



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL**

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO  
CENTRO DE FORMACIÓN PEDAGÓGICA Y TECNOLOGÍA EDUCATIVA  
MAESTRÍA EN ENTORNOS VIRTUALES DE APRENDIZAJE

## **PROYECTO DE INTERVENCIÓN**

**TÍTULO DEL PROYECTO:**

VIRTUALIZACIÓN DEL CURSO GESTIÓN DE COMPRAS

**PREPARADO POR:**

VICENTE FLORES VARGAS

**TUTOR DEL PROYECTO:**

MARIELA DELAURO

**AÑO**

**2019**

ÍNDICE GENERAL

Contenido

ÍNDICE GENERAL..... 2

Índice de Ilustraciones ..... 3

Resumen técnico ..... 4

PROPUESTA DEL PROYECTO ..... 5

1. El Problema..... 6

- Justificación..... 6
- Contexto del problema ..... 10

2. Prospectiva ..... 12

3. Propuesta pedagógica ..... 13

4. Objetivos ..... 15

- Generales..... 15
- Específicos..... 15

5. Resultados esperados ..... 15

6. Aspectos operativos..... 16

- Administración ..... 16
- Aprendizaje y tecnología..... 16
- Tutoría ..... 17
- Materiales didácticos..... 18

7. Evaluación y seguimiento del proyecto ..... 19

- Antes, durante y al finalizar el proyecto..... 19
- indicadores de evaluación de cada aspecto operativo ..... 21

8. Cronograma para ejecución del proyecto ..... 23

9. Presupuesto..... 23

10. Biografía ..... 25

DESARROLLO DEL PROYECTO..... 26

1. Nombre del curso virtual ..... 27

2. Selección y justificación de las herramientas tecnológicas..... 27

3. Planificación de las clases ..... 30

4. Redacción de las clases.....	35
5 Capturas de pantalla de las clases .....	44
DOCUMENTOS ELABORADOS .....	54
Guía Didáctica .....	55
Unidad 2. Gestión de Proveedores.....	64
CONCLUSIÓN.....	81

### **Índice de Ilustraciones**

Ilustración 1 : <a href="http://moodle.utn.ac.cr/">http://moodle.utn.ac.cr/</a> .....	9
Ilustración 2 : Ubicación Geográfica de la Gran Puntarenas .....	11
Ilustración 4 : Cronograma General Curso Virtual Gestión de Compras.....	23
Ilustración 3 : Presupuesto General Curso Virtual Gestión de Compras.....	24

## Resumen técnico

El proyecto que se plantea es para instrumentar la materia Gestión de Compras en un Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA) con la finalidad de poner a disposición un curso que le permitirá a los alumnos que lo matriculen, aprender a su propio ritmo, conciliando su tiempo de trabajo, de estudio, de socialización, de diversión, recreación y su ubicación geográfica, que sirva como curso modelo, para el desarrollo de otras Materias.

En este proyecto se propone el curso en la plataforma Moodle como una alternativa viable de acreditación de una materia teórica obligatoria de la Carrera de Administración de Empresas de Hospedaje de la Universidad Técnica Nacional Sede Pacifico.

Se plantea el problema de la presencialidad, por razones económico-sociales y una solución apoyada en TIC. Se plantean los escenarios y se evalúan los requerimientos de la posible instrumentación de la materia.

Se realiza un análisis de la operatividad del mismo, así como la forma de evaluar cada uno de los elementos que conforman el proyecto, en los diferentes momentos.

La propuesta pedagógica corresponde a un modelo constructivista en donde el alumno asume un rol activo responsable de su aprendizaje, acompañado de un tutor, con un enfoque basado en competencias y centrado en el alumno el cual será motivado, utilizando la técnica de gamificación, propiciando la construcción de sus PLE mediante el conectivismo e incorporando los recursos de las redes sociales tales como Facebook, twitter como medios de referencias o consignas para los trabajos individuales o grupales.

En su totalidad el proyecto se integra por la tecnología, materiales a utilizar, los recursos humanos como tutores, personal administrativo y operativo.

En general se analizan las diferentes fases del proyecto para determinar la factibilidad de la puesta en marcha del mismo.

# PROPUESTA DEL PROYECTO

## 1. El Problema

El problema que ha motivado la ejecución del proyecto es la necesidad de incorporar el Curso de Gestión de Compras que pertenece al nivel de diplomado de la Carrera de Administración de Empresas de Hospedaje código EH-514 de UTN sede del Pacífico, al nuevo contexto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) mediante la utilización de una herramienta de gestión de aprendizaje **Moodle** (LMS) que traspase las barreras de espacio y tiempo del aula tradicional, para propiciar un aprendizaje más abierto, más significativo, afectivo y de mayor calidad. Con este cambio, además del rompimiento de las barreras geográficas, la rigidez de los horarios y la facilidad de la distribución del tiempo de estudio, se suma a la posibilidad de combinarla con las múltiples ocupaciones que conlleva el estilo de vida moderno, favoreciendo la interacción, la colaboración, el enriquecimiento de la actividad colectiva, mediante el uso de herramientas tecnológicas.

- **Justificación**

En Costa Rica, (Rama & Bonilla, 2017, págs. 99-100) la educación superior ha tenido un cambio paulatino muy importante durante las últimas décadas con el surgimiento de nuevas tecnologías en telecomunicación e informática que dieron paso al surgimiento de nuevas metodologías de aprendizaje como la educación a distancia (la UNED se creó en 1977), que paulatinamente fue generando cultura sobre el uso de alternativas de calidad frente a la educación presencial tradicional. Ya para los 90 la educación superior en general (pública y privada) había adquirido experiencia e instrumentos para desarrollar e incorporar insumos tecnológicos que permitieron optimizar el aprendizaje de los usuarios que han elevado sus competencias tecnológicas gracias a los niveles de cobertura de internet (66% casas urbanas y 46% áreas rurales) y de banda ancha móvil (en 2015 el 95% de penetración según la CEPAL) que tiene actualmente.

El ente que norma en nuestro país lo relativo a educación virtual (aprobación de programas de grados y posgrados) es el **CONESUP** (Consejo Nacional de

Enseñanza Superior Universitaria Privada) (Ministerio de Educación Pública de Costa Rica, 2019) el cual es un órgano adscrito al Ministerio de Educación Pública, que se creó en 1981, con el objetivo de regular y fiscalizar a las Universidades Privadas,

Las instituciones educativas con modalidad presencial deben asumir y responder a retos y desafíos para la incorporación de las (TIC) en los procesos de aprendizaje, generado así un abanico de oportunidades para la implementación de ambientes versátiles que garanticen el acceso al conocimiento y a las necesidades reales de los aprendientes

La Universidad Técnica Nacional (UTN) desde su creación, ha izado la bandera de la calidad, la creatividad y la innovación como pilares de su práctica académica. Partiendo de esta perspectiva, ha promovido, como uno de los ejes fundamentales de su acción pedagógica, la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en sus procesos de mediación pedagógica que conlleva una modificación paulatina de los roles de los actores de la acción educativa y la UTN la impulsa activamente.

La mayor experiencia en virtualización de cursos son los impartidos por el área de Tecnología Educativa y Producción de Recursos Didácticos en el Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa a docentes de la UTN en el área de pedagogía, pero existe el interés de las autoridades académicas de ir implementando esta modalidad y de forma progresiva, a la mayoría de los cursos de carreras formales, pero es un largo camino el que se tiene que recorrer, debido a que hay que empezar por capacitar al personal docente en uso de la plataforma y en el diseño de material didáctico que es la parte más compleja y es la que afecta al profesor pues el proceso de diseño y desarrollo de éstos es mucho más complejo que el diseño y desarrollo de materiales escritos (en formato clásico) y sobre todo lograr que se apropien del modelo pedagógico virtual evitando caer en sus mitos e incertidumbres.

Este proyecto se encauza sobre esta misma línea y que con su implementación y puesta en marcha, además de la horizontalidad, el intercambio y la colaboración a través de las nuevas herramientas tecnológicas utilizadas para la mediación

tecnológica, se darían mayores posibilidades de acceso a quienes de una u otra manera, no pueden estudiar de forma presencial ya sea por trabajo y/o que residen en zonas más alejadas de lo que conocemos como la Gran Puntarenas compuesta por los cantones de Puntarenas, Esparza y Montes de Oro, y sus doce distritos, a saber: Puntarenas Centro, Chomes, Pitahaya, Chacarita, El Roble, Barranca, Miramar, San Isidro, La Unión, Espíritu Santo; Macacona y San Juan Grande, los cuales al no tener que desplazarse, alivianan el tema económico de dichos traslados y de interposición horaria.

La oportunidad de este proyecto se potencia por las siguientes razones:

**Primero:** Que los Hoteles y Restaurantes en la zona, representan una actividad predominante, con un potencial para la atracción de inversiones y generadores de un proceso de crecimiento económico sostenido y se ven enfrentados a la necesidad de contratar personal y capacitar los ya reclutados, en temas relacionados con la gestión de compras hoteleras, los cuales con la implementación del entorno virtual de enseñanza y aprendizaje podrán cursarlos en horarios mixtos o extra laborales.

Aquí es importante indicar que Puntarenas es la provincia con la mayor extensión litoral de nuestro país (11.265,69 M2) con una población de 368.877 al 2010, distribuidos en 11 Cantones y 57 Distritos, lo cual representa un 22 por ciento del total del territorio nacional, en donde los indicadores de educación requieren ser mejorados para que su población tenga mayores oportunidades de inserción en el mercado laboral con mejores remuneraciones.

Se tiene la expectativa de que la Gran Puntarenas con sus tres cantones y distritos se vea beneficiada con un crecimiento económico futuro, derivado de los proyectos de infraestructura vial y portuaria.

**Segundo:** Que la Universidad Técnica Nacional cuenta desde el 2010 con un área estratégica y transversal a los diferentes procesos educativos y de desarrollo (Rama Claudio y Bonilla Nuria, 2017) curricular, denominada Tecnología Educativa y Producción de Recursos Didácticos (TEyPRD) en el Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa (CFPTE) especializada en el diseño e



implementación de cursos virtuales en la modalidad de clases híbridas y tutorías a distancia.

También gestiona procesos formativos y de capacitación, para estudiantes, docentes y administrativos, de cursos de extensión y/o capacitaciones que se desarrollan bajo esta misma modalidad.

Este es un centro académico universitario orientado a la innovación permanente en temas científicos y tecnológicos del campo pedagógico y orientado a la generación de tecnología educativa. Toma como estrategia el desarrollo de la investigación, gestión de la ciencia, la innovación y la tecnología aplicable a procesos educativos que garanticen la eficiencia y la eficacia tanto para la enseñanza como para el aprendizaje.

Algunos cursos de capacitación ya se han implementado de manera virtual utilizando como recurso la plataforma Moodle denominada Aula Virtual UTN (ver ilustración 1) y cada vez son más los profesores de la UTN que se capacitan en este entorno virtual de aprendizaje.



Ilustración 1 : <http://moodle.utn.ac.cr/>

- **Contexto del problema**

La UTN y la Sede del Pacífico se encuentran comprometidas con el desarrollo de la Provincia de Puntarenas y las necesidades del sector productivo, con una participación activa para lograr un mayor fortalecimiento de las áreas del quehacer institucional y una mayor proyección social.

La provincia de Puntarenas es la más extensa de nuestro país (11.265,69 M2) con una población de 368.877 al 2010 distribuidos en 11 Cantones y 57 Distritos.

En el plan piloto la población beneficiada con la implementación de este proyecto son en promedio 30 estudiantes del curso de Gestión de Compras de la Carrera de Administración de Empresas de Hospedaje, nivel de diplomado, el cual se imparte en el segundo año en el V ciclo de la carrera y tiene una duración de 4 meses o 15 semanas, tiene como objetivo general, que los estudiantes adquieran los conocimientos Teórico-Prácticos sobre el proceso correcto para gestionar de forma eficiente las compras y los proveedores en función de las necesidades de las operaciones de una empresa de hospedaje.

Este curso se está dirigido a estudiantes con edades de entre los 17 y 21 años, que residen en la Gran Puntarenas (ver ilustración 2) y lugares más alejados, algunos con responsabilidad familiar por ser jefes de hogar.

En general poseen un buen manejo de la computadora y conocimientos suficientes en el uso de internet con la posibilidad de construir su propio entorno personal de aprendizaje (PLE) y anuentes en participar en experiencias de juego, como para enfrentar esta modalidad pedagógica que les permitirá aprender a su propio ritmo en forma responsable, asumiendo un rol activo en su aprendizaje, acompañado de un tutor, con un enfoque basado en competencias y centrado en el alumno.

La mayoría de los cursos que imparte la Universidad Técnica Nacional Sede Pacífico son presenciales, tanto en carreras formales como las de cursos libres y se espera que con este proyecto se puedan virtualizar para mejorar la calidad de la educación y democratizar las posibilidades de educación superior a la mayor parte de la población de la provincia de Puntarenas.

El área denominada Tecnología Educativa y Producción de Recursos Didácticos (TEyPRD) en el Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa (CFPTE) especializada, es la responsable del diseño e implementación de cursos virtuales en la modalidad de clases híbridas y tutorías a distancia.

La supervisión administrativa y académica de la asignatura está a cargo de la Directora de la Carrera de Administración de Empresas de Hospedaje.

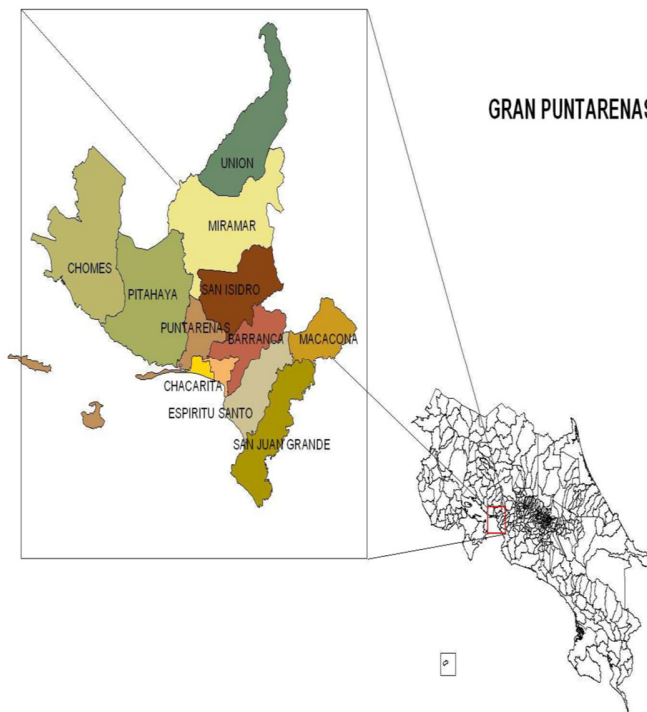


Ilustración 2 : Ubicación Geográfica de la Gran Puntarenas

Todo lo anterior es susceptible de ser implementado siempre que los docentes dominen las herramientas informáticas y de comunicación que les permitan desenvolverse con soltura en estos nuevos escenarios, todo lo cual es factible, con apoyo del área de Tecnología Educativa y Producción de Recursos Didácticos del Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa (TEyPRD).

