



## GESTIÓN DE LAS ADQUISICIONES

**No. de documento:** 20120528\_mg\_Gestiondelasadquisiciones\_C

No. Rev.	Realizado	Revisado	Aprobado
1	MG	KA	MG
	KV		
	AR		
	JA		

**Contenido**

1. Introducción .....	3
2. Objetivo .....	3
3. Alcance.....	3
4. Responsables .....	3
5. Contacto con externos .....	4
6. Metodología del proceso de compra .....	4
7. Principales adquisiciones.....	6
7.1. Dominio y pagina Web.....	6
7.2. Oficina comercial .....	7
7.3. Desarrollador web.....	7
7.4. Software .....	7
7.5. Patente .....	8
7.6. Diseñadora .....	8
7.7. Proveedor .....	9
7.8. Contactar con agencia de publicidad .....	11
7.9. Flagship Store .....	11
7.10. Diseño Interior.....	12
7.11. Contrataciones Administrativas. ....	12
8. Plan de adquisiciones .....	12

## 1. Introducción

La evolución del departamento de compras ha ido estrechamente ligada al aumento de la competitividad del mercado. Así, en ciertos sectores donde los márgenes son muy pequeños, la profesionalización de las inversiones hace mucho tiempo que dejó de ser una opción.

Las políticas de compras marcan pautas de actuación para el correcto desarrollo de la actividad profesional de compras y buscan maximizar la aportación de valor de Compras a la compañía, liderando el proceso de relación con proveedores definiendo las mejores estrategias y siendo expertos del mercado y sus tendencias.

## 2. Objetivo

La gestión de las Adquisiciones del Contrato incluye los procesos para comprar o adquirir los productos, servicios o resultados necesarios fuera del equipo del proyecto.

El objetivo del Plan de Gestión de Adquisiciones es describir el proceso a seguir para realizar con éxito las tareas de localización de la “Flagship-Store” y selección de proveedores, negociaciones sobre el precio y condiciones de pago, adquisición del producto y el seguimiento de dicho proceso para garantizar el cumplimiento de las condiciones pactadas.

## 3. Alcance

Este procedimiento se debe aplicar a cualquier adquisición que se realice para desarrollar el proyecto Walkheels.

## 4. Responsables

La responsabilidad de la óptima gestión del proceso de adquisiciones recae sobre el Responsable de Compras.

La responsabilidad de la correcta definición del producto, es decir de los requisitos que debe cumplir, es del Responsable de Diseño.

El Project Manager es el responsable de que se produzca una buena comunicación entre los diferentes responsables dando como resultado la correcta ejecución del proceso de adquisiciones.

## 5. Contacto con externos

El proceso de planificación con contactos externos se encarga de identificar cuales son las necesidades del proyecto para poder satisfacer de la mejor manera comprando o adquiriendo los productos, servicios o resultados fuera de la organización del proyecto, y que necesidades del proyecto puede satisfacer el equipo del proyecto durante la ejecución del mismo.

Los clientes finales a los que se dirige el producto son generalmente los usuarios finales de nuestro producto y serán los responsables de evaluar nuestro producto, nuestro futuro y nuestro éxito como compañía.

## 6. Metodología del proceso de compra

El primer paso antes de iniciar el proceso de adquisiciones es realizar un análisis “Hacer o comprar”. La decisión debe ser tomada por el Project Manager y consiste en hacerse la pregunta para cada contratación potencial en el proyecto “¿Qué es mejor para la organización, contratar los servicios externos de un proveedor o hacer el trabajo nosotros mismos?”.

¿Cómo se decide esto? Teniendo en cuenta varios factores clave como el costo del trabajo, la capacidad de los recursos y aquellos temas relacionados a la propiedad intelectual de la organización.

- **Coste:** al contratar se debe tener en cuenta los costes directos y los indirectos (las horas de los que coordinarán y controlarán el trabajo del proveedor dentro de la organización, las horas dedicadas al proceso de contratación y a la administración de contratos, aspectos legales y regulatorios).
- **Capacidad de recursos y materiales:** ¿Los recursos internos se encuentran al 100% de su capacidad? ¿Se les puede agregar otro trabajo, es beneficioso? Además se debe analizar el Coste de Oportunidad de los recursos: ¿El trabajo es prioridad uno en la organización o sería mejor contratar un proveedor y usar nuestros propios recursos para otros proyectos de más valor?

