Guion para desarrollo de contenidos

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Producción de eventos masivos |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | Contratar servicios de acuerdo con normativa y procedimiento administrativo | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 210601025-4. Tramitar contratación de proveedores de acuerdo con la ponderación de parámetros técnicos  210601025-5. Revaluar proveedores de acuerdo con los términos contractuales y procedimientos de calidad |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 12 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Contratación y revaluación de proveedores |
| BREVE DESCRIPCIÓN | La contratación y revaluación de proveedores es el proceso de valoración y aprobación que se realiza para garantizar que solo se trabaja con los mejores proveedores disponibles. El mismo proceso puede aplicarse también a los proveedores actuales para medir y supervisar su rendimiento, con el fin de reducir los costos, mitigar el riesgo e impulsar la mejora continua. |
| PALABRAS CLAVE | Contratación, proveedores, revaluar, supervisar, valoración |

| ÁREA OCUPACIONAL | VENTAS Y SERVICIOS |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

TABLA DE CONTENIDOS

**Introducción**

1. Clasificación de proveedores

2. Negociación y acuerdos comerciales

3. Relaciones con proveedores

4. Contratos comerciales

5. Gestión de la calidad

6. Niveles de servicio

7. Revaluación del proveedor

**INTRODUCCIÓN**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Estimado aprendiz, en este componente de formación se abordarán los conceptos para tramitar la contratación de proveedores y practicar su revaluación, teniendo en cuenta la aplicación de parámetros técnicos y procedimientos de calidad. Para esto es necesario estudiar la clasificación y las relaciones de las personas o empresas que nos suministran productos o servicios, así como los acuerdos, los términos de negociación y los contratos establecidos con ellos. Además de lo anterior, es importante que las empresas cuenten con la implementación de un sistema de gestión de calidad.  Le invitamos a ver el siguiente video, con la intención de que tenga una visión completa de lo que será esta experiencia de aprendizaje, y le deseamos éxitos en su desarrollo. |

**GUION DE VIDEO INTRODUCTORIO**

| **Tipo de recurso** | Video spot animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
|  |  | | | |
| **Título** | Relación con los proveedores | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en off)** | **Texto** |
| **1** | Ejecutivo pensando. Video referencia https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1078185089-busy-african-american-female-manager-using-computer |  | Cada organización es diferente. Por eso, para asegurarse de evaluar a los proveedores de la forma más justa posible, primero debe determinar qué es lo que más le importa, qué busca en un socio comercial: ¿productos de calidad?, ¿una buena relación empresarial? Una vez que lo haya anotado (utilizando un cuadro de mando de proveedores), será más fácil decidir qué proveedores cumplen sus criterios y cuáles no. | ¿Qué busca en un proveedor?  ¿Calidad?  ¿Buenas relaciones?  ¿Servicios adicionales?  ¿Precios? |
| **2** | Personas cerrando un trato.  Video referencia  https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1028495336-male-advisor-salesman-talking-client-handshaking-closing |  | Al negociar, se debe tener en cuenta la **imparcialidad**, verificar si los proveedores atienden a las normas estrictas de las prácticas comerciales éticas, preguntarse si muestran un comportamiento de juego limpio con todas las partes interesadas, incluidos sus propios clientes, empleados, proveedores y la comunidad. | Proveedores éticos |
| **3** | Video similar que muestre servicio al cliente y enfoque empresarial.  Video referencia https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1081949288-omni-channel-technology-online-retail-business-method |  | De igual forma, la **orientación al cliente** del proveedor muestra dedicación para anticipar y satisfacer las expectativas y requisitos de sus clientes. Un buen socio comercial debe conocer a fondo las tendencias y oportunidades del mercado y actuar en su mejor interés, sin dejar de lado el manejo de **relaciones comerciales** que promuevan la confianza, el respeto y el compromiso mutuo. Asimismo, el **enfoque empresarial** del proveedordebeestar alineado con sus objetivos empresariales, y demostrar experiencia para hacer crecer el negocio. | Orientación al cliente.  Relaciones comerciales.  Enfoque empresarial. |
| **4** | Video similar que refleje la implementación de un sistema de gestión de calidad. Referencia: https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1080138212-quality-assurance-control-conceptual---modern-graphic |  | Por otra parte, la creación, implantación y mantenimiento de un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es un importante requisito documental para cualquier empresa, ya que formaliza los procedimientos y las políticas que promueven la calidad de los productos y servicios que proporciona. Una forma de hacerlo es seguir la norma ISO y obtener la certificación ISO 9001:2015. |  |
| **5** | Ejecutivos en reunión, video referencia https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1086926792-older-age-businesswoman-hold-round-table-discussion |  | Los acuerdos de nivel de servicio (SLA) son una parte fundamental de cualquier acuerdo con los proveedores, y darán grandes beneficios a largo plazo si se han pensado y codificado adecuadamente al principio de la relación, ya que protege a ambas partes, y si surgen disputas, especificará las soluciones y evitará malentendidos. Esto puede ahorrar mucho tiempo y dinero tanto al cliente como al proveedor. | Los acuerdos de nivel de servicio deben ser:  Claros.  Establecidos desde el inicio. |
| **6** | Ejecutivos haciendo evaluación de proveedores. Referencia: https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1072897550-closeup-hand-group-asia-people-busy-account |  | A veces, además de saber lo que es algo, es igual de importante saber lo que no es. En el caso de la gestión de los acuerdos de nivel de servicio, un buen ejemplo es la adopción generalizada de los puntos de referencia del sector, como referencia en los acuerdos de nivel de servicio (u objetivos de nivel de servicio). Es importante recordar que se debe evaluar con regularidad (al menos 2 veces al año) a los proveedores, para comprobar si obtienen mejores puntuaciones que en los procesos aplicados con anterioridad. | Adoptar mediciones en los acuerdos de servicio.  Revaluar proveedores dos veces al año. |
| **7** | Aprendiz o ejecutivo exitoso. Video referencia https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1092852803-thumbs-hand-sign-symbol-gesture-excited-happy |  | Conocer y aplicar estos procesos en su experiencia como organizador de eventos será de gran ayuda para desarrollar con éxito sus actividades. | Aplicación de procesos = eventos exitosos |
| **8** | Escena o imagen similar a la de referencia: lugar de estudio organizado |  | Le invitamos a participar de esta experiencia de aprendizaje virtual, con entusiasmo y dedicación, por lo que le sugerimos:  Organizar un horario de estudio individual y colaborativo.  Participar de los foros y actividades sugeridas por el instructor.  Revisar las notificaciones del curso constantemente.  Entregar las evidencias solicitadas.  Comunicarse con su instructor para despejar dudas o inquietudes. | Organice su horario  Participe en las actividades y foros  Revise las notificaciones.  Entregue sus evidencias.  Despeje dudas o inquietudes.  ¡Bienvenido! |
| **Nombre del archivo** | 623800\_v1 | | | |

