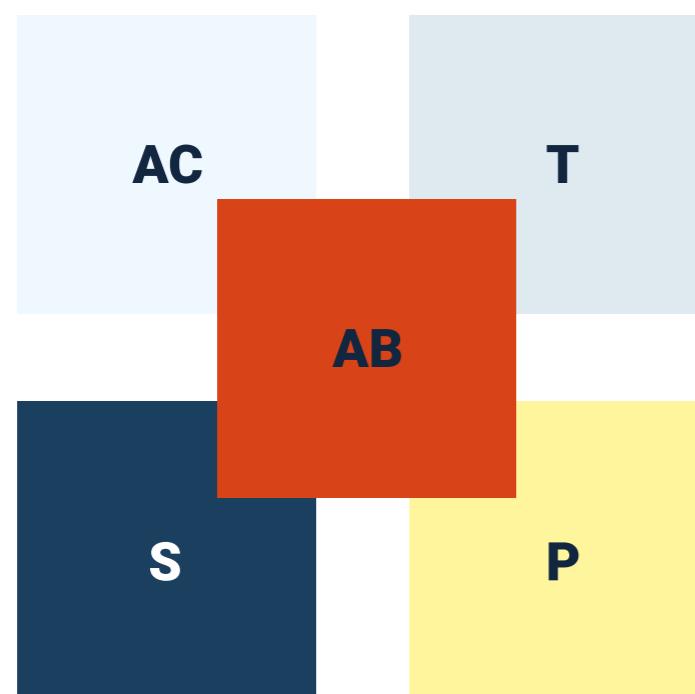


Políticas de compras y productos

El componente formativo tiene como objetivo que el aprendiz adquiera conocimientos sobre fuentes de abastecimiento, productos sustitutos, bases de datos y su estructura, técnicas de uso, métodos para capturar los datos, conocer que es una ficha técnica de un producto y elementos que la componen, sus características y la forma de diligenciamiento. Todo esto con el fin de que elabore estrategias para la elección de las fuentes de abastecimiento y logre diseñar fichas técnicas de los productos.

[Iniciar >](#)

PRIMARIO
#138AF8

SECUNDARIO
#1B3F5E

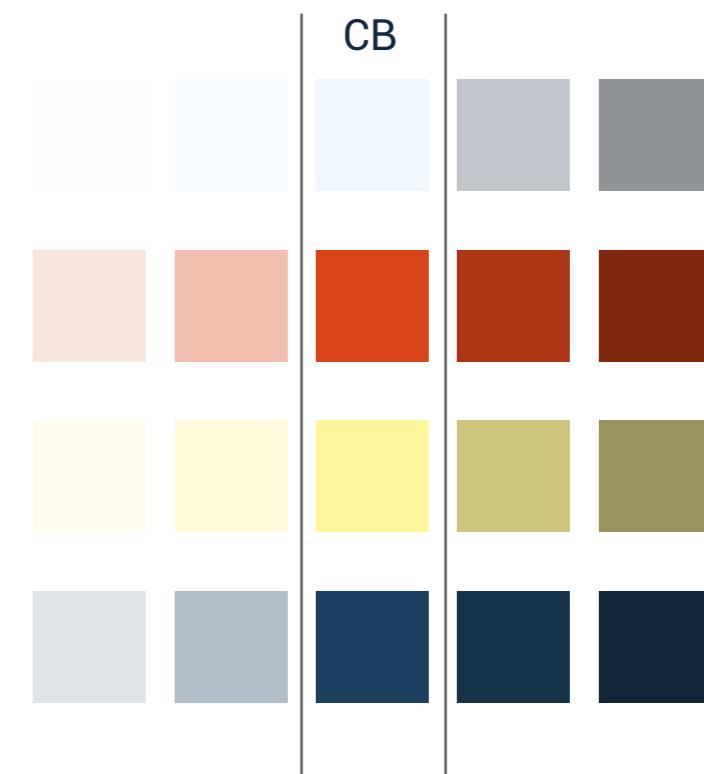
NEUTRAL 1
#EFEFEF

ACENTO CONTENIDO
#5ED1A9

ACENTO BOTONES
#FFD947

NEUTRAL 2
#F9F7EC

CB



i Introducción



En el módulo formativo el aprendiz podrá adquirir conocimientos relacionados con las fuentes de abastecimiento, la importancia de elegir estratégicamente cada una de ellas para el correcto desarrollo y funcionamiento de las empresas. Por otra parte, apropiará conocimientos acerca de los productos sustitutos, tipos y características; aprenderá sobre las bases de datos, estructura, tipos de captura de datos, ficha técnica de un producto, su elaboración y diligenciamiento.