La Universidad Técnica Nacional (UTN) es el resultado de la fusión de varias instituciones de enseñanza para universitarias y fue creada como la quinta universidad pública de Costa Rica, mediante la Ley #8638 con el fin de dar atención a las necesidades de formación técnica que requiere el país, en todos los niveles de educación superior y asumiendo (Rama & Bonilla, 2017, pág. 42) “el compromiso de atender las nuevas demandas que el sector socio-productivo del país requiere, no solo considerando la multidimensionalidad del sujeto, sino también adherida a una perspectiva innovadora y a un compromiso por la búsqueda de la excelencia académica”.

La viabilidad tecnológica del proyecto es prometedora, ya que además de contar con la plataforma de código abierto Moodle, se tiene el recurso humano suficiente, el ancho de banda adecuado, el equipo de cómputo actualizado y un manual de normas y procedimientos para el diseño e implementación de cursos virtuales, el cual regula la ejecución de los procesos híbridos, tutorías a distancia y sesiones de aprendizaje apoyadas en herramientas digitales y tecnológicas.

## 2. Prospectiva

En el contexto planteado se tienen los siguientes escenarios:

**A corto plazo:** Para el 2020, se implementará el curso de Gestión de Compras de la Carrera de Administración de Empresa y Hospedaje a través de la plataforma Moodle de forma virtual.

**A largo plazo:** Para el 2022, se implementará el curso de Gestión de Compras en las demás carreras que lo incluyan en su malla curricular.

### 3. Propuesta pedagógica

La propuesta pedagógica a utilizar en este proyecto corresponde a un modelo constructivista y holístico partiendo de los fundamentos teóricos de las escuelas de **Vygotsky** tales como (Prioretti, 2015) “el otro más experto” y la “zona de desarrollo próximo” en donde el alumno asume un rol activo (por medio de la construcción de su propio PLE con accesos de los recursos desde la misma plataforma) en un ambiente colaborativo y significativo (por medio de los foros y wikis) y responsable de su aprendizaje, acompañado de un tutor que parte del principio que el conocimiento se construye, y **Ausubel** con un enfoque basado en el aprendizaje significativo para mejorar las competencias, (Ruano, 2009) “las estrategias para un aprendizaje significativo supone crear procedimientos basados en la vida real”, por medio de la resolución de casos o para arreglar situaciones del mundo profesional, trabajo de investigación como final de curso y aplicación de cuestionarios de autoevaluación para evaluar el desempeño, que sirvan de Feedback, utilizando la técnica de gamificación de los mismos mediante la conversión de algunos plugin de la plataforma, al considerar que el aprendizaje se trata de un proceso de desarrollo de habilidades cognitivas y afectivas, alcanzadas en ciertos niveles de maduración. Para la construcción de los PLE de los aprendientes nos basamos en el modelo del conectivismo (Siemens, 2004) en donde el “desarrollo de conocimiento va del personal a la red, de la red a la institución” ya que el proceso de aprendizaje ha dejado de ser interno e individual por lo que se incorporan los recursos de las redes sociales tales como Facebook, twitter entre otros, los cuales se utilizarán como medios para dar referencias o consignas de trabajo ya sea individual o grupal.

Para que este modelo cumpla con su objetivo, es necesario que se revise los roles clásicos del profesor y los alumnos:

“Alumno:

Es el centro del proceso de enseñanza y aprendizaje.

Es un protagonista activo ya que aplica los contenidos en lugar de ser pasivo escuchando las lecciones magistrales

Construye sus conocimientos con otros (Aprendizaje social)

Interactuar con sus compañeros para resolver problemáticas asociadas a los contenidos disponibles en los entornos de enseñanza y aprendizaje a través de foros, chats y actividades colaborativas como tareas grupales, wikis, glosarios, talleres o redes sociales

Docente o facilitador:

En esta metodología el docente no es la única fuente de conocimiento. Su intervención y guía sigue siendo importante para que los alumnos construyan el conocimiento. Sin embargo, ahora tiene otros roles como:

Facilitar los contenidos apropiados del curso

Guiar a los alumnos para obtener información confiable

Personaliza el aprendizaje ofreciendo consultas, contenidos y actividades para que cada alumno avance y obtenga los conocimientos sin dejar de lado sus características, dificultades o necesidades”. (e-ABC Learning, 2017)

Se espera que esta información sea lo más significativa posible, para que pueda ser aprendida. Así el proceso de enseñanza y aprendizaje se realiza mediante el intercambio dialéctico entre los conocimientos del docente y los del estudiante, de tal forma que se pueda llegar a una síntesis productiva para ambos y una mejor adaptación al medio. Es decir, que los estudiantes construyan un conocimiento significativo; alcancen la comprensión cognitiva para favorecer el cambio conceptual, considerando las condiciones emocionales, tanto del educador como del estudiante, para lograr niveles satisfactorios de adaptación al contexto y un adecuado bienestar.

#### 4. Objetivos

- **Generales**

Virtualizar el curso Gestión de Compras de la Carrera de Administración de Empresas de Hospedaje a través de un entorno virtual que facilite la enseñanza y el aprendizaje de los estudiantes apoyados con material didáctico y tecnologías digitales, sociales y emergentes que mejor se adapten, por medio de la plataforma Moodle del TEyPRD.

- **Específicos**

- Planificar y elaborar todo el material didáctico que se utilizara como apoyo al proceso de enseñanza y aprendizaje mediante la plataforma Moodle.
- Introducir a los estudiantes en el uso de la plataforma Moodle y la construcción de propio PLE para enriquecer las prácticas de Enseñanza y Aprendizaje.
- Cumplir con los requisitos establecidos por el TEyPRD en el uso del Aula Virtual de la plataforma Moodle la cual será el soporte del proyecto.

#### 5. Resultados esperados

Los resultados esperados con la implementación del proyecto al 2020 son los siguientes:

100% de la promoción (30 alumnos) del curso Gestión de Compras de la Carrera de Administración de Empresas de Hospedaje, para el segundo cuatrimestre del 2020, modalidad virtual.

0% de deserción al finalizar el segundo cuatrimestre, debido a la motivación del Modelo Pedagógico (actividades, recursos didácticos y estrategias de enseñanza y aprendizaje) basado en las nuevas tecnologías de comunicación social.

100% del Material Didáctico diseñado para apoyar el desarrollo de la asignatura Gestión de Compras en el entorno virtual a principios del segundo cuatrimestre del 2020.

100% de los estudiantes matriculados aprobados, al final del segundo cuatrimestre del 2020.

## 6. Aspectos operativos

- **Administración**

La administración del sistema recaerá en tres instancias.

- El docente de la materia: A este le corresponde crear su curso, desarrollar materiales, prácticas y acercarse los recursos que requiera para la misma.
- El Director de la Carrera: Que es quien lo asesora acerca del manejo de la plataforma, la activación de cursos, revisión de alumnos inscritos, todo lo referente a la administración de los cursos de la carrera.
- El Centro de Formación Pedagógica y Tecnológica Educativa: Administra a docentes, alumnos y recursos de Moodle, la base de datos (con los datos de los alumnos inscritos), respalda cursos, genera los lineamientos para acreditar un curso a distancia, realiza el mantenimiento de todos los elementos que sostienen el funcionamiento de la plataforma.

- **Aprendizaje y tecnología**

Se utilizarán tecnologías apropiadas para promover y acompañar el aprendizaje, con anticipación de las prácticas a realizar por parte de los estudiantes. Se va a trabajar con los recursos tecnológicos con que cuenta la UTN con apoyo del Centro de Formación Pedagógica y Tecnológica Educativa mediante el uso de la plataforma Moodle en donde se subirán los materiales didácticos (clases, guías didácticas, unidades temáticas, foros y archivos de estudio) de la materia de Gestión de Compras que se oferta de manera presencial para transitar hacia la modalidad a distancia.



PRÁCTICA	CONTENIDO
Clase presentada en la plataforma.	Texto relacionado directamente con la materia, utilizando imágenes, gráficos videos y texto de colores para resaltar temas importantes.
Lecturas obligatorias	Por medio de enlaces al lugar de origen de los archivos de Word o PDF para que los estudiantes se informen de la parte teórica del curso.
Demostración	Se realiza por medio de un video o una presentación algún tema que alimente un poco más la materia escrita.
Blog	Los estudiantes construyen un blog, donde cada uno construirá un aporte de contenido de texto relacionado con la materia.
Foro de discusión, dudas y consultas	Se plantea un foro en la plataforma, con un tema de fondo relacionado con la materia para que los estudiantes aporten ideas, realicen consultas, relacionado con el tema central del foro.
Trabajo colaborativo	Construcción de una Wiki, donde cada estudiante aportara, texto, videos, imágenes que ilustren el tema de la materia.

- **Tutoría**

El paradigma formativo en entornos virtuales cuenta, desde siempre, con adeptos y detractores. Sin embargo, existe un consenso bastante generalizado en afirmar que el factor clave para alcanzar una formación en línea que responda a las más elevadas exigencias de calidad está centrado en la tutoría en entornos de formación virtual, la cual se establece en tres horas semanales para este proyecto.

En el proceso de enseñanza y aprendizaje que utiliza este posgrado hay un aspecto muy importante cual es que el docente cumple el rol de estudiante, lo cual viene a sensibilizarlo, al mismo tiempo que adquiere las destrezas en el manejo de la plataforma y le establece el norte de cómo debe plantear las lecciones en este tipo de entorno, de tal manera que la materia sea claramente explicada al estudiante.

El Tutor del curso tendrá las siguientes funciones.

- ❖ Elaborar y/o manejar el Programa de la Asignatura.
- ❖ Elaborar el sistema de evaluación.
- ❖ Definir los elementos de aprendizaje requeridos de acuerdo al Programa de la Asignatura.
- ❖ Diseñar los elementos de aprendizaje definidos para el curso de forma conjunta con un especialista en diseño gráfico.
- ❖ Elaborar los elementos de aprendizaje requeridos con el auxilio de un especialista en entorno virtual.
- ❖ Diseñar el curso virtual.
- ❖ Implementar el curso virtual.

- **Materiales didácticos**

Una de las características más importante de la labor del docente en entornos virtuales es que la mayor parte de su actividad está contenida en soportes textuales que median entre el docente y los alumnos. Las capacidades para elaborar diversos tipos de textos y diseñar actividades que constituyan verdaderas experiencias de aprendizaje resultan entonces imprescindibles para un mejor desempeño profesional.

MATERIAL	DETALLE
Clases Virtuales	Serán líneas de texto que expliquen ampliamente aspectos generales de la materia, elaborados por los profesores con más experiencia en entornos virtuales de educación de la universidad.
Guías Didácticas	Estas guías son como una especie de cronogramas de curso, donde se detalla paso por paso, todas las actividades que se realizarán en el curso, esta parte es elaborada por docentes que conocen bien el contenido de la materia y tienen conocimientos básicos en entornos virtuales de educación.
Unidades Temáticas	Las unidades temáticas, son los contenidos propios del curso, todos los temas que se verán en detalle en el desarrollo del curso.
Guías de Lecturas	Son archivos por lo general en formato pdf, que sirve como guía principal para las lecturas obligatorias que el estudiante tiene que realizar durante el curso, las construyen los profesores.
Mapas Conceptuales	Estos son resúmenes de la materia, por medio de gráficos, que representan enlaces entre los diferentes conceptos.
Proyecto como trabajo final	En el que cada grupo selecciona una empresa de hospedaje y mediante un cuestionario guía, se desarrolla un trabajo de investigación del proceso de compras.

## 7. Evaluación y seguimiento del proyecto

- **Antes, durante y al finalizar el proyecto**

**Antes** de la implementación del proyecto se debe diseñar un mecanismo de evaluación que asegure que el mismo se ha completado con todos sus elementos: objetivos, contenidos, destinatarios, actividades a realizar, recursos que se utilizarán, temporalización y evaluación. Son funciones de la evaluación:

Monitoreo del avance o progreso del proyecto mediante la captura de informaciones y datos de todo lo ejecutado hasta ese momento.

Estudio y análisis de las informaciones y datos que permitan hacer las comparaciones de lugar y controlar las diferencias de acuerdo a lo planificado.

Seguimiento y ajustes en el camino de aquellas actividades y acciones hasta su estabilización. La universidad autónoma del estado de Hidalgo utiliza los siguientes:

“Instrumentos de evaluación:

Protocolo para el análisis de los materiales.

Protocolo para el análisis del desarrollo del curso en la plataforma virtual.

Encuestas de alumnos- profesores.

Protocolo para la evaluación de los antecedentes académicos del docente”.  
(Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, s.f.)

**Durante** el desarrollo del proyecto, es necesario evaluar la ejecución en términos de los objetivos planteados para el proyecto y para cada uno de los actores que interactúan en el mismo (logro de competencias conceptuales, procedimentales y actitudinales) y métodos de aprendizaje utilizados (tecnologías, materiales de estudio, técnicas de aprendizaje, contenidos, etc.).

Para evaluar el trabajo de los administradores y tutores es muy importante desarrollar talleres y reuniones donde se permite la exposición de dificultades y se generen procesos de retroalimentación para trabajar en conjunto para mejorar las debilidades y potenciar las fortalezas.

Es determinante que el tutor dedique por lo menos 3 horas por semana al seguimiento de sus estudiantes para interpretar adecuadamente los resultados que pueda ir obteniendo para luego comunicarlo. Lo anterior lo podrá obtener de los datos estadísticos que arroja la plataforma tomando en cuenta el porcentaje de asistencia, participación y trabajos realizados por cada estudiante con el objetivo de medir el grado de destrezas en el manejo de los recursos tecnológicos de la plataforma.

**Al final**, se evaluará el proceso de aprendizaje en cuanto a las tecnologías utilizadas y el grado de aprendizaje e interés mostrado por los alumnos para establecer, si han sido adecuados en pos de promover un aprendizaje significativo en los mismos. A partir de esto, se definirán las estrategias a las que se le dará continuidad y las que deberán modificarse.

Los tutores serán evaluados por los estudiantes de forma individual y en forma colectiva el proceso de aprendizaje utilizado en el curso.