**DESARROLLO DE CONTENIDO**

**1. Clasificación de proveedores**

| Cuadro de texto |
| --- |
| La clasificación de los proveedores se basa en los resultados de la evaluación de su rendimiento y su importancia estratégica; estos son la base para el desarrollo de la cartera de proveedores de una empresa y la gestión de riesgos. Una clasificación objetiva de proveedores ayuda a desarrollar una cartera completa.  Actualmente, existen muchas fuentes que permiten obtener información para crear la base de datos proveedores, como se ve en la Figura 1. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | Algunas fuentes conocidas para la selección de proveedores son: |
| **Figura 1**  *Fuentes para la selección de proveedores*    Fuente: elaboración propia | |
| **Código de la imagen** | 623800\_CF12\_i01 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Una vez establecida la lista de potenciales proveedores, se establece contacto directo para solicitar la información de interés. Es necesario asegurarse de que respondan claramente a los aspectos específicos requeridos para la empresa.  Los proveedores más eficaces son los que ofrecen productos o servicios que se ajustan —o superan— las necesidades de la empresa contratante. Por eso, al clasificar proveedores, es mejor estar seguro de las necesidades de la empresa y de lo que se quiere conseguir, en lugar de limitarse a pagar por lo que los proveedores quieran venderle.    Imagen: 623800\_CF12\_i02  Por ejemplo, si se quiere reducir el tiempo de atención a los clientes, los proveedores que ofrezcan una entrega más rápida tendrán una mejor valoración que los que compiten solo por el precio.  Otro punto que merece la pena examinar es cuántos proveedores se necesitan en realidad. Comprar a un grupo cuidadosamente seleccionado puede tener una serie de ventajas. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Dentro de esas ventajas se encuentra: | |
| **Mayor facilidad para controlar a los proveedores** | | **Imagen:**623800\_CF12\_i03 |
| **El negocio será más importante para ellos** | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i04 |
| **Podrá llegar a acuerdos que le proporcionen una ventaja competitiva adicional** | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i05 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Sin embargo, es importante poder elegir entre varias fuentes. Comprar a un solo proveedor puede ser peligroso: ¿dónde ir si falla, o incluso quiebra? Igualmente, aunque la exclusividad puede incitar a algunos proveedores a ofrecer un mejor servicio, otros pueden simplemente volverse complacientes y bajar sus estándares.  Es importante tener claro qué se busca en un proveedor. A continuación, se encuentran algunas características que pueden ayudar a definir los mejores aliados para una empresa o proyecto. |

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 1 |
| --- | --- |
| **Introducción** |  |
| **Imagen:** 623800\_CF12\_i06 | |
| Fiabilidad: Recuerde, si el proveedor falla, la empresa puede fallarle a sus clientes. | |
| Calidad: La calidad de sus suministros debe ser constante; los clientes asocian la mala calidad con la empresa, no con sus proveedores. | |
| Relación calidad-precio: El precio más bajo no siempre es la mejor opción. Elegir proveedores fiables y de calidad implica decidir cuánto se está dispuesto a pagar por sus suministros y el equilibrio que se quiere alcanzar entre costo, fiabilidad, calidad y servicio. | |
| Servicio sólido y comunicación clara: Es vital contar con proveedores honestos, que entreguen a tiempo y avisen con anticipación cualquier inconveniente que puedan tener con la entrega. Los mejores proveedores querrán hablar regularmente con la empresa para saber qué necesidades tiene y cómo pueden servirle mejor. | |
| Seguridad financiera: Siempre merece la pena asegurarse de que el proveedor tiene suficiente liquidez para entregar el pedido a tiempo. Una comprobación de crédito ayudará a asegurarse de que él no quebrará cuando más lo necesite. | |
| Enfoque de colaboración: Una relación sólida beneficiará a ambas partes. Todo empresario quiere que sus proveedores reconozcan lo importante que es la empresa para su negocio, de modo que se esfuercen por ofrecerle el mejor servicio posible. Sin embargo, es más probable que los proveedores respondan de esa manera, si el empresario les muestra lo importantes que son para su empresa. | |

**2. Negociación y acuerdos comerciales**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Una negociación es un método mediante el cual las personas resuelven sus diferencias. Es un proceso en el que se desarrolla un compromiso o un acuerdo, evitando las discusiones y las disputas. En cualquier desacuerdo es comprensible que las personas quieran conseguir el mejor resultado para su posición (o quizás para la organización a la que representan), sin embargo, los principios de equidad, búsqueda del beneficio mutuo y mantenimiento de una relación son las claves de un resultado exitoso.    **Imagen:** 623800\_CF12\_i07  Las formas específicas de negociación se utilizan en muchas situaciones: asuntos internacionales, el sistema jurídico, el gobierno, los conflictos laborales o las relaciones domésticas, entre otros. Sin embargo, las habilidades generales de negociación pueden aprenderse y aplicarse en una amplia gama de actividades. Las habilidades en esta área pueden ser de gran utilidad para resolver cualquier diferencia que surja entre dos partes.  Para lograr un resultado deseable, puede ser útil seguir un enfoque estructurado de la negociación. Por ejemplo, en una situación de trabajo puede ser necesario organizar una reunión en la que participen todas las partes implicadas. Veamos ahora las etapas o fases de una negociación. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | Las etapas en un proceso de negociación, como se muestra en la Figura 2, son: |
| **Figura 2**  *Etapas en un proceso de negociación*    Fuente: elaboración propia | |
| **Código de la imagen** | 623800\_CF12\_i08 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Código: 623800\_CF12\_i09  No obstante, si el proceso de negociación se rompe y no se puede llegar a un acuerdo, hay que volver a programar una nueva reunión. Así se evita que todas las partes se involucren en situaciones acaloradas o discusiones, que no solo hacen perder tiempo, sino que pueden dañar las relaciones futuras. En la siguiente reunión, deben repetirse las etapas de la negociación. Hay que tener en cuenta las nuevas ideas o intereses y volver a analizar la situación. En esta fase también puede ser útil buscar otras soluciones alternativas o traer a otra persona para que medie.  Para que la negociación sea efectiva, se deben considerar tres elementos, como se muestra en la Figura 3. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | Estos elementos son: |
| **Figura 3**  *Elementos importantes en una negociación*    Fuente: elaboración propia | |
| **Código de la imagen** | 623800\_CF12\_i10 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Pero ¿qué son los acuerdos comerciales? Un acuerdo comercial es un convenio vinculante entre las partes, en el que ambas se obligan a realizar determinadas actividades o a abstenerse de hacer algo. Se pueden encontrar en una variedad de tipos de negocios, incluyendo el industrial, el corporativo y el minorista.  Los acuerdos comerciales pueden ser verbales, por escrito o incluso implícitos de manera formal o informal. Pueden cubrir todos los aspectos del negocio, incluyendo salarios, arrendamientos, préstamos, contratación y seguridad de los empleados. Para incumplir un acuerdo comercial, una de las partes contratantes no cumple su parte del acuerdo. Los acuerdos pueden incluir garantías, y el lenguaje usado es sencillo, aunque repetitivo. Hay formularios estándar que pueden utilizarse de forma continua con proveedores o suministradores.    623800\_CF12\_i11  **Parámetros de un acuerdo comercial**  La parte inicial de un acuerdo comercial suele ser la que más trabajo requiere, ya que en ella se identifican las partes, se discuten los detalles del acuerdo, incluyendo el producto o servicio que se vende, las fechas y horarios, las opciones de entrega y el precio acordado. Dado que el derecho contractual exige que las partes implicadas entiendan los términos de cualquier acuerdo que celebren, el uso de un lenguaje fácil de entender para un propósito comercial ordinario ayudará a cumplir este requisito. Básicamente, hay dos elementos clave del acuerdo, como se ve en la Figura 4. |

