

	INSTRUCTIVO		Fecha Emisión: 30/09/2026
	NOMBRE: Gestión del Gerente de Compras		Fecha Últ. Act.: 30/09/2026
	Código: IT-GC-01	Versión: 1	Página 1 de 5

Instructivo — Gestión del Gerente de Compras

Gerente de Compras | Odoo 15 y Odoo 18

Introducción

El Gerente de Compras tiene un rol estratégico y operativo: garantiza que las compras se hagan en condiciones comerciales competitivas, rentables y alineadas con la estrategia de cada marca. Su gestión no se limita a negociar precios: revisa y aprueba ofertas, coordina con Ventas, Marketing, Operaciones y Finanzas, da seguimiento a las actividades del equipo (Lead Generators, Compradores y Coordinador de Compras), supervisa los planes de marca y asegura la trazabilidad de las operaciones hasta la autorización de pagos.

Objetivo

Establecer cómo el Gerente de Compras gestiona y da seguimiento a sus actividades diarias, desde las RFQ hasta los pagos, los proyectos de marca, los leads y la coordinación con otras áreas, para asegurar la trazabilidad de las decisiones, la correcta priorización de tareas y el cumplimiento de los lineamientos comerciales y operativos.

Responsable

- Cumplir y hacer cumplir este instructivo.
- Revisar RFQ y órdenes de compra dentro de su ámbito de autoridad.
- Asignar y dar seguimiento a actividades en el sistema.
- Coordinar con Ventas, Marketing, Operaciones y Finanzas.

Regla general: toda tarea asignada al equipo tiene responsable, plazo y evidencia en Odoo. Lo que no está en el sistema no se puede dar por hecho.

Capítulo I · Seguimiento de las actividades

El seguimiento es el conjunto de acciones que realiza el Gerente de Compras para controlar el avance de las tareas asignadas en el CRM/ERP (revisión de ofertas, carga de ofertas, comunicación a Ventas), verificando responsables, plazos, evidencias y resultados. Los tipos de actividad más frecuentes son el seguimiento a ofertas, el seguimiento a proveedores y las aprobaciones internas (envío de documentación empresarial).

Módulo	Qué revisa el Gerente de Compras
Ofertas	Mantener las ofertas activas vigentes o cerrarlas cuando corresponda, valoradas y con el feedback de las marcas o del equipo comercial. Aprobar ofertas desde la rentabilidad. Velar por el cumplimiento de los presupuestos de ventas asociados o tener la respuesta formal de Ventas de por qué no se concretaron.
Cuota de ventas	Monitorear las preventas activas y sus cuotas de venta por pares, piezas, monto o una combinación, y dar seguimiento a su cumplimiento.
Actividades	Que el equipo tenga sus actividades al día y que las vencidas estén gestionadas o cerradas, sin atrasos injustificados.
Proyectos	Gestionar marcas, leads y proyectos comerciales del proceso de compras. Que no haya tareas o proyectos atrasados sin justificación y que los vencidos estén cerrados.
Compras	Supervisar la elaboración y revisión de RFQ y órdenes de compra; controlar el flujo de proformas, pagos a proveedores y comunicaciones; que las compras estén al día en fechas, estados y seguimiento.
CRM	Que las oportunidades estén en tiempo y bien clasificadas (activas, ganadas o perdidas), que cada una tenga una actividad de seguimiento y revisar las nuevas oportunidades de sus marcas.

	INSTRUCTIVO		Fecha Emisión: 30/09/2026
	NOMBRE: Gestión del Gerente de Compras		Fecha Últ. Act.: 30/09/2026
	Código: IT-GC-01	Versión: 1	Página 2 de 5

Módulo	Qué revisa el Gerente de Compras
Automatización de Marketing	Que los leads tengan campañas activas y que no haya campañas vencidas ni sin seguimiento.
Marketing	Coordinar los procesos de compras con Marketing y proveedores y mantener actualizado el módulo con la información de los requerimientos de las marcas.