Las herramientas tecnológicas y plataforma serán evaluadas por medio de una encuesta confeccionada para tal fin, con el objetivo de conocer las experiencias de los estudiantes al utilizarlas, con indicación de las facilidades y dificultades encontradas durante el desarrollo del curso.

- **indicadores de evaluación de cada aspecto operativo**

#### **Administración**

- Es imprescindible la experiencia y la formación continua del docente (tutor) del curso en el diseño de materiales y prácticas en entornos virtuales de aprendizaje.
- Es imprescindible que el tutor coordine con el director de la carrera aspectos administrativos del curso como lo son la activación de curso en la plataforma Moodle y verificación de alumnos inscritos.
- Es imprescindible coordinar el mantenimiento y administración de los recursos de la plataforma Moodle, material de capacitación y base de datos con el Área de Tecnología Educativa de la Universidad Técnica Nacional.

#### **Aprendizaje y Tecnología**

- Es imprescindible la flexibilidad del modelo para que las prácticas de aprendizaje se adecuen a las necesidades del curso y favorezcan el proceso de enseñanza y aprendizaje.

- Es deseable incentivar la conciencia del aprendizaje auto dirigido, autónomo y autor regulado, en donde los estudiantes son auto responsables del conocimiento y se proyecte al trabajo grupal colaborativo.
- Es imprescindible planificar en forma anticipada la tecnología que promueva y acompañe el aprendizaje de los estudiantes.

### **Tutoría**

- Es imprescindible la capacitación de los docentes (tutores) en el uso correcto de las herramientas tecnológicas y la plataforma a utilizar.
- Es imprescindible que los tutores sean especialistas en mediación pedagógica en entornos virtuales del área a desarrollar, para garantizar la transmisión adecuada de conocimientos acordes con los objetivos teóricos planteados.
- Es imprescindible que los tutores cumplan con las tres horas semanales de seguimiento de las actividades y evaluación de las estadísticas.
- Es deseable que los docentes (tutores) como parte del grupo interdisciplinario del proyecto asistan a las sesiones de coordinación y emitan informes con los avances experimentados.

### **Material didáctico**

- Es imprescindible que el material didáctico para cada unidad del curso resulte de fácil acceso, disponibilidad suficiente y diseño atractivo para los estudiantes y que sea propios para la mediación en entornos virtuales.
- Es imprescindible que el material didáctico sea diseñado por tutores del curso a desarrollar.
- Es deseable que los materiales didácticos diseñados por los tutores, sean revisados y aprobados por especialistas de diseño para entornos virtuales.

**8. Cronograma para ejecución del proyecto**

El cronograma toma en consideración el tiempo necesario para realizar las reuniones previas del equipo interdisciplinario, la conformación del equipo de trabajo, la capacitación del personal que estará a cargo del curso virtual, el periodo de ejecución del curso y el respectivo análisis antes y después por parte del grupo interdisciplinario del proyecto, cuya distribución se presenta en la ilustración 4.

CRONOGRAMA												
MESES												
ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Reuniones previas grupo interdisciplinario	■											
Organización equipo de trabajo	■	■										
Adquisición de plugin y pruebas de funcionamiento		■	■	■								
Confección materiales didácticos					■	■	■	■	■			
Retroalimentación Grupo interdisciplinario									■	■		
Curso virtual Gestión de Compras										■	■	■

Ilustración 3 : Cronograma General Curso Virtual Gestión de Compras.

**9. Presupuesto**

Si bien es cierto que con los recursos que cuenta la UTN tanto pedagógicos, de formación docente, tecnológicos, bases de datos digitales y de administración de la

plataforma Moodle son suficientes para poner en marcha el proyecto con las dimensiones actuales, es necesario invertir tiempo y esfuerzo de manera conjunta entre varias instancias para conformar el equipo interdisciplinario para integrar, compartir y desarrollar los objetivos comunes de este proyecto y cuyos rubros se presentan en la ilustración 3.

<b>PRESUPUESTO</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>\$ MONTO</b>
Adquisición de plugin y otras aplicaciones y equipos	2400
Tutores	1700
Viáticos	850
Mantenimiento equipo de cómputo	1500
Administrador de plataforma	1300
Asesoramiento equipo interdisciplinario	1050
<b>Total</b>	<b>8800</b>

Ilustración 4 : Presupuesto General Curso Virtual Gestión de Compras.



## 10. Biografía

e-ABC Learning. (2017). e-ABC Learning. Obtenido de <https://www.e-abclearning.com/blended-learning/>

Ministerio de Educación Pública de Costa Rica. (2019). CONESUP. Obtenido de CONESUP: <https://www.mep.go.cr/conesup>

Prioretti, J. L. (27 de 12 de 2015). *Inclusión y calidad educativa* . Obtenido de ¿Cómo aplicar la teoría de Vygotsky en una clase?: <https://inclusioncalidadeducativa.wordpress.com/2015/12/27/como-aplicar-la-teoria-de-vygotsky-en-una-clase/>

Rama, C., & Bonilla, N. (2017). *La Educación a distancia y virtual en Costa Rica. El desafío de incorporar tecnologías en la enseñanza universitaria*. Alajuela: EUTN.

Ruano, M. R. (2009). ¿CÓMO FOMENTAR EL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO EN EL AULA? . *Temas para la Educación*, 6.

Siemens, G. (12 de 12 de 2004). Obtenido de [https://maestria.aprendevirtual.org/archivos/\\_531/FASE\\_1\\_Conectivismo\\_George\\_Siemens.pdf](https://maestria.aprendevirtual.org/archivos/_531/FASE_1_Conectivismo_George_Siemens.pdf)

*Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. (s.f.). Obtenido de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/atotonilco/n7/r2.html>

## DESARROLLO DEL PROYECTO

**1. Nombre del curso virtual:** Gestión de Compras

**2. Selección y justificación de las herramientas tecnológicas:**

Para la realización de mi proyecto de intervención, elegí la plataforma **Moodle**. Primero: porque se ajusta al modelo pedagógico de constructivismo indicado en la propuesta pedagógica del proyecto ya que defiende la colaboración de todos los participantes (estudiantes como diseñador y constructor de su propio conocimiento y profesorado para ser un administrador muy organizado), de forma que puedan contribuir a la experiencia educativa de diferentes formas, cuestión que se pone de manifiesto en el diseño de las herramientas que se habilitaran, las cuales permiten otorgar a los participantes la potestad de generar conocimiento y reflexionar de forma crítica en torno a los temas del curso, así como construir conocimiento de manera compartida

Segundo: Porque es la plataforma que utiliza la Universidad Técnica Nacional en el área denominada Tecnología Educativa y Producción de Recursos Didácticos (TEyPRD) en el Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa (CFPTE). Esta plataforma de e-learning es un software gratuito que ofrece un potente paquete de herramientas y recursos para crear cursos online y entornos de aprendizaje y dentro de sus bondades y características que sirven al proyecto tenemos:

-Se puede implementar para hacer cursos online, semipresenciales, crear cursos complementarios a las actividades presenciales, repositorios de materiales o centro de recursos, un espacio colaborativo, incluso aulas tutoriales.

-Posibilita cargar material educativo como presentaciones, vídeos, apuntes, imágenes, presentaciones; facilita la realización de actividades o tareas; permite la comunicación entre docentes y alumnos; y tiene opciones para gestionar la evaluación de los estudiantes.

-Cuenta con instrumentos sincrónicos como el chat, pudiendo integrar videoconferencias o pizarras digitales; asincrónicas como foros, mensajerías.

-Puede ser complementado mediante la integración con otros sistemas más abiertos y donde se da un mayor protagonismo al estudiante, como puede ser entorno de

gestión de PLE, que favorece la gestión del aprendizaje autónomo de los estudiantes, y estimula la comunicación entre iguales.

Además de las herramientas de producción de materiales, Moodle dispone de una serie de funcionalidades que hacen posible gestionar el proceso de enseñanza y aprendizaje en una actividad formativa, refiriéndonos con ello a la posibilidad de:

- Gestionar el seguimiento de un curso mediante la finalización de actividades.
- La configuración del acceso a los materiales mediante las restricciones de disponibilidad y los agrupamientos.
- La gestión de competencias en el entorno virtual, o los sistemas de reconocimiento como las insignias digitales o badges.

Así este proyecto, constituye una propuesta de formación que contempla su implementación predominantemente mediante Internet, haciendo uso de los servicios y herramientas que esta tecnología provee.

En cuanto a la estructura, los **aspectos operativos** de los materiales didácticos y actividades a utilizar como apoyo al proceso de enseñanza y aprendizaje, que busca que el alumno se apropie de las herramientas pertinentes para el logro de los objetivos del curso de Gestión de Compras se habilitaran los siguientes:

### **Recursos**

**Novedades:** Se utilizará para informar acerca de la habilitación de las clases, apertura y cierre de foros.

**Página:** Se utilizará para comunicar las indicaciones importantes sobre las actividades que se deben desarrollar en la clase, por medio de las **Orientaciones de la semana**.

**Archivos:** Serán incluidos en el aula virtual, en diferentes formatos como archivos de texto, presentaciones, imágenes, videos, como apoyo a las actividades.

**URL:** Este recurso de enlace de páginas Web externas, se utilizará para que los alumnos puedan acceder a más contenidos para mejor resolver las actividades.

**Libro:** Se utiliza para la presentación de temas específicos del curso, con la finalidad de facilitar la información de una manera comprensible para el aprendiente.

**Facebook:** Mediante la asociación de las cuentas de Facebook de los estudiantes a la plataforma Moodle, se podrán añadir actividades en vivo, podrán realizar

trabajos en forma conjunta y organizar sus fuentes de información para intercambiar conocimiento.

**Twitter:** Se habilitará para que los estudiantes puedan leer la información de la red sin salir de la plataforma, lo cual permite integrar las redes sociales al proceso de gestión de contenidos del curso y motivar a los alumnos a integrar su PLE a dicho proceso.

**Lecturas:** Por medio de enlaces al lugar de origen de los archivos de Word o PDF para que los estudiantes se informen de la parte teórica del curso,

**Lección:** Para presentar material educativo, de manera que el estudiante pueda abordar a su ritmo y puede evaluar lo aprendido a medida que se avanza en los contenidos.

### **Actividades**

**Tarea:** Esta actividad se utilizará para evaluar asignaciones en las que se le solicita alguna evidencia de trabajo.

**Wikis:** Esta herramienta al permitir la edición en forma colaborativa, se utilizará para el desarrollo del trabajo final en grupos de 5 a 6 estudiantes, el cual se estructurará durante el desarrollo del curso.

**Foros:** Estos espacios se utilizarán para el intercambio de ideas en forma reflexiva entre los participantes del curso para discutir, analizar y retroalimentar una temática específica, partiendo de una consigna o pregunta generadora. Se habilitarán foros de consulta, para trabajar en forma colaborativa y abiertos de manera informal.

**Chat:** Este medio de comunicación sincrónica (en tiempo real) será utilizado para generar entre los participantes conversación para compartir e intercambiar ideas y experiencias, trabajar en forma colaborativa y realizar consultas sobre el contenido de los temas conforme se van desarrollando.

**Cuestionario:** Se utilizará para aplicar instrumentos de valoración sobre los contenidos u objetivos específicos del curso, para determinar los conocimientos adquiridos durante el desarrollo del mismo.

### 3. Planificación de las clases

#### Conceptos y clases del módulo

Clase 1: Búsqueda, Selección y Evaluación de Proveedores

Clase 2: Contratos de Compra Venta

Clase 3: Negociación con los Proveedores

#### Clase 1:

Búsqueda, selección y Evaluación de Proveedores

Objetivo de la Clase:

Identificar los pasos del proceso de búsqueda, selección y evaluación de todos los posibles proveedores que aseguren los flujos de aprovisionamiento que agreguen valor a la empresa.

Contenidos de la clase:

- Los proveedores como parte del entorno
- Búsqueda de proveedores
- Selección de proveedores

Bibliografía:

Obligatoria

Flores, Vicente (2019) Unidad 2. Gestión de Proveedores. Universidad Técnica Nacional.

Complementaria:

Webyempresas (2019) <https://www.webyempresas.com/teoria-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>

MailxMail.com (2008) <http://www.mailxmail.com/curso-proveedores-compra-venta/seleccion-proveedores-caso-practico>

Recursos:

Fotografía que encabezara todas las clases.

<https://photos.google.com/photo/AF1QipMianFuNxVE2QHVkpAp8853g52sShPjCnsgAYyA>

Icono a ser utilizado para identificar las asignaciones (actividades) en todas las clases.

<https://photos.google.com/photo/AF1QipOcknapbrWyuDm4WYnEhuobQlaWfilMBmcPopsJ>

Firma que será utiliza al final de todas las clases

<https://photos.google.com/photo/AF1QipNFvzqE55CcFlsDkD29h4rfCUOd3htU11wo8!A>

Videos Cálculo de demanda estimada por mínimos cuadrados que muestran la forma de calcular la demanda estimada de un producto, publicado en YouTube.

Parte 1: <https://www.youtube.com/watch?v=RnOhvgNpukM>

Parte 2: <https://www.youtube.com/watch?v=wiTbwfmtLm0>

Parte 3: <https://www.youtube.com/watch?v=32mpivxN128>

Actividades:

Actividad 1: Caso Proceso de Selección de Proveedores

Esta actividad se propone con el objetivo de llevar a la práctica dos de las etapas del proceso de Selección de Proveedores: 1) Evaluación de las necesidades, mediante el método de mínimos cuadrados como respuesta a la pregunta: ¿Cuánto Pedir? y 3) Análisis de ofertas bajo el criterio de precio. La calificación se hará por medio de un cuestionario tipo test con respuesta automática, con posibilidad de tres intentos para acertar. El plazo para realizarlo será de 20 minutos.

Foro:

Foro 1:

Una de las herramientas indispensables para la buena gestión de los suministros es contar con proveedores idóneos, que nos garanticen su disponibilidad para suplir las necesidades de la empresa. Como Administradores en una empresa de hospedaje, y especialmente como responsable de unos recursos SUMINISTROS, debemos tener un listado de proveedores, para el proceso de adquisición. Después de leer el documento sobre el tema y realizar su propio análisis en un ensayo, responda: ¿Por qué es importante y que garantías nos ofrece contar con unos proveedores previamente evaluados y calificados? Este foro estará abierto durante

una semana y se calificarán la participación de al menos tres, en términos de contenido, lenguaje y respuesta.

**Clase 2:**

Contratos de Compra Venta

Objetivo de la Clase:

Identificar los elementos, requisitos y obligaciones en los contratos de compra venta producto de la relación comercial con nuestros proveedores.

Contenidos de la clase:

- El contrato de compra venta
- Obligaciones del comprador
- Obligaciones del Vendedor
- Finalización del contrato

Bibliografía:

Obligatoria

Flores, Vicente (2019) Unidad 2. Gestión de Proveedores. Universidad Técnica Nacional.

