

INDICE

1. Introducción y Objetivos.....	pag.4
1.1. Introducción.....	pag. 4
1.2. Orígenes de la Empresa.....	pag. 5
1.3. Estrategias de Expansión y Red de Franquicias.....	pag. 7
1.4. La Central de Compras como pieza clave en el crecimiento de la empresa.....	pag. 17
1.5. Objeto, alcance y objetivo del Proyecto.....	pag. 18
2. La Empresa.....	pag. 20
2.1. La Organización y sus actividades.....	pag. 20
2.2. Descripción de las instalaciones.....	pag. 23
2.3. El Sistema de Control de Stock implantado.....	pag. 41
3. Antecedentes y Bases para el desarrollo de la Central de Compras.....	pag. 46
3.1. Evolución histórica del Sistema de Gestión/Control de Compras en la empresa.....	pag. 46
3.2. Evolución y Tendencias del Sector.....	pag. 48
3.3. Situación de Partida.....	pag. 50
3.4. Sistemática del Departamento de Compras.....	pag. 52
4. Planificación y Desarrollo del Proyecto: La Implantación.....	pag. 60
4.1. Soporte documental para la gestión de datos. Recopilación de información.....	pag. 60
4.2. Coordinación entre Departamento de Compras y Almacén.....	pag. 63
4.3. Líneas de Actuación.....	pag. 65
4.3.1. Reducción de Faltas.....	pag. 65
4.3.2. Aumento de la Rotación del Stock.....	pag. 65
4.3.3. Control de Mercancías.....	pag. 66
4.3.4. Seguimiento de Proveedores.....	pag. 66
4.4. Planificación y prioridades.....	pag. 67

5. Línea 1: Reducción de Faltas.....	pag. 69
5.1. Fuentes de Información de Faltas de Productos.....	pag. 70
5.2. Control de Faltas: Casos Particulares.....	pag. 72
5.2.1. Roturas de Stock.....	pag. 73
5.2.2. Mercancía sin Ubicación.....	pag. 76
5.3. Búsqueda de Artículos Sustitutos.....	pag. 77
5.4. Implantación del Pedido según Stock Mínimo.....	pag. 78
6. Línea 2: Aumento de la Rotación del Stock.....	pag. 79
6.1. Localización de mercancía sin movimiento.....	pag. 79
6.1.1. Criterio de elección de artículos a controlar.....	pag. 79
6.1.2. Control de Mercancía sin Movimiento: casos particulares.....	pag. 80
6.1.3. Análisis del Control de Mercancías: Situación de Control.....	pag. 84
6.1.4. Control en tiendas propias.....	pag. 86
6.1.5. Análisis del Control recibido de Tiendas.....	pag. 91
6.2. Propuesta de liquidación de mercancía.....	pag. 92
7. Línea 3: Control de Mercancías.....	pag. 95
7.1. Identificación de artículos por su descripción.....	pag. 95
7.1.1. Protocolo de descripción de artículos.....	pag. 95
7.1.2. Estructura de familias y sub-familias.....	pag. 98
7.2. Control de pedidos realizados.....	pag. 108
7.3. Control de negativos de stock.....	pag. 110
7.4. Devoluciones y roturas.....	pag. 116
7.5. Control de Artículos vendidos como varios.....	pag. 118
7.6. Control de Artículos sin punto de venta.....	pag. 121
7.7. Estudio de Rentabilidad de artículos similares.....	pag. 123
8. Línea 4: Seguimiento de Proveedores.....	pag. 127
8.1. Ficha de Seguimiento de Proveedor.....	pag. 127
8.2. Control de Fichas de Seguimiento de Proveedores.....	pag. 128

9. Indicadores de Resultados.....	pag. 129
9.1. Indicadores de reducción de faltas.....	pag. 129
9.2. Indicadores de aumento de rotación del stock.....	pag. 131
9.3. Indicadores de mejora del control de mercancías.....	pag. 132
10. Conclusiones y Mejoras.....	pag. 135
10.1. Reducción de faltas.....	pag. 136
10.2. Aumento de rotación del stock.....	pag. 136
10.3. Control de mercancías.....	pag. 137
10.4. Tendencia al multi-precio.....	pag. 138
10.5. Posibles mejoras del sistema informático.....	pag. 138
10.6. Estrategia de mejora continua.....	pag. 139
11. Bibliografía.....	pag. 140
12. Anexos.....	pag. 141
12.1. Anexo 1: Formatos cumplimentados.....	pag. 141
12.2. Anexo 2: Soporte documental.....	pag. 244
12.3. Anexo 3: Incidencias de Stock.....	pag. 270
12.4. Anexo 4: Planos.....	pag. 298