Actividades específicas del Gerente de Compras

Actividad	Cómo se hace
Revisión y envío de RFQ	Revisar el RFQ preparado por el Coordinador de Compras, validar que los datos estén correctos y alineados con la estrategia de negociación y enviarlo al proveedor.
Compras con Marketing (marca directa)	Asignar el presupuesto a Marketing según las ventas internacionales de la marca y verificar que todas sus actividades estén dentro del presupuesto.
Revisión y envío de orden de compra	Revisar la orden de compra (productos, cantidades, precios, condiciones, fechas) y, validada, enviarla al proveedor.
Autorización de pagos	Verificar que las proformas y condiciones coincidan con el sistema y con la negociación cerrada antes de autorizar.
Envío de comprobante de pago	Cuando Finanzas paga, enviar el comprobante al proveedor como respaldo, con trazabilidad documental.

Capítulo II · Manejo de documentos empresariales

La documentación empresarial solo se envía si el proveedor la solicita y se limita a lo estrictamente necesario. El Gerente de Compras aprueba cada envío.

1. Certificate of Incorporation.
2. Consent of Incorporator.
3. Letter of Acceptance.
4. Identificación de los directores: solo si la requieren; si no la piden, no se envía nunca.

Capítulo III · Seguimiento de las marcas a prospectar

El Gerente de Compras define con Ventas las marcas objetivo a buscar y desarrollar, con base en datos (presupuestos y prospecciones). Cada marca objetivo tiene un proyecto formal en Odoo 18 con actividades y responsables.

Fuente 1 · Módulo de Prospección (Odoo 15). Revisar las marcas con presupuesto asignado de forma positiva (proyección o intención formal de inversión) o marcadas como prioritarias por el equipo comercial. Con ese listado, Compras y Ventas definen qué marcas pasan a búsqueda activa de proveedores.

Fuente 2 · Solicitudes de proveedores. Cuando un proveedor da información de presupuesto o descuentos para una marca: registrarla en el sistema (oportunidad o nota en prospección), evaluar con Ventas si entra en la lista de marcas objetivo y, si es viable, tratarla como marca objetivo aunque no estuviera en prospección. Mantener comunicación constante con los proveedores.

Rol	Qué hace en la búsqueda de marcas
Lead Generators	Prospectan los proveedores de las marcas objetivo.
Compradores	Con el proveedor prospectado: contactan y profundizan en condiciones comerciales y solicitan catálogos, listas de precios y condiciones de compra.
Gerente de Compras	Coordina y supervisa: que las marcas objetivo estén registradas, crea el proyecto de búsqueda en Odoo 18 y da seguimiento a Leads y Compradores.

	INSTRUCTIVO		Fecha Emisión: 30/09/2026
	NOMBRE: Gestión del Gerente de Compras		Fecha Últ. Act.: 30/09/2026
	Código: IT-GC-01	Versión: 1	Página 3 de 5

Capítulo IV · Creación de proyectos a los Lead Generators

Para cada marca objetivo (del módulo de Prospección o de una solicitud de cliente) se crea un proyecto en Odoo 18 desde el que se gestiona toda la prospección.

1. Ingresar al módulo de Prospección en Odoo 18.
2. Crear el proyecto desde una prospección de Odoo 18, o seleccionar una prospección en Odoo 15, enviarla a Odoo 18 y crear allí el proyecto.
3. Llenar los campos: tipo de prospección, supplier type, rango de fecha, project template, gerente de proyecto, tarea asignada a, OKR del mes y descripción (lo que se quiere de la marca: descuento, RP, etc.).
4. Ingresar al módulo de Proyectos en Odoo 18 y revisar el proyecto y las tareas asignadas.

Capítulo V · Protocolo de seguimiento a los Lead Generators

El protocolo estandariza, controla y mide la prospección del equipo: todas las acciones quedan registradas en Odoo, los contactos fríos se convierten mejor en oportunidades y los resultados se miden en reuniones, oportunidades y cierres.

Situación	Acción requerida
El lead solicita información	Enviar la información y agendar un seguimiento obligatorio en 24 horas.
El lead pide dos semanas para revisar	Crear el recordatorio en Odoo para la fecha indicada. Nunca dejar el lead sin actividad futura.
El posible proveedor envía una propuesta	Seguimientos a las 24 h, 24 h y 7 días; después, cierre (calificar el lead).

Enfoque por empresa

Empresa	Qué se busca
Representaciones del Caribe	Marcas directas. Distribuidor oficial para el territorio (LatAm, Caribe y RD).
Group IVB	Marcas directas. Distribuidor oficial para el territorio (LatAm, Caribe y RD).
ANG Sales S.A.	Distribuidores oficiales en cualquier parte del mundo; mayoristas, grandes plataformas online o empresas con muchas tiendas que tengan cuentas directas con las marcas; intermediarios.