| **Tipo de recurso** | | Pestañas o tabs verticales |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | | Estos elementos son: |
| **Figura 4**  *Elementos de un acuerdo comercial*    **Fuente:**  **Imagen:** 623800\_CF12\_i12 | | |
| **Oferta/propuesta:** | La oferta hecha por el oferente debe ser clara, es decir, los términos relativos a la oferta deben ser ciertos. Además, la oferta debe ser comunicada al destinatario, y se considera completa cuando este la conoce. | |
| **Aceptación:** | Debe ser incondicional y absoluta. Además, debe ser aceptada por la persona responsable de cerrar los acuerdos comerciales. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Veamos, entonces, algunos ejemplos de acuerdos comerciales. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Estos acuerdos pueden ser: | |
| **Licencia y franquicia** | | **Imagen** 623800\_CF12\_i13 |
| **Préstamo y financiación** | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i14 |
| **Suministro de bienes y servicios** | | **Imagen:**  623800\_CF12\_i15 |
| **Acuerdos de accionistas y empresas conjuntas** | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i16 |
| **Contratos de trabajo** | | **Imagen:** 623800\_ CF12\_i17 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Examinemos ahora las diferencias y beneficios de establecer un “acuerdo” o un “contrato”. |

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 1 |
| --- | --- |
| **Introducción** | Estas son: |
| **Imagen:** 623800\_CF12\_i18 | |
| Acuerdo: La principal ventaja de un acuerdo que no cumple los criterios de un contrato es que es intrínsecamente informal. Cuando las partes que acuerdan tienen una relación de larga duración y comparten un grado considerable de confianza, un acuerdo no contractual puede ahorrar tiempo y permitir una mayor flexibilidad en el cumplimiento de las obligaciones acordadas. Los acuerdos que carecen de todos los elementos necesarios de un contrato también pueden ser más viables en situaciones en las que la redacción de un contrato resultaría prohibitiva para las partes implicadas. | |
| Contrato: Su principal ventaja es que detalla los términos específicos que las partes contratantes han acordado, y cuando una o más partes no cumplen con sus obligaciones, sirve de guía para que un tribunal de justicia determine la reparación adecuada para la parte o partes perjudicadas. Incluso cuando las partes tienen una buena relación y confían unas en otras, el uso de un contrato proporciona una capa adicional de garantía de que las obligaciones contraídas en virtud del contrato se cumplirán tal y como las propias partes pretendían. Los contratos suelen ser más aconsejables que los acuerdos en cualquier asunto oficial, de negocios o comercial, debido a la protección añadida que proporcionan. | |

**3.**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Contar con buenos proveedores mejora tanto el servicio a los clientes como la eficiencia de la empresa. Una buena relación con un proveedor también puede proporcionar un apoyo empresarial muy necesario y aportar una nueva perspectiva. Al fin y al cabo, si un negocio crece, también lo hará el de los proveedores. Ninguna empresa funciona completamente sola, y si se deja a un proveedor clave fuera de juego, se encontrará varado muy rápidamente. A menudo, la relación con los proveedores se pasa por alto y no se le presta la atención que merece.    Imagen: 623800\_CF12\_i19  A la hora de seleccionar los proveedores se debe tener en cuenta su ética, sus valores, su posicionamiento y su reputación. Además, hay otros aspectos que también son muy importantes, como se ve en la Figura 5. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | Principios para la relación con proveedores |
| **Figura 5**  *Relación con proveedores*    Fuente: elaboración propia | |
| **Código de la imagen** | 623800\_CF12\_i20 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Las relaciones comerciales son un camino de ida y vuelta, una de las partes no tiene más poder que la otra: ambas deben tener compromiso y madurez. Comprender las perspectivas del otro y respetar las diferencias es clave, así como ser consciente de que juntos, proveedor y destinatario, deben verse beneficiados. Esto implica una comunicación abierta, honesta, y la capacidad de mantener conversaciones difíciles si es necesario. No obstante, una buena relación con los proveedores puede suponer una gran diferencia a la hora de atender a los clientes y reducir los niveles de estrés.  A continuación, se destacan aspectos relevantes en la relación con los proveedores y su importancia. |

| **Tipo de recurso** | Slider Presentación | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** |  | |
| La gestión de las relaciones con los proveedores (SRM, siglas en inglés de *Supplier Relationship Management***),** es el enfoque sistemático para evaluar a los proveedores que suministran bienes, materiales y servicios a una organización, determinar la contribución de cada uno de ellos al éxito, y desarrollar estrategias para mejorar su rendimiento. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i21 |
| La disciplina SRM ayuda a determinar el valor que aporta cada proveedor, y cuáles de esos valores son los más críticos para la continuidad y el rendimiento de la empresa. También permite a los directivos cultivar mejores relaciones con los proveedores en función de la importancia de cada uno de ellos. La gestión de las relaciones con los proveedores es utilizada por los profesionales de la cadena de suministro que tratan regularmente con estos, en áreas como las compras, la gestión de proyectos y las operaciones. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i22 |
| A veces llamada ‘gestión de las relaciones con la cadena de suministro’, la SRM es una de las muchas disciplinas de la gestión de la cadena de suministro. Es similar a la gestión de proveedores y a los procesos de adquisición, pero hay diferencias clave: la gestión de proveedores suele centrarse en el establecimiento de costes y acuerdos de nivel de servicio entre la organización y sus proveedores, mientras que el aprovisionamiento se centra en la compra en sí (es decir, el pedido, la contratación, la facturación y el pago). | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i23 |
| Los proveedores tienen un gran impacto en el éxito de una empresa; desempeñan un papel fundamental en el impulso de los ingresos, lo cual no debe ignorarse nunca. Trabajar con proveedores fiables y de alta calidad contribuye en el crecimiento a gran escala de una empresa. Los proveedores poco fiables pueden crear cuellos de botella en el flujo de trabajo y tener un impacto negativo en la impresión que los clientes tienen de la empresa. Hay varios tipos de proveedores con los que una empresa puede trabajar: | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i24 |
| Mayoristas y distribuidores  Los mayoristas compran grandes cantidades de productos a granel y luego los revenden en cantidades menores a un precio unitario más alto. Suelen ofrecer los precios más bajos porque venden en grandes cantidades y son reacios a trabajar con pedidos más pequeños. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i25 |
| Fabricantes y vendedores  Se trata de proveedores que pueden trabajar con las mercancías de varias empresas diferentes. Los precios pueden ser más elevados que los de los mayoristas, pero manejan pequeños pedidos de una amplia gama de fabricantes en un periodo de tiempo relativamente corto. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i26 |
| Importadores  Los importadores nacionales pueden trabajar como los mayoristas nacionales y vender productos extranjeros a las empresas. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i27 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Mantener relaciones duraderas y de confianza con proveedores dedicados, debe ser un objetivo primordial de cualquier empresa que se esfuerce por triunfar en el mercado, para lo cual se deben establecer ciertas estrategias.    Imagen: 623800\_CF12\_i28 |

