Universidad Acción Pro-Educación y Cultura

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales

Plan de Mejora Para La Compra de Materia Prima en Una Empresa Dominicana.

Sustentantes:

María Altagracia Monte De Oca Garcia 2014-1726

Manuel Piñeyro 2015-2308

David Raúl Marte Pichardo 2017-1731

Asesores:

Ileana Rosario

Vladimir Hernandez

Monografía para optar por el título de:

Licenciado en Negocios Internacionales

Distrito Nacional

2021

Contenido

Dedicatoria y Agradecimiento……1
Resumen……4
Palabras Claves……5
Introducción……6
CAPÍTULO I: Recomendaciones para la mejora continua en el proceso de compras de la empresa AGROSIDOM ……8
1.0 Análisis FODA paso a paso…… ...8
1.1 Análisis FODA para la empresa AGROSIDOM……11
2.0 Principales aspectos legales del comercio internacional……12
2.1 Normativas internacionales……13
2.1.1 La Organización Mundial del Comercio……13
2.1.2 Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio……13
2.1.3 Acuerdo General sobre el comercio de servicios……14
2.1.4 Derechos de propiedad intelectual del comercio……15
3.0 Normativa local nacional……16
4.0 Ley No. 340-06……17
5.0 Asesores o agentes de compras internacionales……17
5.1 Beneficios de obtener servicios de un agente de compras……18
6.0 Plan de capacitación de empleados……19
7.0 La ética y su importancia en la gestión de compras……20
7.1 Posibles factores que influyen en los fraudes……21
7.2 Normas que dictan el accionar del comprador……21
CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO……23
1.0 Estudio de mercado……23
1.1 Definir el objeto de estudio. ……23
1.2 Diseñar preguntas para la investigación……24
1.3 Alternativas de canales de distribución internacionales……25
1.4 Incoterms más comunes para adquirir nuestro producto……24
2.0 Características del mercado internacional……26
3.0 Análisis del mercado internacional……28
3.1 Canales de comercialización internacional……28
3.2 Proveedores Internacionales de Geomembrana……29
4.0 Análisis PEST……30
4.1 Aspecto político……31
4.2 Aspecto económico……32
4.3 Aspecto social……32
4.4 Aspectos tecnológicos……32
5.0 Análisis Porter……33
5.1 Amenaza de nuevos competidores……33
5.2 Poder de negociación de los clientes……34
5.3 Amenaza de nuevos productos……34
5.4 Poder de negociación con los proveedores……34

5.5 Rivalidad entre competidores…….……35
CAPÍTULO III. PROCEDIMIENTO DE COMPRAS……..…….36
1.0 Proceso de compras…….…….……....……36
1.1 Conceptos Generales del proceso de compras…….…….……36
2.0 Obligaciones del vendedor…….…….……..…….……36
2.1 Obligaciones del comprador…….…….…….……37
3.0 El siclo de compras……...……..……37
3.1 Requisición de compras…….…….……38
3.1.1 Elementos que se deben de utilizar para realizar el requerimiento...38
3.2 Cotización…….…….…….……..……39
3.4 Orden de compras…….…….……..……39
4.0 Funciones importantes del comprador…….…….……40
4.1 Fuentes de abastecimiento…….……41
4.2 Elementos a considerar en la selección de proveedores……40
4.3 Tipos de proveedores……..……41
4.4 Identificación de proveedores…….……..…….……42
5.0 Selección de proveedores…….…….…….……...…42
5.1 Criterios de Selección…….…….…….……..…43
6.0 Evaluación de proveedores…….……..…….……44
6.1 Herramientas de evaluación de proveedores…….……45
6.2 Beneficios de la evaluación de los proveedores……..46
7.0 Procedimiento……...…….…….……...…46
7.1 Ventajas de tener un procedimiento……..…46
7.2 El procedimiento……...…….…….……47
Conclusión……...……55
Recomendaciones…….……..…..……58
Bibliografías…….……59
Anexos…….……65

Dedicatoria y agradecimientos:

Agradezco muy especialmente a nuestro Dios, quien con su bendición y guía no me dejo solo ni por un instante en esta bella experiencia.

A mi madre, María García Ortiz, quien con su amor y su ejemplo a seguir, me ha apoyado a cumplir hoy, un sueño más. Gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer a las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mis familiares y amigos por su cariño y apoyo incondicional durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento, gracias porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento me acompañan en todos mis sueños y anhelos.

Muy especialmente quiero dedicar este trabajo de grado a Margarita Almanzar, la mujer que vio en mí un rayo de luz y que decidió guiarme paso a paso en mis estudios desde mis 4 años de edad. Gracias por confiar en mí, en aquella pequeña niña que a los ojos de algunos solo era la hija de una empleada doméstica, pero para usted siempre fui algo más, gracias abuela.

Por último, pero no menos importante, quiero agradecerme, sí, quiero agradecerme por creer en mí, por hacer el trabajo duro, por pagar mi universidad, por no tener días libres, por nunca renunciar, por tener paciencia, por siempre tratar de dar lo mejor de mí y por ser yo en todo momento. Gracias.

María Monte De Oca

El presente trabajo de investigación lo dedicamos principalmente a Dios, por darnos la fuerza de continuar con este proceso y así obtener un gran anhelo, deseado desde pequeños. A mis padres Edwin Piñeyro y Elisa Ramírez por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy hoy en día, a mi hermano Edwin Manuel Piñeyro quien me ha apoyado en todo lo que me propongo y es una persona a la cual me atribuyo la responsabilidad de que pueda cumplir todo lo que desee.

Agradezco a nuestros docentes del decanato de ciencias económicas y empresariales por compartir sus conocimientos a lo largo de nuestra preparación.

Manuel Piñeyro

Me gustaría comenzar dándole gracias a Dios por todas las oportunidades que me ha otorgado en la vida, por tener unos padres que siempre estuvieron asegurándose de brindarme una buena educación y futuro, que siempre estuvieron al pendiente para garantizar de que algún día me convirtiera en un buen profesional. Quisiera dar las gracias a mi hermano mayor que siempre se mantuvo conmigo, con perseverancia esperando y alentándome para siempre dar lo mejor de mí.

Del mismo modo, quiero darle las gracias a Dios por la oportunidad de costear mis estudios en tan prestigiosa universidad.

De la misma manera deseo agradecer a todos mis profesores que de forma particular nos brindaron sus conocimientos para que cada uno de los estudiantes pudiéramos ejercer en el día de mañana. Gracias a todos los compañeros que la misma me ofreció, que de una forma u otra me ayudaban a motivarme y mantenerme determinado.

Mi mejor amigo Ricardo Correa que siempre fue mi competencia, me motivaba a ser mejor la mejor versión de mí, me animaba a estar un paso más adelante, querer superarlo, y siempre pensando que podríamos lograr esta meta

juntos. A todos mis compañeros del colegio, del trabajo, que, sin importar el tiempo de nuestra amistad, me brindaron su apoyo cuando más lo necesitaba.

Por último y no menos importante, darle las gracias a Dios por no dejarme solo, por darme fuerzas de siempre seguir adelante sin importar mis tropiezos, me agradezco por nunca renunciar a mi futuro.

Una vez más, gracias por todo.

David Raúl Marte Pichardo

Resumen:

Con miras a resolver la problemática de la falta de conocimiento de muchas empresas dominicanas con relación al proceso que se debe de llevar a cabo para la compra de bienes y servicios internacionales, hemos decidido plasmar algunas pautas que pueden servir de gran ayuda para muchas empresas que están intentando incursionar en el mundo de los negocios.

El departamento de compras de una empresa es el área que más gasto le genera a la empresa, por lo que se le debe de prestar atención al proceso que se lleva a cabo en esta área al realizar dichos gastos.

En este trabajo de investigación estaremos creando un Plan de Mejora Para el proceso de compras de materia prima para empresas dominicanas, brindando información sobre el estudio de mercado, recomendaciones para el departamento de compras como también estaremos creando un procedimiento de compras que permitirá que las personas responsables del proceso de abastecimiento de la empresa tengan una guía de como efectuar sus labores de una manera factible y segura.

Entendemos que con estas pautas permitirá que las empresas lo tomen como guía poniéndolo en práctica en su proceso de compras.

Palabras claves:

Compras: Este es el proceso que se lleva a cabo cuando una persona o empresa hace entrega de dinero u otra recompensa a una persona o empresa para conseguir de ella algún producto o servicio.

Compra internacional: Se basa en el acuerdo entre dos partes, domiciliados en dos países distintos que se comprometen al intercambio de una mercancía por el pago de un precio específico.

Plan de mejora: Un plan de mejora es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar algún proceso específico, en este caso plan de mejoras en departamento de compras.

Proveedores: Es aquella persona o empresa que se encarga de proveer o abastecer a otra persona o empresa de algún producto o servicio que soliciten para un fin específico.

Comprador: El comprador es el que cubre necesidades adquiriendo bienes o servicios a cambio de un precio cierto.

Materia Prima: es cualquier bien que luego pasar a ser transformado mediante un proceso de producción para de esta formar obtener un bien de consumo.

Introducción

En los últimos años hemos podido observar el aumento de creaciones de pequeñas empresas y el crecimiento de otras al rededor del mundo y la República Dominicana este crecimiento no es la excepción.

Estas nuevas organizaciones inician con grandes objetivos de conquistar el mundo de los negocios, sin embargo, sin ánimo de juzgar, muchas de estas empresas no cuentan con el conocimiento necesario del proceso de compras y aunque la República Dominicana ofrece beneficios e informaciones para el desarrollo de estas, no lo conocen y algunas de estas no están dispuestas a realizar los cambios necesarios para su prosperidad y mantenimiento en el mercado.

Las empresas siempre deben estar preparadas para cualquier cambio que haya en el mercado ya que este está en constante movimiento y siempre se mantiene creciendo. Por lo que es recomendable ser flexibles y veloz, de esta manera estaremos listos para suplir las necesidades de los clientes. La clave está en que el proveedor y la organización tengan una buena comunicación e integración si se pueden adaptar rápidamente y de efectiva a las necesidades de la compañía, así mantendrán su nivel de negociación en aumento.

El siguiente trabajo se efectúa con el propósito de diseñar un plan de mejora para el proceso de compras de la empresa AGROSIDOM, permitiendo superar las diferentes debilidades o falencias que se dan dentro de la organización por falta de desconocimiento o por un buen procedimiento de compras.

Considerado esta situación se espera convertir las debilidades que existen dentro del proceso de compra, en fortalezas para beneficiar la eficiencia de la organización. Al recopilar información interna de la empresa, se realiza un

diagnóstico que nos permite diseñar un procedimiento para llevar a cabo el proceso de compras dentro de la empresa, permitiendo que los diferentes procesos sean más eficientes y eficaz.

Para llevar a cabo nuestro objetivo principal, que es crear una plan de mejoras del proceso de compras de materia prima internacional, estaremos dando inicio ofreciendo a la empresa una serie de recomendaciones generales que les permitirán conocer más del proceso de compras, luego le estaremos detallando lo que es el estudio de mercado y la importancia que el mismo tiene para el proceso de compras y por ultimo estaremos dando a conocer gracias a la recopilación de información interna de la empresa, un diagnóstico que nos permite diseñar un procedimiento de compras para llevar a cabo este proceso, permitiendo que las diferentes etapas sean más eficientes y a su vez más eficaces.

Capítulo I

Recomendaciones para la mejora continua en el proceso de compras de la empresa AGROSIDOM:

El departamento de compras es la columna vertebral de muchas organizaciones ya que esta es la responsable de todas las actividades que se realizan para la adquisición de materias primas, servicios, materiales gastables entre otros.

Ya que la empresa AGROSIDOM, como otras empresas dominicanas, no cuenta con un proceso de compras factible, perdiendo así, dinero y tiempo en este proceso, es recomendable realizar un plan de mejora, que le permita a la empresa conocer sus debilidades y trabajar en ella.

Para iniciar nuestro plan de mejora en el proceso de compras de materia prima, presentaremos alguna recomendación a considerar para la mejora continua del proceso.

1. 0 Análisis FODA paso a paso:

La razón por la cual sugerimos realizar un análisis FODA es que este permite conocer todos los puntos de la empresa, como son; sus estrategias, ventajas y debilidades, con los resultados obtenidos de este análisis sabremos en la posición que se encuentra la organización obteniendo así un punto partida para la mejora continua.

1. **Objetivo**: En este punto se va a determinar qué es lo que se quiere obtener, cual es el resultado que se busca con este análisis. Todos los integrantes deben de tener bien en claro el motivo por el cual se hará el análisis para de esta manera poder proponer ideas congruentes.

2. **Definir las amenazas**: Las amenazas son aquellas que representan riesgos para la empresa. Se pueden definir como las situaciones que

provienen del entorno que pueden o podrían perjudicar a la organización. Tales como el alza del dólar, cambio en las políticas o leyes, aumento en los precios de los proveedores, entro otros.

En ocasiones estas amenazas no pueden ser controladas, pero si podemos diseñar planes preventivos para poder enfrentarlas.

A continuación, algunas preguntas que pueden brindarnos una mejor idea de cómo conocer posibles amenazas:

- ¿Cómo está cambiando el mercado?
- ¿Qué está haciendo nuestra competencia?
- ¿Qué obstáculos estamos enfrentando ahora mismo?
- ¿Existe alguna medida del gobierno que nos esté afectando?
- ¿Los estándares de calidad se mantienen iguales?
- ¿Qué debilidad de la empresa puede ser una amenaza?

Exhortamos a priorizar las amenazas dependiendo el nivel de severidad o mayor probabilidad que tenga a que ocurrir.

3. **Oportunidades**: Son los factores que se tornan positivas y/o favorables para el entorno de la empresa. Del mismo modo que las amenazas, no las podemos controlar, pero se pueden diseñar planes para tomar provecho en caso de que estas ocurran ya que mayormente ocurren de repente. Estas ventajas pueden ser el inicio de un tratado comercial o concursos empresariales. Son posibles ventajas que pueden mejorar el servicio de la empresa, lo que significaría una ventaja competitiva contra la competencia.

A continuación, algunas preguntas que pueden brindar una mejor idea de cómo identificar posibles oportunidades:

- ¿Qué tendencias positivas tiene el mercado?
- ¿Cuáles cambios tecnológicos representarían una oportunidad?

