



Nombre de la Asignatura: **ADMINISTRACION DE COMPRAS 0**

a) Generalidades

		Código:	ACO 0	Duración del Ciclo en Semanas:	16
Prerrequisito (s):	AFI 0	Ciclo Académico:	VI	Duración /Hora Clase:	50
		Área:	Especializada	Número /Hora Clase por Ciclo:	64
		U.V.:	3	Horas Teóricas/ Semanales:	2
				Horas Prácticas/ Semanales:	2

b) Descripción de la Asignatura:

La asignatura consiste en el estudio teórico práctico de las técnicas y herramientas que se usan en la gestión de compras en las empresas públicas y privadas, con el propósito que se puedan establecer alternativas para la adquisición de bienes y servicios, y logrando que en las negociaciones se consigan ahorros para las organizaciones.

c) Objetivo General de la Asignatura:

Objetivos Cognitivos:

Adquirirlos conocimientos teórico-práctico de la gestión de compras en las empresas públicas y privadas, siendo capaces de solucionar problemas y proponer alternativas para la adquisición de bienes y servicios que tiendan a un ahorro significativo en las organizaciones.

Objetivos Procedimentales:

Elaborar un proceso de compras aplicando las técnicas y herramientas idóneas para lograr que sean consistentes en tiempo y costo óptimos en las organizaciones.

Objetivos Actitudinales:

Valorar la función de las compras de una organización con responsabilidad y precisión en la interpretación de resultados siendo constructivos en sus conclusiones y recomendaciones.



d) Contenidos:

UNIDAD I GENERALIDADES

Contenido:

- 1.1 Logística
- 1.2 Concepto e Importancia
- 1.3 Origen de la Logística
- 1.4 Diferentes funciones de la Logística:
 - 1.4.1 Abastecimiento de Insumos y Distribución
 - 1.4.2 Gestión de Inventarios
 - 1.4.3 Tráfico y Transporte
 - 1.4.4 Compras
- 1.5 La Cadena de Abastecimiento

UNIDAD II LAS COMPRAS

Contenido:

- 2.1 La relación del Departamento de compras:
 - 2.1.1 Con las unidades de la organización
 - 2.1.2 Con organismos externos
- 2.2 El esquema general de las compras (Flujograma)
- 2.3 Concepto de las Compras y su importancia económica para la empresa
- 2.4 Objetivos generales
- 2.5 Clasificación de las compras
- 2.6 Principios básicos
 - 2.6.1 Principios generales
 - 2.6.2 Respecto a la calidad
 - 2.6.3 Respecto a la cantidad
 - 2.6.4 Respecto al precio
 - 2.6.5 Respecto al Financiamiento
 - 2.6.6 Respecto al Servicio
- 2.7 La decisión de fabricar-comprar-Rentar (Leasing-outsourcing)
 - 2.7.1 Ventajas y desventajas
- 2.8 Las compras nacionales e internacionales
- 2.9 La función de compras y su relevancia
- 2.10 Las compras en el Sector Público.
 - 2.10.1 Características y diferencias con el sector privado
 - 2.10.2 Ley LACAP



2.10.3 Unidades de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI)

2.10.4 Formas de Contratación

- i) Licitación o concurso público
- ii) Libre Gestión
- iii) Contratación Directa.

UNIDAD III EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS Y SU ORGANIZACION

Contenido:

- 3.1 La ubicación del departamento según el giro de la empresa
- 3.2 Funciones y responsabilidades de departamento
- 3.3 La estructura de la organización
- 3.4 El personal
- 3.5 Sistemas de compras centralizadas y descentralizados
- 3.6 El manual de compras
- 3.7 Las políticas

UNIDAD IV: PLANEACIÓN Y ESTRATEGIAS DE COMPRAS

Contenido:

- 4.1 Planeación y pronósticos
 - 4.1.2 Diferentes métodos para elaborar pronósticos
- 4.2 El Plan de Compras y sus objetivos
 - 4.2.1 La explosión de materiales
 - 4.2.2 Cálculo para estimar las compras basado en la Explosión de materiales
- 4.3 La Administración de Inventarios
 - 4.3.1 La clasificación ABC de los materiales
- 4.4 Costos relacionados con los inventarios
 - 4.4.1 Costos de tener y mantener inventarios
 - 4.4.2 Costos de ordenar y comprar
- 4.5 El Lote Económico (Cantidad Económica de Pedido)
 - 4.5.1 Cálculo de la cantidad económica de pedido
 - 4.5.2 El Punto de Re-orden
- 4.6 La técnica de Justo a Tiempo
- 4.7 Software utilizado en la Administración de inventarios

UNIDAD V: EL PROCESO DE LAS COMPRAS

Contenido:



- 5.1 Elementos de las compras
 - 5.1.1 El Comprador
 - 5.1.2 El vendedor
 - 5.1.3 Objeto o Servicio
 - 5.1.3 El acuerdo o convenio
- 5.2 Las requisiciones de compras
- 5.3 Cotizaciones, análisis y asignación de la compra
- 5.4 La Orden de Compra o Pedido
- 5.5 Seguimiento de las Órdenes de Compra
- 5.6 Los proveedores
 - 5.6.1 Selección
 - 5.6.1.1 Características de un buen proveedor
 - 5.6.2 Segmentación
 - 5.6.3 Evaluación
 - 5.6.4 Desarrollar Proveedores
 - 5.6.5 Certificación
- 5.7 La negociación con proveedores
 - 5.7.1 Lo que se debe negociar
 - 5.7.2 Las condiciones de pago
 - 5.7.3 Las Cobranzas
 - 5.7.4 Las Cartas de Crédito
 - 5.7.5 Otras formas de pago (Plazos de crédito, Compras al Contado, etc.)
- 5.8 Incoterms
- 5.9 Las Aduanas en El Salvador
 - 5.9.1 Los Recintos Fiscales (Almacenes Generales de Depósito)
 - 5.9.2 El rol del Agente Aduanal
- 5.10 Documentos necesarios para el des-aduanaje en El Salvador
 - 5.10.1 La Factura Original
 - 5.10.2 La Guía Aérea, El Conocimiento de Embarque Marítimo y la Carta de Porte
 - 5.10.3 Los otros documentos
- 5.11 Los retaceos
- 5.12 Los seguros y los reclamos
- 5.13 Embarques y manejos
 - 5.13.1 Containers
 - 5.13.2 El Embalaje (Crating)

e) Estrategia Metodológica:

El estudiante construirá su propio conocimiento a partir de los elementos otorgados por el



docente, a través de las siguientes actividades de aprendizaje:

El 50% del total de horas, el docente guiará el aprendizaje a través de *clases magistrales y dialogadas*, con apoyo en los resultados de las investigaciones de campo y bibliográficas realizadas por los alumnos donde se dé un intercambio de opiniones y argumentos temas relacionados con la actividad de compras en el medio empresarial.

El otro 50% del total de horas, se desarrollarán controles de lectura, laboratorios y resolución de casos prácticos que conlleven al aprendizaje a lo relacionado con las compras nacionales e internacionales.

Estas actividades quedan a consideración del catedrático, pudiendo utilizar otros métodos y técnicas alternativos que favorezcan el proceso de enseñanza - aprendizaje de acuerdo con el modelo educativo definido por la Universidad.

f) Bibliografía:

Nombre de laObra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	No. de ejemplares en biblioteca
COMPRAS, Principios Generales	Leonel Cruz Mecinas,	CECSA	México	1999	6
COMPRAS, Principios y aplicaciones	Salvador Mercado H.	Limusa-grupo noriega	México	2000	4
Administración de Compras – 3ª. Edición	Alberto Montoya Palacio	ECOE Ediciones	Colombi a	2009	3
Gerencia de Compras: la Nueva Estrategia Competitiva	Heredia Viveros, Nohora	Ecoe Ediciones	Colombi a	2007	3
Administración de Compras y Abastecimientos	Johnson, P. Fraser/ Leenders, Michiel R./Flynn, Anna E.	McGraw Hill, 14a. Edición	México	2012	*

* En Proceso de adquisición

SITIO WEB: Latin American Logistic Center (LALC)

<https://www.alexlogistica.com/selector.php?idSeccion=2>