo de la calidad necesaria para mantener la producción.

- Con contabilidad porque los materiales deben registrarse oportunamente para evitar retrasos en el pago a proveedores y aprovechar al máximo todos los descuentos que éstos ofrecen a la compañía.

Una vez ubicados vamos a analizar la centralización de las compras y sus ventajas; sistema muy utilizado por las principales empresas de México incluyendo grupos y corporaciones.

La centralización se refiere a la compenetración de la autoridad de compras para una sola Dirección de Compras lo cual lleva implícito el control central de compras, ordenadamente ubicado en las oficinas generales aunque haya divisiones en cada planta o fábrica.

Las ventajas de la centralización que se han observado son:

- Se mantiene mayor control del presupuesto total de compras.
- Se puede ofrecer volúmenes de compras mayores, lo que representaría mejores condiciones de compra y precios más atractivos.
- Los costos de operación se reducen y se mejora el rendimiento de la función.
- Unificación de políticas y sistemas de compra que facilitan la función.
- Fomenta la competencia entre los proveedores.
- Reducción del costo de compras y por tanto mejora de las utilidades.

Tema 4.- Acciones

Fijación de Metas:

Que debe involucrar a los subalternos

Trabajo en Equipo:

Deberá utilizar la sinergia.

Decisiones:

La idea es que participen todas las personas involucradas.

Desacuerdo:

Siempre hacerle frente y resolverlo, nunca evadirlo.

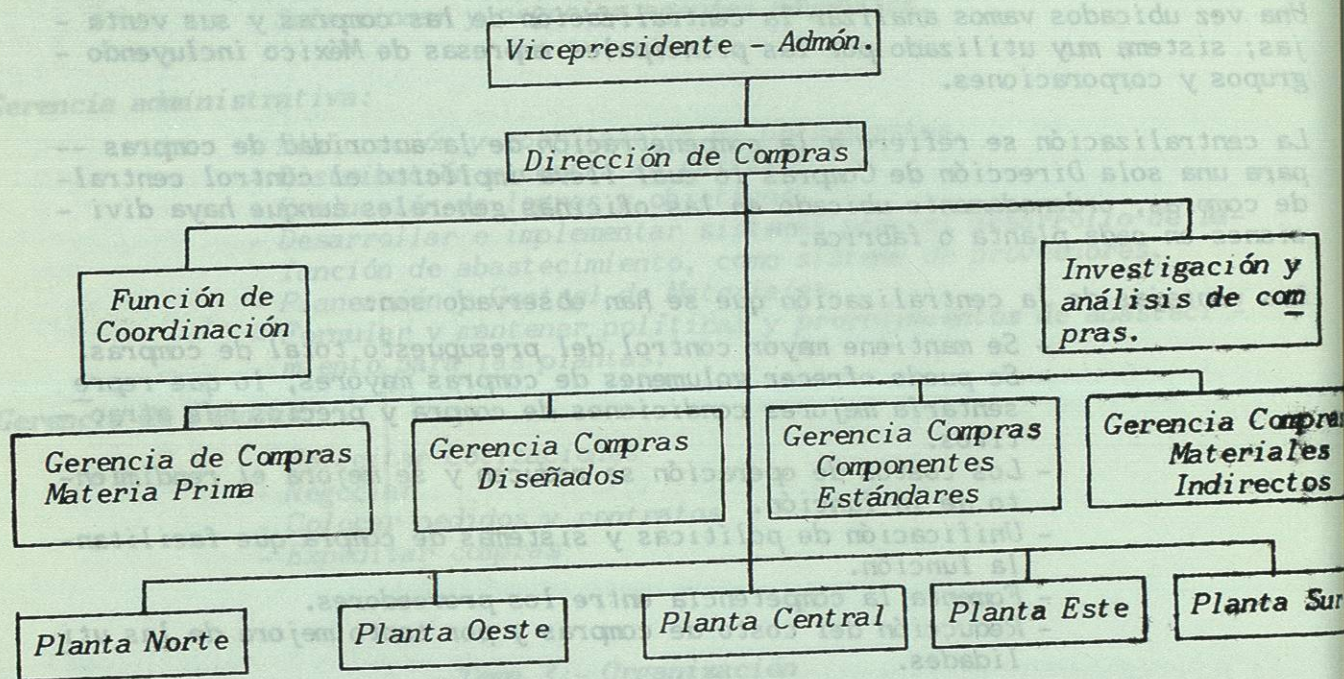
Comunicación:

Que exista retroalimentación que sea de doble vía.

Producto:

Que al finalizar sea lo mejor posible. (Constantemente alto).

Ejemplo: Organización Centralizada



En esta nueva organización de la Case Co. Compras está centralizado, y hay 19 grupos de agentes de compras que se dedican a los bienes específicos. Los grupos están distribuidos en cuatro divisiones de compras centrales, dirigida cada una de ellas por un gerente de compras. Otras divisiones centrales son responsables de coordinar las operaciones y de las investigaciones, análisis de compras, la nueva distribución brinda a la Case Co. la ventaja de la especificación y aumenta su posibilidad de tener beneficios económicos al tratar con los proveedores. La compañía conserva algunas de las ventajas de la descentralización al tener grupos de compras de 3 hombres a nivel de la fábrica, pero esos reportan directamente al director de compras de la sociedad.

La estructura de la organización de las compras puede ser de línea, de línea y asesoría, funcional y de comité. La organización de línea y asesoría es la que prevalece en los negocios y la industria.

La línea está representada por los que realizan las compras y están directamente -- bajo el mando del director de compras, el gerente y el jefe. La asesoría esta integrada por especialistas vitales que recaudan y analizan datos, recomiendan las -- políticas, trabajan con la línea para resolver problemas y así evitan a la administración de la línea muchos detalles.

La función de asesoría podrían ser el análisis de compras, el análisis de preciso y costos, el de ingeniería de compras, etc., este sistema representa un auxilio para el comprador e igual le proporciona elementos de negociación y calificación de proveedores.