Capítulo VI · Indicadores del equipo

Métricas vigentes al 22-09-2026. El detalle de dónde se mide cada una está en MTR-GC-01 «Métricas del equipo · Departamento de Compras».

Gerente de Compras

Métrica	Peso	Meta
Compras a marcas directas	60 %	USD 2,125,000 al mes
Actividades abiertas	10 %	100 %
Actividades atrasadas	10 %	100 %
Tareas abiertas	10 %	100 %
Tareas atrasadas	10 %	100 %
Total	100 %	

Lead Generator ANG

Métrica	Peso	Meta mensual
Leads	10 %	20,000
Tasa de respuestas de las campañas Odoo	10 %	100 %
Tasa de respuestas de las campañas LinkedIn	10 %	100 %
Avance de proyectos	10 %	5

	INSTRUCTIVO		Fecha Emisión: 30/09/2026
	NOMBRE: Gestión del Gerente de Compras		Fecha Últ. Act.: 30/09/2026
	Código: IT-GC-01	Versión: 1	Página 4 de 5

Métrica	Peso	Meta mensual
Contactos	15 %	665
Oportunidades	15 %	38
Ofertas con errores	5 %	0
Reuniones	15 %	21
Actividades y tareas al día	10 %	Al día
Total	100 %	

Lead Generator RDC / IVB · Los Lead Generators RDC/IVB y el Comprador de Marcas Directas se miden en dos niveles. El nivel 1 (30 %) son los requisitos mínimos del mes: si no se cumple, el mes no califica. El nivel 2 (70 %) pondera los resultados de negocio y solo se calcula si se pasó el nivel 1.

Métrica	Peso	Meta
Nivel 1 (30 %)		
Leads	25 %	1,400
Tasa de respuestas de las campañas Odoo	20 %	100 %
Tasa de respuestas de las campañas LinkedIn	20 %	100 %
Mensajes personalizados (primer contacto)	25 %	320
Semanas del mes sin tareas atrasadas	10 %	4 de 4
Total nivel 1	100 %	
Nivel 2 (70 %)		
Oportunidades	20 %	5
Reuniones	20 %	2
Business Plans	20 %	1
Distribuciones firmadas	40 %	2 por trimestre
Total nivel 2	100 %	

Comprador de proveedores indirectos (ANG)

Métrica	Peso	Meta mensual
Tasa de respuesta de campañas Odoo	10 %	100 %
Contactos (llamadas / WhatsApp)	5 %	500
Contactos por proveedor	5 %	1
Reuniones	15 %	20
Oportunidades	25 %	40
Oferta girada (oferta creada en el sistema)	25 %	20
Ofertas con errores	5 %	0
Actividades y tareas al día	10 %	Al día
Total	100 %	
Correos masivos	Sin peso	2

Comprador de marcas directas

Métrica	Peso	Meta
Nivel 1 (30 %)		
Contactos mensuales (marcas y distribuidores)	30 %	100 %
Registro de contactos en el sistema	30 %	100 %
Tiempo de respuesta al análisis de oferta	30 %	3 horas máx.

	INSTRUCTIVO		Fecha Emisión: 30/09/2026
	NOMBRE: Gestión del Gerente de Compras		Fecha Últ. Act.: 30/09/2026
	Código: IT-GC-01	Versión: 1	Página 5 de 5

Métrica	Peso	Meta
Semanas del mes sin tareas atrasadas	10 %	4 de 4
Total nivel 1	100 %	
Correos masivos	Sin peso	2
Nivel 2 (70 %)		
Ofertas analizadas y giradas a Ventas	60 %	10
Errores de cálculo detectados	20 %	0 (máximo tolerado)
Mejoras negociadas (precio, plazo, exclusividad)	20 %	1
Total nivel 2	100 %	

Coordinador de Compras

Métrica	Peso	Meta	Tiempo
Proformas con errores	15 %	0	2 h
RFQs con errores	15 %	0	3 h
Errores en verificación de confirmación del suplidor	15 %	0	3 h
Confirmación de BPO con errores	20 %	0	3 h
Checklists con errores	10 %	0	N/A
Módulo Compras con errores	15 %	0	N/A
Actividades y tareas al día	10 %	Al día	—
Total	100 %		