| **Tipo de recurso** | Carrusel de tarjetas | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Entre dichas estrategias se encuentran: | |
| Tratar a los proveedores como socios: Los proveedores son socios, y esta asociación debe basarse no solo en las transacciones financieras, sino también en la confianza y la lealtad mutuas. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i29 |
| Los pagos puntuales son cruciales: Si no se quiere perder proveedores, el primer paso es asegurarse de pagarles a tiempo. El flujo de caja es importante para cualquier emprendimiento; una empresa cumplida en los pagos demuestra que es fiable y que es fácil trabajar con ella. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i30 |
| Priorice el valor sobre el precio: El precio es lo que se paga, el valor es lo que se obtiene. No hay nada mejor para aumentar los beneficios que obtener un servicio o material de calidad a un precio adecuado. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i31 |
| Acuerdos detallados y justos con los proveedores: Cuando se compra a un proveedor con regularidad, es imprescindible establecer acuerdos de relación con él con un sólido proceso de gestión de contratos. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i32 |
| Evaluar y controlar los riesgos: Es importante evaluar siempre los riesgos de tratar con un proveedor, y en particular con un nuevo proveedor, especialmente si tiene una cadena de suministro compleja. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i33 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Aunque en la actualidad se ponen en práctica estrategias como las vistas anteriormente, en el pasado la satisfacción de los proveedores no fue un tema de gran interés dentro de la gestión de compras, ni desde el punto de vista profesional o académico. Sin embargo, es difícil gestionar con éxito las relaciones comprador-proveedor sin tener en cuenta la satisfacción del proveedor, por lo tanto, el análisis de la satisfacción del proveedor debe tener en cuenta los procesos de interacción dentro de las relaciones comprador-proveedor (por ejemplo, el intercambio de información), así como el ambiente dentro de estas relaciones (como la dependencia de poder).    Imagen: 623800\_CF12\_i34  El objetivo de este trabajo es explorar la satisfacción del proveedor como factor de la calidad de la relación comprador-proveedor. La satisfacción del proveedor se define como su sentimiento de equidad respecto a los incentivos del comprador, y sus contribuciones dentro de una relación industrial comprador - vendedor. La satisfacción del proveedor, como constructo complejo, se expresa mediante un índice, y sus determinantes se miden a través de una encuesta. |

| Tipo de recurso | Pestañas o tabs horizontales | |
| --- | --- | --- |
| Introducción | A continuación, se presentan las medidas más útiles para definir la satisfacción del cliente de una empresa. | |
| Puntuación  del promotor  neto | Mide la fidelidad y es el método de pensamiento más reciente cuando se trata de medir la satisfacción. Tiene una escala de 1 a 10, siendo el 100 positivo la mejor puntuación posible. Los datos se recogen con una encuesta específica, con la pregunta, “¿Qué probabilidad hay de que recomiende nuestra empresa?”. Se pide una respuesta a esta pregunta entre 0 (nada probable) y 10 (extremadamente probable). | Imagen: 623800\_CF12\_i35 |
| Puntuación  de la  satisfacción | Es una de las más utilizadas. Los datos se recopilan mediante una pregunta específica en una encuesta de opinión, por ejemplo: “¿Qué grado de satisfacción tiene con su experiencia?”. Los encuestados suelen responder a esta pregunta en una escala del 1 al 5. | Imagen: 623800\_CF12\_i36 |
| Satisfacción del servicio | Mide el grado de satisfacción de los clientes con la asistencia prestada por el equipo de atención al proveedor. Se pueden recopilar estos datos a través de una encuesta de opinión, o más típicamente a través de un mensaje automatizado enviado directamente a un representante.  Para ver un ejemplo de esta encuesta, te invitamos a descargar el Anexo2\_Encuesta de satisfacción. | Imagen: 623800\_CF12\_i37 |

**4. Contratos comerciales**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Los contratos comerciales definen y regulan las relaciones comerciales, ya sea un acuerdo laboral estándar u otros más complejos como las fusiones y adquisiciones. El entorno actual, cada vez más litigioso, exige comprender y dominar los principios que rigen los contratos comerciales, saber cómo proteger los intereses y minimizar los pleitos comerciales. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | Para entender mejor su concepto, la Figura 6 expone algunos de los aspectos del contrato. |
| **Figura 6**  *El contrato*    Fuente: elaboración propia | |
| **Código de la imagen** | 623800\_CF12\_i38 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Según el artículo 864 del Código del Comercio (Decreto 410 de 1971),  el contrato es un acuerdo de dos o más partes para constituir, regular o extinguir entre ellas una relación jurídica patrimonial, y salvo estipulación en contrario, se entenderá celebrado en el lugar de residencia del proponente y en el momento en que este reciba la aceptación de la propuesta.  En pocas palabras, un contrato comercial es un convenio que regulan las relaciones comerciales entre particulares o empresas, en el cual ambas partes se comprometen a realizar unas acciones o abstenerse de ellas. Los contratos comerciales suelen ser escritos, pero también pueden ser verbales. Un contrato comercial escrito es más fácil de hacer y proporciona a las partes una orientación sobre cómo cumplir sus obligaciones en la transacción.  Independientemente del tamaño de la empresa, su éxito depende en gran medida de la capacidad que tenga para garantizar que sus contratos comerciales reflejen con precisión sus acuerdos contractuales, protejan adecuadamente sus intereses y limiten su responsabilidad.    623800\_CF12\_i39  En la Figura 7 se pueden ver las funciones de un contrato comercial. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | Dentro de las funciones de un contrato comercial se encuentran: |
| **Figura 7**  *Funciones del contrato comercial*    Fuente: elaboración propia | |
| **Código de la imagen** | 623800\_CF12\_i40 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Los contratos comerciales escritos sirven para documentar exactamente cuáles serán las responsabilidades y obligaciones legales entre las partes involucradas, y lo más importante, relacionan la forma como las partes asignan los riesgos y las recompensas, ya sean financieras o de otro tipo.  Negociar un contrato inadecuadamente, no documentarlo o firmar uno mal redactado puede acarrear serias consecuencias. |

| **Tipo de recurso** | Rutas / pasos. Verticales 2 | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Entre ellas se encuentran: | |
| **1** | Exposición al riesgo, incluida una responsabilidad potencialmente ilimitada. | Imagen: 623800\_CF12\_i41 |
| **2** | Imposibilidad de hacer cumplir las obligaciones de la otra parte. | Imagen: 623800\_CF12\_i42 |
| **3** | Arriesgarse a sufrir el incumplimiento de las obligaciones legales o reglamentarias (antisoborno, derecho de la competencia, protección de datos), disputas y litigios. | Imagen: 623800\_CF12\_i43 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Un contrato puede referirse a cualquier tema sobre el que dos o más partes deban ponerse de acuerdo. A continuación, la Figura 8 indica algunos de los tipos de contratos comerciales de acuerdo con el Código de Comercio. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** |  |
| **Figura 8**  *Tipos de contrato comercial en Colombia*    Fuente: elaboración propia con base en el Código de Comercio | |
| **Código de la imagen** | 623800\_CF12\_i44 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Cuando se elabora un contrato, independientemente de su tipo, se establecen unas cláusulas que definen de forma clara ciertas condiciones. Te invitamos a ver el siguiente video para conocer algunas de ellas. |