Complementaria

Monografias.com (2012) <https://www.monografias.com/trabajos91/contrato-compraventa/contrato-compraventa.shtml>

Recursos:

Video contrato de compra venta que nos muestra conceptos de la compra venta en forma animada publicado en YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=MI8vBFbK65M>

Actividades:

Actividad 2 Mapa Conceptual

Esta actividad se propone con el objetivo de apropiarse de los conceptos y elementos que deben tener los contratos de compra venta mediante la elaboración de un mapa conceptual en donde se incluya las ideas más relevantes y estructurando los conceptos de lo más generales a los más específicos. Se calificar por medio de una rúbrica de estructuración del mismo y se tendrá un plazo de una semana para su entrega.



Foro:

Foro 2

Para garantizar que se cumplan los derechos y obligaciones de las partes en un contrato de compraventa deben plasmarse las condiciones de compra en un documento que firmado garantice el cumplimiento de lo que en este se estipule. Luego de realizar la lectura del material se presentará un caso hipotético que será analizado en el foro para identificar: Los requisitos de validez, elementos del contrato, obligaciones de las partes, pliego de condiciones y los aspectos formales. Se calificará en términos de contenido, lenguaje y respuesta y permanecerá abierto por una semana.

### **Clase 3:**

Negociación con los Proveedores

Objetivo de la Clase:

Identificar las etapas del proceso de negociación con los proveedores con el fin de obtener relaciones duraderas con beneficios mutuos para las partes.

Contenidos de la clase:

- Preparación de la negociación
- Fases de la negociación
- Debate o negociación
- Resolución de Problemas
- Cierre

Bibliografía:

Obligatoria

Flores, Vicente (2019) Unidad 2. Gestión de Proveedores. Universidad Técnica Nacional.

Recursos:

Video Simulación de una negociación (Empresa exportación) que nos muestra una simulación de negociación de una empresa exportación en donde se puede ver plasmando las fuerzas competitivas de Porter, publicado en YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=V7Q4frhIHaw>

Video Negociar es fácil, si se sabe cómo - Entrevista con Alejandro Hernández publicado en Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=Qqd9blvMSD4>

Actividades:

### Actividad 3 **CASO**

Esta actividad se propone para poner en práctica las reglas de negociación según (Budjac, 2011) mediante la lectura del siguiente caso.

**“Clint es el supervisor de Marilyn, ella es una, empleada de Medio tiempo y conocida por asumir responsabilidades. Clint le dijo a uno de sus colegas que podría engañar a Marilyn Para que completara un proyecto y así pudiese tomarse un fin de semana largo.**

**Clint le dijo a Marilyn que solo ella tenía las habilidades y la meticulosidad para completar el proyecto en forma apropiada y en tiempo y, que, además, le hará un gran favor si acepta el desafío. Marilyn accedió sin embargo como no puedo localizarlo el fin de semana para obtener información importante para finalizar el proyecto, lo dejo incompleto. Clint responsabilizo a Marilyn por la falla y ella siente que su impecable expediente tiene una mancha. Marilyn se está lamentando por todo esto ya que renuncio a su fin de semana entero. Sin paga extra, solo por quedar bien”.**

1. ¿Cuáles reglas de negociación rompió Clint?
2. ¿Cuáles rompió Marilyn?
3. En este punto ¿puede Marilyn recuperarse de sus errores? Si es así, ¿Cómo?

Esta actividad se calificar términos de contenido, lenguaje y respuesta se tendrá un plazo de una semana para su entrega.

Foro:

Foro 3

Lea muy atentamente el siguiente fragmento del libro inteligencia Emocional del autor Daniel Coleman:

«Los descubrimientos realizados sobre el liderazgo en el mundo empresarial y profesional nos proporcionan una imagen bastante más compleja. En este sentido, el Coeficiente de Inteligencia (CI) constituye un excelente predictor de la capacidad de afrontar los retos cognitivos que exige una determinada posición, y son centenares —si no miles— los estudios que demuestran que el CI predice, sin la menor duda, el escalafón profesional al que puede acceder una persona.

Pero el valor predictivo de CI parece desvanecerse cuando de lo que se trata es de determinar quiénes, de entre un amplio abanico de candidatos intelectualmente preparados, acabarán alcanzando una posición de liderazgo. Esto se debe, en parte, al llamado "efecto piso", es decir, que quienes ocupan los escalones superiores de una determinada profesión o los niveles más elevados de una organización, ya han sido seleccionados en función de sus capacidades intelectuales y de su experiencia [...] pero dentro de este grupo de personas, quienes mostrarán mayor capacidad de liderazgo no es ni las que poseen una mayor capacidad técnica ni el mayor CI, sino las que poseen mayor inteligencia emocional.»

¿Qué entiende Coleman por liderazgo? ¿Qué relación tiene esta cualidad con la capacidad de una persona para llevar a cabo una negociación? Este foro estará abierto durante una semana y se calificará la participación de al menos tres, en términos de contenido, lenguaje y respuesta.

#### 4. Redacción de las clases

##### Clase 1



Vicente Flores

### Clase 1: Búsqueda, selección y Evaluación de Proveedores

Bienvenidos a nuestra primera clase de la Unidad 2 la cual pretende poner en practica la forma de buscar y seleccionar a los proveedores mejor calificados agregando valor y competencia al hotel. La idea es ir avanzando paso a paso en la

generación de conocimiento de forma particular y/o grupal, para reflexionar y compartir, con la finalidad de conseguir los objetivos propuestos para esta clase. Desde ya me pongo a sus órdenes para consultas, por lo que no duden en contactarme.

La búsqueda y selección de proveedores más adecuados a las necesidades de un hotel es un proceso que está presente en todas las empresas y generalmente recae sobre del departamento de compras. La búsqueda y selección de proveedores, se puede dar principalmente por tres razones, ya sea porque se está iniciando operaciones o porque ya posee, pero estos no le satisfacen sus necesidades y requieren de mejor calidad o para ampliar la cartera de proveedores de donde poder escoger si los desea cambiar.

La clave de una buena selección de los proveedores recae en la importancia de saber qué criterios utilizar para seleccionarlos, conocer el [entorno](#) y las fuerzas que intervienen en específico el poder de negociación de los proveedores y saber negociar, ya que se debe tomar en cuenta que tipo de impacto tendrán los productos o servicios que ofrece y si este será un impacto positivo con la calidad del servicio y competitividad del hotel.

Dentro del proceso de selección hay dos aspectos de suma importancia que deben saber: la primera es la evaluación de las necesidades, ¿cuánto pedir?, lo cual es posible predecir entre otros métodos por medio del análisis de la recta de regresión por mínimos cuadrados y, segundo, el análisis de ofertas mediante la calificación de los criterios de selección.

Para el cálculo de las necesidades ¿Cuánto Pedir? los invito a ver los videos Cálculo de demanda estimada por mínimos cuadrados, [Parte 1](#), [Parte 2](#) y [Parte 3](#) y como ejemplo del análisis de ofertas los invito a acceder el siguiente link de [MailxMail.com](#)

## Asignaciones (actividades)



Leer la [Unidad 2](#). Gestión de Proveedores, tema búsqueda, selección y evaluación de proveedores.

Realizar la actividad denominada [Caso Proceso de Selección de Proveedores](#) en donde deberán de realizar dos de las etapas del proceso de Selección de Proveedores: la #1 [Evaluación de las necesidades](#), mediante el método de mínimos cuadrados como respuesta a la pregunta: ¿Cuánto Pedir? y la #3 [Análisis de ofertas bajo el criterio de precio](#). La calificación se hará por medio de un cuestionario tipo [test](#) con respuesta automática, con posibilidad de tres intentos para acertar. El plazo para realizarlo será de 20 minutos.

Además, se le invita a participar en el [Foro ¿Por qué es importante y que garantías nos ofrece contar con unos proveedores previamente evaluados y calificados?](#)

Una de las herramientas indispensables para la buena gestión de los suministros es contar con proveedores idóneos, que nos garanticen su disponibilidad para suplir las necesidades de la empresa. Como Administradores en una empresa de hospedaje, y especialmente como responsable de unos recursos SUMINISTROS, debemos tener un listado de proveedores, para el proceso de adquisición. Después de leer el documento sobre el tema y realizar su propio análisis en un ensayo, responda: ¿Por qué es importante y qué garantías nos ofrece contar con unos proveedores previamente evaluados y calificados? Este foro estará abierto durante una semana y se calificarán la participación de al menos tres, en términos de contenido, lenguaje y respuesta.

Les deseo éxito para esta semana y seguimos en contacto. Manos a la obra o mejor dicho a la plataforma.

Vicente Flores

**Clase 2****Vicente Flores****Clase 2: Contratos de Compra Venta**

Bienvenidos a nuestra segunda clase de la Unidad 2 la cual pretende poner en práctica los conceptos, las características y elementos de los contratos de Compra-Venta como instrumento que asegura el cumplimiento de lo pactado con los proveedores como resultado de la relación comercial. La idea es ir avanzando paso a paso en la generación de conocimiento de forma particular y/o grupal, para reflexionar y compartir, con la finalidad de conseguir los objetivos propuestos para esta clase. Desde ya me pongo a sus órdenes para consultas, por lo que no duden en contactarme

El proceso Administrativo de compra venta se inicia con el desarrollo de las etapas de selección vistas en la clase anterior y finaliza con la formalización de un contrato lo cual tiene como consecuencia la generación de un proceso documental que va desde las facturas, pedidos, órdenes de compra y documentos de pago entre otros.

Para garantizar que se cumplan los derechos y obligaciones de ambas partes en la compra venta deben plasmarse las condiciones de compra en un documento que firmados por las partes garantice el cumplimiento de lo que en él se estipule.

Los contratos de Compra-Venta pueden ser de carácter civil o mercantil por lo que será necesario saber identificarlos ya que cada una tienen efectos jurídicos diferentes. Cuando un comerciante adquiere mercancías de un proveedor para posteriormente ponerla a la venta a un consumidor final, estamos frente a una operación de compra venta de carácter mercantil, mientras que si un consumidor adquiere productos en una tienda para consumo en el hogar estamos frente a una operación de compra venta de carácter civil.

Así las cosas, para que un contrato de compra venta sea mercantil deben estar presente tres aspectos a saber:

- Compra de cosas muebles
- Que se compren para revender
- Que se haga con el ánimo de lucrar

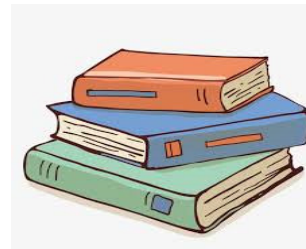
Para su perfeccionamiento puede ser verbal o escrito y se deben saber distinguir los elementos materiales (el bien objeto del contrato y el precio) y personales (el vendedor y el comprador).

La finalización de un contrato se puede dar de tres formas:

- Porque expira el tiempo de vigencia.
- Por acuerdo entre las partes.
- Incumplimiento de alguna de las partes.

Se es invita a ver el video [Contrato de Compra-Venta](#) en donde se muestra en forma simple algunos conceptos y etapas para llega al contrato de Compra Venta

## Asignaciones (actividades)



Leer la [Unidad 2](#). Gestión de Proveedores, tema contrato de Compra-Venta.

Leer el documento [Los contratos de Compra-Venta](#) como material de apoyo para el desarrollo del Mapa Conceptual y la participación en el foro.

Antes de realizar la actividad y participar en el foro, el grupo se dividirá en subgrupos para investigar sobre el tema y se trabajará en Facebook como plataforma en donde publicarán sus avances y dudas, además se utiliza el Hashtag #Mapa y #Compra-Venta en twitter para compartir enlaces para acceder a materiales con los demás grupos para luego subir los productos de mapa conceptual y Contrato de Compra-Venta a YouTube y compartirlos con todo el grupo.

El mapa conceptual tiene como objetivo apropiarse de los conceptos y elementos que deben tener los contratos de Compra-Venta en donde se incluya las ideas más relevantes y estructurando los conceptos de lo más generales a los más específicos. Se calificar por medio de una rúbrica de estructuración del mismo y se tendrá un plazo de una semana para su entrega. La entrega se hará mediante archivo de imagen formato JPG rotulado de la siguiente manera: **Agrupo #\_Mapa Conceptual**, a través de la sección de Actividades

Además, se les invita a participar en el [foro Compra-Venta](#)

Leer caso Hipotético

Para garantizar que se cumplan los derechos y obligaciones de las partes en un contrato de compraventa deben plasmarse las condiciones de compra en un documento que firmado garantice el cumplimiento de lo que en este se estipule. Luego de realizar la lectura del material se presentará un [caso hipotético](#) que será analizado en el foro para identificar: Los requisitos de validez, elementos del contrato, obligaciones de las partes, pliego de condiciones y los aspectos formales. Se calificará en términos de contenido, lenguaje y respuesta y permanecerá abierto por una semana.

Nos seguimos leyendo.

Vicente Flores

### Clase 3



Vicente Flores

## Clase 3: Negociación con los Proveedores

Bienvenidos a nuestra tercera clase de la Unidad 2 la cual pretende luego poner en practica la forma de buscar y seleccionar a los proveedores, el mantener relaciones comerciales duraderas mediante una buena negociación para asegurar los flujos de aprovisionamientos necesario para el funcionamiento del hotel. La idea es ir avanzando paso a paso en la generación de conocimiento de forma particular y/o grupal, para reflexionar y compartir, con la finalidad de conseguir los objetivos



propuestos para esta clase. Desde ya me pongo a sus órdenes para consultas, por lo que no duden en contactarme.

Negociar es como cualquier otra situación social con propósitos comerciales. Funciona mejor cuando las partes se dan tiempo para conocerse. Resulta útil evaluar a las personas que participan en las negociaciones antes que éstas comiencen. Los antecedentes individuales nos dan una guía excelente sobre el nivel de importancia que tiene cada cosa para cada uno, y el nivel de experiencia en el tema. Conforme se inicie el proceso, usted deberá observar, escuchar y aprender, ya que, al fin y al cabo, está relacionada con la inteligencia emocional.

Algunas negociaciones son complejas y tienen muchos asuntos vinculados. Otras tal vez solo tengan algunos. Asimismo, la complejidad de los temas individuales para discutir puede variar mucho. Nadie puede predecir la dirección que tomarán las negociaciones a menos que ambas partes hayan expuesto estos puntos. Puede haber necesidades ocultas que no haya expuesto ninguna de las partes, pero estas surgirán conforme transcurran las negociaciones.