- **Propiedad intelectual:** contratar a un proveedor significa en muchos casos tener que revelar secretos de la industria que constituyen una ventaja competitiva de la organización, un factor diferenciador con la competencia. En muchas organizaciones este es el factor más importante en la decisión “Hacer” en vez de “Comprar”: se trata de no revelar el conocimiento clave al mercado y tratar de hacer el trabajo internamente. Esto puede suceder por ejemplo ante el lanzamiento de un nuevo producto al mercado.

Todo este proceso de análisis debe ser realizado en la fase de planificación del proyecto ante cada posible contratación externa. Todo este proceso debe ser acordado entre los principales involucrados en el proyecto y debe enfocarse en el beneficio de la organización.

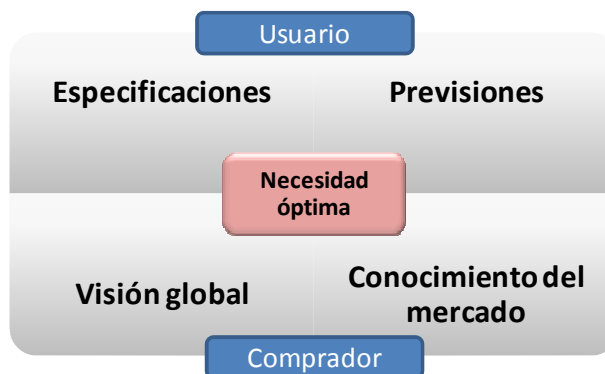
Una vez tomada la decisión de comprar, para lograr las mejores estrategias en el proceso de relación con los proveedores se utilizará una metodología común para la gestión de todas las categorías: Category Management.

Esta metodología abarca el análisis de las necesidades internas y de mercado, el conocimiento del coste del producto, sintetiza las restricciones del producto, analiza el balance de fuerzas y una vez obtenido todo este conocimiento define la estrategia a seguir durante el proceso de compras, asegurando una homogeneidad de criterios.

En este proceso participará óptimamente más de un comprador, lo que permitirá que la elaboración de la estrategia y su posterior negociación y adjudicación del contrato sean realizadas de forma conjunta. Ello redundará en una mayor riqueza y transparencia del proceso negociador, al tiempo que facilita la transferencia transversal del know-how entre compradores.

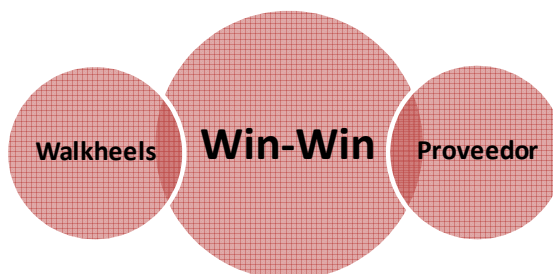
Las pautas de actuación se regirán por las siguientes políticas:

- **Política de Producto:** Cualquier proceso de compra requiere como paso previo la definición de las especificaciones (qué se va a comprar) y la previsión de las necesidades (cuánto y cuando).



**Ilustración 1** Política de producto

- **Política de proveedores:** es responsabilidad de Compras diseñar un panel de proveedores que pueda garantizar el suministro de productos y servicios en base a las necesidades del negocio. El objetivo en la relación con los proveedores será lograr que Walkheels sea visto como un referente en innovación, eficacia y compromiso dentro del mercado de suministro, compartiendo riesgos y fomentando la pro-actividad de los proveedores como ventaja competitiva.



**Ilustración 2** Política de proveedores

## 7. Principales adquisiciones

A continuación se definen las estrategias particulares para las principales adquisiciones del proyecto:

### 7.1. Dominio y pagina Web

El proyecto está planteado a que la venta del zapato se realice mayoritariamente online, por lo que se requerirá la adquisición de un nombre de un dominio “.com”, para ello se contará con los servicios de la empresa conectatunegocio, una

iniciativa del grupo google para promover las ventas de las Pymes a través de internet.



**Ilustración 3** <http://www.conectatunegocio.es>

## **7.2. Oficina comercial**

El domicilio fiscal será constituido en una oficina comercial del Paseo de Gracia a través de la empresa [www.instant-offices.es](http://www.instant-offices.es), desde donde se realizarán todas las actividades comerciales, de gestión del proyecto y donde se recibirán a los proveedores y subcontratas del negocio.