| **Tipo de recurso** | Video spot animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | Cláusulas clave de los contratos comerciales | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en off)** | **Texto** |
| **1** | Empresarios revisando y firmando un convenio. Video referencia https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1076215754-businessman-client-signing-trust-partnership-contract-group | Música suave en todo el video | Cuando se establece un contrato comercial es indispensable definir algunas condiciones o acuerdos entre las partes involucradas. Un contrato tendrá, entonces, el número de cláusulas que las partes consideren necesarias, sin embargo, hay algunas disposiciones que se redactan y negocian en prácticamente todos los acuerdos comerciales. A continuación, se presentan seis de las cláusulas más comunes e importantes que deben incluirse al momento de redactar un contrato comercial. | Cláusulas clave de los contratos comerciales |
| **2** | Ejecutivos que se dicen un secreto… video referencia https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1068689348-afro-american-businesspersons-colleagues-sitting-office-evil |  | Confidencialidad: Todas las empresas necesitan asegurarse de que las personas ajenas a su organización no tengan acceso a información sensible que pueda dar ventaja a los competidores, ya sea sobre los negocios de la empresa, su propiedad intelectual o cualquier otra cosa. Las cláusulas de confidencialidad ayudan a garantizar que las partes de un contrato tomarán medidas para mantener esa información segura. | Confidencialidad |
| **3** | Persona rompiendo un contrato: referencia https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1070814484-frustrated-business-man-tearing-apart-document-sheet |  | Daños y perjuicios: Si una de las partes incumple el contrato, la otra necesita tener algún tipo de restitución. Establecerla en el contrato puede ayudar a evitar una larga batalla judicial posterior, lo que ahorra tiempo, dinero y, potencialmente, relaciones comerciales enteras. | Daños y perjuicios |
| **4** | Empresarios discutiendo. Referencia <https://www.shutterstock.com/es/video/clip-31313920-man-woman-arguing-disagreeing-about-bad-business> |  | Resolución de disputas: Al igual que definir los daños por adelantado, acordar alternativas al litigio puede facilitar las cosas más adelante si surge la necesidad de resolver un conflicto. Es habitual que las partes acuerden de antemano que trabajarán con un mediador o un árbitro en lugar de acudir a los tribunales, e incluso que identifiquen la empresa o persona que contratarán para guiar el proceso. | Resolución de disputas |
| **5** | Empresario paga a otro. Video referencia https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1070762929-giving-employee-payroll-cheque-money-paycheck |  | Indemnización: A veces, en el cumplimiento de sus obligaciones, una parte de un contrato causará un daño a un tercero que puede no estar en el acuerdo. Las cláusulas de indemnización especifican cuándo y cómo una de las partes contratantes intervendrá para proteger a la otra de la responsabilidad ante un tercero. Por ejemplo, supongamos que la Parte A no entrega un componente a la Parte B en el plazo previsto y, como consecuencia, la Parte B incumple el plazo de entrega de sus productos acabados a la Parte C. Una cláusula de indemnización podría establecer que la Parte A compensará a la Parte B por los daños y perjuicios que se deban a la Parte C como consecuencia de ello. | Indemnización |
| **6** | Escena similar a imagen, que visualiza las diferencias legales entre países o zonas |  | Jurisdicción y ley aplicable: Las empresas de hoy comercian con socios de todo el mundo. Cuando las partes están ubicadas en dos jurisdicciones legales diferentes, ya sean Estados o países, es útil saber de antemano qué ley de la jurisdicción rige el contrato y cualquier disputa que pueda surgir en virtud de este. | Jurisdicción y ley aplicable |
| **7** | Escena o imagen similar, terminación de contrato. |  | Terminación: Tanto si ambas partes cumplen sus obligaciones como si no, es vital saber cuándo termina el acuerdo contractual, y por tanto, libera a las partes de cualquier otra obligación mutua. La finalización de la venta y el pago suele ser un desencadenante de la terminación, pero otros posibles desencadenantes son los plazos predefinidos y el incumplimiento del contrato. | Terminación |
| **8** | Escena firma de contrato. Referencia https://www.shutterstock.com/es/video/clip-1058790430-signature-on-contract-by-pen-female-hand |  | Con estas condiciones claras, la organización se protege de algunos aspectos más sensibles en una negociación. |  |
| **Nombre del archivo** | 623800\_v2 | | | |

| Cuadro de texto |
| --- |
|  |

**5. Gestión de la calidad**

| Cuadro de texto |
| --- |
| La gestión de la calidad es el acto de supervisar todas las actividades y tareas que deben realizarse para mantener el nivel de excelencia deseado. Esto incluye determinar una política de calidad, crear y planificar acciones para garantizarla, y controlar y mejorar la calidad.    Imagen: 623800\_CF12\_i45 |