- ¿Qué deberíamos de hacer diferente a la competencia?
- ¿Qué eventos tendrían que ocurrir para expandir la empresa?
- ¿Existe alguna fortaleza que podamos explotar?

4. **Fortalezas**: Son características positivas internas de la empresa. Cuando pensamos en fortalezas, nos llega preguntas como; ¿en qué somos buenos? ¿qué les gusta a nuestros clientes de nuestros producto o servicio?, sin embargo, podemos indagar más y realizar encuestas para saber que nuestros clientes y proveedores piensan de la empresa.

   Del mismo modo enlistaremos preguntas para que se les facilite su proceso:

   - ¿En qué área vencemos a la competencia?
   - ¿Cuáles son nuestras las ventajas de nuestra empresa?
   - ¿Cómo están las finanzas de la empresa?
   - ¿Cuál es nuestra capacidad de compra/venta?
   - ¿Qué cualidades fuertes ve el mercado en nosotros?
5. **Debilidades**: Son características que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Son aspectos que aún no tenemos un control total causando desventajas y la percepción de que podemos lograr los objetivos pautados. Algunas de estas ventajas pueden ser: Falta de experiencia mala calidad de productos, mala administración o ubicación entre otras.

Preguntas para analizar las debilidades de la empresa:

- ¿En qué podemos mejorar?
- ¿Qué debemos de dejar de hacer?
- ¿Qué está impactando negativamente nuestras ventas?
- ¿Qué está impactando la pérdida de clientes?
- ¿En qué necesitamos más experiencia?
- ¿Que tiene la competencia que no tenemos nosotros?

6. **Estrategias**: Partiremos a establecer estrategias comparando las fortalezas, debilidades, amenazas y debilidades mencionadas anteriormente.

- **Enfoque de Éxito:**

¿Cómo podemos usar nuestras fortalezas para aprovechar futuras oportunidades?

- **Enfoque de reacción:**

¿Cómo podemos utilizar nuestras fortalezas para disminuir las amenazas?

- **Enfoque de adaptación:**

¿Cómo podemos aprovechar oportunidades para corregir nuestras debilidades?

- **Punto de supervivencia:**

¿Cómo podemos mantener la empresa a flote enfrentando las amenazas actuales?

1. 1 Análisis FODA para la empresa AGROSIDOM:

Análisis interno del Departamento de Compras:

Debilidades:

- No existe un proceso de compras.
- Pocos proveedores de Geomembrana.
- Tiempo de respuesta de proveedores es lento (Para cotización o confirmación de envío).
- Políticas de garantías o sustitución de Geomembrana.
- No cuentan con equipos tecnológicos que les permita el fácil manejo y ubicación para un mejor proceso logístico.

Fortalezas:

- El personal está preparado para realizar el servicio que se ofrece.
- Buena imagen de comunicación efectiva con los proveedores.
- Precio altamente competitivo en comparación al mercado.
- Calidad en el producto y servicio ofrecido.
- Productos con un alto grado de manejabilidad

Análisis Externo:

Amenazas:

- Apertura de empresas dedicadas a la venta de Geomembrana.
- Alteraciones en los precios de nuestros proveedores.
- La baja o pérdida de calidad en los productos de los proveedores.
- Nuevas políticas de aduanas.

Oportunidades:

- Convenio comercial
- Apertura de nuevos mercados.
- Nuevos clientes.

2. 0 Principales aspectos legales del comercio internacional

El negocio universal es el desplazamiento que poseen los bienes y los servicios por medio de los diversos territorios y sus mercados.

Existen leyes que regulan especialmente esas compraventas, imponiendo limitaciones sobre el tipo de producto que tienen la posibilidad de entrar en un territorio, imponiendo así aranceles.

Para poder tener control de los negocios internacionales no solo basta tener conocimiento de logística o márketing, sino que, también es de suma importancia tener conocimiento en el ámbito legal, este es un punto clave para poder tener óptimos resultados.

2. 1 Leyes internacionales.

Es imprescindible conocer las leyes que aplican en los países en los cuales queremos realizar negociaciones, ya que, podrían tener diferentes tipos de convenio y reglamentos.

Realizar búsquedas de tratados o acuerdos nos abrirá muchas puertas, esto aportaría a la reducción de tiempo y costos o por el contrario nos ayudaría a tener muchos gastos al no conocer si existe algún tratado de libre comercio con el país en cuestión.

Por consiguiente, es de suma importancia conocer que factores aplican para el ordenamiento mundial, es decir, el grupo de leyes que regula el negocio exterior.

2.1.1 La Organización Mundial del Comercio (OMC):

Es la primordial organización mundial que se encarga de las reglas que rigen el negocio entre las naciones. La Organización

La principal función de la Organización Mundial del Comercio (OMC) es velar por que los negocios se realicen de la forma más dinámica e independiente posible.

Cuando se habla de reglas, nos referimos a convenios y hay un grupo bastante diverso de ellos.

A continuación, estaremos presentando algunos de los acuerdos más relevantes:

2.1.2 Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) (con respecto a las mercancías).

Tras intensas negociaciones, en octubre de 1947 surge el GATT que trata sobre aranceles aduaneros y del comercio con la intención de reducir obstáculos a sus intercambios comerciales y aceptar un listado de normas equitativas para el comercio internacional.

Es importante resaltar los objetivos principales de este acuerdo:

- Contribuir con el mejoramiento de los niveles de vida.
- Crear más empleos.
- Brindar más recursos a nivel mundial.
- Desarrollar la producción e intercambio de mercancías.
- Desarrollar la economía.

Este acuerdo abarca el comercio internacional de mercancías, el cual es supervisado por el consejo del comercio de mercancía (CMM) que está conformado por integrantes de todos los países de la OMC.

El GATT en sus inicios, estaba constituido por 24 países, entre ellos: Canadá, Birmania, Cuba Ceilán, Chile, Francia, Checoslovaquia, , Australia, Estados Unidos, Brasil, India, Líbano, Luxemburgo, China, Noruega, Nueva Zelanda, Bélgica y Países bajos, Siria, Sudáfrica, Rodesia del sur, Pakistán y Reino Unido

Cabe destacar que este acuerdo tiene 3 idiomas oficiales: el español, el francés y el inglés.

2.1.3 Acuerdo General sobre el comercio de servicios (AGCS)

La creación de este acuerdo fue uno de los principales logros de la Ronda de Uruguay, el cual tuvo vigencia en enero de 1995. El AGCS también tiene intenciones iguales al GATT:

- Crear un sistema fiable y creíble de normas internacionales.
- Garantizar un trato perfectamente balanceado a todos los participantes sin discriminación.
- Incrementar la actividad económica mediante consolidaciones.
- Fomentar el comercio.

- Desarrollar una liberalización progresiva

De hecho, los integrantes de la OMC forman parte del AGCS que, a su vez, han asumido sus responsabilidades en diferentes sectores de servicios.

Por último, nos gustaría mencionar que dentro de AGCS podemos mencionar cuatro modos de suministro:

- Suministro transfronterizo: Abarca los servicios del territorio miembro a otro territorio miembro.
- Consumo en el extranjero: Sucede cuando un consumidor de servicios se desplaza al territorio de otro miembro para obtener dicho servicio.
- La presencia comercial: Este da lugar cuando un proveedor se establece en el territorio de otro miembro, a través de la adquisición de una propiedad o arrendamiento de un local.
- La presencia de personas físicas: a diferencia de la presencia comercial, este miembro se desplaza a otro territorio solamente para prestar el servicio, luego retorna a su territorio natal, sin la adquisición de un local.

La presencia física del productor y consumidor, es necesaria para suministro ciertos servicios. Por lo tanto, existen muchas razones por lo que el comerciante debe abarcar movimientos transfronterizos del consumidor ya sea mediante el establecimiento de una presencia comercial o el movimiento temporal del proveedor del servicio.

2.1.4 Derechos de propiedad intelectual con el comercio (ADPIC).

Es el acuerdo multilateral más completo sobre propiedad intelectual ya que es fundamental para facilitar:

- Comercio de contenidos y conocimientos creativos.
- Solucionar diferencias comerciales acerca de la propiedad intelectual
- Dar margen a los miembros de la OMC para lograr sus objetivos políticos a nivel nacional.

El ADPIC, establece un marco en el sistema de PI acerca de la innovación, el bienestar público y la transferencia de tecnología. El acuerdo mantiene reconocimiento ente la propiedad intelectual y el comercio para lograr un sistema equilibrado.

3. 0 Normativa local nacional.

La normativa local se refiere al grupo de leyes que regulan las operaciones comerciales en las fronteras de un territorio. Por consiguiente, se aplica en aquel estado sin que tenga ningún impacto en ningún otro.

Sin ser exhaustivos, diremos los tipos de normativas que se debe considerar en el momento de hacer negocio exterior a partir de un criterio nacional:

- Las leyes operativas, son normativas que controlan el ingreso y la salida de las mercancías de un territorio; regulan puntos como las preguntas de aduanas, como cuál es la procedencia y el destino de dicha mercancía, reglas que regulan el transporte universal, entre otros.
- Las leyes fiscales: Con particular incidencia en el Iva en el negocio mundial y además en los impuestos especiales que gravan las transacciones del negocio exterior, intrastat, entre otros.
- Las reglas administrativas: estas nos orientan en el escrito de los contratos de todo el mundo de compraventa, en la preparación, documentación y envío de la mercancía.

Otros puntos normativos que pueden ser de gran ayuda al momento de indicar sobre este tema son; las leyes que regulan la financiación de operaciones mundiales, las que regulan probables ayudas e incentivos para el negocio exterior y que lanzan los gobiernos para fomentar el negocio universal en ciertos sectores económicos, entre otros.

Disponer de profesionales en el área de compras que tengas conocimiento sobre estos temas, supondrá una virtud competitiva para las organizaciones.

4. 0 Ley No. 340-06 Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones

Quisiéramos resaltar el capítulo II, art 3 de la Ley No. 340-06 ya que, esta habla sobre los principios y requisitos de compras y contrataciones internacionales, lo cual es fundamental que toda empresa conozca para poder realizar compras de manera transparente.

- Principio sobre eficiencia. Esta procura que la oferta vaya acorde con la satisfacción del interés y el cumplimiento general de los fines de la administración.
- Principio de equidad. Este principio tomara en cuenta que los derechos y obligaciones de las partes sean con honestidad y justicia.
- Principio de economía. Este principio indica que habrá reglas claras para asegurar que la propuesta evaluada sea la más conveniente económica y técnicamente.
- Principio de igualdad. El gobierno se asegurará de brindar un trato justo a los ofertantes dominicanos cuando participen en compras en otros países en cuanto a condiciones, procedimientos, requisitos y criterios utilizados.
- Principio de razón. Las compras que se hagan deben de estar de estar estrictamente bajo el marco de transparencia ya que es de interés y orden público protegidos por esta ley.

5. 0 Asesores o agentes de compras internacionales:

La metas u objetivos de toda empresa se basan en vender más con la menor cantidad de esfuerzos y recursos financieros, en otras palabras, siempre buscan estrategias para sacarle un mayor provecho al efectivo y hacerlo más eficiente.

Para una empresa que no tiene la experiencia o conocimiento necesario para explotar sus recursos al máximo, es de suma importancia contar con un asesor de compras, ya que tiene la experiencia y preparación para ejercer todas

las acciones y ayudar a la empresa a cumplir sus metas relacionadas al ahorro de gastos innecesarios. Este asesor se encargará de brindar seguimiento al proceso de compras.

Los asesores de compras internacionales están especializados en mercados/negocios internacionales, estos asesores son capaz de educar y guiar a las empresas para realizar compras exitosamente ya que evalúan con altos criterios de calidad permitiendo tomar la mejor decisión de precio/calidad.

Básicamente el agente de comercio internacional desarrolla junto con la empresa un plan para informarles sobre aquellos países o empresas en los que podrá comprar sus productos de manera eficiente y exitosa ya que estos dominan 100% el comercio exterior.

5. 1 Beneficios de obtener servicios de un agente o asesor de compras:

Las empresas que cuentan con servicios de asesoría tienen más ventaja porque cuentan con un personal altamente preparado ya que conoce el comercio, por lo permitiría que el proceso de compra sea mucho más asertivo y eficiente y así evitar gastos innecesarios.

Los asesores de compras pueden beneficiar a la organización en:

- Asesoramiento de estrategias del transporte internacional.
- Gestión documental de las operaciones de comercio exterior.
- Reducción de los costos de empaque al exportar.
- Gestión de incidencias.

Algunas empresas que ofrecen servicios de asesoría de compras internacionales en la Republica Dominicana:

- Logycom
- Corrcall
- Carlos Felipe Law Firm S. R. L

Ver anexo No. 4. Servicios ofrecidos por Logycom sobre asesoría de compras internacionales.

6. 0 Plan de capacitación de empleados:

Consideramos que una de las mejores acciones que pueden tomar la empresa es capacitar a todos sus empleados para que tengan el conocimiento necesario para dar un servicio excelente. Una vez el empleado haya cursado algún tipo de maestría, post grado o capacitación, brindara un buen retorno de inversión, ya que lo que aprendió le traerá grandes beneficios en el campo laboral. Del mismo modo, será una gran oportunidad para relacionarse con profesionales del campo y de otras profesiones que pueden ayudar a expandir la mente y conocimientos del estudiante en cuestión.

A continuación, estaremos mencionando varios institutos junto con los cursos que estos ofrecen para dar inicio al proceso de capacitación:

1. Infotep: Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP), es el organismo rector del sistema nacional de formación técnico profesional de República Dominicana, iniciando su docencia en 1980.

Infotep lanzo su modalidad “virtual” la cual tiene como propósito ampliar el servicio de formación profesional, superando las barreras, como son distancia, pocos centros formativos, poca flexibilidad de horarios y falta de tiempo de parte de los docentes y estudiantes.

Actualmente, Infotep virtual cuenta con 100 cursos en total divididos en diferentes categorías como son: Administración Pymes, Formación de Docentes, Informática y Calidad y Mandos Medios.

