

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
CAPÍTULO 1 LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE COMPRAS	15
1.1. Introducción	17
1.2. Coceptos y objetivos de la función de compras	17
1.3. Su evolución histórica: etapas	21
1.4. Contribución al beneficio de la empresa y su relación con otras áreas	22
1.5. Resumen del capítulo	28
CAPÍTULO 2 FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE COMPRAS EN LAS DISTINTAS ETAPAS DEL APROVISIONAMIENTO	29
2.1. Detección y descripción de la necesidad.	31
2.2. Investigación y búsqueda de fuentes de aprovisionamiento	32
2.3. Preparación de la compra	33
2.4. La ejecución de la compra	34
2.5. Seguimiento y control	35
2.6. Resumen del capítulo	37
CAPÍTULO 3 LA ESTRUCTURA DE LA EMPRESA Y LA EFICACIA DE LA GESTIÓN DE COMPRAS	39
3.1. Introducción	41
3.2. La estructura por función	42

3.3. La estructura por proyecto	43
3.4. La estructura por producto	43
3.5. La estructura por localización	43
3.6. Centralización / descentralización: en el caso de una empresa con varias factorías	44
3.7. Supuesto práctico	51
3.8. Resumen del capítulo	57

CAPÍTULO 4

EL PROVEEDOR, PIEZA BÁSICA EN EL FUTURO

DE LA EMPRESA	59
----------------------------	-----------

4.1. Introducción	61
4.2. Búsqueda y selección de proveedores	61
4.3. Las fuentes de información	62
4.4. Auditoría del proveedor	65
4.5. Criterios de evaluación del proveedor	67
4.6. La ética en las compras	70
4.7. Resumen del capítulo	74

CAPÍTULO 5

LA PREVISIÓN CUANTITATIVA. LIMITACIONES

LA PREVISIÓN CUANTITATIVA. LIMITACIONES	77
5.1. Introducción	79
5.2. El análisis ABC	79
5.3. Métodos de previsión	82
5.3.1. Métodos cualitativos	82
5.3.2. Proyección de series temporales	82
5.3.3. Modelos matemáticos	83
5.4. Algunos conceptos básicos	86
5.5. Resumen del capítulo	96

CAPÍTULO 6	
EL CONTROL DE CALIDAD. CONCEPTOS	97
6.1. Introducción	99
6.2. La determinación de la calidad concertada	100
6.3. Descripción de la calidad. Especificaciones	102
6.4. El análisis de valor	105
6.5. Aproximación al concepto de plusvalía	109
6.6. Resumen del capítulo	112
CAPÍTULO 7	
LA EJECUCIÓN DE LA COMPRA	115
7.1. Introducción	117
7.2. Petición y evaluación de ofertas	117
7.3. La negociación	121
7.3.1. Fase de preparación y análisis	125
7.3.2. Reglas básicas: etapas	127
7.3.3. Cualidades del buen negociador	130
7.3.4. Etapas en la sesión de negociación	133
7.3.5. El negociador frente a su empresa	138
7.3.6. Caso práctico	141
7.4. Resumen del capítulo	146
CAPÍTULO 8	
ASPECTOS LEGALES	149
8.1. Introducción	151
8.2. El contrato mercantil y el contrato de compraventa: sus cláusulas fundamentales	151
8.3. Legislación comparada	156

8.3.1. Comunidad Económica Europea	156
8.3.2. Estados Unidos	159
8.3.3. Convención de las Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercancías (BOE 30/1/1991).....	162
8.4. Resumen del capítulo	164

CAPÍTULO 9

LA COMPRA DE MAQUINARIA (BIENES DE EQUIPO)

9.1. Introducción	169
9.2. Función y responsabilidad de compras	170
9.3. Análisis económico - financiero: conceptos básicos	171
9.4. Ejercicio práctico	175
9.5. Resumen del capítulo	179

CAPÍTULO 10

UN FUTURO QUE YA ESTÁ AQUÍ: DE LA GESTIÓN DE COMPRAS A LA GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTOS.....

10.1. Introducción	183
10.2. Fase I: Clasificación	187
10.3. Fase II: Análisis del mercado	188
10.4. Fase III: Posicionamiento estratégico	191
10.5. Fase IV: Planes de acción	192
10.6. Conclusión	193
10.7. Resumen del capítulo	194
ANEXO	196

CAPÍTULO 11	
NOTAS DE ACTUALIZACIÓN	197
11.1. Aprovisionamientos	199
11.2. Gestión de calidad y la función de aprovisionamiento	200
11.3. El coste de un pedido	201
11.4. Publicidad en Internet... ¿oportunidad para las pymes?	201
11.5. Las dotes negociadoras	202
11.6. La difícil situación de Europa	203
11.7. Empresa y humanismo	205
11.8. El valor de la integridad en los negocios	206
11.9. El sistema Volkswagen	207
 ANEXO	 209
 BIBLIOGRAFÍA	 217