| **Tipo de recurso** | Slider Presentación | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Veamos algunos temas importantes que se deben saber con respecto a este tema. | |
| La ISO 9000 es un conjunto de normas para la gestión de la calidad, desarrolladas como una base de referencia internacionalmente aceptable para el desempeño de las empresas y otras organizaciones. Fue creada por la Organización Internacional de Normalización (ISO) con la aportación de profesionales de la normalización de muchos países.  La gestión de la calidad es el acto de supervisar todos los procesos que permiten alcanzar y mantener el nivel deseado de excelencia en la creación y entrega de un producto o servicio. Esto incluye la determinación de una política de calidad, la creación y aplicación de la planificación y la garantía de calidad, y el control y la mejora de la calidad. También se denomina gestión de la calidad total (TQM). | | Sello rojo e impresión "ISO 9001:2015" en superficie blanca  **Imagen:** 623800\_CF12\_i46 |
| El valor de la aplicación de la regla ISO 9001 radica primordialmente en tres aspectos: la confianza de los consumidores y la diferenciación de la marca, el crecimiento de seguridad en el desarrollo, y el impulso de la colaboración y liderazgo de los trabajadores de la compañía u organización.  Una vez que los sistemas de administración de la calidad son implementados y gestionados correctamente, tienen la posibilidad de contribuir a que las empresas incrementen el nivel de satisfacción de los consumidores, pues las metas que se establecen toman presente las necesidades y expectativas de estos y las empresas orientan todo su esfuerzo en exponer productos o servicios que cumplan con los reglamentos aplicables y que cubran los requerimientos y demandas que el comprador logre tener o necesitar en el futuro. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i47 |
| La identificación sistemática y la administración de los procesos empleados en la compañía, y especialmente las colaboraciones entre tales procesos, tienen la posibilidad de referirse como “gestión por procesos” en su entorno de aplicación. La regla ISO 9001 estimula la adopción de la administración por procesos como medio de detectar evidentemente y gestionar el Sistema de Administración de la Calidad y las oportunidades para la optimización.  La atención de los requerimientos del cliente y de otras necesidades interesadas en el servicio al cliente, son importantes y se usan como retroalimentación para poder evaluar y validar si se han logrado las metas previstas por la Dirección. Las reglas de la serie ISO 9000 tienen la característica de ser “no prescriptivas”, de manera tal que permiten utilizar cualquier práctica o herramienta que se considere idónea para el tipo de producto, servicio o consumidor al que se sirve, debido a que no pretenden obligar ni “recetar” metodologías (los cómo), sino afirmar que el hincapié se haga en el cumplimiento de los requisitos exigidos de forma obligatoria, referenciados en la norma. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i48 |
| Conforme a las necesidades de los distintos sectores en atención al cliente, contribuye de forma integral con pertinencia y calidad, sin distinción de ninguna clase, y organiza, desarrolla, administra y ejecuta acciones de forma integral en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo acorde a la actividad de la empresa.  La inserción de poblaciones sujetas de especial protección por parte del Estado en diferentes escenarios sociales, económicos, productivos, culturales y formativos, entre otros, se facilita al brindarles atención con un enfoque participativo y pluralista, con el fin de fortalecer competencias con fundamento en sus particularidades para lograr la inclusión social y un mayor grado de pertinencia en la atención. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i49 |
| Las principales características del sistema de calidad se resumen en:  Eficiencia en los procesos u ocupaciones de la organización (mejora de costos).  Mejora importante en la satisfacción de los consumidores.  Herramienta de comunicación para optimizar la imagen de la organización.  Aumento del ingreso al mercado, sin parámetros de fronteras.  Incremento de la comunicación interna y satisfacción de los trabajadores. | | **Imagen:** 623800\_CF12\_i50 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| De acuerdo con lo anterior, es posible afirmar que la norma ISO 9001 mira los pros y contras en el personal, la esencia de la organización, y promueve su formación, colaboración y liderazgo en todos los niveles, los motiva y permite que sus capacidades sean utilizadas para el beneficio de la organización. Además, estipula unos principios de gestión de la calidad que, cuando las empresas certificadas los cumplen, garantizan a los clientes que estas han establecido un sistema de gestión de la calidad adecuado, y también significa que sus productos y servicios son de calidad internacional; alineados con diferentes empresas de países de todo el mundo.  Para conocer la norma con mayor detalle puedes descargar el Material complementario1\_ Norma ISO 9001\_2015 |

**6. Niveles de servicio**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Los niveles de servicio son acuerdos formales entre clientes (tanto internos como externos) para garantizar la adecuada prestación de un servicio.  Un acuerdo de nivel de servicio (SLA por sus siglas en inglés) define el nivel de servicio que se espera de un proveedor, establece los indicadores para medir el servicio, así como las soluciones o sanciones en caso de que no se alcancen los niveles acordados. Es un componente fundamental de cualquier contrato con un proveedor de tecnología.  sla service level agreement concept with big word or text and team people with modern flat style - vector  Imagen: 623800\_CF12\_i51  El acuerdo de nivel de servicio debe incluir no solo una descripción de los servicios que se van a prestar y los niveles esperados, sino también cómo se medirán los servicios, los deberes y responsabilidades de cada parte, las soluciones o sanciones por incumplimiento y un protocolo para añadir y eliminar mediciones.  Las mediciones deben diseñarse de manera que no se recompense el mal comportamiento de ninguna de las partes. Por ejemplo, si se incumple un nivel de servicio porque el cliente no ha facilitado la información a tiempo, el proveedor no debe ser penalizado. |

| **Tipo de recurso** | Pestañas o tabs horizontales | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Los componentes clave de un acuerdo de nivel de servicio son dos: | |
| Elementos del servicio | Incluyen los detalles de los servicios prestados (y lo que se excluye, si hay lugar a dudas), las condiciones de disponibilidad del servicio, las normas como la ventana de tiempo para cada nivel de servicio (el horario de máxima audiencia y el de menor audiencia pueden tener diferentes niveles de servicio, por ejemplo), las responsabilidades de cada parte, los procedimientos de escalada y las compensaciones entre costes y servicios. | Imagen: 623800\_CF12\_i52 |
| Elementos de gestión | Deben incluir definiciones de las normas y métodos de medición, procesos de información, contenido y frecuencia, un proceso de resolución de conflictos, una cláusula de indemnización que proteja al cliente de los litigios de terceros resultantes de los incumplimientos de los niveles de servicio (no obstante, esto ya debería estar contemplado en el contrato), y un mecanismo para actualizar el acuerdo según sea necesario. | Imagen: 623800\_CF12\_i53 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| ¿Qué hay que supervisar? Depende de los servicios que se presten. Hay muchos elementos que pueden supervisarse como parte de un acuerdo de nivel de servicio, pero el esquema debe ser lo más sencillo posible para evitar confusiones y costes excesivos por ambas partes. A la hora de elegir los índices de calidad, se debe examinar la operación y decidir qué es lo más importante. Cuanto más complejo sea el esquema de monitorización (y la solución asociada), tendrá menos probabilidades de ser eficaz, ya que nadie tendrá tiempo para analizar adecuadamente los datos. En caso de duda, lo mejor es optar por la facilidad de recogida de datos, por ejemplo, los sistemas automatizados, ya que es poco probable que la costosa recogida manual de estos sea fiable. |

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 2 |
| --- | --- |
| Introducción | Dependiendo del servicio, lo que hay que supervisar puede ser: |
| Imagen: 623800\_CF12\_i54 | |
| Disponibilidad del servicio: La cantidad de tiempo que el servicio está disponible para su uso. Se puede medir por franja horaria, por ejemplo: se requiere un 99,5 % de disponibilidad entre las 8 de la mañana y las 6 de la tarde, y se especifica una mayor o menor disponibilidad durante otras horas. Las operaciones de comercio electrónico suelen tener acuerdos para niveles de servicio extremadamente altos en todo momento; un 99,999 % del tiempo de actividad es un requisito frecuente para un sitio que produce millones de pesos por hora. | |
| Índices de defectos: Recuentos o porcentajes de errores en los principales entregables. Los fallos de producción, como las copias de seguridad y las restauraciones incompletas, los errores de codificación/revisión y el incumplimiento de los plazos pueden incluirse en esta categoría.  Calidad técnica: En el desarrollo de aplicaciones subcontratadas, medición de la calidad técnica mediante herramientas comerciales de análisis que examinan factores como el tamaño del programa y los defectos de codificación. | |
| Seguridad: En estos tiempos, las violaciones a la seguridad de las aplicaciones y a la red pueden ser costosas. Disponer de medidas de seguridad controlables, como las actualizaciones de antivirus y los parches, es clave para demostrar que se han tomado todas las precauciones razonables en caso de incidente. | |
| Resultados empresariales: Cada vez más, los clientes de tecnologías de la información desean incorporar mediciones de procesos empresariales a sus acuerdos de nivel de servicio. Utilizar los indicadores clave de rendimiento existentes suele ser el mejor enfoque, siempre que se pueda calcular la contribución del proveedor a esos indicadores de gestión o de calidad. | |