La negociación y el conflicto son parte de la naturaleza humana. Las empresas negocian con clientes, proveedores, trabajadores, colaboradores, etc. La capacidad de negociar es una habilidad que se aprende con la práctica la cual se podría mejorar si aplicamos ciertos criterios, reglas y métodos como estrategia de negociación que lo que busca son oportunidades que puedan posicionar al hotel en una ventaja competitiva.

La relación con los proveedores se debe fijar en forma armoniosa y duradera a largo plazo y para que esta sea posible las negociaciones deberán llegar al desenlace de “Yo gano” “Tu ganas”, con lo cual, además de alcanzar sino todos, la mayoría de los objetivos, habremos cuidado la imagen del hotel y la ética empresarial, creando un marco para futuras negociaciones.

Para vivenciar la negociación se le invita a ver el video [Simulación de una negociación](#) (Empresa exportación) que nos muestra una simulación de negociación de una empresa exportación en donde se puede ver plasmando las fuerzas competitivas de Porter.

De igual forma, el video [Negociar es fácil, si se sabe cómo](#) en una entrevista con Alejandro Hernández, autor del libro con el mismo nombre quien desde 1993 imparte seminarios y conferencias sobre el tema de habilidades directivas y negociación a ejecutivos del sector empresarial y banca.

## Asignaciones (actividades)



Leer la [Unidad 2](#). Gestión de Proveedores, Negociación con los Proveedores.

Leer el capítulo 13 del libro (Budjac, 2011) [Técnicas de Negociación y Resolución de conflictos](#) Reglas de negociación y errores comunes.

Una vez leídos el material y visto el video se les invita a desarrollar el siguiente caso [Reglas de Negociación](#).

Esta actividad se propone para poner en práctica las reglas de negociación según (Budjac, 2011) mediante la lectura del siguiente caso.

**“Clint es el supervisor de Marilyn, ella es una, empleada de Medio tiempo y conocida por asumir responsabilidades. Clint le dijo a uno de sus colegas que podría engañar a Marilyn Para que completara un proyecto y así pudiese tomarse un fin de semana largo.**

**Clint le dijo a Marilyn que solo ella tenía las habilidades y la meticulosidad para completar el proyecto en forma apropiada y en tiempo y, que, además, le hará un gran favor si acepta el desafío. Marilyn accedió sin embargo como no puedo localizarlo el fin de semana para obtener información importante para finalizar el proyecto, lo dejó incompleto. Clint responsabilizó a Marilyn por la falla y ella siente que su impecable expediente tiene una mancha. Marilyn se está lamentando por todo esto ya que renunció a su fin de semana entero. Sin paga extra, solo por quedar bien”.**

1. ¿Cuáles reglas de negociación rompió Clint?
2. ¿Cuáles rompió Marilyn?

3. En este punto ¿puede Marilyn recuperarse de sus errores? Si es así, ¿Cómo?

Esta actividad se calificará en términos de contenido, lenguaje y respuesta se tendrá un plazo de una semana para su entrega. La entrega se hará mediante archivo en formato de procesador de texto (Word) rotulado de la siguiente manera: **Apellido\_Nombre\_Reglas de Negociación**, a través de la sección de actividad.

De igual forma se les invita a participar del [foro ¿Qué relación tiene esta cualidad con la capacidad de una persona para llevar a cabo una negociación?](#)

Lea muy atentamente el siguiente fragmento del libro *Inteligencia Emocional* del autor Daniel Coleman:

**«Los descubrimientos realizados sobre el liderazgo en el mundo empresarial y profesional nos proporcionan una imagen bastante más compleja. En este sentido, el Coeficiente de Inteligencia (CI) constituye un excelente predictor de la capacidad de afrontar los retos cognitivos que exige una determinada posición, y son centenares —sino miles— los estudios que demuestran que el CI predice, sin la menor duda, el escalafón profesional al que puede acceder una persona.**

**Pero el valor predictivo de CI parece desvanecerse cuando de lo que se trata es de determinar quiénes, de entre un amplio abanico de candidatos intelectualmente preparados, acabarán alcanzando una posición de liderazgo. Esto se debe, en parte, al llamado "efecto piso", es decir, que quienes ocupan los escalones superiores de una determinada profesión o los niveles más elevados de una organización, ya han sido seleccionados en función de sus capacidades intelectuales y de su experiencia [...] pero dentro de este grupo de personas, quienes mostrarán mayor capacidad de liderazgo no es ni las que poseen una mayor capacidad técnica ni el mayor CI, sino las que poseen mayor inteligencia emocional.»**

¿Qué entiende Coleman por liderazgo? ¿Qué relación tiene esta cualidad con la capacidad de una persona para llevar a cabo una negociación? Este foro estará abierto durante una semana y se calificará la participación de al menos tres, en términos de contenido, lenguaje y respuesta.

Les deseo éxito para esta última semana de la unidad.

Vicente Flores

5 Capturas de pantalla de las clases

Campus Virtual UTN Usted no se ha identificado. (Acceder)

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy MepVirtual REA Simulación Equipo TEyPRD

Español - Internacional (es)



Tecnología Educativa y Producción de Recursos Didácticos

Bienvenida al curso lectivo 2019.

**ENTRAR**

Nombre de usuario

Contraseña

Recordar nombre de usuario

Acceder

[¿Ha extraviado la contraseña?](#)

campusvirtual.utn.ac.cr/course/category.php?id=162

Campus Virtual UTN Vicente Flores Vargas

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy MepVirtual REA Simulación Equipo TEyPRD

Español - Internacional (es)

**Curso Gestión de Compras**

Proyecto de Intervención











**BUSCAR EN LOS FOROS**

[Búsqueda avanzada](#)

---

**ÚLTIMAS NOTICIAS**

[Añadir un nuevo tema...](#)

(Sin novedades aún)

---

**EVENTOS PRÓXIMOS**

No hay eventos próximos

[Ir al calendario...](#)

[Nuevo evento...](#)

The image shows two screenshots of the 'Campus Virtual UTN' web application. The top screenshot displays the 'Bloque Introdutorio' (Introductory Block) with a navigation menu at the top containing 'Principal', 'Academia', 'E-learning', 'Formación', 'IT-Academy', 'MepVirtual', 'REA', 'Simulación', and 'Equipo TEyPRD'. A vertical 'Administración' menu is on the left. The main content area features a header with 'Campus Virtual UTN' and a user profile for 'Vicente Flores Vargas'. Below the header, there are icons for a yellow truck and a red truck. The 'Bloque Introdutorio' section includes 'Información General' with links to 'Guía Didáctica', 'Unidad 2', 'Comunicación e Interacción', 'Novedades', and another 'Guía Didáctica'. A right-hand sidebar shows a calendar link and a 'ACTIVIDAD RECIENTE' (Recent Activity) section with a timestamp from June 6, 2019, and a link to a full activity report. The bottom screenshot shows the 'Bloque Académico' (Academic Block) with the title 'Unidad 2: Gestión de Proveedores' (Unit 2: Supplier Management) and a photograph of a woman in a professional setting, likely a warehouse or office.

Campus Virtual UTN Vicente Flores Vargas

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy MepVirtual REA Simulación Equipo TEyPRD

Administración Español - Internacional (es)

## BUSQUEDA, SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

### Clase 1

- Unidad 2 Clase 1
- Materiales**
- Caso Proceso de Selección de Proveedores
- Actividad**
- ¿Por qué es importante y que garantías nos ofrece contar con unos proveedores previamente evaluados y calificados?
- Test Selección de Proveedores

Campus Virtual UTN Vicente Flores Vargas

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy MepVirtual REA Simulación Equipo TEyPRD

Administración Español - Internacional (es)

## CONTRATO DE COMPRA VENTA

### Clase 2

- Unidad 2 Clase 2
- Materiales**
- CASO HIPOTÉTICO
- Actividad**
- COMPRA-VENTA
- Mapa Conceptual

The screenshot shows the 'Campus Virtual UTN' interface. At the top, there is a navigation menu with options like 'Principal', 'Academia', 'E-learning', 'Formación', 'IT-Academy', 'MepVirtual', 'REA', 'Simulación', and 'Equipo TEyPRD'. The user 'Vicente Flores Vargas' is logged in. The main content area is titled 'NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES' and 'Clase 3'. It lists several items: 'Unidad 2 Clase 3', 'Materiales', 'Técnicas de Negociación y Resolución de conflictos', 'Actividad', '¿Qué relación tiene esta cualidad con la capacidad de una persona para llevar a cabo una negociación?', and 'Reglas de Negociación'.



Vicente Flores

**Clase 1: Búsqueda, selección y Evaluación de Proveedores**

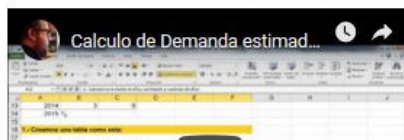
Bienvenidos a nuestra primera clase de la Unidad 2 la cual pretende poner en practica la forma de buscar y seleccionar a los proveedores mejor calificados agregando valor y competencia al hotel. La idea es ir avanzando paso a paso en la generación de conocimiento de forma particular y/o grupal, para reflexionar y compartir, con la finalidad de conseguir los objetivos propuestos para esta clase. Desde ya me pongo a sus órdenes para consultas, por lo que no duden en contactarme.


La búsqueda y selección de proveedores más adecuados a las necesidades de un hotel es un proceso que está presente en todas las empresas y generalmente recae sobre del departamento de compras. La búsqueda y selección de proveedores, se puede dar principalmente por tres razones, ya sea porque se está iniciando operaciones o porque ya posee, pero estos no le satisfacen sus necesidades y requieren de mejor calidad o para ampliar la cartera de proveedores de donde poder escoger si los desea cambiar.

La clave de una buena selección de los proveedores recae en la importancia de saber qué criterios utilizar para seleccionarlos, conocer el entorno y las fuerzas que intervienen en específico el poder de negociación de los proveedores y saber negociar, ya que se debe tomar en cuenta que tipo de impacto tendrán los productos o servicios que ofrece y si este será un impacto positivo con la calidad del servicio y competitividad del hotel.

Dentro del proceso de selección hay dos aspectos de suma importancia que deben saber: la primera es la evaluación de las necesidades, ¿cuánto pedir?, lo cual es posible predecir entre otros métodos por medio del análisis de la recta de regresión por mínimos cuadrados y, segundo, el análisis de ofertas mediante la calificación de los criterios de selección.

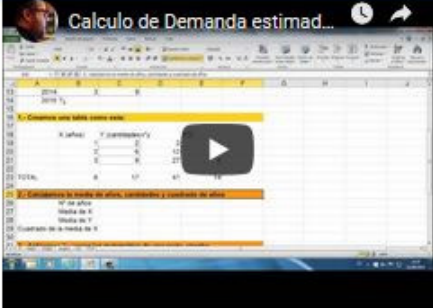
Para el cálculo de las necesidades ¿Cuánto Pedir? los invito a ver los videos Cálculo de demanda estimada por mínimos cuadrados,

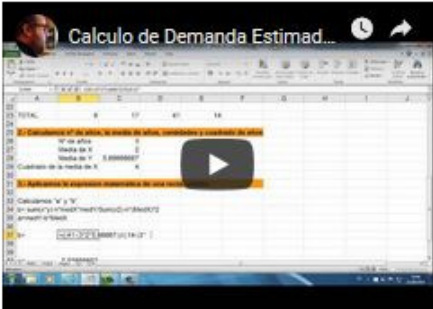


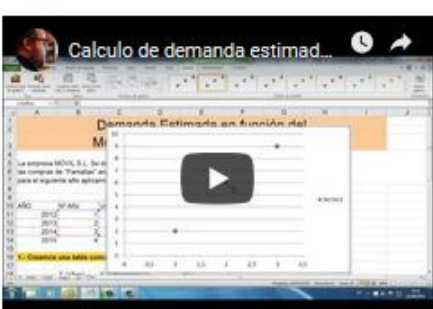
Campus Virtual UTN Vicente Flores Vargas 

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy MapVirtual REA Simulación Equipo TEJPRD Español - Internacional (es)

Administración

Calculo de Demanda estimad... 

Calculo de Demanda Estimad... 

Calculo de demanda estimad... 



Campus Virtual UTN Vicente Flores Vargas 

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy MepVirtual REA Simulación Equipo TEyPRD Español - Internacional (es) +

Administración

[Redacted]

y como ejemplo del análisis de ofertas los invito a acceder el siguiente link de MailxMail.com

Asignaciones (actividades) 

Leer la Unidad 2. Gestión de Proveedores, tema búsqueda, selección y evaluación de proveedores.

Realizar la actividad denominada Caso Proceso de Selección de Proveedores en donde deberán de realizar dos de las etapas del proceso de Selección de Proveedores: la #1 Evaluación de las necesidades, mediante el método de mínimos cuadrados como respuesta a la pregunta: ¿Cuánto Pedir? y la #3 Análisis de ofertas bajo el criterio de precio. La calificación se hará por medio de un cuestionario tipo test con respuesta automática, con posibilidad de tres intentos para acertar. El plazo para realizarlo será de 20 minutos.


Además, se le invita a participar en el Foro ¿Por qué es importante y que garantías nos ofrece contar con unos proveedores previamente evaluados y calificados?

Una de las herramientas indispensables para la buena gestión de los suministros es contar con proveedores idóneos, que nos garanticen su disponibilidad para suplir las necesidades de la empresa. Como Administradores en una empresa de hospedaje, y especialmente como responsable de unos recursos SUMINISTROS, debemos tener un listado de proveedores, para el proceso de adquisición. Después de leer el documento sobre el tema y realizar su propio análisis en un ensayo, responda: ¿Por qué es importante y que garantías nos ofrece contar con unos proveedores previamente evaluados y calificados? Este foro estará abierto durante una semana y se calificarán la participación de al menos tres, en términos de contenido, lenguaje y respuesta.

Les deseo éxito para esta semana y seguimos en contacto. Manos a la obra o mejor dicho a la plataforma.

**Vicente Flores**

Última modificación: miércoles, 29 de mayo de 2019, 14:23


Campus Virtual UTN Vicente Flores Vargas 

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy MepVirtual REA Simulación Equipo TEJPRD Español - Internacional (es)

**Curso de Gestión de Compras**

Página Principal > Simulación > Maestría EV > I Cuatrimestre 2019 > GC-01-2019 > CONTRATO DE COMPRA VENTA > Unidad 2 Clase 2

**Unidad 2 Clase 2**



Vicente Flores

**Clase 2: Contratos de Compra Venta**

Bienvenidos a nuestra segunda clase de la Unidad 2 la cual pretende poner en práctica los conceptos, las características y elementos de los contratos de Compra-Venta como instrumento que asegura el cumplimiento de lo pactado con los proveedores como resultado de la relación comercial. La idea es ir avanzando paso a paso en la generación de conocimiento de forma particular y/o grupal, para reflexionar y compartir, con la finalidad de conseguir los objetivos propuestos para esta clase. Desde ya me pongo a sus órdenes para consultas, por lo que no duden en contactarme

El proceso Administrativo de compra venta se inicia con el desarrollo de las etapas de selección vistas en la clase anterior y finaliza con la formalización de un contrato lo cual tiene como consecuencia la generación de un proceso documental que va desde las facturas, pedidos, órdenes de compra y documentos de pago entre otros.