Aquí les mostramos los cursos que ofrece INFOTEP en la actualidad:

Como Hacer Mi Plan de Negocios: Administración Pymes

Objetivo General: Determinar pasó a paso los requisitos para convertir tu idea en un negocio rentable. Este curso instruye al estudiante en la estructuración y/o

formulación de su negocio ya que nos brinda la oportunidad de iniciar con una gran probabilidad de éxito. Duración: 40 Horas

Ver anexo No. 5 Contenido del curso “Plan de negocios”

2. **TECH: Es una de las mayores universidades educativas online que ofrece la mayor oferta de post grado digital.**

Reconocidos como universidad con una de las pocas que cuentan con licencia para emplear el “Re-learrning” como método de estudio. El Re-learning es un proceso de aprendizaje que busca casos reales para combinarlos con la resolución de situaciones complejas a través de la simulación con la intención de que estos contenidos perduren más en nuestra mente.

TECH ofrece servicios en 23 países de habla español, más de 4,000 profesores y más de 7,500 títulos universitarios permitiéndoles a los profesores tener la experiencia y capacitación necesaria. Actualmente cuentan con más de 100.000 alumnos que están siendo capacitados a un precio competitivo del mercado.

Cursos que ofrece TECH acerca de Compras internacionales

- Alta dirección del departamento de logística
- Alta dirección del departamento de compras
- Alta dirección Internacional
- MBA Internacional
- MBA sobre dirección de compras
- Operativa logística internacional

7. 0 La ética y su importancia en la gestión de compras

Es importante tener en cuenta que ninguna empresa es autosuficiente, por esta razón, se debe de tener un departamento de compras ya que esta constituye una de las funciones básicas de la empresa. El departamento de compras tiene

como misión garantizar y asegurar el suministro de materiales, insumos y servicios necesarios para la operación diaria de la empresa para poder lograr sus objetivos.

Por lo regular, la gestión de compras es el área que genera más gastos dentro de la empresa, regularmente el 60% de los ingresos por ventas se dirigen a ese departamento. Por ende, estos empleados podrían llegarse a sentirse tentados a tener un comportamiento no ético, al estar manejando grandes cantidades de dinero.

Cuando hablamos de ética nos referimos a un conjunto de normas y costumbres que valoran el comportamiento de una persona o en este caso de una empresa.

El comprador tiene como tarea la representación de la compañía, por lo cual este debe mantener su integridad y su reputación, llevando a cabo sus obligaciones de manera intachable y honesta, con profesionalidad, transparencia, competitividad y por supuesto no cometer ningún tipo de fraude.

“Fraude” en compras se define como el uso de la función laboral para provecho personal, este se debe al uso indebido de los recursos o información de la organización ya sea para evitar que la empresa reciba cierto valor o para obtener estos recursos de manera personal.

7. 1 Posibles factores que influyen en los fraudes son:

- No cuentan con un proceso de monitoreo o seguimiento de las compras.
- No tienen establecido métodos de pagos a proveedores y así tener un control estricto sobre cuando, cuanto y como se realizó el pago.
- Falta de supervisión en la gestión de compras.
- Falta de procedimiento de compras.

7. 2 Normas que dictan el accionar del comprador:

- Rechazar cualquier tipo de regalos o invitaciones personales de los proveedores.

En caso de reunirse con algún cliente/proveedor para hacer negociaciones, estas deben de ser realizadas dentro de las instalaciones de la empresa.

- El área de compras debe de realizar estudios al proveedor con respecto a los materiales y como funciona su proceso de producción para garantizar que la calidad de los productos es como la empresa la requiere. Debe de existir permanente contacto con el departamento de inventarios, para evitar exceso de inventarios dado a que esto traería perdidas a la empresa ya que tendría mercancía con mucho tiempo en los almacenes.
- Evitar contratar a proveedores que tengan cualquier tipo de relación con los empleados del área de compras ya que este podría causar un conflicto de intereses.
- Denunciar cualquier forma o intención de soborno ya sea de forma anónima o directa utilizando medios establecidos por la empresa, reportar cualquier incidencia sospechosa de manera inmediata para evitar mayores pérdidas.
- Solicitar debida autorización de parte de la Gerencia General o persona encargada del departamento antes de realizar cualquier tipo de compras de emergencias.

CAPÍTULO II:
ESTUDIO DE MERCADO

Dentro del mercado internacional existen normas que controlan los productos, procedimientos y tributación, estos tres puntos garantizan que se realicen los intercambios de productos o servicios de manera segura y legal.

El estudio de mercado es un paso fundamental para el éxito de una empresa u organización ya debemos de conocer el mercado en el que se va a iniciar el proceso de compras.

1. 0 Estudio de mercado:

El estudio de mercado no es más que evaluar el estatus del mercado donde queremos negociar, para así tener un mejor panorama que nos garantice la toma de decisiones al momento de realizar una actividad de compraventa de producto o servicio.

A continuación, algunos puntos a consideran que harán que nuestro estudio de mercado sea más factible:

- Definir el objetivo.
- Diseñar preguntas para la investigación.
- Analizar las alternativas de canales de distribución internacionales.
- Identificar los Incoterms más comunes para adquirir nuestro producto.

1. 1 Definir el objeto de estudio.

A la hora de comprar mercancías en el extranjero, se recomienda que los compradores tengan claro una política de compras donde se considere la selección de cartera de los proveedores.

Es de suma importancia analizar si debemos trabajar con uno o más proveedores, tomando en cuenta que tan disponible es la mercancía en el

mercado global y los pros que nos presentan las opciones en el mercado interracial.

1. 2 Diseñar preguntas para la investigación.

Como ya hemos mencionado es fundamental para cualquier empresa tener un buen conocimiento del mercado ya que este nos permite reaccionar y adaptarnos a cualquier cambio que pueda ocurrir para que no afecte nuestro abastecimiento.

Podemos lograrlo identificando el tipo de mercado en el cual deseamos comprar, el tamaño de mismo; su dimensión geográfica (Mercado local o nacional), si está creciendo, si ya es un mercado estable o está en declive. Definir estas preguntas y otras más nos permitirá saber hacia dónde nos vamos a dirigir, si debemos de buscar otros mercados para la comprar de nuestro producto o si podemos permanecer en el que ya hemos elegido.

Podemos realizar preguntas que nos ayuden en las investigaciones, tales como:

- ¿Cuál es la naturaleza del mercado?
- ¿Cuáles son sus tendencias?
- ¿Cuáles son los proveedores objetivos?
- ¿Cuáles son sus barreras para las ventas internacionales?
- ¿Cuál es su capacidad de ventas?
- ¿Cuáles son sus precios?
- ¿Cuál es la calidad de sus productos?

Analizar los datos obtenidos y creación de cartera de proveedores:

Una vez tengamos más informaciones del mercado y de los posibles proveedores se debe de analizar minuciosamente la información recopilada, este es un factor determinante para crear una cartera de proveedores eficiente que pueden abastecer nuestras necesidades como cliente, cumpliendo con la calidad y el tiempo de espera requerido.

1. 3 Analizar las alternativas de canales de distribución internacionales:

Los canales de distribución nos proporcionan las conexiones necesarias entre los fabricantes y consumidores por lo que es de suma importancia conocerlos, generalmente, las empresas usan más de un sistema de distribución como son:

1. Contacta directamente al consumidor utilizando sus propios vendedores o por correo electrónico.
2. Opera con contratistas para que estos les consigan nuevos clientes.
3. Cuenta con un sistema de distribución con una cobertura mayor a nivel local e internacional.

Para la comercialización de productos de consumo, de servicios o industriales, existen disposiciones generalizadas para los canales de distribución. Estas disposiciones pueden ser diferentes para un mismo producto o servicio. Dentro de estos canales contamos se encuentran los agentes, minoristas, mayoristas, distribuidores, detallistas y tiendas de departamentos.

1. 4 Identificar los Incoterms más comunes para adquirir nuestro producto.

Primero debemos saber que los Incoterms son normas que se utilizan en las compraventas internacionales, estas se utilizan para definir las responsabilidades y obligaciones del exportador y del importador.

Existen 11 Incoterms, cada uno está formado por 3 letras que son importantes para la importación y exportación. Se toman en cuenta los siguientes pasos.

1. El lugar preciso en que se entregara/depositara la mercancía
2. Quien se estará encargando tramitar los documentos que se crean en la cadena de destino.
3. Determina en qué momento del proceso se transmite el riesgo del vendedor al comprador

4. Establecer cuales costos de la cadena logística pagara el vendedor y cuales pagara el comprador.
5. Analizar cuáles son los países que exportan nuestro producto

Los Incoterms más comunes a la hora de adquirir el producto son FOB, CFR y CIF.

FOB: se utiliza en el comercio internacional y es un acuerdo de compraventa que se refiere a las condiciones obligaciones y derechos que existen tanto para el comprador como para el vendedor.

CFR: Cuando el transporte se realiza por vías fluviales, por barco, este es el término a utilizar. El vendedor es el responsable de pagar todos los gastos y flete necesario para que la mercancía llegue hasta el puerto del destino, exigiendo que sea el quien despache la mercancía.

CIF: Usualmente se usa para productos industriales de más valor y también para evitar los documentos y gastos de los procesos aduaneros. Es el Incoterms con la mayor cantidad de cobertura en cuanto a costo, seguro y flete significa. Las obligaciones y también los derechos de esos aspectos abarcan diferentes procesos de logística y transporte.

Los precios de este producto oscilan entre US $0,3-5,00 el metro cuadrado (Incluyendo el FOB) dependiendo el proveedor, exigen una cantidad mínima la cual ronda entre 500- 10,000 metros cuadrados. Siendo una buena opción el mercado chino, dado a la variedad de sus precios.

2. 0 Características del mercado internacional

El mercado internacional cuenta con características que nos brindan la facilidad de conocer más el mercado, brindándonos así grandes oportunidades para realizar negociaciones.

A continuación, algunos puntos que caracterizan el mercado internación:

- **Intercambios internacionales de distintos bienes y servicios**:

Podemos decir que gracias a la globalización el mercado internacional nos brinda la oportunidad de realizar grandes negociaciones, ya que este es un mercado mucho más amplio con diferentes opciones de producto, marcas, calidad y precios, lo que nos da la facilidad de elegir mejor el producto o servicios que se adapte a nuestras necesidades.

- **Regulaciones y medidas necesarias:**

  Para poder llevar a cabo negocios internacionales, compra y venta de producto o servicios en diferentes países es de suma importancia tener reglas, regulaciones o medidas que puedan garantizar que este proceso sea llevado a cabo de una manera segura, legal y responsable. Estas regulaciones pueden variar depende del país en el que se esté interesado negociar, por lo que es importante que la persona encargada de llevar este proceso conozca bien las regulaciones del país a donde desean iniciar negociaciones.

- **Flujo de divisas reflejado en el tipo de cambio:**

  El mercado de divisas es el que permite el flujo monetario que proviene del comercio entre diferentes países. Se debe de tener conocimiento en esta are en el tipo de cambio de la moneda con la que negociaremos, decidir en qué moneda se realizara la compra o venta, la transferencia a realizar entre otros puntos importantes que se deben de tener en cuenta antes de iniciar el proceso de negociación. La mayoría de los países deciden realizar compras y ventas en dólares para así poder llevar un monitoreo mejor de sus entradas y salidas de efectivo.

- **Incentiva la producción de un país:**

  Al comprar productos o servicios en otros países sorprendentemente estamos cooperando con la economía del mismo incentivando de esta manera la producción del país, la mano de obrar y favoreciendo a que el país tenga más visibilidad o reconocido internacionalmente.

- **Amplia las ofertas en el mercado internacional.**

En el momento en que las empresas nacionales deciden incursionar en el mercado internacional agregan valores importantes a los negocios internacionales ya que hace que el mercado internacional sea más grande brindando así, más opciones de productos y servicios a los clientes internacionales.

El mercado internacional es el objetivo de muchas empresas, muchas desean comprar o vender productos a sabiendas de que existen grandes oportunidades de negocios que les permitiría hacer crecer las economías de las empresas y países participantes.

3. 0 Análisis de mercado internacional en base a nuestra materia prima principal; Geomembrana.

La progresiva complejidad del comercio internacional, de la economía y las finanzas, aumenta la necesidad e importancia de conocer al detalle los aspectos más relevantes del mercado internacional, ya que este conocimiento facilitaría las funciones de las organización, las cual se mueve cada vez más en un ámbito global.

China, México y Perú se colocan entre los mayores proveedores de Geomembrana y sus derivados. Siendo Perú, uno de los principales proveedores de América Latina y El Caribe. La empresa Plásticos Agrícolas y Geomembranas localizada en Paita, Perú es una de las que mayor exportación realiza de este producto hacia Bolivia, Chile, Colombia, Panamá y República Dominicana.

3. 1 Canales de comercialización internacional

Como empresa debemos saber qué tipo de clientes seremos, como vamos a obtendremos nuestros productos, cuál será la vía que utilizaremos, a continuación, veremos diferentes canales que nos llevaran a la adquisición de nuestros productos.

- **Clientes directos:** Adquieren el producto directamente con la empresa**.**
- **Clientes indirectos**: Compran con un eslabón situado en el mismo canal de comercialización.
- **Distribuidores**: Obtienen una ganancia vendiéndole a sus clientes y a la vez comprándole a la empresa
- **Empresas industriales**: Obtienen el producto directamente con los productores.
- **Mayoristas**: Venden a los distribuidores, pero también pueden llegar a ser clientes directos.
- **Cadena de tiendas**: Poseen un gran almacén con buena organización central.
- **Trading Company**: Compran en un mercado para revenderlo en otro.

3. 2 Proveedores Internacionales de Geomembrana:

Entre los principales proveedores de Geomembrana en el mercado internacional tenemos lo siguiente:

Perú:

- Plásticos Agrícolas y Geomembranas

China:

- Shandong Dajin Geosynthetics Co., Ltd.
- Weifang Xuxin Waterproof Material Co., Ltd.
- The Best Project Material Co., Ltd.
- Shandong Tianhai New Materials Engineering Co.
- Shandong Obor New Materials Co., Ltd.

México:

- Fimex: Fluidos industriales Mexicanos S. A
- Start Service, SA de CV

- TYCONSA
- Geosinteticos Origo

Colombia:

- Geosinc
- Alfa Co S.A.S.