**7. Revaluación del proveedor**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Una vez más, si se tienen muchos proveedores y se toma la opción de separarlos en niveles, la revaluación debería ser mucho más fácil. Por ejemplo, decidir revaluar mensualmente a los proveedores críticos del nivel 1, basándose en los siguientes criterios:  ● Acciones correctivas del proveedor  ● Devoluciones  ● Entrega a tiempo  ● Reclamación del cliente, relacionada con el proveedor  Los proveedores del nivel 2 se revaluarán una vez al año en función de las acciones correctivas del proveedor, mientras que los de nivel 3 se revaluarán cada dos años en función de las devoluciones.    Imagen: 623800\_CF12\_i55  Aunque los criterios mencionados en el ejemplo anterior no son una encuesta, la mayoría de las organizaciones desarrollarán una que, de nuevo, puede combinar varios criterios y medir al proveedor en diferentes dimensiones. Sin embargo, una encuesta no es la única forma de evaluar a los proveedores y, en muchos casos, ni siquiera es la óptima. La información obtenida en la revaluación podría muy bien ayudarle con la necesidad de analizar los datos.  Así que, tanto si separa al proveedor como si no, se deben decidir los criterios de evaluación. Si una empresa no tiene muchos proveedores, quizá baste con la misma evaluación para todos ellos. La idea es que esta se beneficie de la revaluación de proveedores, de modo que pueda controlar su rendimiento y decidir cuándo elogiarlos y cuándo emitir una bandera roja. Al final, un mal proveedor proporcionará productos y servicios mediocres y, en última instancia, causará problemas con los clientes.  El requisito establecido en la cláusula 8.4 de la norma ISO 9001 exige analizar los datos de los proveedores. La intención de la norma es mostrar que la empresa conoce el rendimiento de los proveedores y que, si no están funcionando bien, tiene la oportunidad de hacer algo al respecto. Si no se analizan los datos, no se tiene visibilidad y, por tanto, de qué sirve rellenar un montón de formularios en papel para los proveedores, apilarlos o archivarlos y no mirarlos nunca. Sí, es posible que la empresa haga las evaluaciones según lo previsto, pero si no mira los resultados, ese ejercicio no tiene ningún valor. Por eso existe este requisito, para asegurarse de que se analizan los datos de los proveedores con el fin de saber lo que ocurre con ellos. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | La Figura 9 muestra algunos buenos indicadores para analizar. |
| **Figura 9**  *Indicadores para analizar*    Fuente: elaboración propia | |
| **Código de la imagen** | 623800\_CF12\_i56 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Como recomendación, es importante pensar en el análisis de datos al decidir los métodos de revaluación de proveedores. Si la revaluación es capaz de producir algún tipo de datos que puedan ser analizados, entonces cumplirá estos requisitos simultáneamente. De lo contrario, si se decide revaluar a los proveedores mediante una encuesta, hay que idear una forma diferente de analizar los datos de los proveedores, a menos que se puedan sopesar las respuestas de la encuesta y, de alguna manera, ser capaz de saber cómo se desempeñan los proveedores con respecto a un objetivo definido. Si se puede decir que el proveedor A rinde un 90 %, el proveedor B rinde un 80 % y el objetivo para todos los proveedores es el 95 % —en la dimensión que decida—, entonces son datos que se pueden comparar fácilmente y actuar en consecuencia.    Imagen: 623800\_CF12\_i57  Con una información clara, la toma de decisiones sobre los proveedores será una ventaja para la empresa. Se podrá, entonces, dejar de lado a un proveedor por su bajo rendimiento, ponerlo a prueba o darle más trabajo por su excelente rendimiento.  Para un estudio completo del tema, recuerda explorar todos los recursos disponibles en este componente formativo, y que encuentras en el menú principal, tales como material complementario, actividad didáctica y glosario, entre otros. |

| **Tipo de recurso** | Síntesis |
| --- | --- |
| Nombre del programa de formación: Producción de eventos masivos  Síntesis: Contratación y revaluación de proveedores | |
| **Introducción** |  |
| **Figura 10**  *Contratación y revaluación de proveedores*    Fuente: Elaboración propia | |
| **Código de la imagen:** 623800\_CF12\_i58 | |