Estos conocimientos van a permitir que los colaboradores estén preparados cuando en su ámbito laboral o en sus emprendimientos tengan que seleccionar sus fuentes de abastecimiento, y así lo puedan realizar estratégicamente. Ahora, en caso de que deseen sacar un producto al mercado, sabrán que este puede llegar a ser un producto sustituto y así saber cómo planificar para que su artículo contenga un valor agregado que permita que los clientes puedan llegar a elegirlo. Además de ello podrá elaborar su ficha técnica para que sus clientes puedan obtener la información adecuada que permita un buen uso del producto.



VIDEO

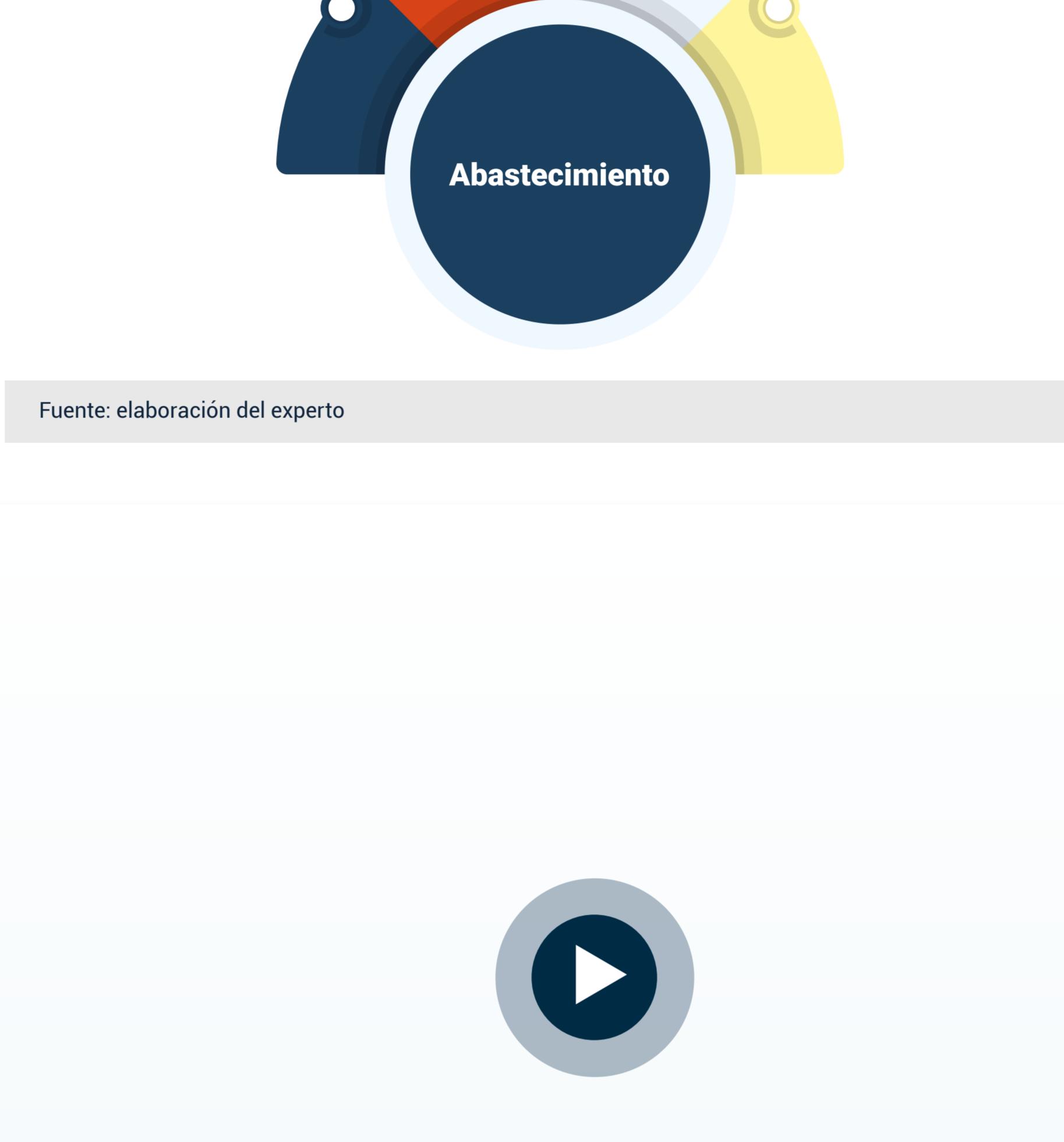
1 Fuentes de abastecimiento

Cuando se hace referencia al término abastecer, se puede remitir a las diferentes actividades que se desarrollan en conjunto con un proveedor, donde esa persona o empresa deberá encargarse de satisfacer o suplir la necesidad de determinados clientes, ya sea con un producto o servicio en los tiempos y formas estipuladas. El abastecimiento en las empresas es un factor fundamental que se viene implementando desde principios del siglo XIX, donde el área de compras y suministros era de las más importantes, tanto así que los encargados de este departamento hacían parte de la alta administración con cargos de vicepresidentes o directores.