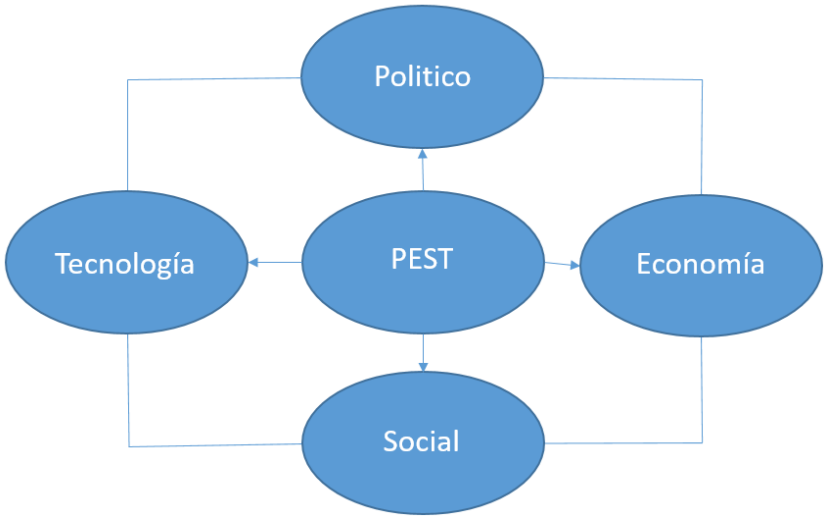
Ver anexo no. 2

Estos proveedores cuentan con plataformas internacionales que permiten la venta de grandes cantidades de Geomembrana internacionalmente, a buen precio y con excelente cantidad.

Existen más países que pueden proveer este producto y de eso se trata la investigación del mercado, de investigar países y empresas, que puedan suplir nuestras necesidades de productos y servicios de la mejor manera posible para de esta forma nosotros como empresa poder brindarle un servicio de alta calidad a nuestros clientes y así posicionarnos nuestra empresa como número uno en plastificación de reservorio del país.

4. 0 Análisis PEST:

El análisis Pest no es más que una herramienta que nos permite evaluar mejor los aspectos generales que pueden afectar o beneficiar a las empresas de esta forma se poder establecer mejor nuestros proyectos de compraventa en nuestras empresas. Entre estos aspectos se encuentran:



Fuente: Elaboración propia con datos de Análisis Pastel (Ana Trenza, 2020)

A continuación, estaremos viendo al detalle cada uno de estos aspectos con relación a la empresa AGROSIDO:

4. 1 Aspecto político: El estado dominicano anuncio el estricto cumplimiento del Decreto 164-13, con el objetivo de promover más oportunidades de negocio. Este decreto establece que el 20% de las compras del Estado debe efectuarse con las Mipymes. Además, indico el pronto pago para las compras públicas realizadas a Mipymes.

Asimismo, se dispuso a extender hasta septiembre 2021 la eliminación de anticipos del Impuesto Sobre la Renta (ISR) para las micro y pequeñas empresas. ***Gobierno pone en marcha el Plan para Reactivación de las Mipymes (2021b, enero 26)***

Actualmente el gobierno dominicano está apoyando con más fuerzas a aquellas pequeñas empresas dominicanas, lo cual puede representar una ventaja para la empresa AGROSIDOM ya que a través de lo indicado en el Decreto 164-13 mencionada anteriormente, la empresa puede gestionar a través del ministerio de agricultura la contratación de plastificaciones de reservorios en diferentes partes del país.

4. 2 Aspecto económico:

El gobierno dominicano brinda posibilidades de préstamos con diferentes programas para apoyar al crecimiento de las MIPYMES.

El primer programa es realizado a través de Promipyme y Banca Solidaria, este programa beneficiaria a micro y pequeñas empresas formales e informales, apoyándolos con un monto de RD$2,500 millones para préstamos, con tasas de interés entre 6% y 10% anual fija y con 6 meses de gracia de capital. *Gobierno pone en marcha el Plan para Reactivación de las MIPYMES*. (2021, January 26).

Los préstamos otorgados por el gobierno puede ser una ventaja para la empresa, ya que pueden incrementar sus compras de materia prima para brindar así más servicios y con menos tiempo de espera.

4. 3 Aspecto Social:

AGROSIDOM conforme va creciendo genera fuentes de trabajo, lo cual permite que la pobreza y economía del país mejore. La empresa AGROSIDOM cuenta con clientes en la parte norte y sur del país, tienen las maquinarias adecuadas y el personal dispuesto a trasladarse a diferentes ciudades para brindar el servicio.

La plastificación de reservorio que no es más que el almacenaje de agua para el riego de cultivos le brinda al agricultor la facilidad de poder cultivar sus productos de una manera más orgánica, reduciendo el tiempo de producción y el esfuerzo realizado por los agricultores para almacenar el agua en envases pequeños de esta formar el producto llegaría a nuestras mesas en condiciones óptimas para nuestro consumo. Dicho esto, podemos decir que proceso asegurarían la salud y seguridad de los ciudadanos dominicanos.

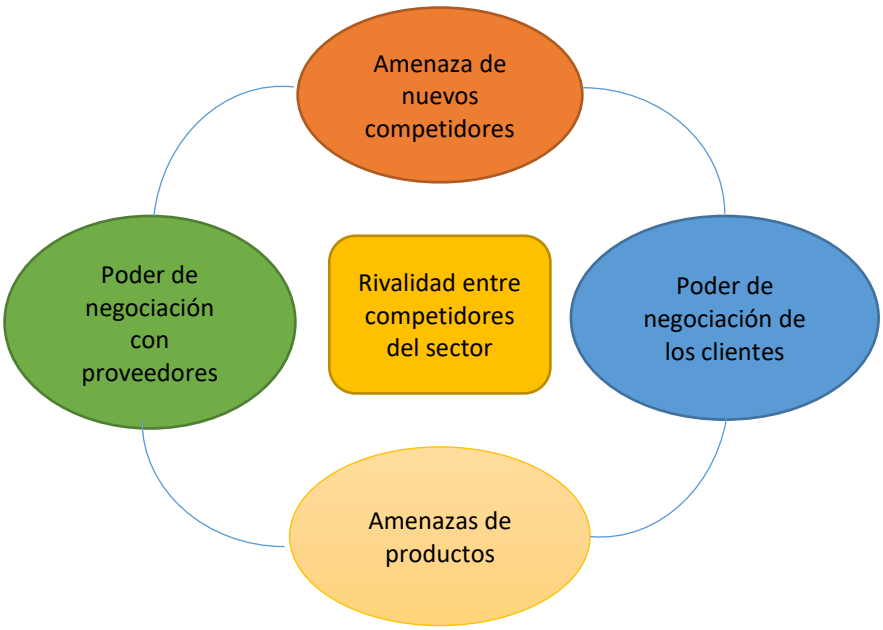
4. 4 Aspectos tecnológicos:

La tecnología ha favorecido a muchas empresas en República Dominicana. Este recurso cada día se vuelve más necesario, hasta para aquellos procesos de

producción que parecen no muy importantes. La tecnología ha permitido que las empresas resurjan en un mercado bastante exigente. Este aspecto para la fabricación de la Geomembrana ayuda a disponer de los mejores recursos de producción con una alta tecnología para llevar a cabo una producción de calidad.

5. 0 Análisis Porter

El análisis Porter examina cinco puntos fundamentales a través del análisis y la identificación. Estos permiten que la empresa conozca sus competencias. Así, se pueda realizar un análisis con el objetivo de hacer frente a situaciones.



Fuente**:** Elaboración propia con datos de la plantilla de las cinco fuerzas de Porter (Moqups, 2021)

A continuación, estaremos viendo al detalle cada uno de estos aspectos con relación a la empresa AGROSIDO:

5. 1 Amenaza de nuevos competidores:

La amenaza de nuevos competidores es de nivel bajo, debido a que en el sector donde se desarrolla la empresa AGROSIDOM existe ya un mercado identificado, y la empresa cuenta con la preferencia de varios clientes fijos, los

cuales aseguraran que en este ámbito la empresa no debe de preocuparse, sin embargo, la empresa toma acciones para la fidelización de sus clientes, acciones como el mantenimiento preventivo a los reservorios realizados a un costo mucho menor si el mismo fue realizado con la empresa.

5. 2 Poder de negociación de los clientes:

El poder de negociación con los clientes es de nivel medio, debido a que los clientes siempre tendrán la libertad de elección de compra, por ello la empresa deberá establecer las estrategias adecuadas para poder negociar de manera rentable y poder llegar al punto de ganar con los clientes que optan por nuestros servicios.

5. 3 Amenaza de nuevos productos:

Las opciones para el almacenaje de agua para el riego de cultivos son los reservorios, cisterna o tanques. El reservorio es más factible y económico, este puede almacenar más agua y de diferentes fuentes.

Con relación a nuestra materia primar, la Geomembrana es producida con diferentes tipos de materia prima por lo que su calidad puede variar, AGROSIDOM aunque no tiene mucho tiempo en el mercado, ofrece productos de calidad, esto les ha permitido ganar clientela exigente, que prefieren pagar un más por un buen producto. Por ello la amenaza de productos sustitutos es baja, ya que la Geomembrana en su proceso de producción contara con las mejores materias primas, debido a que al ser un producto para resistir grandes cantidades de agua y gran peso se requiere contar con un material de alta calidad y resistencia.

5. 4 Poder de negociación con los proveedores:

El nivel de negociación con los proveedores es bajo, debido a que la empresa no conoce proveedores que puedan ofrecerle la materia prima que necesitan para realizar sus servicios. La empresa tampoco cuenta con un proceso

de compras que le pueda garantizar una negociación factible tanto para la empresa como para el proveedor.

La empresa debe de presentarse antes sus proveedores como una empresa que cuenta con la liquidez suficiente para realizar sus compras, pero también debe de contar con representante de compras que pueda evaluar los precios, calidad y tiempo de entrega que ofrece el proveedor para lo que necesitará un proceso de compras que le permitirá llevar con excelencia este proceso.

5. 5 Rivalidad entre competidores:

En el país no existen muchas empresas reconocidas que brinden el servicio de plastificación de reservorio, por lo que el nivel de competencia es medio no obstante la empresa debe de crear estrategias de marketing que le permitan destacarse de las otras, así como debe establecerse un diferencial que la haga única ante las demás empresas, y por ende sea la preferida en el mercado por muchas empresas.

CAPÍTULO III:
PROCEDIMIENTO DE COMPRAS

1. 0 Proceso de compras:

El ritmo de os negocios hoy en día requiere de profesionales capaces de manejar todo el ciclo de abastecimiento y adquisiciones.

Es necesario entender y aplicar estrategias y tecnologías para responder a las condiciones cambiantes del mercado y entender las futuras necesidades de la organización. Se necesita hacer uso de las mejores prácticas para maximizar el valor en la organización a través de la adquisición de bienes y servicios.

Un proceso efectivo de compras requiere la utilización de las mejores prácticas y estrategias que garanticen maximizar el valor para la organización a través de la adquisición de bienes y servicios lo que conlleva a una correcta toma de decisiones.

1. 1 Conceptos Generales del proceso de compras:

El proceso de compras o abastecimiento consiste en un contrato consensual, bilateral, en virtud una de las partes en este caso el vendedor es obligado a entregar algo a favor de la otra parte en este caso el comprador a cambio de un bien normalmente dinero.

En este proceso de compras participan: vendedor, comprador, bien o servicios y precio.

2. 0 Obligaciones del vendedor:

- Transmitir la propiedad
- Conservar el bien en óptimas condiciones hasta la entrega
- Entregar el bien o servicio, garantizando al adquiriente una posesión útil.
- Garantizar al comprador una posición pacifica
- Responde sobre cualquier defecto o inconveniente que tenga el producto.

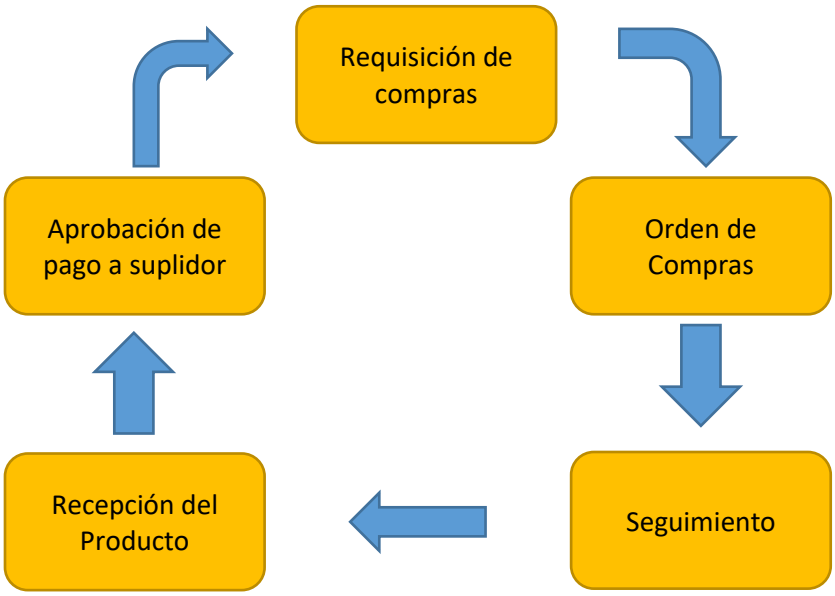
2. 1 Obligaciones del comprador:

- Recibir el bien o servicio comprado.
- Pagar el precio acordado, en el tiempo acordado.

3. 0 El siclo de compras:

La necesidad de realizar una compra en partícula usualmente se inicia por un usuario o cliente interno basado en alguna necesidad que ha sido presupuestada y puede ser justificada por un propósito de la operación.

Para el comprador es importante entender la necesidad general y las responsabilidades del cliente interno de forma tal que cuando se genere los requerimientos puedan ser satisfechos de la forma más eficiente posible.



Fuente: Elaboración propia con datos del manual de Gestión de Compras (Steam)

El equipo de compras será responsable del ciclo de completo de compras/abastecimiento, que inicia con un requerimiento y termina con el pago correspondiente al suplidor.

3. 1 Requisición de compras:

Es un documento generado por el usuario o departamento de la empresa que necesita un producto o servicio. Esta requisición contiene la información específica del bien o servicio que se necesita adquirir. Debe contener los siguientes elementos.