**ACTIVIDAD INTERACTIVA**

| **Tipo de recurso** | Actividad didáctica. Opción múltiple |
| --- | --- |
| Respetado aprendiz, a continuación, encontrarás la descripción de una actividad, en la cual deberás elegir la respuesta adecuada en cada afirmación: | variety choice icon, selection variation concept, multiple options, hand click button, thin line symbol on white background - editable stroke vector eps10  **Imagen** 623800\_CF12\_i59 |
| Los indicadores que se deben tener en cuenta en la revaluación de proveedores son: | **imagen** 623800\_CF12\_i60 |
| Opción 1. Entregas a tiempo | Opción 2. Tasas de devolución |
| Incorrecto. Revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Incorrecto. Revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| Opción 3. Acciones correctivas | Opción 4. Todas las anteriores (correcta) |
| Incorrecto. Revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Excelente, tienes claros los temas estudiados, ¡la respuesta es correcta! |
| La cantidad de tiempo que el servicio está disponible para su uso es una medida que se debe supervisar en los niveles de servicio y se conoce con el nombre de: | Empresario que sostiene una brújula de navegación con fondo de espacio de copia. planificación empresarial y recuperación de la navegación empresarial para que los empresarios reanuden el crecimiento de sus negocios en la crisis económica  Imagen 623800\_CF12\_i61 |
| Opción 1. Resultados empresariales | Opción 2. Seguridad |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| Opción 3. Disponibilidad del servicio (correcta) | Opción 4. Calidad técnica |
| Excelente, hay claridad en los temas estudiados, ¡la respuesta es correcta! | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| En el desarrollo de aplicaciones subcontratadas, la medición con herramientas comerciales de análisis que examinan factores como el tamaño del programa y los defectos de codificación. La anterior afirmación corresponde al indicador de los niveles de servicio conocido con el nombre de: | Asistencia técnica Servicio al cliente Concepto de Internet de Tecnología comercial.  Imagen 623800\_CF12\_i62 |
| Opción 1. Disponibilidad del servicio | Opción 2. Calidad técnica (correcta) |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Excelente, hay claridad en los temas estudiados, ¡la respuesta es correcta! |
| Opción 3. Resultados empresariales | Opción 4. Gestión empresarial |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| Los indicadores son resultados existentes de rendimiento; suelen dar un enfoque que permite calcular la contribución del proveedor en el servicio. ¿Con cuál opción relaciona la anterior afirmación? | Empresario tocando el tablero financiero con indicadores clave de rendimiento  Imagen 623800\_CF12\_i63 |
| Opción 1. Resultados empresariales (correcta) | Opción 2. Servicios y gestión |
| Excelente, hay claridad en los temas estudiados, ¡la respuesta es correcta! | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| Opción 3. Calidad técnica | Opción 4. Indicadores gestión |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| ¿El acuerdo de nivel de servicio debe incluir componentes en qué áreas? | SLA - Service Level Agreement acronym with marker, business concept background  Imagen 623800\_CF12\_i64 |
| Opción 1. Resultados empresariales | Opción 2. Logística |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| Opción 3. Administración y operación | Opción 4. Servicios y gestión (correcta) |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Excelente, hay claridad en los temas estudiados, ¡la respuesta es correcta! |
| La clasificación de los proveedores se basa en factores como los resultados de la evaluación de su rendimiento y su importancia estratégica, algunas de las fuentes más conocidas para su selección son: | Grupo sonriente de diversos empresarios que trabajan juntos en papeles y trabajan en una laptop en una mesa en una oficina  Imagen 623800\_CF12\_i65 |
| Opción 1. Revistas especializadas | Opción 2. Distribuidores mayoristas |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| Opción 3. Internet, cámara de comercio, radio y televisión (correcta) | Opción 4. Almacenes de cadena |
| Excelente, hay claridad en los temas estudiados, ¡la respuesta es correcta! | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| Lo que se necesita de un proveedor para la empresa es: | Imagen 623800\_CF12\_i66 |
| Opción 1. Fiabilidad | Opción 2. Calidad |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| Opción 3. Precio | Opción 4. Todas las anteriores (correcta) |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Excelente, hay claridad en los temas estudiados, ¡la respuesta es correcta! |
| Las habilidades personales, conocimiento y actitud forman parte de los elementos utilizados para: | Los jóvenes empresarios colaboran con sus socios para aumentar su red de inversión empresarial para que los planes mejoren la calidad el próximo mes en su oficina. concepto de acuerdo.  Imagen 623800\_CF12\_i67 |
| Opción 1. Hacer una compra | Opción 2. Efectuar una negociación (correcta) |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Excelente, hay claridad en los temas estudiados, ¡la respuesta es correcta! |
| Opción 3. Obtener un crédito | Opción 4. Hacer un evento |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| La información a tiempo y el buen servicio están relacionados con: | Alegre operador masculino de servicio al cliente que muestra su aprobación en la oficina.  Imagen 623800\_CF12\_i68 |
| Opción 1. Relación con proveedores (correcta) | Opción 2. El sistema de gestión |
| Excelente, hay claridad en los temas estudiados, ¡la respuesta es correcta! | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| Opción 3. Tipos de clientes | Opción 4. Fabricantes y vendedores |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| El conjunto de normas para la gestión de la calidad, desarrolladas como una base de referencia internacionalmente aceptable para el desempeño de las empresas y otras organizaciones, define la: | Concepto de tecnología empresarial de garantía de garantía de control de calidad de los estándares ISO.  Imagen 623800\_CF12\_i69 |
| Opción 1. ISO 9000 (correcta) | Opción 2. ISO 9001 |
| Excelente, hay claridad en los temas estudiados, ¡la respuesta es correcta! | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |
| Opción 3. ISO 14001 | Opción 4. ISO 9004 |
| Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. | Incorrecto, revisa nuevamente los temas del componente y vuelve a intentarlo. |

**Respuesta para el aprendiz**

Correcto: ¡Felicitaciones!, has adquirido los conocimientos abordados en este componente formativo.

Incorrecto: Aún tienes debilidades frente al tema, revisa nuevamente el material y vuelve a intentarlo.

**Material complementario**

| Tipo de recurso | Material complementario | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del material | Tipo | Enlace |
| Clasificación de proveedores | Selección de proveedores (s. f.). <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADPS0000636/C3.pdf>. | Artículo | <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADPS0000636/C3.pdf>. |
| Negociación y acuerdos comerciales | Acuña, G. y Díaz, E. (2019). *Módulo estrategias de negociación*. Ediciones Usta. | Módulo | <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/18471/ModuloEstrategiasdeNegociaci%C3%B3n%20DIAGRAMACI%C3%93N.pdf?sequence=1>. |
| Gestión de la calidad | Normas ISO (s. f.). *ISO 9001*. Sistemas de gestión de la calidad. Recuperado el 12 septiembre 2022. <https://www.normas-iso.com/iso-9001/>. | Norma | <https://www.normas-iso.com/iso-9001/>. |
| Niveles de servicio | Delmonte, P. (2020). *Acuerdos de nivel de servicio. Un enfoque práctico.* Independently Published. | Libro | <https://books.google.com.co/books?id=pABgzQEACAAJ&dq=acuerdo+niveles+de+servicio&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y> |

**Glosario**

| **Tipo de recurso** | Glosario |
| --- | --- |
| Acuerdo: | Manifestación de asentimiento mutuo entre dos o más personas. |
| Análisis de datos: | Proceso de recopilación, modelización y análisis de datos para extraer información que sirva de apoyo a la toma de decisiones. |
| Base de datos: | Almacén de datos diseñado de forma organizada, que facilita la búsqueda de la información que se necesita. Es una colección organizada de información estructurada, o datos, que suele almacenarse electrónicamente en un sistema informático. |
| Contrato: | Acuerdo entre personas privadas, naturales o jurídicas, que crea obligaciones mutuas exigibles por ley. |
| Indemnización: | Forma de seguro de compensación por daños y perjuicios. Cuando el término “indemnización” se utiliza en sentido jurídico, también puede referirse a una exención de responsabilidad por daños. |
| *KPI:* | Indicador de gestión, expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede señalar una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso. |
| Proveedor: | Persona, empresa u organización que vende o suministra algo, como bienes o equipos, a los clientes. |
| Servicio al cliente: | Aquel en el que se informa, resuelve cualquier duda, o se facilita información al cliente que lo requiere. |
| *SLA:* | Acuerdo que define el nivel de servicio que se espera de un proveedor. Define cómo medir el servicio, así como las soluciones o sanciones en caso de que no se alcancen los niveles de calidad acordados. |
| Revaluación: | Proceso o acto de juzgar o calcular la calidad, la importancia, la cantidad o el valor de algo, luego de haber efectuado una primera evaluación, bien sea por la empresa o por un tercero. |

**Referentes bibliográficos**

| **Tipo de recurso** | Bibliografía |
| --- | --- |
| Libro | Anaya, J. (2019). *Logística integral: la gestión operativa de la empresa.* ESIC Editorial. |
| Libro | Claret, O. y Arciniegas, J. (2015). *Sistemas de gestión de calidad.* Ecoe Ediciones. <https://bit.ly/3eBfvPd>. |
| Libro | Delmonte, P (2020). *Acuerdos de nivel de servicio. Un enfoque práctico.* Independently Published. |
| Manual | Juran, J., Gryna, F. y Bingham, R. (2021). *Manual de control de calidad.* McGraw Hill. |
| Decreto | Presidencia de la República (1971, 27 de marzo). *Decreto 410 de 1971, “por el cual se expide el Código de Comercio”* (última actualización, 31 de agosto de 2022). D. O. 52143. <https://bit.ly/3T8grcP>. |