En la actualidad y ante la escasez de tantos productos en el mercado, tanto nacional como internacional, el lograr abastecerse de manera eficiente y eficaz se ha tornado a ser un proceso bastante complejo. Es allí donde las personas encargadas de esta área deberán realizar una correcta planificación y gestión de manera estratégica para que no se vean afectados sus procesos productivos por falta de recursos o materias primas, lo cual conllevaría a la empresa a tener millonarias pérdidas, por ende, un malestar en sus clientes por el incumplimiento en los pedidos solicitados.



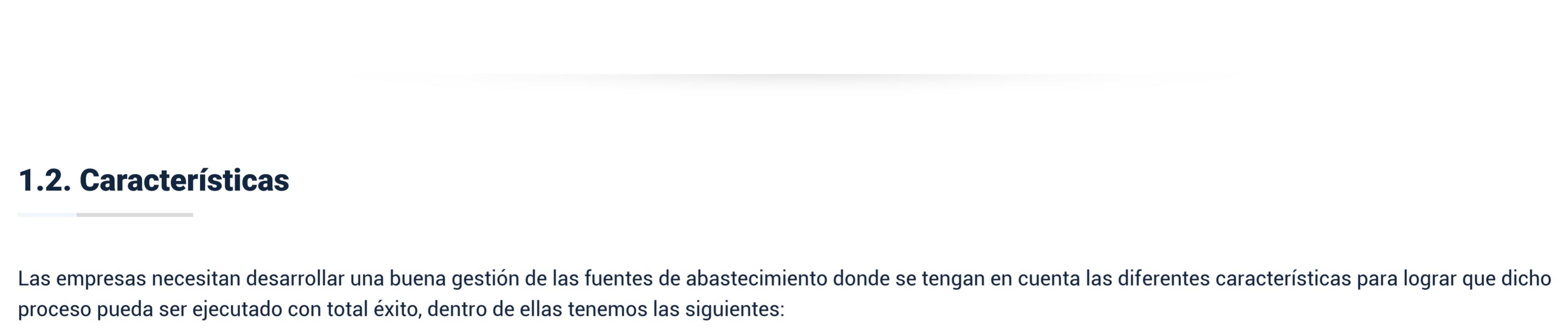
Los mercados día a día se tornan cada vez más competitivos debido a que son muchas las personas que han iniciado emprendimientos, muchas de ellas han tenido éxito implementando nuevas ideas innovadoras. La correcta administración del abastecimiento hará que las empresas sean mayormente competitivas en el mercado, ya que una buena gestión de los suministros hará que se adquieran materias primas de excelente calidad a un menor precio, teniendo como resultado un buen producto final con los estándares exigidos, logrando así la satisfacción de los clientes. A continuación, se observa las etapas que comprende el ciclo de abastecimiento:



VIDEO

1.1. Tipos

Existen diferentes tipos de abastecimiento, los cuales cada empresa, dependiendo de su actividad económica y productiva va a poder emplear según sus modelos de desarrollo. Allí es importante tener en cuenta los distintos procesos que se llevan a cabo en la producción para poder planificar y establecer los tipos de abastecimiento a utilizar, dentro de los cuales se tienen:

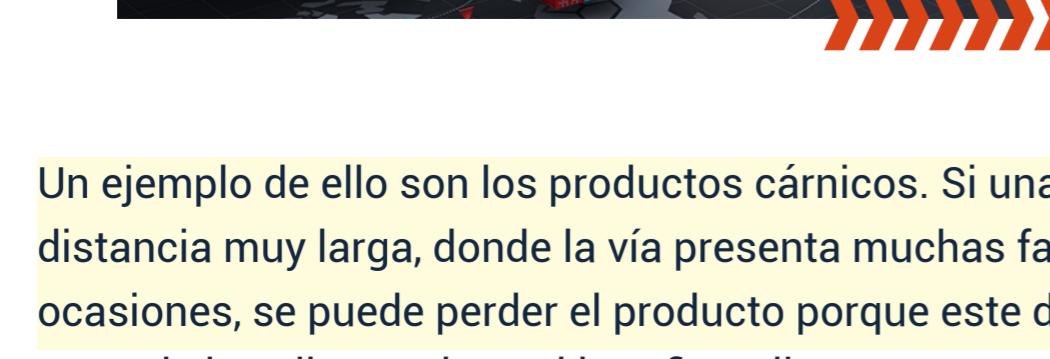


1.2. Características

Las empresas necesitan desarrollar una buena gestión de las fuentes de abastecimiento donde se tengan en cuenta las diferentes características para lograr que dicho proceso pueda ser ejecutado con total éxito, dentro de ellas tenemos las siguientes:



1.3. Ubicación geográfica

 Las personas encargadas de la gestión de las fuentes de abastecimiento deben tener presente la ubicación geográfica de cada uno de sus proveedores al momento de realizar la planificación estratégica, debido a que esto puede contribuir en el ahorro de costos de transporte. Por otra parte, en los casos de las empresas que emplean materias primas de productos no perecederos, tendrán que ser muy estratégicos en la selección de cada una de las propuestas que planteen el suministro de estos insumos ya que son muy delicados.

Un ejemplo de ello son los productos lácteos. Si una empresa elige un proveedor para que le suministre este tipo de productos y su planta se encuentra ubicada a una distancia muy larga, donde la vía presenta muchas fallas geológicas y que constantemente deba ser cerrada; la entrega de esta materia prima se verá retrasada en muchas ocasiones, se puede perder el producto porque este debe estar permanentemente refrigerado; esto hará que la producción se vea afectada, por ende habrá malestar por parte de los clientes, lo cual interfiere directamente en las utilidades de la empresa. Otro ejemplo de ello son las verduras, con las cuales puede suceder algo similar, entonces para evitar este tipo de inconvenientes se debe tener en cuenta la ubicación geográfica de estos proveedores, entre más cercanos estén, menos riesgo se tendrá y las perdidas serán menores.



2 Productos sustitutos



La teoría de las cinco fuerzas de Porter consiste en analizar unos sectores del entorno que están involucrados en el desarrollo y productividad de las organizaciones. Dentro de estos encontramos los competidores directos, clientes, proveedores, productos sustitutos y competidores potenciales. Cuando en la planeación se establece el análisis de estos actores se podrá evidenciar y evaluar que tan competitivos pueden llegar a ser en el mercado. Si no se realiza una correcta gestión de trabajo en equipo con los sectores anteriormente mencionados, teniendo en cuenta múltiples factores, muchos de ellos se pueden convertir en una amenaza para la compañía.

Los productos sustitutos son aquellos artículos o servicios que producen dos o más empresas los cuales tienen características similares y que satisfacen las mismas necesidades de sus compradores. Es allí donde tendrán las empresas que innovar y brindar un valor agregado a sus productos para lograr fidelizar a sus clientes ya que este tipo de amenazas puede hacer que la demanda disminuya gradualmente.

2.1. Tipos

Directos

Dentro de los productos sustitutos o sustitutivos podemos encontrar dos clasificaciones: directos e indirectos.