- Nombre del solicitante
- En caso de ser una empresa grande y tener los costos dividas por cuentas se debe de agregar la cuenta para cargar costo que se incurra en la compra.
- Descripción del bien o servicio de formar clara y precisa.
- cantidad requerida.
- Fecha requerida
- Costo estimado
- Suplidores sugeridos (si requiere un suplidor especifico debe de justificarlo)
- Dirección de embarque o ubicación donde será recibido el bien o servicio.
- Aprobación por la persona responsable de la cuenta y en caso de no estar divido por cuentas, la aprobación del gerente general.

3. 1. 1 Elementos que se deben de utilizar para realizar el requerimiento:

- **Material o servicio**: Lo que se espera recibir del proveedor.
- **Especificaciones:** Descripción técnica del material comprado.
- **Especificaciones de trabajo:** Describe requerimientos para un servicio. Debe indicar con detalles lo que debe hacerse y el método a utilizar para completarlo.
- **Tiempo:** Indicar la fecha en que se espera recibir el bien o servicio.

- **Destino, forma y términos de embarque:** indicar si se utiliza un trasporte específico y el Incoterms adecuado.

Ver anexo No. 4.

3. 2 Cotización:

La cotización es un documento que brinda información acerca de un producto o servicio con los precios pertinentes, este documento no genera registro contable. Esta cotización es utilizada por el departamento de compras para iniciar una negociación.

Ver anexo No. 5.

3. 3 Orden de compras:

Es un documento que emite el comprador para solicitar un bien o servicio al proveedor, este debe de indicar la cantidad, precio y condiciones de pago, entre otras cosas. Este documento se envía al vendedor como visto bueno de que debe preparar el pedido y la copia de este documento es para el comprador y es una constancia de las mercancías o servicio solicitados.

Al comprador le sirve como constancia de las mercancías o servicio que solito y representa el compromiso legal adquirido.

Al vendedor le sirve para preparar el pedido y dar curso a la facturación y generar una cuenta por cobrar.

Las ordenes de compras deben de estar debidamente aprobadas por el encargado de la cuenta donde se generarán los cargos o directamente por el gerente general en caso de sea una empresa pequeña.

Ver anexo No. 6.

4. 0 Funciones importantes del comprador:

El comprador es la pieza clave para llevar a cabo una buena negociación, el comprador es quien gasta el dinero de la empresa por lo que debe de ser muy detallista y tener pendiente algunas funciones que veremos a continuación.

4. 1 Fuentes de abastecimiento:

La identificación, evaluación y desarrollo de potenciales proveedores ha sido el rol estratégico fundamental de la gestión de compras. Este rol hoy día incluye la comprensión y análisis de los mercados específicos desde donde se realizan la compra y el empleo de procesos que impulsen la competencia.

Las fuentes de abastecimiento pueden varia y depende de la naturaleza de cada compra, de la industria donde se realiza la compra y del tamaño de esta. El Gerente de Compras deberá analizar y entender el impacto que tendrá en la empresa el tipo de proveedores seleccionados.

4. 2 Elementos a considerar en la selección de proveedores:

- **Ubicación del proveedor:** en ocasiones se podrá obtener ventajas en la negociación dependiendo de la ubicación física del proveedor.
- **Locales:** mayor compromiso con la calidad del servicio por las referencias de otros clientes, respuesta más rápida; menores costos de trasporte; mejor comunicación; mayor confiablidad de entrega; menor inventario de seguridad entre otros.
- **Internacionales:** Pagos anticipados en nuevas compras hasta obtener crédito; pueden exigir garantías de bancos para hacer negocios, riegos por fluctuaciones de moneda que pueden impactar el precio del producto comprado, pagos de impuestos aduanales por importación, riesgo en la entrega por elementos externos como clima, costo adicional por trasporte y flete logístico, mayor inventario de seguridad, requerimientos de documentación entre otros.

- **Tamaño**: Es importante considerar el tamaño de la empresa seleccionada como proveedor. organizaciones pequeñas tendrán un mayor incentivo para brindar un mejor servicio y más personalizado que grandes empresas. Sin embrago, grandes empresas pueden ofrecer mayores recursos técnicos y pueden responder mejor ante indemnizaciones.
- **Fabricantes o distribuidores:** abastecerse de un distribuidor involucra un precio más alto por la inversión en inventarios que requiere para ofrecer el servicio de venta. Compras directas a fabricantes involucran volúmenes mínimos que sean eficientemente para las plantas que deben considerarse.

4. 3 Tipos de proveedores:

La selección de proveedores estará también determinada por la naturaleza de la competencia en el mercado, sea influencia por las políticas de la organización compradora o como resultado de condiciones específicas en la industria. Algunas condiciones que clasifican a los proveedores son:

- **Múltiples fuentes:** Existen múltiples proveedores disponibles para suplir los requerimientos y pueden competir libremente. En este escenario, el comprador puede obtener un mayor poder de negociación.
- **Single Source**: existen varios proveedores disponibles, pero uno es seleccionado para suplir el producto por alguna condición o negociación con la empresa, como, por ejemplo: certificados de calidad, programa de manejo de inventario, propiedad de moldes y maquinas, etc.
- **Sole Souce o fuente única:** solo existe un proveedor capaz de cumplir los requerimientos del comprado. En este escenario existen poco poder de negociación para el comprador.
- **Proveedor certificado: proveedor** que cumple con estándares de calidad y criterios de inspecciones establecidos por la organización. También aplica a proveedores técnicos como Consultores, Telecomunicaciones, Residuos Peligrosos, etc.

- **Suplidor Principal:** proveedores con cualificaciones comprobadas que lo hacen especialmente valiosos para la organización. Usualmente proveen un servicio excepcional p precio favorable bajo contrato para un producto específico.
- **Proveedores descalificados:** Proveedores que no cumplen con los requerimientos de la empresa o que terminaron contrato por incumplimiento y violaciones o que consistentemente fallan en nivel de calidad o desempeño.

4. 4 Identificación de proveedores:

Existen múltiples formas utilizadas regularmente para identificar posibles proveedores de productos y servicios. Algunos métodos van desde búsquedas en la web, benchmarking con otras empresas, directorios de negocios y referencias de colegas. Algunas fuentes que se pueden consultar son:

- Directorios y Clúster Industriales.
- Internet
- Ferias / Asociaciones de industrias
- Agencias Gubernamentales
- Consultores
- Referencias
- Otros

5. 0 Selección de proveedores:

El buen manejo del abastecimiento en cualquier organización se inicia con los mejores proveedores, por lo que cual es obligatorio realizar una adecuada selección de estos.

Se puede definir un proveedor como la organización o persona que proporciona un producto o servicio.

Un buen proveedor debe de suministrar los equipos, materiales, repuestos, servicios y otros productos que cubran las necesidades de la empresa que solicita de sus servicios y esta debe de ser entregada en el tiempo requerido y con las condiciones que permita llevar a cabo las distintas operaciones de manera adecuada con el fin de producir y distribuir sus productos y servicios con la calidad y condiciones requeridas por sus perspectivos clientes, en el momento establecido.

La correcta selección de proveedores es una de las funciones críticas del departamento de compras en una organización. Una correcta administración de suplidores implica establecer los criterios de selección correctos que aseguren la selección del mejor suplidor posible.

Para producir resultados efectivos, es importante seleccionar el mecanismo adecuado para la selección. El suplidor es el recurso fundamental por medio del cual la organización puede cumplir sus requerimientos y si no tiene un correcto desempeño la empresa no podrá lograr resultados satisfactorios.

La oferta de servicio de un suplidor debe ser evaluada tanto desde la perspectiva de costos como por la capacidad del suplidor para proveer el nivel esperado de calidad y entrega.

5. 1 Criterios de Selección

En el proceso de selección de proveedores, debemos tener en cuenta aspectos importantes como:

- **Habilidad de respuesta:** Se basa en la experiencia pertinente y desempeño de los proveedores en relación con los competidores. Se debe de evaluar la habilidad del suplidor para realizar y cumplir las especificaciones del producto o servicio requerido. Se puede realizar visitas y realizar inspecciones periódicas que determinen su capacidad de cumplimento.

- **Capacidad potencial para proporcionar los productos requeridos, en las condiciones requeridas:** Hace referencia a los recursos y actitudes que tiene un proveedor para desempeñar o fabricar el producto que ofrece. Debemos de evaluar su capacidad operacional, su capacidad técnica y su capacidad financiera para así evaluar la viabilidad del proveedor durante todo el periodo de suministro.
- **Valor competitivo:** El comprador debe esperar obtener el mejor valor posible para la empresa en toda transacción de compras. Los factores de mayor importancia serán el precio, servicio, tecnología y calidad.

6. 0 Evaluación de proveedores:

La evaluación de los proveedores es un proceso que nos permite conocer cuáles son los proveedores que están capacitados para satisfacer nuestras necesidades en base a calidad del producto, el plazo de entrega y el precio. Las formas para emplear la evaluación de proveedores van a depender de lo que la empresa considere que son prioritarios.

Al momento de establecer un plan para evaluar a los proveedores, se debe definir los criterios que favorezcan una evaluación adecuada del desempeño, a continuación algunos de estos criterios:

- Análisis de los plazos de entrega
- Cumplimiento de estándar de especificaciones técnicas
- Calidad del servicio que presta y de sus productos.
- Confiablidades

Los siguientes son elementos que deben ser incluidos en la evaluación de proveedores:

1. Visita a instalaciones físicas del proveedor.
2. Método utilizado para priorizar despachos.
3. Proceso de planificación de producción y monitoreo de retraso en entregas.

4. Flexibilidad para cambios de volumen de producto.
5. Nivel tecnológico disponible.
6. Manejo de inventario.
7. Sistema de evaluación y control de calidad.
8. Complejidad de procesos de producción.
9. Sistema de mantenimiento preventivo.
10. Sistema de comunicación interna.

6. 1 Herramientas de evaluación de proveedores:

El proceso de evaluación debe de ser continuo y mantenerse con la reevaluación del proveedor y de su grado de cumpliendo. A partir de este proceso continuo, se evalúa si existe algún proveedor que deba ser cambiado de categoría o si se debe prescindir de los servicios del mismo.

A continuación, algunos métodos recomendados para le evaluación de proveedores:

- **Matriz de promedio apoderado:** es un documento que se permite evaluar al proveedor asignando un peso ponderado a los distintos elementos de la evaluación y con la que se puede identificar oportunidades de mejora que puedan trabajar con el proveedor.
- **Encuesta de evaluación de proveedores:** este mide la percepción de los miembros de la empresa en relación con los elementos de forma subjetiva. Este tipo de evaluación es más utilizada con proveedores de servicios.
- **Evaluación de entregas a tiempo:** en este documento se va guardando el récord de las entregas de servicios o productos de los proveedores, se realiza en base a la fecha prometida de entrega vs la fecha de entrega, esta arrojara los días de retraso que tenga cada proveedor.
- **Auditoria:** este es un requisito en proveedores de materia prima en industrias que están reguladas por FDA y certificados bajo la norma ISO.

Según los resultados que se obtengan de los diferentes tipos de evaluación de proveedores, se agruparan los proveedores por categorías para la adjudicación de contratos o para la realización de compras.

6. 2 Beneficios de la evaluación de los proveedores:

Algunos de los beneficios del proceso de evaluación de proveedores son:

- Reducción de costos
- Generación de una base de proveedores calificados para respaldar así la decisión de compras o contrataciones.
- evitar que proveedores no calificados participen en la cadena de suministro

7. 0 Procedimiento:

Los procedimientos son documentos donde se detalla y especifica un proceso, los cuales conforman un conjunto de operaciones o actividades. Estas acciones están afines con los responsables de ejecutarlas, los cuales deben de cumplir con las políticas establecidas señalando la duración y el flujo de documentos. Como, por ejemplo, en este caso un procedimiento de compras.

Los procedimientos generan ventajas para las empresas que lo utilizan y en especial para el empleado, ya que le permite cumplir en mejor tiempo con sus objetivos particulares, y utilizar los mejores medios, para así contribuir a los objetivos de la empresa.

7. 1 Ventajas de tener un procedimiento:

- Estandarizan los métodos de trabajo.
- Contribuyen a la unificación de los criterios en la elaboración de las actividades y uniformidad en el trabajo.
- Ayudan al desarrollo de las actividades de manera eficiente y permiten conocer la ubicación de los documentos en general.
- La información que se maneja es formal, información autorizada.
- Delimitan las funciones y responsabilidades del personal.

- Son documentos de consulta permanente que sirven de apoyo para la mejora continua de las actividades.
- Establecen los controles administrativos.
- Facilitan la toma de decisiones.
- Evitan consultas continuas a las áreas normativas y evitan la implantación de procedimientos incorrectos.
- Eliminan confusiones, incertidumbre y duplicidad de funciones y de información.
- Sirven de base para el adiestramiento y la capacitación al personal de nuevo ingreso.

7. 2 Procedimiento de Compras de AGROSIDOM

A continuación, veremos el Procedimiento de Compras que realizamos para la empresa AGROSIDOM, con numero de documento interno AGD-PRO-0001, este sería el documento que serviría como guía para los compradores para realizar un proceso de compras factible y ventajoso tanto en la empresa AGROSIDOM, como en otras empresas dominicanas.

AGROSIDOM	PROCEDIMIENTO DE COMPRAS		NO. REFERENCIA AGD-PRO-0001	REVISIÓN 1
PREPARADO POR: **********	**MODIFICADO POR:** N/A	**APROBADO POR:** Gerente General	**DEPARTAMENTO:** Compras	**FECHA:** 24-Jun-2021

1. 0 PROPÓSITO:

Definir las actividades para desarrollar un adecuado procedimiento en la evaluación, selección y contratación de proveedores, garantizando de esta forma la compra efectiva de servicio o producto que cumplan con los requisitos de calidad.

2. 0 ALCANCE:

Este proceso inicia con la recepción de la solicitud detallada de compras, esta solicitud se hará bajo el formato de requerimiento de compras **AGD-REQ: 001** y finaliza con el pago del producto o servicio recibido.

3. 0 DEFINICIONES:

3. 1 Requirente: persona física que necesita de algún producto o servicio para la continuidad de sus labores.

3. 2 Requerimiento: Documento interno **AGD-REQ: 001** que se debe de entregar al comprador al momento de hacer una solicitud de compras.

3. 3 Proveedor: persona o empresa que presta un servicio vende un producto que no se encuentra relacionado con la razón de ser de la empresa.