**Ilustración 4** [www.instant-offices.es](http://www.instant-offices.es)

## **7.3. Desarrollador web**

Para la creación y mantenimiento de la web se contratará un desarrollador web Freelance de la empresa [www.twago.es](http://www.twago.es), que ofrece un servicio gratuito durante el primer año.



**Ilustración 5** [www.twago.es](http://www.twago.es)

El tipo de contrato será por servicio y sus tareas consistirán en mantenimiento de la web, gestión de las incidencias y actualización de la web cada vez que se realice una nueva colección.

## **7.4. Software**

El proyecto contempla el uso de un software para la gestión del negocio, el cual se comprará a una empresa externa que ofrezca calidad, mantenimiento y actualizaciones permanentes con incorporación de cambios a lo largo del tiempo. Para esto hemos contratado a la empresa Goldensoft Gestión Comercial.



**Ilustración 6** GoldenSoft

### **7.5. Patente**

Para el diseño del tacón desmontable se va adquirir la patente ES-1071860\_U. Walkheels tendrá uso exclusivo de esta patente durante los próximos 5 años.

### **7.6. Diseñadora**

La fabricación de nuestro zapato para mujer, una mujer moderna, trabajadora, ocupada y con una mentalidad muy abierta e internacional se llevará a cabo a través de una diseñadora nueva en el sector, pero con un gran carisma y una gran visión de futuro acerca de las nuevas tendencias, debido a sus estancias en las ciudades más urbanitas del mundo tales como Londres, Paris, Berlín, Bangkok, Buenos Aires, Hong Kong, Nueva York, Dubai, etc. para dar al producto una visión muy internacional.

Nuestra diseñadora es externa y se centrará en el diseño del producto a través de los inputs, alineándose con la misión, visión y alcance del negocio para dar una imagen muy identificada con los ideales del negocio.

Es una diseñadora que actualmente está residiendo en Dubai, y que a sus 35 años ha recorrido más de 8 países diferentes lo que nos proporciona una visión única en el mercado y una seguridad añadida clara a las necesidades de nuestro cliente. Su nombre es Marta Linal y estudió diseño en la escuela industrial de diseño de Sabadell (ESDI) y empezó sus primeros pasos en las calles vanguardistas de Chelsey, de Londres, siguiendo los pasos de Manolo Blahnik, una de las ciudades más cosmopolitas del mundo. A partir de aquí, empezó a moverse siguiendo y buscando su inspiración para llevar a cabo nuevas tendencias y nuevos diseños adaptados sobretodo a la mujer de hoy en día, consideradas según ellas, sobretodo, “muy inteligentes y dueñas de su vida”.





**Ilustración 7** Marta Linal, diseñadora de Walkheels

Ella se basará en los inputs del negocio y a partir de aquí, diseñará los zapatos con los tacones desmontables asegurando los requerimientos establecidos.

El tipo de contrato que se va a realizar con la diseñadora será a través de un contrato por un servicio de diseño de un zapato (diseño de la temporada), pero con una exclusiva de know-how para evitar y asegurar la privatización de los datos y know-how de la compañía. La diseñadora realizará además otros trabajos para otras empresas respetando siempre los acuerdos firmados con nuestra compañía y asegurando los plazos de entrega de los mismos. Los puntos acordados en el contrato son los siguientes:

- El requisitos contrato entre el diseñador y la empresa consiste en el diseño de los zapatos y elección de las calidades para toda la temporada.
- También se incluye en el contrato la exclusividad de los modelos diseñados para los 4 años siguientes.
- La tarifa que se va a pagar al diseñador para llevar a cabo la primera campaña para la temporada de invierno será de 35.000€ y 35.000€ más para la segunda campaña. A partir de aquí se definirá la tarifa para las siguientes campañas.
- La colección se compondrá de 15 modelos de sandalias y zapato cerrado.
- Se puede romper el contrato en cualquier momento pero con un anticipo de tiempo de 6 meses para no molestar el lanzamiento de las campañas.

### **7.7. Proveedor**

El producto que se está desarrollando es un producto fabricado con materiales de gama media-alta que actualmente se pueden encontrar en el mercado. De este modo, aseguramos la calidad que desprende el producto. El material necesario

para llevar a cabo la fabricación del zapato será adquirido a través de proveedores de confianza y el cual asegure el cumplimiento de todas las normativas de calidad y seguridad de sus trabajadores. La empresa que va a fabricar los zapatos nos viene recomendada por nuestra diseñadora Marta debido a sus contactos anteriores por su parte.