Indirectos

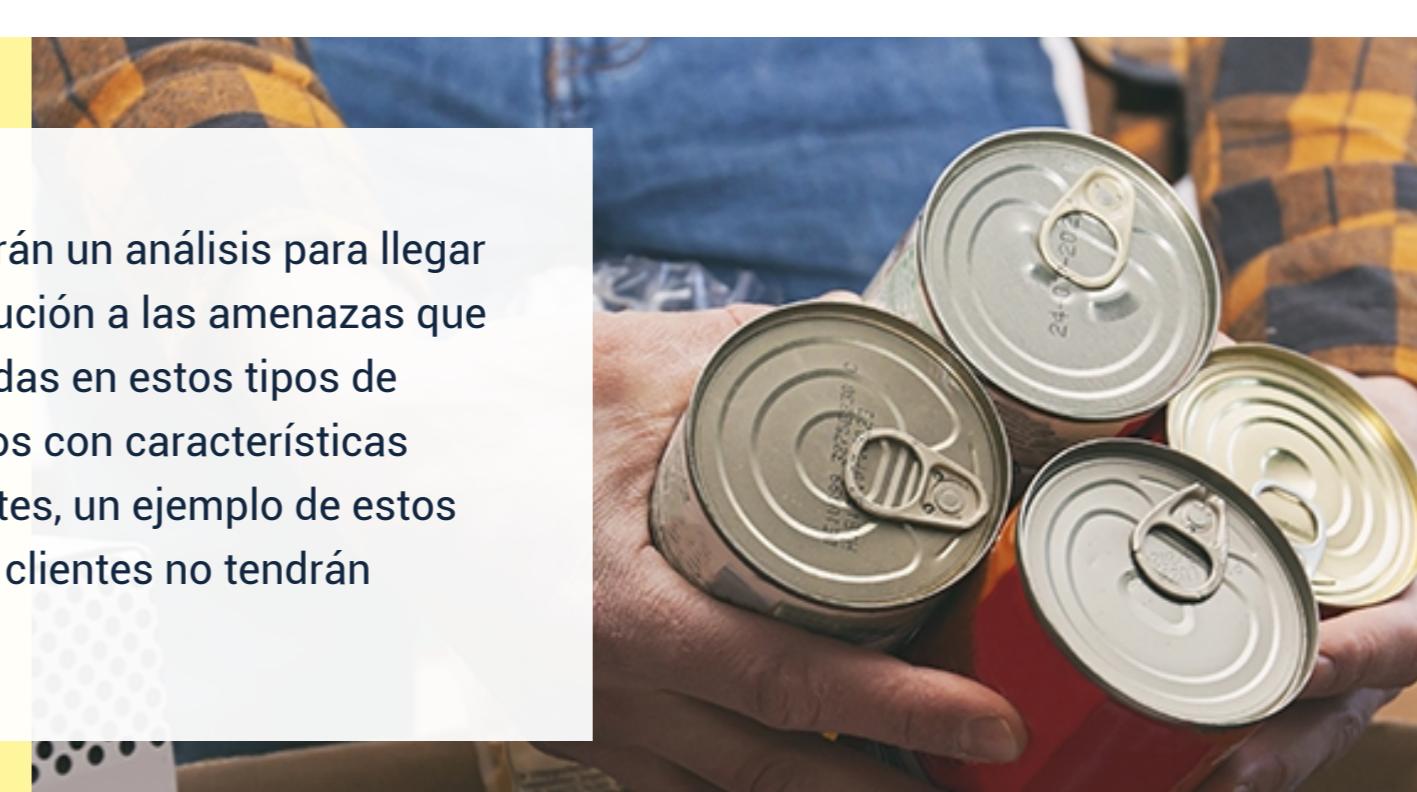


Directos

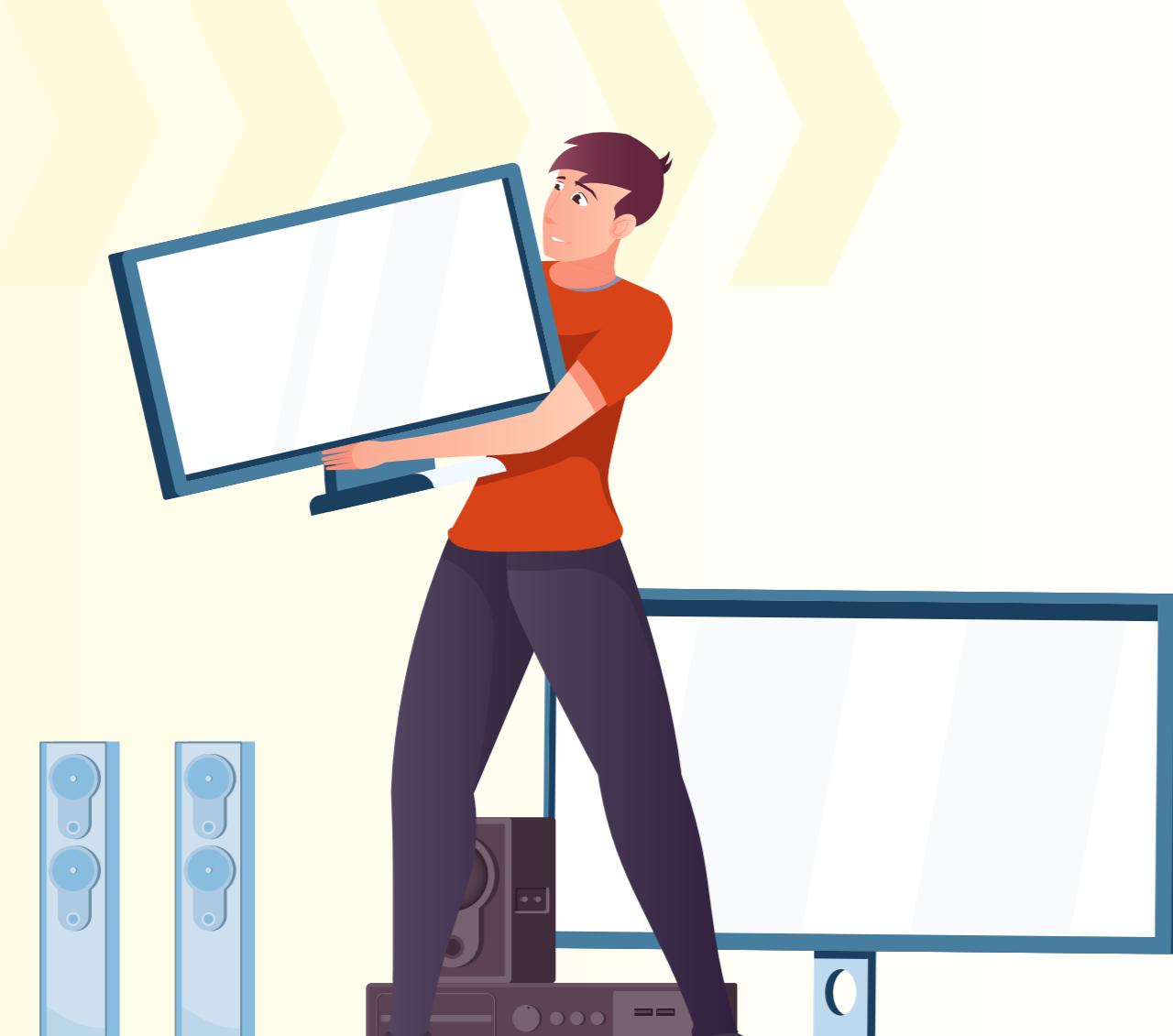
- Son todos los productos que se pueden reemplazar fácilmente con otro que tiene características similares.

2.2. Características

Los productos sustitutos comprenden una serie de características que permitirán un análisis para llegar a clasificarlos y poder emplear estrategias que conduzcan a encontrar una solución a las amenazas que este tipo de artículos generan. Dentro de las características que son evidenciadas en estos tipos de productos, están los 'sustitutos perfectos' donde se tienen dos o más productos con características muy similares y que logran satisfacer las necesidades específicas de sus clientes, un ejemplo de estos pueden ser el ponqué Ramo y el Vigor; tienen las mismas características y sus clientes no tendrán mucho problema en reemplazar el uno con el otro.