Para garantizar que se cumplan los derechos y obligaciones de ambas partes en la compra venta deben plasmarse las condiciones de compra en un documento que firmados por las partes garantice el cumplimiento de lo que en él se estipule.

Los contratos de Compra-Venta pueden ser de carácter civil o mercantil por lo que será necesario saber identificarlos ya que cada uno tienen efectos jurídicos diferentes. Cuando un comerciante adquiere mercancías de un proveedor para posteriormente ponerla a la venta a un consumidor final, estamos frente a una operación de compra venta de carácter mercantil, mientras que si un consumidor adquiere productos en una tienda para consumo en el hogar estamos frente a una operación de compra venta de carácter civil.

Así las cosas, para que un contrato de compra venta sea mercantil deben estar presente tres aspectos a saber:

- Compra de cosas muebles
- Que se compren para revender
- Que se haga con el ánimo de lucrar.

Para su perfeccionamiento puede ser verbal o escrito y se deben saber distinguir los elementos materiales (el bien objeto del contrato y el precio) y personales (el vendedor y el comprador).

Campus Virtual UTN Vicente Flores Vargas 

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy MepVirtual REA Simulación Equipo TEJPRD Español - Internacional (es)


**Contrato de Compraventa**

-incumplimiento de alguna de las partes.

Se les invita a ver el video




en donde se muestra en forma simple algunos conceptos y etapas para llegar al contrato de Compra Venta

Campus Virtual UTN Vicente Flores Vargas 

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy Mep/Virtual REA Simulación Equipo TE/PRD Español - Internacional (es)

Administración

Asignaciones (actividades)



Leer la Unidad 2. Gestión de Proveedores, tema contrato de Compra-Venta.

Leer el documento [Los contratos de Compra-Venta](#) como material de apoyo para el desarrollo del Mapa Conceptual y la participación en el foro.

Antes de realizar la actividad y participar en el foro, el grupo se dividirá en subgrupos para investigar sobre el tema y se trabajará en Facebook como plataforma en donde publicarán sus avances y dudas, además se utiliza el Hashtag #Mapa y #Compra-Venta en twitter para compartir enlaces para acceder a materiales con los demás grupos para luego subir los productos de mapa conceptual y Contrato de Compra-Venta a YouTube y compartirlos con todo el grupo. La entrega se hará mediante archivo de imagen formato JPG rotulado de la siguiente manera: **Agrupo #\_Mapa Conceptual**, a través de la sección de Actividades

El mapa conceptual tiene como objetivo apropiarse de los conceptos y elementos que deben tener los contratos de Compra-Venta en donde se incluya las ideas más relevantes y estructurando los conceptos de lo más generales a los más específicos. Se calificará por medio de una rúbrica de estructuración del mismo y se tendrá un plazo de una semana para su entrega.


Además, se les invita a participar en el foro [Compra-Venta](#)

Leer caso [Hipotético](#)

Para garantizar que se cumplan los derechos y obligaciones de las partes en un contrato de compraventa deben plasmarse las condiciones de compra en un documento que firmado garantice el cumplimiento de lo que en este se estipule. Luego de realizar la lectura del material se presentará un caso hipotético que será analizado en el foro para identificar: Los requisitos de validez, elementos del contrato, obligaciones de las partes, pliego de condiciones y los aspectos formales. Se calificará en términos de contenido, lenguaje y respuesta y permanecerá abierto por una semana.

Nos seguimos leyendo.

[Vicente Flores](#)

Campus Virtual UTN Vicente Flores Vargas 

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy MepVirtual REA Simulación Equipo TEJ/PRD Español - Internacional (es)

**Curso de Gestión de Compras**

Página Principal > Simulación > Maestría EV > I Cuatrimestre 2019 > GC-01-2019 > NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES > Unidad 2 Clase 3

### Unidad 2 Clase 3



Vicente Flores

**Clase 3: Negociación con los Proveedores**

Bienvenidos a nuestra tercera clase de la Unidad 2 la cual pretende luego poner en practica la forma de buscar y seleccionar a los proveedores, el mantener relaciones comerciales duraderas mediante una buena negociación para asegurar los flujos de aprovisionamientos necesario para el funcionamiento del hotel. La idea es ir avanzando paso a paso en la generación de conocimiento de forma particular y/o grupal, para reflexionar y compartir, con la finalidad de conseguir los objetivos propuestos para esta clase. Desde ya me pongo a sus órdenes para consultas, por lo que no duden en contactarme.

Negociar es como cualquier otra situación social con propósitos comerciales. Funciona mejor cuando las partes se dan tiempo para conocerse. Resulta útil evaluar a las personas que participan en las negociaciones antes que éstas comiencen. Los antecedentes individuales nos dan una guía excelente sobre el nivel de importancia que tiene cada cosa para cada uno, y el nivel de experiencia en el tema. Conforme se inicie el proceso, usted deberá observar, escuchar y aprender, ya que, al fin y al cabo, está relacionada con la Inteligencia emocional.

Algunas negociaciones son complejas y tienen muchos asuntos vinculados. Otras tal vez solo tengan algunos. Asimismo, la complejidad de los temas individuales para discutir puede variar mucho. Nadie puede predecir la dirección que tomarán las negociaciones a menos que ambas partes hayan expuesto estos puntos. Puede haber necesidades ocultas que no haya expuesto ninguna de las partes, pero estas surgirán conforme transcurran las negociaciones.

La negociación y el conflicto son parte de la naturaleza humana. Las empresas negocian con clientes, proveedores, trabajadores, colaboradores, etc. La capacidad de negociar es una habilidad que se aprende con la práctica la cual se podrá mejorar si aplicamos ciertos criterios, reglas y métodos como estrategia de negociación que lo que busca son oportunidades que puedan posicionarse al hotel en una ventaja competitiva.

La relación con los proveedores se debe fijar en forma armoniosa y duradera a largo plazo y para que esta sea posible las negociaciones deberán llegar al desenlace de "Yo gano" "Tu ganas", con lo cual, además de alcanzar sino todos, la mayoría de los objetivos, habremos cuidado la imagen del hotel y la ética empresarial, creando un marco para futuras negociaciones.

Para vivenciar la negociación se le invita a ver el video Simulación de una negociación (Empresa exportación) que nos muestra una simulación de negociación de una empresa exportación en donde se puede ver plasmando las fuerzas competitivas de Porter.

Campus Virtual UTN Vicente Flores Vargas 

Principal Academia E-learning Formación IT-Academy MepVirtual REA Simulación Equipo TEJ/PRD Español - Internacional (es)

una empresa exportación en donde se puede ver plasmando las fuerzas competitivas de Porter.

De igual forma, el video





Asignaciones (actividades)



Leer la Unidad 2. Gestión de Proveedores, Negociación con los Proveedores.

Leer el capítulo 13 del libro (Budjac, 2011) *Técnicas de Negociación y Resolución de conflictos Reglas de negociación y errores comunes.*

Una vez leídos el material y visto el vídeo se les invita a desarrollar el siguiente caso *Reglas de Negociación.*

Esta actividad se propone para poner en práctica las reglas de negociación según (Budjac, 2011) mediante la lectura del siguiente caso.

“Clint es el supervisor de Marilyn, ella es una, empleada de Medio tiempo y conocida por asumir responsabilidades. Clint le dijo a uno de sus colegas que podría engañar a Marilyn Para que completara un proyecto y así pudiese tomarse un fin de semana largo.

Clint le dijo a Marilyn que solo ella tenía las habilidades y la meticulosidad para completar el proyecto en forma apropiada y en tiempo y que, además, le hará un gran favor si acepta el desafío. Marilyn accedió sin embargo como no puedo localizarlo el fin de semana para obtener información importante para finalizar el proyecto, lo dejó incompleto. Clint responsabilizó a Marilyn por la falla y ella siente que su Impecable expediente tiene una mancha. Marilyn se está lamentando por todo esto ya que renunció a su fin de semana entero. Sin paga extra, solo por quedar bien”.

1. ¿ Cuáles reglas de negociación rompió Clint?
2. ¿ Cuáles rompió Marilyn?
3. En este punto ¿ puede Marilyn recuperarse de sus errores? Si es así, ¿ Cómo?

Esta actividad se calificará términos de contenido, lenguaje y respuesta se tendrá un plazo de una semana para su entrega. La entrega se hará mediante archivo en formato de procesador de texto (Word) rotulado de la siguiente manera: *Apellido\_Nombre\_Reglas de Negociación*, a través de la sección de actividad.

De igual forma se les invita a participar del foro *¿Qué relación tiene esta cualidad con la capacidad de una persona para llevar a cabo una negociación?*

Lea muy atentamente el siguiente fragmento del libro *Inteligencia Emocional* del autor Daniel Coleman:

«Los descubrimientos realizados sobre el liderazgo en el mundo empresarial y profesional nos proporcionan una imagen bastante más compleja. En este sentido, el Coeficiente de Inteligencia (CI) constituye un excelente predictor de la capacidad de afrontar los retos cognitivos que exige una determinada posición, y son centenares —sino miles— los estudios que demuestran que el CI predice, sin la menor duda, el escalafón profesional al que puede acceder una persona.

Pero el valor predictivo de CI parece desvanecerse cuando de lo que se trata es de determinar quiénes, de entre un amplio abanico de candidatos intelectualmente preparados, acabarán alcanzando una posición de liderazgo. Esto se debe, en parte, al llamado “efecto piso”, es decir, que quienes ocupan los escalones superiores de una determinada profesión o los niveles más elevados de una organización, ya han sido seleccionados en función de sus capacidades intelectuales y de su experiencia [...] pero dentro de este grupo de personas, quienes mostrarán mayor capacidad de liderazgo no es ni las que poseen una mayor capacidad técnica ni el mayor CI, sino las que poseen mayor Inteligencia emocional.»

## DOCUMENTOS ELABORADOS

# Guía Didáctica



## GUÍA DIDÁCTICA

### CURSO GESTION DE COMPRAS

#### FUNDAMENTACIÓN DEL CURSO

La industria hotelera juega un papel decisivo en la actividad turística de nuestro país y, por ende, en su impacto económico-social. El fuerte crecimiento que está experimentando el sector hotelero con la apertura de nuevos establecimientos, el aumento de la competencia y una demanda más exigente, hace indispensable contar con personal con la capacidad de aportar valor añadido por medio de las buenas practicas, competencias y habilidades adquiridas para desenvolverse profesionalmente en esta actividad.

La **gestión de compras**, entendida como selección de proveedor y negociación de precios. La compra entendida en un amplio sentido, que engloba todas las necesidades que pueda tener un establecimiento hotelero, es una de las tareas más importantes dentro de la cadena de suministros de una empresa de hospedaje ya que puede mejorar considerablemente sus márgenes de beneficio siguiendo una política de aprovisionamiento adecuada. Por tanto, el éxito de una empresa depende de forma directa de una buena gestión en las compras.

Este curso se ofrece en modalidad virtual, a través de la Plataforma Moodle del Área (TEyPRD) en el Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa (CFPTE).





## OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

### General

Adquirir los conocimientos teóricos y prácticos sobre el proceso correcto para gestionar de forma eficiente las compras y los proveedores en función de las necesidades de las operaciones de una empresa de hospedaje.

### Específicos

- Analizar la importancia de un eficiente proceso de gestión de compras dentro de las empresas de hospitalidad.
- Aplicar los modelos de la gestión logística .
- Determinar la importancia de los proveedores como parte del proceso de compras.
- Conocer la legislación mercantil y fiscal



## CONTENIDOS

El Curso de Gestión de Compras se compone de cinco unidades o módulos y tiene una duración de 14 semanas, una semana de introducción, doce de contenidos y la última para la presentación del trabajo final.

### UNIDAD 1: INTRODUCCION A LA GESTION DE COMPRAS

- 1.1. Modelos basados en la gestión de proveedores.
- 1.2. Modelos basados en la gestión logística («supply chain»).
- 1.3 La Dirección de compras.

### UNIDAD 2: GESTIÓN DE PROVEEDORES

2. 1 Búsqueda y Selección de proveedores.
  - Evaluación de ofertas (costes, precios y calidad)

2.2 Contrato de Compraventa

2.3 Negociación con proveedores

### **UNIDAD 3: LA GESTIÓN DE COMPRAS EN EL SUPPLY CHAIN**

3.1 Organización administrativa del departamento de compras.

3.2 Planificación y previsión de las compras. Presupuesto de compras.

3.2 Gestión de stocks.

3.4 Coste Total del Aprovisionamiento. Rentabilidad de las compras.

### **UNIDAD 4 : TENDENCIAS EN LA GESTIÓN DE COMPRAS**

4.1 Compras por Internet.

4.2 Mesas de compras.

4.3 Subastas electrónicas

4.5 Tipo de cambio

### **UNIDAD 5: LEGISLACIONES**

5.1 Fiscal

5.2 Contratación Administrativa



#### **METODOLOGÍA DE TRABAJO**

Cada participante tendrá su propio ritmo de estudio y la dedicación dependerá también de su formación y experiencia profesional previa en los contenidos que desarrolla este Curso. Es indispensable considerar que no es completamente un curso de autoaprendizaje. Cuenta con un cronograma de actividades, instancias de trabajo grupal y otras en las que se optará por el trabajo individual. En todos los casos, esas actividades deberán completarse dentro del tiempo previsto, en

general de una semana. Se estima una dedicación semanal promedio de 6 horas reloj.

**Al inicio de cada módulo** se publicarán todos los recursos didácticos correspondientes al mismo, un cronograma organizador y una guía orientadora para recorrerlo. Las consignas de las actividades serán publicadas **cada semana**, los días miércoles. El diálogo con el tutor y los compañeros será permanente en forma sincrónica y asincrónica por medio de los foros, chat, twitter y mensajería interna.

Es fundamental la revisión del **cronograma** y el **ingreso frecuente al campus** (preferentemente en forma cotidiana) para resolver las actividades, participar de los intercambios, y estar al tanto de las novedades y los aportes del grupo.

Se sugiere no dejar todo para el día previo a que comience otra actividad o un nuevo módulo, ya que hay instancias en las que el trabajo colaborativo no sería posible si los aportes de los participantes son a último momento.