3. 4 Comprador: persona encarda de gestionar la compra y negociación de acuerdo al requerimiento recibido.

3. 5 Orden de compras: Es un documento que emite el comprador para pedir mercancías o servicios al proveedor, esta debe de estar formada y sellada por el gerente de la empresa o encargado de esta gestión.

AGROSIDOM	PROCEDIMIENTO DE COMPRAS		NO. REFERENCIA AGD-PRO-0001	REVISIÓN 1
PREPARADO POR: **********	**MODIFICADO POR:** N/A	**APROBADO POR:** Gerente General	**DEPARTAMENTO:** Compras	**FECHA:** 24-Jun-2021

4. 0 ACTIVIDADES:

4. 1 Creación del requerimiento de compras:

Requirente:	4.1.1 Debe de llenar debidamente el requerimiento de compras **AGD-REQ: 001** con las siguientes indicaciones: cantidad, peso, dimensión, color, tamaño, medidas y si es necesario incluir fotos. 4.1.2 Buscar la autorización, firma y sello del gerente general en el requerimiento de compras **AGD-REQ: 001** para proceder con la cotización de la mercancía o servicio requerido. 4.1.3 Entregar al comprador el requerimiento de compras **AGD-REQ: 001** con toda la información pertinente y con la autorización, firma y sello del gerente general.

4. 2 Proceso de Negociación de compras y creación de la Orden de Compras:

Comprador	4.2.1 Recibir el requerimiento de compras **AGD-REQ: 001.** 4.2.2 Valida que el requerimiento **AGD-REQ: 001** cumple con todas las informaciones del producto y/o servicio, como también con la firma y sello de aprobación de lo cotización por parte del gerente general.

4.2.3 Evalúa los posibles proveedores que puedan suplir las necesidades del requirente y envía vía correo electrónico el requerimiento de compras **AGD-REQ: 001** a proveedores nacionales e internacionales, según aplique.

Nota: El correo debe de ser enviado como mínimo a cinco proveedores y en el cuerpo del correo se debe dar más detalles de la comprar y la urgencia de la misma en caso de que lo amerite. En este punto de da inicio al proceso de negociación.

4.2.5 Dar seguimiento a las respuestas de los proveedores, realizar llamadas y/o reuniones en caso de ser necesario.

4.2.6 Al momento de recibir las cotizaciones de parte de los proveedores, debe de evaluar los precios, el tiempo de espera, transporte y demás informaciones.

4.2.7 Seleccionar las tres mejores cotizaciones, en base al precio y al tiempo de entrega, luego debe de crear la Orden de Compras **AGD-REQ: 002** en base a la cotización más factible para la empresa.

4.2.9 Crear un archivo físico para la aprobación final por parte del gerente con: la Orden de Compras **AGD-REQ: 002**, las tres cotizaciones de las diferentes empresas y el requerimiento de compras **AGD-REQ: 001** recibido.

AGROSIDOM	PROCEDIMIENTO DE COMPRAS		NO. REFERENCIA AGD-PRO-0001	REVISIÓN 1
PREPARADO POR: **********	MODIFICADO POR: N/A	APROBADO POR: Gerente General	DEPARTAMENTO: Compras	FECHA: 24-Jun-2021

4. 3 Proceso de aprobación:

General Gerente	4.3.1 Recibe el requerimiento de compras **AGD-REQ: 001** por parte del requirente para autorización, firmar y sellar el requerimiento para así dar inicio a la cotización del producto y/o servicio requerido. 4.3.2 Evalúa que realmente la compra sea necesaria para la empresa y procede autorización, firmar y sellar el requerimiento de compras **AGD-REQ: 001.** 4.3.3 Recibe la Orden de Compras **AGD-REQ: 002** por parte del comprador, revisa si la cotización seleccionada realmente es la más factible en cuento a precio, presupuestos y tiempo de entrega, si es así, procede a firmar y sellar la orden de compras **AGD-REQ: 002** para proceder con la compra requerida. En caso de no estar de acuerdo con la cotización devuelve la orden de compra al comprador con las sugerencias de lugar.

4. 4 Recepción de mercancía:

Supervisor de Almacén	4.4.1 Recibe la mercancía, la factura del producto y una copia de la orden de compras **AGD-REQ: 002** previamente recibida por el comprador con la firma y sello del gerente general. 4.4.2 Procede a comunicarse con el requirente de la mercancía para recibirla y para evaluar juntos que la misma cumpla con las especificaciones requeridas.

4.4.3 En caso de que todo cumpla con las especificaciones solicitadas se procede a firmar una copia de la factura.

4.4.4 Se envía al departamento de finanzas la factura original junto a la orden de compras para que finanzas pueda proceder con el pago de la mercancía.

Nota: En caso de ser un servicio, el comprador se hará cargo de informar al requirente el día y a hora que se llevará a cabo el servicio para que el requirente esté al tanto. Ver punto **4.2.12.**

4.5 Proceso de pago:

Encargado De Pagos:

4.5.1 Recibe la información de parte del comprador de la forma de pago del producto o servicio recibido.

Nota: Tanto el comprador como el encargado de pagos deben de estar en comunicación ara la coordinación de pago según lo acordado por el comprador y el proveedor.

4.5.2 **Pago por adelantado:** El encargado de pagos debe de tener la información por parte del comprador del día en que llegara el producto o servicio para coordinar el pago antes de la entrega, según lo que se haya acordado con el proveedor.

4.5.3 **Pagos contra entrega:** El encargado de pagos debe de tener la información por parte del comprador del día en que llegará el producto para tener el pago listo y aprobado para ese mismo día.

4.5.4 **Pagos en plazos de 15, 30 o 45 días:** el encargado de pagos debe de mantener una agenda con la fecha en la que le tocaría realizar el pago según lo acordado por el comprador y el proveedor. Debe de cumplir con esas fechas y tener el pago listo y aprobado para el día acordado.

4.5.5 El encargado de pago solo realizara pagos cuando tenga la factura y la orden de compras **AGD-REQ: 002** debidamente firmada y sellada por el

5.0 DOCUMENTOS Y REFERENCIAS:

5.1 Requerimiento de compras AGD-REQ: 001.

5.2 Orden de compras AGD-REQ: 002.

5.3 Procedimiento de Compras AGD-PRO: 001.

6.0 HERRAMIENTAS Y EQUIPOS

6.1 Computadora.

6.2 Impresora.

6.3 Correo electrónico de la empresa.

6. 4 Teléfono con llamadas internacionales.

6. 5 Acceso a internet.

7. 0 LISTA DE DISTRIBUCIÓN Y ENTRENAMIENTO: Gerente General, Encargado De Compras, Encargado De Almacén, Encargado De Pagos y las personas que estén autorizados a realizar requerimientos.

Conclusión:

Estamos agradecidos de la oportunidad que tuvimos de poder realizar un plan de mejora sustancial para ayudar a la empresa AGROSIDOM y a muchas otras pequeñas empresas para que puedan tener y desarrollar sus compras de manera exitosa ya que le brindamos informaciones de suma importancia que se verán reflejadas en su crecimiento a corto, mediano o largo plazo.

Gracias a los conocimientos aprendidos a través de nuestro proceso universitario en la carrera de Negocios Internacionales, se nos simplifico el proceso de búsqueda y de análisis de mercado, ya que nos permitió brindarle a la empresa AGROSIDOM una mejor selección de nuevos proveedores o países donde venden la materia prima que ellos requieren; Geomembrana al mejor precio y con la calidad que busca la empresa.

Inicialmente, enseñamos a la empresa a formar un análisis FODA haciéndoles entender cómo funciona y cuáles son los beneficios que este trae consigo. Ayudamos a la empresa a conocer sus debilidades, fortalezas, oportunidades y posibles amenazas externas que pueden ser reducidas gracias al plan de contingencia que se creó en caso de que una de estas ocurra.

Así también, investigamos las diferentes leyes y normas relacionadas a las compras internacionales y nacionales que los ayudara a reducir costos y tiempo ya que conocen los diferentes tratados de libre comercio que la Republica Dominicana cuenta para evitar el pago de aranceles innecesarios. Acuerdos como GATT, AGCS y ADPIC (para el comercio internacional) y las leyes operativas, fiscales y administrativas (para el comercio nacional) las cuales regulan la financiación de operaciones mundiales. Indagamos sobre la Ley No. 340-06 sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones la cual tiene origen dominicano. Incluso, debatimos la importancia de la ética en las compras internacionales para que conozcan y eviten los diferentes tipos de fraudes que pueden ocurrir en la misma.

Junto a esto, descubrieron la importancia buscar ayuda de asesores de compras ya que este ayudara a explotar los recursos financieros y humanos de la empresa ya que cuenta con todos los conocimientos y experiencia para ejercer acciones de compra en el mercado internacional y del mismo modo ayudar a la empresa a reducir gastos. Dentro de las instituciones que ofrecen este tipo de servicio recomendamos: Logycom, Corrcall y Carlos Felipe Law Firm S.R.L

En adición a la asesoría, recomendamos que la preparación de sus empleados es fundamental y por esto, buscamos diferentes cursos, post grados, maestrías para que los mismos tengan una preparación más avanzada el cual brindara un retorno de ingreso tanto como personal como en el campo laboral. Mencionamos organizaciones como INFOTEP, TECH, las cuales ofrecen cursos muy interesantes para el desarrollo humano en cuanto a compras internacionales.

Posteriormente, ayudamos a la empresa a analizar el mercado, para que conozcan quienes son los mayores proveedores de Geomembrana (China, México y Perú) los cuales encabezan este listado. Dentro del este análisis, debatimos los diferentes tipos de canales de comercialización para determinar cuál es más viable para la empresa, tomando en cuenta duración y costo. Les ensenamos los diferentes tipos de Incoterms cuál es su función e importancia.

Quisiéramos resaltar el valor que aporta el análisis PEST (política, economía, social, tecnología) y el análisis Porter ya que podemos conocer y mantener un estudio constante en los aspectos tanto internos como externos que podría afectar positiva o negativamente a la empresa, teniendo presente un plan de emergencia para poder mitigar pérdidas o aprovechar oportunidades.

Por último y de mayor importancia para este trabajo, explicamos y creamos un proceso estandarizado de compra para la empresa AGROSIDOM tomando en cuenta todos los puntos anteriores. En adición a eso, profundizamos cuales son las obligaciones del vendedor y del comprador, cómo funciona el ciclo de compra, las requisiciones que este proceso conlleva y sus elementos. Anexo podrán

encontrar ejemplos de los requerimientos de compra, cotizaciones para proveedores y órdenes de compra de parte de la empresa. Abundamos sobre los procedimientos de compras, sus ventajas e importancias.

Una vez más agradecemos la oportunidad a la empresa AGROSIDOM por permitirnos ayudarlos en esta nueva etapa de la vida de su organización y el inicio de su crecimiento.

Recomendaciones

Es importante tener en cuenta la revisión y la posible aplicación de este plan de mejoras con el fin de obtener un proceso de compras implementado y con un respectivo seguimiento lo cual puede ser auditoría interna de procesos.

Se recomienda realizar un control y seguimiento a las diferentes políticas que surjan a partir de este plan de mejora con el fin de dar cumplimento al manual de procedimientos realizado. Llevar a cabo el contrato de compras, en dado caso que sea una compra esporádica pues se realiza solamente para esa transacción, y evaluar si se necesita un contrato a largo plazo cuando de compras programadas se trata.

También es recomendable llevar a cabo los contrato que sean necesarios en el área de compras, ya que para muchas negociaciones no basta una orden de compras, sino un contrato que permita la compra periódicas por lo que es recomendable trabajar con contratos a mediano o largo plazo.

Anexos:

Anexo 1: Plastificación de reservorio:

Anexo 2: Geomembrana

Anexo 3: Llenado de reservorio:

Anexo no. 4: Servicios ofrecidos por Logycom sobre asesoría de compras internacionales.

Logycom, es una de las empresas de logística que brinda asesoría en comercio exterior con información experta que previene errores y facilita ahorros en tiempos y costos.

Orientamos los esfuerzos de empresas y particulares funcionando como un Departamento de Logística y Comercio Exterior que le ofrece la flexibilidad de estar dentro y fuera de sus oficinas.

Estos son algunos de nuestros servicios aduanales:

- Análisis y aplicación de las bases jurídicas, fiscales y de comercio exterior.
- Servicio de Clasificación arancelaria de mercancías al alcance de la ley del impuesto general de importación y/o exportación.
- Coordinación internacional de carga con empresas de logística.
- Reglas de origen y procedimientos de los diferentes tratados con asesoría en comercio exterior.

Asimismo brindamos el servicio de gestión en los trámites para:

- Programas IMMEX
- Programas PROSEC
- Permisos Previos
- Cartas BA ante el SAT
- Draw Back

Servicios flexibles. Beneficios reales.

- Servicios aduanales de outsourcing para su departamento de Compras e importaciones, tiempo completo o parcial.
- Servicios de In-house en su planta para la administración del departamento de Logística y Comercio Exterior.
- Almacenaje y distribución para la entrega de sus mercancías.
- Colaboramos con usted y su personal para fructificar el potencial de sus oportunidades de Comercio Exterior.

Anexo no. 5: Contenido del curso “Plan de negocios”

Unidad I. Mi negocio y su mercado

1. Descripción del Negocio
2. Mi propuesta de valor
3. La filosofía de mi negocio (Misión, Visión y valores)
4. Los objetivos del Negocio (Corto, mediano y largo plazo)
5. Mis clientes
6. Estrategias del Negocio
7. Demanda de mi producto o servicio
8. Mi competencia
9. Vías de comercialización
10. Descripción del proceso de elaboración del producto o servicio.
11. Descripción del local e instalaciones

Unidad III. Estructura y Forma legal de mi negocio

- Segundo encuentro virtual.
- Forma legal

§ Tipos de empresa

§ Formalización

- Requerimiento de personal
  - Estructura de personal
  - Responsabilidades
  - Salarios

Anexo 6: Requerimiento de Compras para la empresa AGROSIDOM, con número de documento interno AGD-REQ-001, este sería el documento que se enviaría a los proveedores para la cotización de un servicio o producto.

REQUERIMIENTO DE COMPRA
AGD-REQ: 001.