Otra forma de identificarlos es según su 'competencia', la cual puede ser directa o indirecta. La directa sucede de la forma que la describimos en el ejemplo anterior y la manera indirecta es cuando se tiene una empresa que fabrica productos con características en cierto porcentaje similares y que quieren satisfacer ciertas necesidades. Un ejemplo de competencia indirecta se puede presentar cuando el cliente busca comprar un medio de transporte y va a un almacén donde le ofrecen una bicicleta eléctrica de marca X y una patineta eléctrica de marca Y. Lo que quiere decir que ambos productos o servicios van dirigidos a un mismo segmento de clientes; en este caso, personas que buscan un medio de transporte eléctrico.

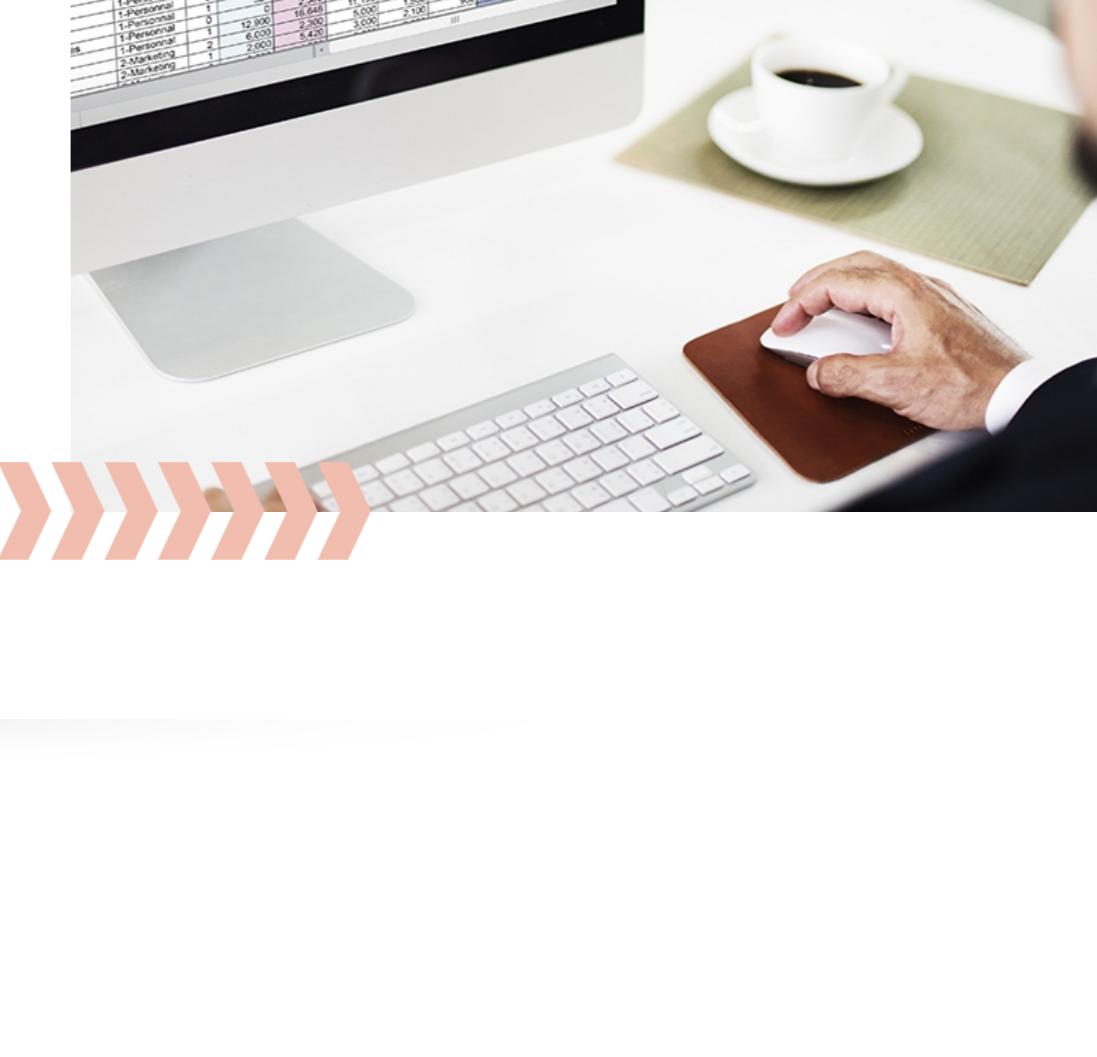


En el mercado en muchas veces se encuentran productos casi idénticos, los cuales tienen los mismos componentes, satisfacen las mismas necesidades, pero tienen marcas diferentes y su precio varía en un buen porcentaje. A esta característica se le conoce como 'monopólica' y un ejemplo de ellos son los repuestos para motocicletas, los cuales puedes encontrarlos de manera original y genéricos.