**La periodicidad, la participación y el intercambio entre todos los participantes son importantes para llevar adelante de manera enriquecedora este tipo de curso.**

Cada participante ingresará al Campus por única vez con el nombre de usuario y contraseña que le han sido asignados. Al hacerlo, se le solicitará el cambio de clave por una personal.

Cada cursante formará parte de un grupo que se mantendrá durante toda la cursada para el desarrollo del trabajo de investigación mediante el uso del recurso wiki y Facebook. El enfoque grupal pretende generar espacios de colaboración entre los participantes para compartir y construir conocimientos.

El de **Novedades** será un espacio de comunicación en el que encontrarán avisos e informaciones generales y anuncios de la Coordinación.

Las interacciones serán a través de Foros, chat, twitter y de la mensajería interna del Campus. Además, contarán con el foro abierto un espacio de “charla social” compartido con todos los participantes.

En la pestaña **Participantes** podrán acceder al perfil y forma de comunicación con el resto de los cursantes. Es importante que cada perfil cuente con su fotografía personal para facilitar el reconocimiento mutuo.

La aprobación del curso requiere regularidad de acceso al Campus (preferentemente en forma cotidiana), participación en los foros de intercambio, resolución y aprobación de las actividades de los cinco módulos.

La evaluación es considerada un proceso integral y continuo, que incluye situaciones de autoevaluación y de evaluación y seguimiento por parte del tutor tanto del proceso como de los resultados.

Las devoluciones con sus respectivos feedback se realizarán en los plazos que permitan una retroalimentación oportuna. Como síntesis para la evaluación final se considera una escala cualitativa integradora de las distintas dimensiones, con las siguientes alternativas:

- Aprobado
- Reprobado
- Retiro injustificado.

Como recomendaciones generales para el uso de la plataforma como en cualquier espacio académico, se deban respetar las normas básicas de comportamiento individual y social (la “etiqueta” típica en estos espacios en línea, forma de participación en los foros, extensión de mensajes, etc.).



## **EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

La evaluación de este curso es tanto cognoscitiva como socio-afectiva. La primera representa un 90% y la segunda un 10% de la nota final.

Los aspectos cognoscitivos del curso se evalúan a través de foros, cuestionarios y un trabajo final. En la plataforma o aula virtual se ofrecen instrucciones detalladas para cada actividad y la forma en la que se evaluará cada una de ellas.

**Foros de discusión en línea:** Cada semana se establecerá un foro de discusión en el cual se va a discutir un tema o se va a desarrollar un caso. El estudiante debe participar en forma activa y respetuosa en la discusión. En cada foro se especifica el ejercicio a efectuar y los criterios que se utilizarán para su evaluación.

**Cuestionarios en línea:** Cada semana se presentará un cuestionario con distintas preguntas sobre los temas estudiados en el curso. En cada cuestionario se ofrecen las instrucciones respectivas y los lineamientos sobre tiempo y número de oportunidades que se tienen para efectuar la prueba.

**Trabajo final:** Al inicio del curso se formarán los grupos de trabajo y se ofrecerán las instrucciones precisas para su desarrollo, así como los criterios mediante los cuales se evaluará, el cual consiste en la aplicación de un cuestionario a un gerente de compras de un hotel o restaurant con el objetivo de recabar información sobre el proceso de compras para proponer las mejoras respectivas.

Los siguientes son los porcentajes de las distintas evaluaciones:

Foros de discusión en línea: 40% (5 foros con valor de 8% cada uno)

Cuestionarios en línea: 30% (5 cuestionarios con valor de 6% cada uno)

Trabajo final: 20%

Evaluación socio afectiva: 10%

La nota mínima de aprobación es 70.

La finalidad de la evaluación socio-afectiva es obtener información de la conducta manifestada por el participante, específicamente en cuanto a comportamientos, valores, actitudes y sentimientos. Para su valoración se emplea el siguiente instrumento que permite la observación de los siguientes aspectos: participación, puntualidad, respeto, expresión e interacción.

 **CRONOGRAMA DE TRABAJO**

<b>UNIDADES O MODULOS</b>
<b>Modulo introductorio</b> (Una Semana) <b>Conocimiento del Entorno Virtual y del Curso y conformación de grupos de trabajo.</b> <i>NOTA: La finalización de este módulo constituye el plazo final para iniciar la cursada.</i>
<b>Unidad #1</b> (Dos semanas) <b>Introduccion a la Gestion de Compras</b>
<b>Unidad # 2</b> (Tres Semanas) <b>Gestion de Proveedores</b>
<b>Unidad # 3</b> (Tres semanas) <b>La Gestion de Compras en el Supply Chain</b>
<b>Unidad # 4</b> (Dos semanas) <b>Tendencias de la Gestion de compras</b>
<b>Unidad # 5</b> (Dos Semanas) <b>Legislaciones</b>
<b>Trabajo final</b> (Una semana)

## PRESENTACIÓN DEL TUTOR

Mi nombre es Vicente Flores Vargas, soy licenciado en Administración de negocios y actualmente estoy terminando una maestría en Entornos Virtuales de Aprendizaje.

Laboro para UTN Sede del Pacífico en el Área Administrativa como encargado de la Unidad de Mantenimiento y como docente en las carreras de Contabilidad y Finanzas y Administración de Empresas de Hospedaje desde hace 8 años.

Les doy la mejor de las bienvenidas al Curso de Gestión de Compras en donde tendré el placer de ser su Tutor y como primera solicitud el tener presente la responsabilidad de estar al pendiente y leer detenidamente los mensajes que te envío, así como visitar continuamente la sección de Novedades del aula virtual.

Recuerda que, aunque necesitas administrar tu tiempo y realizar tus actividades a tu propio ritmo, no estás solo(a) en tu paso por este curso, cuentas con mi apoyo en todo momento.



  
Vicente Flores Vargas

Tutor

## Unidad 2. Gestión de Proveedores



## Curso Gestión de Compras



## Proyecto de Intervención

2019

## Contenido

<b>Curso Gestión de Compras</b> .....	3
<b>UNIDAD 2: GESTIÓN DE PROVEEDORES</b> .....	3
Objetivo general: .....	3
Gestión de Proveedores .....	3
<b>Búsqueda, Selección y Evaluación de proveedores</b> .....	4
Los proveedores como parte del entorno.....	4
Búsqueda de proveedores.....	5
La selección de proveedores.....	6
<b>Contrato de Compra Venta</b> .....	10
Contrato.....	10
El contrato de compraventa.....	10
Obligaciones que asumen el comprador y el vendedor.....	10
Obligaciones del comprador:.....	10
Obligaciones del vendedor: .....	11
Finalización del contrato .....	11
<b>Negociación con los proveedores</b> .....	11
Preparación de la negociación .....	12
Fase de la Negociación .....	13
Comienzo y presentación de la propuesta.....	14
Debate o negociación .....	14
Resolución de Problemas.....	14
Cierre.....	15
<b>Bibliografía</b> .....	16

## Curso Gestión de Compras

### UNIDAD 2: GESTIÓN DE PROVEEDORES

Busqueda, Selección y Evaluación de proveedores.  
Contrato de Compraventa  
Negociación con proveedores

#### Objetivo general:

Adquirir las habilidades profesionales necesarias para acordar con los proveedores el desarrollo de los flujos de aprovisionamiento, negociando y teniendo en cuenta las condiciones y/o márgenes establecidos en el contrato de compra y/o suministro, así como realizar el seguimiento y evaluación de los proveedores para asegurar su cumplimiento y mejorar la calidad del proceso de aprovisionamiento.

#### Gestión de Proveedores



La gestión de proveedores es clave en los procesos de toma de decisiones de una empresa de hospedaje porque los proveedores controlan cuánto paga la empresa por los bienes que vende y los servicios que presta.

Según (Empresas, 2019) **La gestión de proveedores** es un proceso de negocio que permite a una empresa seleccionar adecuadamente a sus proveedores y negociar los mejores precios de bienes y servicios que compra.

## Búsqueda, Selección y Evaluación de proveedores



### Los proveedores como parte del entorno

Si una empresa tiene éxito en el mercado es porque ha investigado el entorno que la rodea; solo cuando se conoce el entorno se está en condiciones de tomar decisiones casi acertadas al eliminar parte de la incertidumbre del comportamiento del mismo.

Según (Gómez Aparicio, 2013) El **entorno empresarial** es el conjunto de fuerzas que se sitúan en el exterior de la empresa de las cuales no se tiene control, y que ejercen influencia sobre ella.

La empresa se encuentra sometida a cinco **fuerzas competitivas externas**, según (Porter, 2009) una de ellas es el poder de negociación de los **proveedores**:



Tomar conciencia de estas cinco fuerzas puede ayudar a una empresa de hospedaje a comprender la estructura del sector en el cual compete y elaborar una posición que sea más rentable (si quiere profundizar mas sobre las 5 fuerzas de Porter pinche [aquí](#)).

## Búsqueda de proveedores

Según (Gómez Aparicio, 2013) el primer paso a dar en las relaciones con los proveedores es proceder a su búsqueda, para posteriormente seleccionar a aquellos que mejor se adecuen a las necesidades de nuestra empresa.

Las técnicas de búsqueda se pueden catalogar como búsqueda de proveedores **on-line** o como búsqueda **off-line**, las cuales no son alternativas, sino complementarios.

### A. La búsqueda on-line

La búsqueda **on-line** consiste en aprovechar las ventajas que nos ofrecen los buscadores de internet a través de la descripción del producto, la cual se ha convertido en una práctica común en las empresas. Es decir, lo que antes se hacía usando las Pagina Amarillas en papel, ahora se hace usando internet.

Existen dos tipos de motores de búsqueda:

- **Genéricos** (Google, Yahoo, AltaVista, Excite o Bing): funcionan utilizando unos programas, llamados robots o spiders que rastrean internet y leen tantas páginas como pueden, presentando un índice de direcciones de carácter general.



- **Verticales:** Son motores de búsqueda más específicos sobre temas concretos, lo que permite que tanto la obtención de la información como la creación de índices sean más especializados en el sector del que se trata. Los más populares son los utilizados para buscar hoteles, seguros, o viajes.

### B. La búsqueda off-line

La búsqueda **off-line**, o tradicional, todavía sigue teniendo su importancia, y aunque va perdiendo peso paulatinamente en favor de la búsqueda on-line, se basa en la búsqueda de proveedores a través de:

- Prensa, radio y televisión: un anuncio en estos medios sirve, ante todo, para dar a conocer los productos que se comercializan.

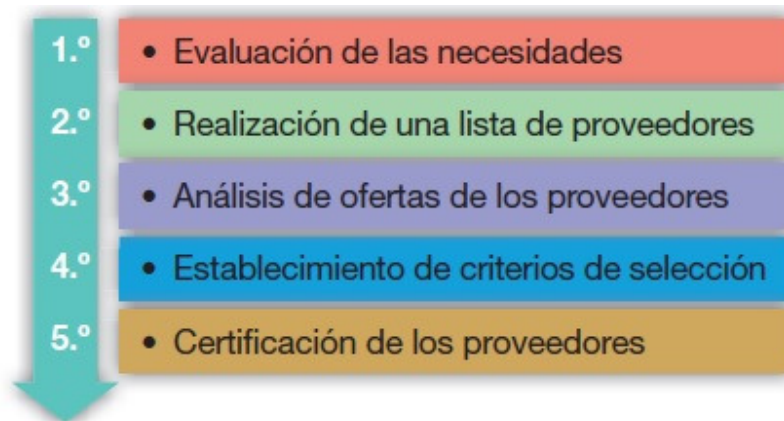
- Publicaciones especializadas: Como lo son las revistas especializadas y dedicadas a todo tipo de contenido.
- Ferias y exposiciones: son un medio para conocer de cerca los productos y de entablar relaciones con futuros proveedores.

### **La selección de proveedores**

El enfoque tradicional ha sido comprar utilizando el precio como criterio único de decisión. En la actualidad, este enfoque está siendo modificado por otros tipos de sistema de selección en los que se deben evaluar más variables. La dependencia de un solo proveedor, elegido en función del precio, es una estrategia que a largo plazo presenta demasiados riesgos para la empresa. En el polo opuesto se encuentran los métodos denominados multicriterio, o de selección global.

Por ello, a parte del criterio del precio, nos centraremos en modelos que contemplan algunos elementos más del proceso de compra. En cualquier caso, en todos los modelos se lleva a cabo el siguiente proceso para realizar la selección de proveedores.

Según (Gómez Aparicio, 2013) el Proceso de selección de proveedores incluye:



## 1. Evaluación de las necesidades

En el ciclo de compras, que es la primera fase de la actividad de la empresa, resulta de vital importancia dar respuesta a tres preguntas clave:

- ¿Qué pedir?
- ¿Cuándo pedir?
- ¿Cuánto pedir?



No son cuestiones que pueda responder por sí solo un departamento del hotel: en sus respuestas se verán involucrados, como mínimo, los departamentos de alimentos y bebidas, mantenimiento, pisos y ventas. Todos utilizarán técnicas de investigación operativa para dar respuesta a dichos interrogantes.

Por ejemplo, para dar respuesta a la última pregunta, es decir, determinar la cantidad de artículos que el hotel prevé necesitar, generalmente se utilizan dos técnicas estadísticas a saber:

-Las media móviles

Y la que escogí para desarrollar en este curso:

-El análisis de la recta de regresión a través del método de los mínimos cuadrados. (Ejemplo cálculo de demanda [Aquí.](#))

## 2. Realización de una lista de proveedores

La búsqueda de proveedores debe llevarnos a realizar un listado de proveedores que, en principio, puedan satisfacer nuestras necesidades.

Se deben abrir registros para cada uno de ellos, en donde se incluirá toda la información que se crea relevante:

- **Datos identificativos:** razón social, domicilio legal y comercial, teléfono, fax, dirección web, correo electrónico, etc.

- **Tipo de productos** que ofrece o servicios que presta, precios, políticas de descuentos, condiciones de pago acordadas, condiciones generales de entrega y contratos que se hayan firmado.

Además, figuran catálogos y muestras de los artículos ofrecidos, con los resultados de los análisis realizados a los mismos mediante el método de prueba ciega.



Los archivos deben mantenerse actualizados de forma constante, lo que implica la continua revisión de los datos identificativos y la inclusión de nuevos productos, así como las modificaciones de materiales o de precios que los proveedores pudieran establecer.

### 3. Análisis de ofertas de los proveedores

Esta fase conlleva:

- La solicitud de propuestas a proveedores de la lista anterior.
- La obtención de su catálogo de productos.
- La recepción de ofertas detalladas por escrito.



### 4. Establecimiento de criterios de selección

El paso previo para la elección correcta de proveedores es definir con claridad los **criterios claves de evaluación**, o aquellos factores dominantes que van a determinar el resultado del proceso de evaluación.