La empresa que llevará a cabo la fabricación de las colecciones de nuestro producto se llama Magrit.

## MAGRIT

**Ilustración 8** Logotipo empresa del proveedor

Magrit es una empresa situada en la ciudad alicantina de Elda y lleva presente en el mercado desde hace más de 75 años. Magrit es una marca posicionada en el segmento alto del mercado, dirigida a una mujer entre 30 y 60 años que busca la calidad por encima de todo.

Siguiendo los valores de Magrit, nuestro producto se puede ver identificado a través de este proveedor valenciano y así poder realizar el primer acuerdo comercial.

En condiciones normales Magrit tiene a sus propios diseñadores, pero en esta ocasión, y debido a la relación existente entre nuestra diseñadora y la empresa de fabricación hemos conseguido un acuerdo para el lanzamiento de nuestra primera temporada de verano 2013.

Durante la búsqueda de nuestros proveedores no se han tenido en cuenta otras opciones ya que la diseñadora Marta Linal tenía gran confianza en este proveedor y nos abría una nueva oportunidad de mercado, con un nuevo producto y con un público de alto nivel. Necesitábamos el apoyo de una gran empresa detrás, con experiencia para un mercado muy ajustado y con mucha competencia. Además, necesitábamos la colaboración de una empresa con una visión muy clara enfocada hacia la mujer moderna, trabajadora e independiente, que se alinease perfectamente con nuestra propia visión y que también transmitiera todos estos atributos además del tacón desmontable.

### **7.8. Contactar con agencia de publicidad**

Para llevar a cabo y gestionar la publicidad de nuestro producto utilizaremos la empresa Helmut & Co. Se trata de una agencia de branding y publicidad de moda ubicada en Barcelona, creada para solucionar proyectos gráficos, fotográficos y multimedia.



**Ilustración 9** Logotipo de la agencia de publicidad

Helmut & Co. ha aceptado trabajar con nosotros debido a los valores de nuestra empresa ya que ellos han considerado muy importante una empresa de nueva creación que apuesta muy fuerte por un nuevo producto enfocado a la mujer cosmopolita y que puede causar un gran impacto en el mundo de la moda de alto standing.

El contrato que se llevará a cabo con la empresa de publicidad Helmut & Co. será a través de una cuota anual para llevar a cabo los anuncios de publicidad en las revistas más conocidas del sector.

### **7.9. Flagship Store**

Se desea que este negocio tenga también un punto de referencia físico, para ello se presenta la propuesta de un “flagship-store” en Barcelona, ubicado en el Paseo de Gracia, para captar tanto clientela local como turistas. Esta calle es una de las más lujosas y transitadas de Barcelona. Excelente para ubicar una tienda de estas características y que se corresponde con el target que apuntamos de acuerdo a la segmentación de mercado previamente descrita.

La apertura de una flagship store se convertirá en una poderosa herramienta de imagen para poder ofrecer el producto y un valor añadido a los mismos. Además, el concepto de una flagship store va alineado perfectamente a nuestro concepto de negocio ya que harán ondear la bandera de la cultura y la imagen de la marca.

En la tienda estará disponible toda la colección de nuestro producto, los detalles y la imagen. El local estará diseñado también de tal forma que transmita identidad de la marca y el producto. El interiorismo también es parte del concepto junto con una arquitectura significativa del exterior del edificio.

### 7.10. Diseño Interior

Dado que se desea lanzar un producto innovador se requiere una visión moderna en el concepto de diseño interior del local, lo que también marcará un buen punto diferenciador. Para ello se contratará el estudio de arquitectos e interiorismo **GrupIdea** con experiencia en el sector del retail.



**Ilustración 10** GrupIdea

### 7.11. Contrataciones Administrativas.

Se va adquirir una gestoría para todas las gestiones contables y legales y el seguro para la flagship-store.

## 8. Plan de adquisiciones

Diseño	Concepto	Costo
Adquisiciones	Dominio y página web	0,00 €
	Oficina Comercial	7.200,00 €
	Desarrollador web	2.500,00 €
	Software de gestión	450,00 €
	Patente	1.742,00 €
	Diseñadora	36.000,00 €
	Proveedor fabricación de zapatos	84.058,80 €
	Agencia de publicidad	20.000,00 €
	Flagship-store	93.600,00 €
	Diseño interior	5.664,00 €
	Contrataciones administrativas	5.200,00 €
<b>Total</b>		<b>256.414,80 €</b>