AGROSIDOM **829-529-2596** **829-485-2689** Comprador: **María Monte De Oca** **Constanza, La vega** **República Dominicana** **829-986-4586**	**Fecha:** 08/08/2021 **No. de requerimiento** No. 00001		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**MARCA**	**MODELO**
Geomembrana de polietileno HDPE de 1mm de espesor, 100% virgen.	12,000 mts	N/A	HDPE de 1mm de espesor, 100% virgen.
Soldador automático de Geomembrana HDPE, para revestimiento de landfil/lámina de digestor de biogás. Voltaje: SWT-NS700	3	MM-Tech	SDEQ-25
Bomba sumergible para posos tubulares	2	Kaminari	KTC-35896
Envió a Constanza, La Vega, Republica Dominicana.	1	N/A	N/A

Observaciones: Enviar garantías de las maquinarias solicitadas_____
_____
_____

Prioridad: **Normal**: ☐ **Urgente**: ☐

_____ _____
Encargado del departamento **Fecha**

_____ _____
Autorización de cotización de compras **Fecha**

Anexo 7: Cotización para la empresa AGROSIDOM, con número de documento interno AGD-COT-001, este sería el documento que se enviaría a los clientes que soliciten los servicios de la empresa.

AGROSIDOM Constanza, La Vega, R.D 829-856-2589 ---------- **Cliente:** Luis Lagares, Constanza, La vega República Dominicana, 829-359-4085	**COTIZACIÓN - AGD-COT-001.** **Fecha**: 28/07/2021 **Cotización** #: 00001 **Cliente**: Luis Lagares **Válido Hasta**: 23 de Nov 2021		
DESCRIPCIÓN	**PRECIO UNITARIO**	**CANTIDAD**	**TOTAL**
Creación de reservorio y línea de conducción 1 en la localidad de Tireo Abajo. Largo: 20M Ancho de pared: 16M Borde libre: 1.5M Profundidad: 2.5M	RD$161,280.00	2	RD$322,560.00
Términos y condiciones: El 50% del trabajo debe de ser pagado antes del inicio del proyecto y el 50% contra entrega. **Nota**: Esta cotización tiene un 10% de descuento válido hasta el 23 de nov 2021.		**Sub- Total**	RD$322,560.00
		Descuento	RD$290,304.00
		Impuesto	28%
		Total	**RD$371,589.12.00**

Anexo 8: Orden de Compras para la empresa AGROSIDOM, con número de documento interno AGD-REQ-002, este es el documento que se enviara a los proveedores para la compra de servicios y productos.

ORDEN DE COMPRA
AGD-REQ: 002.

Nombre de la empresa: **Domicilio:** **Ciudad**: **Vendedor:** **Compañía:** **Contacto:** **Domicilio:** **Teléfono:**	**Fecha:** 26/07/2021 **No. de orden:** No. 00001 **Enviar a:** **Compañía:** **Departamento:** **Domicilio:** **Teléfono:**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO
Geomembrana de polietileno HDPE de 1mm de espesor, 100% virgen.	12,000 mts	RD$1,587,500.00
Soldador automático de Geomembrana HDPE, para revestimiento de landfil/lámina de digestor de biogás. Voltaje: SWT-NS700	3	RD$377,250.00
Bomba sumergible para posos tubulares	2	RD$48,369.00
Planta Eléctrica	2	RD$50,000.00
Envió a Constanza, La Vega, Republica Dominicana.	1	RD$150,000.00

Observaciones: Precio de entrega incluido en la orden de compras_____ Un 10% de descuento incluido_____ _____ _____	Sub-Total Descuento Subtotal - descuento Tasa de impuesto Total Impuesto Envío Almacén **Total**	**RD$2,213.119.00** _____10%_____ RD$1,991.807.10 _____28%_____ RD$2,549,513.09 _____N/A_____ **RD$2,549,513.09**
	_____ **Autorización de la compra**	_____ **Fecha**

Bibliografías:

Gestión, R. (2021, 3 mayo). Las exportaciones desde la Zona Franca de Tacna crecieron 12.79% en el primer trimestre. Gestión. https://gestion.pe/economia/exportaciones-desde-la-zona-franca-de-tacna-crecieron-1279-en-primer-trimestre-nndc-noticia/?ref=gesr Proaño Vargas, A. (2015, junio). canales de comercialización internacional. https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/112/Canales_comercializacion_internacional_2015_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Core, O. (2018, 4 octubre). ¿Qué es el valor FOB? one core. https://blog.onecore.mx/que-es-valor-fob

Unir, V. (2021, 3 junio). Los beneficios y riesgos del Incoterm CFR para el transporte por barco en el comercio internacional. UNIR. https://www.unir.net/derecho/revista/los-beneficios-y-riesgos-del-incoterm-cfr-para-el-transporte-por-barco-en-el-comercio-internacional/

Geomembrana HDPE de China, lista de productos de Geomembrana HDPE de China en es.Made-in-China.com. (s. f.). Made-in-China. Recuperado 25 de junio de 2021, de https://es.made-in-china.com/tag_search_product/HDPE

Geomembrane_uisnron_1.html?gclid=Cj0KCQjw2tCGBhCLARIsABJGmZ6

xesO4wLC-Bxe0-Uv6T0QhGd-FVt9ZaKR401XfdPYzenGJuVe-FkaArS-EALw_wcB

https://www.rdstation.com/es/blog/proceso-de-compra/

Administración de compras (Primera edición ed., Vol. 1). (2014). Grupo Editorial Patria. https://editorialpatria.com.mx/pdffiles/9786074386202.pdf

González Quintanilla/ Dr. Cruz Álvarez, J. J. J. G. (2007). Modelo de Gestión de Negocios para PyME´s. http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/P35T15.pdf

Aceituno Aceituno, P. A. A. (s. f.). Creación y gestión de empresas (7.a ed.). CEF. https://www.orientamartamouliaa.es/wp-content/uploads/2017/08/Libro-de-Creación-y-Gestión-de-Empresas-compressed.pdf

Mejore su negocio compra y control de existencias (1.a ed.). (2016). Imesun. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553922.pdf

Ligia Heredia, N. L. H. (s. f.). Gerencia de compras (2.a ed.). Eco ediciones. https://www.ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2015/09/Gerencia-de-compras.pdf

Universidad Acción Pro-Educación y Cultura

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales

Anteproyecto de grado para optar por el título de Licenciatura en

Licenciado en Negocios Internacionales

Tema:

Plan de Mejora Para La Compra de Materia Prima en Una Empresa Dominicana.

Sustentantes:

Maria Monte De Oca 2014-1726

Manuel Piñeyro 2015-2308

David Raul Marte Pichardo 2017-1731

Distrito Nacional

2021

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN……69
DELIMITACIÓN DEL TEMA……70
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA……70
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA……71
OBJETIVO GENERAL……71
OBJETIVOS ESPECÍFICOS……71
CAPÍTULO I. JUSTIFICACIONES……72
1.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA……72
1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO ……72
1.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN……73
2.0 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA……74
2.1 PRINCIPALES PROVEEDORES……74
2.2 ALTERNATIVAS DE INCOTERMS……74
2.3 PRECIOS DE LOS PRODUCTOS……75
3.0 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA……76
CAPÍTULO II. MARCO DE REFERENCIA……76
1.0 MARCO TEÓRICO……76
1.1 GEOMEMBRANA……76
1.2 CLASIFICACIÓN……76
1.3 COMPONENTE PRINCIPAL……76
1.4 CAMPOS DE APLICACIÓN……78
2.0 MARCO CONCEPTUAL……79
3.0 MARCO ESPACIAL……80
4.0 MARCO TEMPORAL……80
CAPÍTULO III. ASPECTOS METODOLÓGICOS……81
1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN……81
1.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN……82
1.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN……82
1.4 FUENTE DE INFORMACIÓN……82
TABLA DE CONTENIDO PRELIMINAR DEL TRABAJO FINAL……83
CONCLUSIÓN……85
BIBLIOGRAFÍAS……86

Introducción

En la República Dominicana en los últimos años hemos podido observar el crecimiento de muchas pymes, las cuales inician con sueños de generar beneficios, empleos y sobre todo de ser una empresa fuerte y tener crecimiento a través de los años. Aunque la República Dominicana ofrece beneficios e informaciones para el crecimiento de estas, no muchos cuentan con el conocimiento suficiente para la compra internacional de materia prima.

El objetivo de este trabajo de investigación es analizar las variables y/o proceso de compras tomando como ejemplo la empresa Agrosidom, para así proponer un plan de mejora sustancial en dicho proceso para las empresas dominicanas que están en vía de crecimiento.

Para delimitar más la investigación se seleccionó un caso de estudio, de una organización localizada en Constanza La Vega, su meta principal es la plastificación de reservorio esto debido a la gran demanda de estos pozos y con el objetivo de poder almacenar agua para el riego de los productos agrícolas.

Delimitación del tema

Esta investigación se basará en el análisis para realizar una propuesta de mejora para el proceso de compras internacionales para empresas dominicanas, la cual será realizada en el territorio nacional de la República Dominicana, en el periodo Sept-Dic 2021.

El objetivo de estudio de este proyecto es mejorar el proceso de compra internacional de materia prima de las empresas dominicanas.

Esta investigación tiene como campo de acción el área de compras, asimismo es necesario presentar, tanto en la empresa Agrosidom como muchas empresas que estar emergiendo no conocen llevan un proceso de compras adecuado, por lo es importante analizar las prácticas y los procesos de compras, y así tener una idea acerca de la realidad

Planteamiento del problema

Muchas empresas dominicanas al momento de incursionar en un negocio y tener que hacer compras internacionales no cuentan con procedimientos que les guíe durante este proceso, algunas básicamente solo conocen una empresa que venda el producto que necesitan, hacen la negociación y proceden con la compra y muchas veces estas compras son valoradas en millones de pesos. Al no tener conocimiento de un proceso de compras, de evaluación de proveedores y de precios hace que este proceso sea más tedioso y poco factible ya que puede que estén comprando producto a un costo más elevado y no necesariamente con la calidad del producto que buscan.

En este caso Agrosidom no es la excepción, esta es una empresa que está empezando a trabajar con la documentación necesaria para constituirse como una empresa formal y así llegar a ser una empresa reconocida en el país y poder brindar el servicios de plastificación de reservorios a los pueblos agrícolas dominicana, aunque no ha aunque no es una empresa constituida la misma ya ha

realizado compras millonarias a empresas extranjera pero sin ningún tipo de protocolo ni proceso, por lo que entendemos que un plan de mejora en el proceso de compras sería factible para esta y otras empresas dominicanas.

Justificación del problema

El mayor problema que tienen las Pymes es el desconocimiento de los distintos puntos que se llevan a cabo para ejecutar un proceso de compra, debido a esta falta de planificación están pasando por alto lo que es la investigación y/o alternativas de una mejor compra del producto.

Reconocer las necesidades y problemas, búsqueda de información y evaluar alternativas son los pasos que llevaremos a cabo para que la empresa haga un proceso de compra debidamente correcto y adecuado a lo que es su presupuesto y a sus estándares de calidad.

Objetivos General

Identificar y definir las oportunidades de mejoras en el proceso de compra de materia prima en una empresa dominicana.

Objetivos Específicos

- Establecer las posibles recomendaciones para mejorar el proceso de compras de materiales en la empresa Agrosidom.
- Realizar un estudio de mercado para así poder conocer las características del mercado internacional.
- Elaborar un procedimiento de compras detallado que mejore el proceso de negociación entre cliente y vendedor.

Capítulo I.
Justificaciones

1. 1 Justificación teórica:

En la gestión de compras es de suma importancia coordinar la gestión entre el área comercial y el área logística de una organización importadora, ya que en la cadena logística internacional esta actividad es de gran relevancia.

En este ámbito el proceso de compras y abastecimiento de suministros se vuelve un factor clave, tanto para la conservación de la organización, como para su desarrollo.

El nivel de competencia que existe nos obliga a satisfacer a los clientes iguales o mejor que cualquier otro competidor del mercado, pero también nos ofrece nuevas oportunidades de obtener suministros y proveedores más competitivos.

De esta forma proceso de compras y abastecimiento de suministros ayuda de manera más efectiva al éxito de la organización, por un lado efectuando cambios para incrementar su rentabilidad a corto plazo, y por otro lado implementando tácticas para mejorar su posición competitiva a mediano y largo plazo. El proceso de compras internacionales la podemos examinar según las siguientes actividades:

1. 2 Análisis del mercado:

En el proceso de compras internacionales es importante conocer las tipos del mercado internacional y para esto es bueno investigar lo siguiente:

Los países que ofrecen mejores opciones para adquirir nuestros productos. Una principales características de las importaciones, es cuando los comerciantes se encuentran más cercanos, sea por razones geográficas, culturales y/o económicas tienen mayores relaciones comerciales que otros piases que se encuentra relativamente lejos.

- Los principales proveedores en el mercado internacional.
- Las alternativas de canales de comercialización internacionales.
- Las alternativas de Incoterms apropiados para adquirir nuestro producto.
- Los precios usuales de los diferentes mercados internacionales para los productos que se desean adquirir.
- En el análisis del mercado internacional son de gran utilidad los sistemas de integración comercial.

1.3 Canales de comercialización

En las compras de mercados internacionales se pueden efectuar ventajas mediante dos canales.

Canal directo: Es cuando el comprador obtiene las mercancías directamente del proveedor sin que haya intermediarios.

Canal indirecto: Es cuando el comprador obtiene mediante intermediarios las mercancías. Estos pueden ser clasificados según tipo de agente:

Agentes de compras: Dado la complejidad de un mercado o producto el comprador puede contratar un agente para que ejecute la búsqueda de información de proveedores y haga los contactos comerciales para la obtención del producto.

Agente de ventas: Para impulsar las ventas el proveedor en ocasiones usa agentes intermediarios para que se encarguen de buscar compradores, los cuales se denominan agentes de ventas. En algunos casos los proveedores solo venden mediante sus agentes de ventas.

Brokers: es la persona encargada de organiza las transacciones entre un vendedor y el comprador a cambio de una comisión acordada.

En algunas ocasiones dependiendo de la característica del mercado internacional, el importador no tiene la opción de elegir, ya que muchas veces esta es la única forma de adquirir la mercancía.

2.0 Justificación metodológica:

La elaboración de un plan de mejora en los procesos de compra para la empresa Agrosidom se basa en métodos de investigación de las mejores prácticas para este proceso, lo cual una vez que sean puestos en práctica podrán ser utilizados en otras empresas.