Según sea la situación y la estrategia competitiva, puede ser que el precio domine la decisión; en otros casos, el plazo de entrega o la calidad pueden ser los factores claves (estos **criterios** reciben el nombre de **parciales**), o tal vez sea necesario considerar un conjunto de todos ellos (**criterios** de selección **globales**).

Vamos a desarrollar un caso bajo criterio de selección parcial del modelo de selección por precio.

### 5. Certificación de proveedores



La fase final del proceso de selección de proveedores es la certificación de estos. El objetivo de este paso es lograr que el proveedor realice su labor de acuerdo con las pautas comúnmente establecidas, bajo una concepción de los **denominados sistemas de gestión de calidad**, basados en las normas ISO.

Si un proveedor certifica sus productos, estos podrán entrar en los almacenes de la empresa prácticamente sin controles, es decir, los artículos elaborados por este tipo de proveedores son ingresados al hotel sin inspecciones previas en la recepción. Esto conlleva a importantes ventajas:



- Elimina los costos asociados al control.
- Disminuye el lead time de abastecimiento.
- Reduce devoluciones.

De alguna forma, un programa de certificación de proveedores debe incluir visitas a las fábricas de los mismos por parte de un equipo multidisciplinar de la empresa compradora en las que se debe evaluar:

- La capacidad del proveedor para cumplir con los objetivos de calidad.
- Los costos y la capacidad de entregas, tanto desde el punto de vista de los procesos como desde el punto de vista de la tecnología de información y de los recursos humanos.

Con base en esta información, se crea un equipo conjunto de cliente-proveedor, cuyo objetivo final será realizar un documento en el que se establece un acuerdo común sobre seguimiento y control, en un afán de mejora continua. Dicho programa debe incluir:

- Los objetivos del mismo.
- Las áreas que deberán controlarse.
- Los responsables del programa.
- La asignación de equipos de trabajo.
- La metodología a utilizar.
- Los métodos y herramientas necesarios para su implementación, la documentación a emplear y el cronograma a cumplir.
- Los criterios de evaluación que se aplicarán posteriormente. Además, debe acordar los métodos y medios para inspeccionar los productos del proveedor, con el fin de llegar a otorgar la certificación.

Una vez aplicados los controles sobre los aspectos acordados y cumplidas todas las fases del programa, se emite un certificado al proveedor, en el que se le define como proveedor oficial de la empresa.

## Contrato de Compra Venta



### Contrato

Según (Definición.com.mex, s.f.) es un pacto o convenio entre partes que se obligan sobre materia o cosa determinada y a cuyo cumplimiento pueden ser exigidas.

### El contrato de compraventa

Según (Wikipedia, s.f.) la compraventa es un contrato consensual, bilateral, oneroso y típico en virtud del cual una de las partes (vendedor) se obliga a dar algo en favor de la otra (comprador) a cambio de un precio en dinero.

### Obligaciones que asumen el comprador y el vendedor.

#### Obligaciones del comprador:

- **Recepción de la cosa objeto del contrato.** El comprador que examine las mercancías la recibirlas, no podrá reclamar contra el vendedor alegando defecto en la cantidad o en la calidad de las mercaderías. El vendedor podrá evitar la reclamación exigiendo que en el acto de entrega se haga el reconocimiento en cuanto a la cantidad y la calidad.
- **Pago del precio:** Puestas las mercaderías a disposición del comprador y dándose este por satisfecho, empezará para él la obligación de pagar el precio al contado o en los plazos convenidos con el vendedor. La demora del pago constituirá la obligación de pagar un interés de la cantidad que adeuda con el vendedor.

### Obligaciones del vendedor:

- **La entrega de la cosa objeto del contrato.** Mientras que no se pacte entrega de una cantidad determinada, la mercancía objeto del contrato ha de ser entregada en su totalidad. El vendedor debe entregar la mercancía en un plazo estipulado. Si no se hubiese estipulado plazo para la entrega, el vendedor deberá tenerlas a disposición del comprador en las 24h siguientes al contrato.
- **Garantía por defectos ocultos.** En toda venta mercantil el vendedor quedará obligado al saneamiento a favor del comprador, salvo pacto en contrario.

### Finalización del contrato

-**Expiración del tiempo.** El comprador que no haya hecho reclamación de los defectos dentro de los 30 días siguientes a la entrega, perderá el derecho a reclamar por esta causa al vendedor salvo pacto contrario.

-**Acuerdo entre las partes.** En cualquier momento, las partes contratantes, de mutuo acuerdo, pueden rescindir el contrato y suspender la operación de compraventa.

-**Incumplimiento contractual de alguna de las partes.** Si alguno de los elementos personales incumpliera alguna de las cláusulas reflejadas en el contrato, podrá dar lugar a la parte contraria a rescindir el contrato y exigir la indemnización correspondiente.

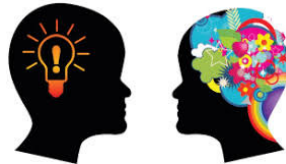
## Negociación con los proveedores



La **negociación y el conflicto** son parte de la naturaleza humana. Las empresas negocian con clientes, proveedores, trabajadores, colaboradores etc. La capacidad de negociación es una habilidad muy útil, imposible de aprender en pocos días y que se puede perfeccionar o mejorar mucho si aplicamos ciertos criterios, métodos, y seguimos un proceso o fases y nos ejercitamos en ciertas habilidades para

adquirir experiencia ya que, al fin y al cabo, está relacionada con la inteligencia emocional.

Para (Gómez Aparicio, 2013) La **inteligencia emocional** es la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos, los sentimientos de los demás, motivarnos y manejar adecuadamente las relaciones que sostenemos con los demás y con nosotros mismos.



La **negociación** es el arte de lograr ventajas mutuas entre comprador y vendedor sin crear hostilidad. Se trata de un proceso de aprendizaje.

Durante la relación con los proveedores (seleccionados y certificados) pueden surgir conflictos, por razones obvias de interés y la necesidad de intercambio de recursos.

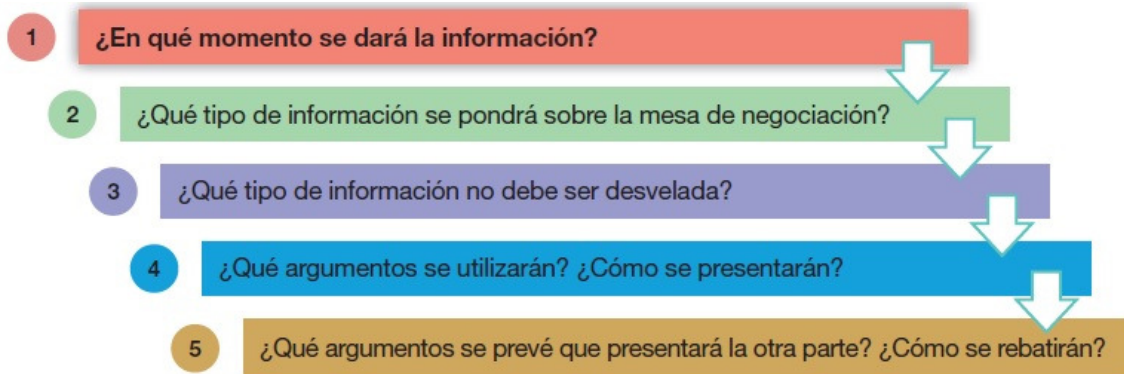
La **negociación** es la mejor estrategia para la gestión de conflicto con el objetivo de evitar la ruptura de la relación, reconociendo que es más beneficioso llegar a acuerdos, lo cual supone ceder algo a cambio de algo. En resumen, el objetivo de la negociación como estrategia es buscar oportunidades que puedan posicionar al hotel en una ventaja competitiva.

### **Preparación de la negociación**



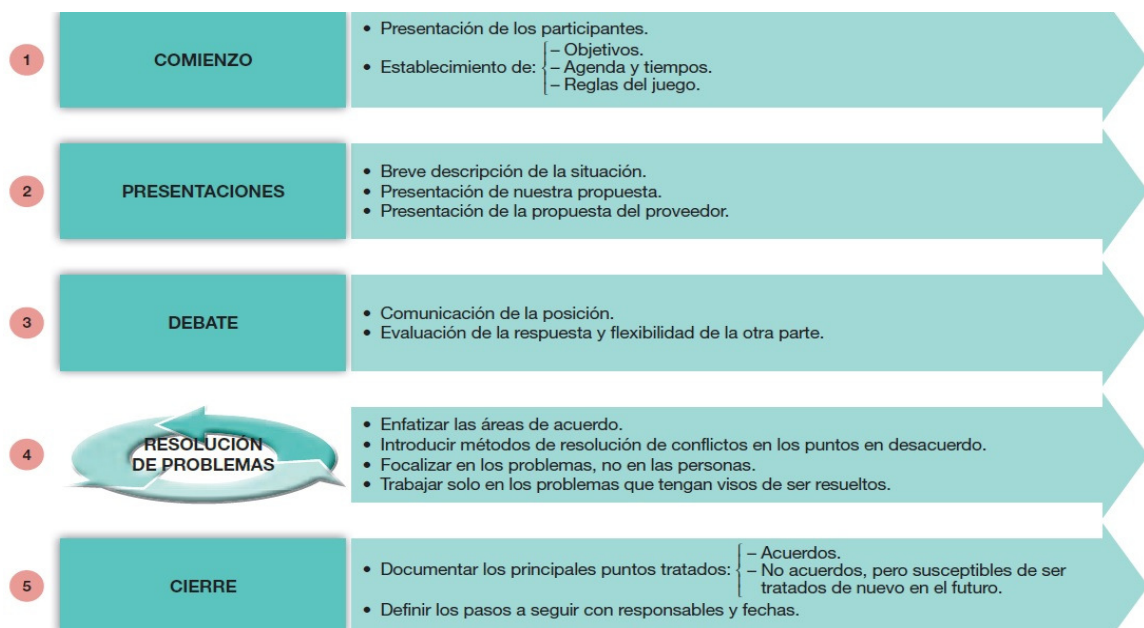
A la hora de plantear la estrategia de negociación, se deben tener en cuenta los factores positivos y negativos, tanto de la empresa como del entorno en términos de poder de los compradores y de los proveedores. Para visualizar ejemplos de factores positivos y negativos del entorno los puedes acceder desde [aquí](#).

Está claro que no existe un manual único que nos guíe en cómo llevar a cabo la estrategia de negociación dado que todos los procesos de negociación son distintos. Sin embargo, podemos establecer una base para formularla siguiendo las siguientes 5 fases que se plantean como respuesta a las siguientes preguntas:



## Fase de la Negociación

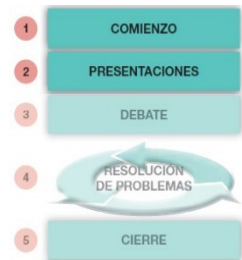
Con la documentación preparadas se inicia propiamente con la negociación siguiendo las siguientes etapas:



## Comienzo y presentación de la propuesta

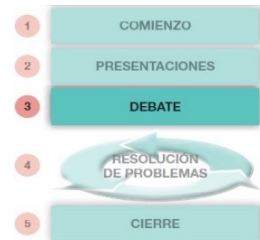
Uno de los aspectos esenciales es la forma de como presentamos nuestra propuesta:

-Presentación de los participantes, separando las justificación y justificaciones, con un tono de voz que demuestre seguridad. La presentación debe tener este formato: “Si ustedes aceptan las condiciones 1-2-3, nosotros estamos dispuestos a aceptar 1-2-3. También se establecen los objetivos, agenda y tiempos y reglas de juego.



## Debate o negociación

Una vez realizada la propuesta, llega la fase propia de la negociación, en donde nada se debe ceder en forma gratuita, es decir, si condescendemos en algo será a cambio de algo en donde la palabra clave será “**SI**”. Si ustedes aceptan A, nosotros aceptamos B. Presentamos primero nuestras condiciones.



## Resolución de Problemas

En toda negociación pueden aflorar conflictos que será necesario resolver; los más normales suelen venir motivados por:

- Especificaciones de los productos
- Forma de pago
- Cronograma-
- Comunicación
- Forma de entrega de los productos
- Quien asume los gastos.



El instituto Nacional de la Tecnología de la Comunicación (INTECO) presenta 10 principios básicos para la resolución de conflictos, los cuales los puede acceder desde [aquí](#).

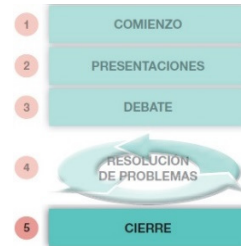
## Cierre

Las relaciones con los proveedores se deben fijar a largo plazo, pues el hotel es una organización o entidad que ha de continuar en el tiempo

En toda negociación existen cuatro posibles desenlaces:



A largo plazo solo el cuarto desenlace proporciona una relación duradera y armoniosa con los proveedores ya que además de alcanzar todos o la mayoría de los objetivos, habremos cuidado la imagen y la ética empresarial, además de crear un marco para futuras negociaciones beneficiosas para ambas partes.



## Bibliografía

*Definición.com.mex.* (s.f.). Obtenido de <https://definicion.com.mx/contrato.html>

Empresas, w. y. (2019). Obtenido de <https://www.webyempresas.com/definicion-de-la-gestion-de-proveedores/>

Gómez Aparicio, J. M. (2013). *Gestión Logística y Comercial*. España: Mc Graw Hill.

Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona: Deusto S.A.

*Wikipedia.* (s.f.). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Contrato\\_de\\_compraventa](https://es.wikipedia.org/wiki/Contrato_de_compraventa)



## CONCLUSIÓN



Vicente Flores

Con la virtualización del curso Gestión de Compras se pretende aumentar la oferta académica de la Sede del Pacífico, al romper con las barreras geográficas y transposición de horarios de tal forma que los potenciales estudiantes puedan tener más y mejores oportunidades de educarse a nivel superior, contribuyendo a la superación personal y con ello al desarrollo económico y social del país.

Con la virtualización del curso Gestión de Compras se busca bajar la deserción mejorando la calidad en la educación mediante la motivación a los estudiantes para que asuman un rol activo en el proceso de enseñanza y aprendizaje aprovechando su condición de nativos digitales de tal forma que puedan desarrollar su propio entorno personal de aprendizaje (PLE), poniendo en práctica sus habilidades para la búsqueda de la información en el ciberespacio, desarrollando criterios de valoración de esa información, para elaborar nueva y compartirla para trabajar en forma colaborativa, dando solución a problemas en el plano personal y como sociedad.

Con la virtualización del curso Gestión de Compras se aprovecha la capacidad tecnológica instalada en la universidad, al incorporar las posibilidades tecnologías digitales actuales como apoyo a las metodologías del sistema educativo institucional.

Vicente Flores