Tomando en cuenta la justificación teórica, para comenzar a elaborar un plan de mejora debemos realizar un análisis de mercado:

2. 1 Los principales proveedores en el mercado internacional.

País	Empresa
China	**Shandong Dajin Geosynthetics Co., Ltd.**
	Weifang Xuxin Waterproof Material Co., Ltd.
	The Best Project Material Co., Ltd.
	Shandong Tianhai New Materials Engineering Co., ...
	Shandong Obor New Materials Co., Ltd.
Mexico	**Fimex: Fluidos industriales Mexicanos S.A**
	Start Service, SA de CV
	TYCONSA

2. 2 Incoterms apropiados para adquirir producto.

FOB: Free On Board o Franco a bordo. El comprador es quien elige y contrata al transportista, y el vendedor es el encargado de entregarar la mercancía a la embarcación correspondiente, en este caso es un barco porque el transporte es marítimo.

FCA: Free Carrier o franco transportista. Aquí el vendedor se hace cargo de entregar la mercancía en el lugar acordado en el contrato. Por tanto, es se encarga de los gastos generados desde su lugar de origen hasta el de destino.

FAS: Free Alongside Ship o franco al costado del buque. Este se utiliza normalmente para las cargas de productos a granel. El vendedor se encarga de dejar la mercancía al lado del buque en el que irá y a partir de ahí se encarga el comprador.

2. 3 Los precios usuales de los diferentes mercados internacionales para los productos que se desean adquirir.

País	Empresa	Precios RD$	Cantidad
China	Shandong Dajin Geosynthetics Co., Ltd.	RD$229.68	Metro Cuadrado
	Weifang Xuxin Waterproof Material Co., Ltd.	RD$225.00	Metro Cuadrado
	The Best Project Material Co., Ltd.	RD$232.42	Metro Cuadrado
	Shandong Tianhai New Materials Engineering Co., ...	RD$245.01	Metro Cuadrado
	Shandong Obor New Materials Co., Ltd.	RD$227.98	Metro Cuadrado
Mexico	Fimex: Fluidos industriales Mexicanos S.A	RD$255.73	Metro Cuadrado
	Start Service, SA de CV	RD$252.68	Metro Cuadrado
	TYCONSA	RD$249.64	Metro Cuadrado

3. 0 Justificación práctica:

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar el proceso de compras de la empresa AGROSIDOM, con la puesta en práctica de un nuevo proceso se reducirá el tiempo y el dinero invertido en la materia prima.

Capitulo II
Marco de Referencias

1. 1 Geomembrana

Son barreras sintéticas de baja permeabilidad, fabricadas a base de polímeros termoplásticos, se utilizan principalmente para revestir e impermeabilizar diversas superficies. Su función es contener materiales, substancias, para detener el flujo de líquidos y vapores fuera de esta.

Son productos que se adaptan a la ingeniería civil, delgadas, continuas estancas a los líquidos. Los productos con un espesor menor al milímetro no son considerados Geomembrana, ni aquellos donde la estanqueidad esté asegurada solo por la presencia de un material.

Comúnmente se recolectan en rodillos de altura y longitud diferentes, que van entre uno y diez metros, para las Geomembrana bituminosas a siete por doscientos metros.

1. 2 Clasificación

Se pueden clasificar por:

- Su estructura homogenea o reforzada
- Su acabado liso o texturizado

1. 3 Componente Principal:

Polietileno

Las Geomembrana de polietileno se dividen en:

Polietileno de Alta Densidad (0.940 gr/cm 3)

Polietileno de Baja Densidad (0.939 gr/cm³ y >0.923 gr/cm³)

Polietileno de Muy Baja Densidad (<0.923 gr/cm³)

Cloruro de Polivinilo

Fabricadas a base de una mezcla compleja de:

- 35% Polimero
- 28% Plastificante
- 20% Relleno
- 10% antioxidantes
- Demas productos

  Para ofrecer varias características, la proporción y la calidad de los ingredientes se pueden ajustar para desarrollar formulas especiales, que coincidan con las condiciones climáticas y la naturaleza de los líquidos a almacenar, entre otros parámetros. Los fabricantes y diseñadores se rigen en el establecido por el instituto de Geomembrana fabricada (FGI en la especificación PGI-1103

Polipropileno

- Producidas por la incorporación de altos niveles de etileno propileno en el polipropileno semi-cristalino.
- No tiene plastificantes que pudieran pasar de la Geomembrana.
- Tiene una densidad muy baja entre las Geomembrana es la que más se destaca, lo cual permite un despliegue más fácil de los paneles.
- Tiene una de las tasas de transmisión de agua más baja, lo cual hace que el FPP sea una de las más adecuadas en el mercado.

Clorosulfonadas

Estas se conocen en general como HYPALON, una marca ya registrada. La cadena principal de polímero básico es esencialmente el mismo como el polietileno, son muy insensibles a los ataques de los agentes degradantes tales como oxígeno, ozono o rayos UV. La cloración de polietileno disminuye la capacidad del polímero para cristalizarse y el material se vuelve en forma de goma

Terpolímero de Etileno

Es una hoja de caucho a alta temperatura que se clasifica como una poliolefina, mezclado con humo, aceites, agentes de vulcanización y demás productos. Sus moléculas están reticuladas para proveer una membrana elástica y químicamente estable, la cual permite que resista la deformación mejor que muchos otros materiales de Geomembrana

Aleación:

Poseen un alto peso molecular, son una mezcla de resina de PVC aleada con elvaloy, un terpolímero flexible que contiene cetona, etileno y monómeros de éster químicamente más resistentes y tienen menos susceptibilidad a la migración del plastificante, lo cual beneficia la resistencia de la Geomembrana y su durabilidad.

1. **4 Campos de aplicación.**

- Recubrimiento de canales.
- Rellenos sanitarios.
- Acuicultura.
- Recubrimiento de tanques y depósitos.
- Minería.
- Lagunas de oxidación.
- Almacenamiento de agua potable (reservorios).
- Piscinas de lodos.
- Recubrimiento de muros verticales: sencillos o dobles con detección de fugas.
- Control de filtración en presas de tierra.
- Recubrimientos impermeables de túneles.

- Para impermeabilizar la cara de tierra en presas de roca.
- Para el control de suelos expansivos.
- Como recubrimiento impermeable bajo el asfalto.

2.0 Marco conceptual:

2. 1 Compras: Este es el proceso que se lleva a cabo cuando una persona o empresa hace entrega de dinero u otra recompensa a una persona o empresa para conseguir de ella algún producto o servicio.

2. 2 Compra internacional: Se basa en el acuerdo entre dos partes, de dos países de distintos que se comprometen al intercambio de una mercancía por el pago de un precio específico.

2. 3 Plan de mejora: Es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar algún proceso específico, en este caso plan de mejoras para el departamento de compras.

2. 4 Proveedores: Es aquella persona o empresa que se encarga de proveer o abastecer a otra persona o empresa de algún producto o servicio que soliciten para un fin específico.

2. 5 El comprador: Es quien cubre las necesidades adquiriendo bienes o servicios a cambio de un precio.

2. 6 Evaluación de proveedores: Se utiliza para aprobar a los proveedores actuales y potenciales a través de una serie de evaluaciones.

2. 7 Logística de aprovisionamiento: La Logística del aprovisionamiento se ocupa del proceso de adquisición y almacenamiento de productos que pueden ser materias primas, materiales, partes, piezas, entre otros.

2. 8 Geomembrana: La denominación de Geomembrana está sometida a la norma AFNOR NFP 84-500.

Las Geomembrana son productos adaptados a la ingeniería civil, delgadas, continuas estancas a los líquidos.

Una Geomembrana es una barrera sintética que está diseñada especialmente para impedir el paso de sustancias y materiales, particularmente de líquidos y vapores, fuera de la barrera que crea.

En la fabricación de las Geomembrana se emplean polímeros termoplásticos o termoestables; los que tienen la particularidad de presentar un alto nivel de impermeabilidad ofreciendo un excelente nivel de contención; si se les compara con otros materiales

2. 9 Reservorio: El reservorio es un espacio físico donde se almacena parte del agua que ingresa al campo durante el turno de riego y abastece de agua en forma permanente al sistema.

3. 0 Marco espacial:

Este proyecto de mejora se estará llevando a cabo en la empresa AGROSIDOM, Constanza, República Dominicana, esta será la empresa piloto para luego implementar estos procesos en otras empresas dominicanas que necesiten soporte para el proceso de compra internacional.

4. 0 Marco temporal:

Este proyecto de mejora del proceso de compras será puesto en marcha a partir del próximo pedido de Geomembrana que haga la empresa AGROSIDOM, según el stock que tienen y la demanda de la plastificación de reservorio, estimamos que esto será a finales de noviembre de 2021.

Capitulo III.
Aspectos Metodológicos.

Realizar esta investigación sobre el proceso que se debe de llevar a cabo para la compra de materia prima, que estaremos ofreciendo a la empresa AGROSIDOM corresponde a una parte importante para desarrollo de las operaciones de la compañía, esto debido a que por medio de dicho estudio se obtendrán datos e información de relevancia sobre los procesos a seguir, así como de aspectos relacionados al producto y vendedores de materia prima. Lo anterior permitirá realizar una toma de decisiones más acertadas ya que los resultados arrojados por la investigación servirán de base para elegir el curso de acción más adecuado.

1. 1 Tipo de investigación

La investigación será de tipo descriptiva, ya que se establecerán el proceso a seguir para la compra de productos internacionales. Según Sampieri, los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características de procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Es una investigación documental en vista de que se elaborará un marco teórico que permitirá la sustentación de procedimientos de compras.

1. 2 Método de investigación:

Dentro de los métodos que se usarán se encuentran el deductivo, el inductivo y el estadístico.

- Se usará el método inductivo, ya que se tomarán en cuenta las particularidades y serie de observaciones que caracterizan los procesos de compras en general.
- El deductivo será implementado a partir de las compras ya realizadas y para así establecer la individualidad del plan de mejora.

1. 3 Técnicas de investigación

Las técnicas que se implementarán son la entrevista al personal de la empresa y revisión de documentaciones y procesos. La entrevista porque es una forma de conocer los datos específicos requeridos para la investigación y porque la investigación se basa en estudios de informes y datos económicos previamente analizados, esta entrevista será dirigida al presidente de AGROSIDOM, así como al administrador de la empresa.

1. 4 Fuente de Información:

Nuestra fuente de información primaria será la misma empresa AGROSIDOM, la cual contiene información nueva de carácter intelectual y la fuente de información secundaria se basa en literaturas, enciclopedias e informes. Para esta investigación se usarán ambas fuentes de información descritas.

Tabla de contenido preliminar del Trabajo Final.

Introducción

Delimitación del tema

Planteamiento del problema

Justificación del problema

Objetivo general

Objetivos específicos

Capítulo I. Justificaciones

1.1 Justificación teórica

1.2 Análisis del mercado

1.3 Canales de comercialización

2.1 Justificación metodológica

2.2 Los principales proveedores

2.3 Alternativas de canales

2.4 Alternativas de Incoterms

2.5 Precios de los productos

3.1 Justificación práctica

Capítulo II. Marco de referencia

1.0 Marco Teórico

1.1 Geomembrana

1.2 Clasificación

1.2 Componente principal

1.3 Campos de aplicación

2.0 Marco conceptual

2.1 Definiciones

3. Marco espacial

4. Marco temporal

Capítulo III. Aspectos Metodológicos

1.1 Tipo de investigación

1.2 Método de investigación

1.3 Técnicas de investigación

1.4 Fuente de información

Conclusión

Bibliografías

Anexos

Conclusión

Como se pudo apreciar en la información expuesta sobre nuestro ante proyecto, lo cual es nuestra base para el inicio de nuestro trabajo final de grado, para así obtener el título de Licenciatura en Negocios Internacionales, contamos con las informaciones necesarias para poder ofrecerle a las empresas dominicanas un plan de mejora dentro de la cadena de suministros, especialmente al proceso de compras.

El proceso de compras internacional es uno de los más importante dentro de las empresas, ya que es el departamento que se encarga de las compras de materia prima y otros insumos, de estas compras dependen el ahorro de la empresa, el tiempo de respuesta a sus clientes, la calidad de los productos que ofrezcan y otros factores que le pueden dar en el mercado un posicionamiento mayor.

Referencias bibliográficas

- colaboradores de Wikipedia. (2021, 28 febrero). Geomembrana. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Geomembrana
- Ambientales, G.-S. (2017, 18 diciembre). Geomembrana. Geosai. https://www.geosai.com/geomembrana/?gclid=CjwKCAjw2ZaGBhBoEiwA8pfP_r3U6s69x2vzriD6UAaniPkjexFDDksGrLuwsL4qZTQPiYsF8ACCvBoCBQgQAvD_BwE
- Gestión de compras internacionales. (s. f.). DIARIO DEL EXPORTADOR. Recuperado 17 de junio de 2021, de https://www.diariodelexportador.com/2014/11/gestion-de-compras-internacionales_61.html

Links:

Mosca, E. (2020, 13 abril). ¿Qué son los Incoterms? El Mosca. https://elmosca.es/incoterms/#:%7E:text=Incoterms%20m%C3%A1s%20utilizados%20en%20el,la%20mayor%20cantidad%20de%20gastos.

https://www.trademap.org/Index.aspx. (2021).

Consulta de subpartidas y Resoluciones de Clasificación Arancelaria. (s. f.). Www.aduanet.gob.do. Recuperado 17 de junio de 2021, de http://www.aduanet.gob.pe/ol-ad-caInter/regclasInterS01Alias?cmbCriterio=1&txtValor=3920100000

0,2-2mm Hdpe Geomembrana Precio Embalse Minero Piscifactoría Revestimiento Del Estanque - Buy Geomembrane, 2mm Hdpe Geomembrane Price,Pond Liner Hdpe Geomembrane Product on Alibaba.com. (s. f.). Https://Spanish.Alibaba.Com. Recuperado 17 de junio de 2021, de https://spanish.alibaba.com/product-detail/0-2-2mm-hdpe-geomembrane-price-dam-reservoir-mining-fish-farm-pond-liner-60733295616.html?spm=a2700.7724857.topad_classic.d_title.31a07460t88gYa