3 Base de datos

"Una base de datos se puede percibir como un gran almacén de datos que se define y se crea una sola vez, y que se utiliza al mismo tiempo por distintos usuarios. En una base de datos todos los datos se integran con una mínima cantidad de duplicidad. De este modo, la base de datos no pertenece a un solo departamento, sino que se comparte por toda la organización." (Marqués, 2011)

Este tipo de sistemas está diseñado específicamente y de manera especial para cada una de las organizaciones que lo requieran conforme a su actividad económica y al tipo de datos que desean almacenar. Estas bases de datos van a estar disponibles todo el tiempo y para cualquier departamento de la empresa que desee adquirir información o por el contrario, alimentarla.



3.1. Estructura



Las bases de datos para poder llegar a ejecutarse correctamente, deberán comprender todo un procedimiento y diseño estructural que va a permitir que el sistema se desarrolle de manera eficiente. Esta estructura integra una serie de elementos y formatos los cuales van a permitir el almacenamiento y suministro de la información de manera permanente y sin riesgo de perderlos.

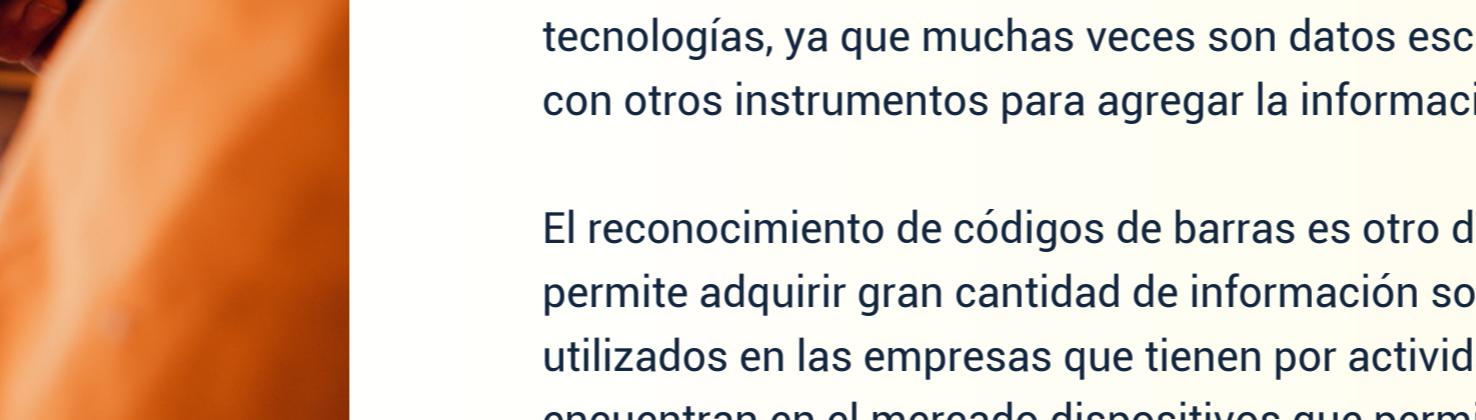
Al momento de estructurar una base de datos, se realizan asociaciones entre áreas, las cuales pueden ser de dos tipos principalmente: 'uno a muchos y muchos a muchos'. Un ejemplo de 'uno a muchos' es la relación del paciente y el consultorio clínico. Ya que muchos pacientes están asociados al mismo consultorio clínico, mientras que un paciente puede formar parte de un solo consultorio clínico. En el caso de 'muchos a muchos' es la asociación de un enfermero y la clínica. Ya que un enfermero puede laborar en varias áreas de la clínica y la clínica puede tener muchos enfermeros. Así mismo, estas estructuras comprenden una serie de conectores, tablas, gráficos, métodos y modelos que la hacen ser muy sólida. A continuación se puede observar el ejemplo estructurado de los dos tipos de asociaciones entre áreas:

Figura 2. Tipos de asociaciones

a) Asociación uno a muchos



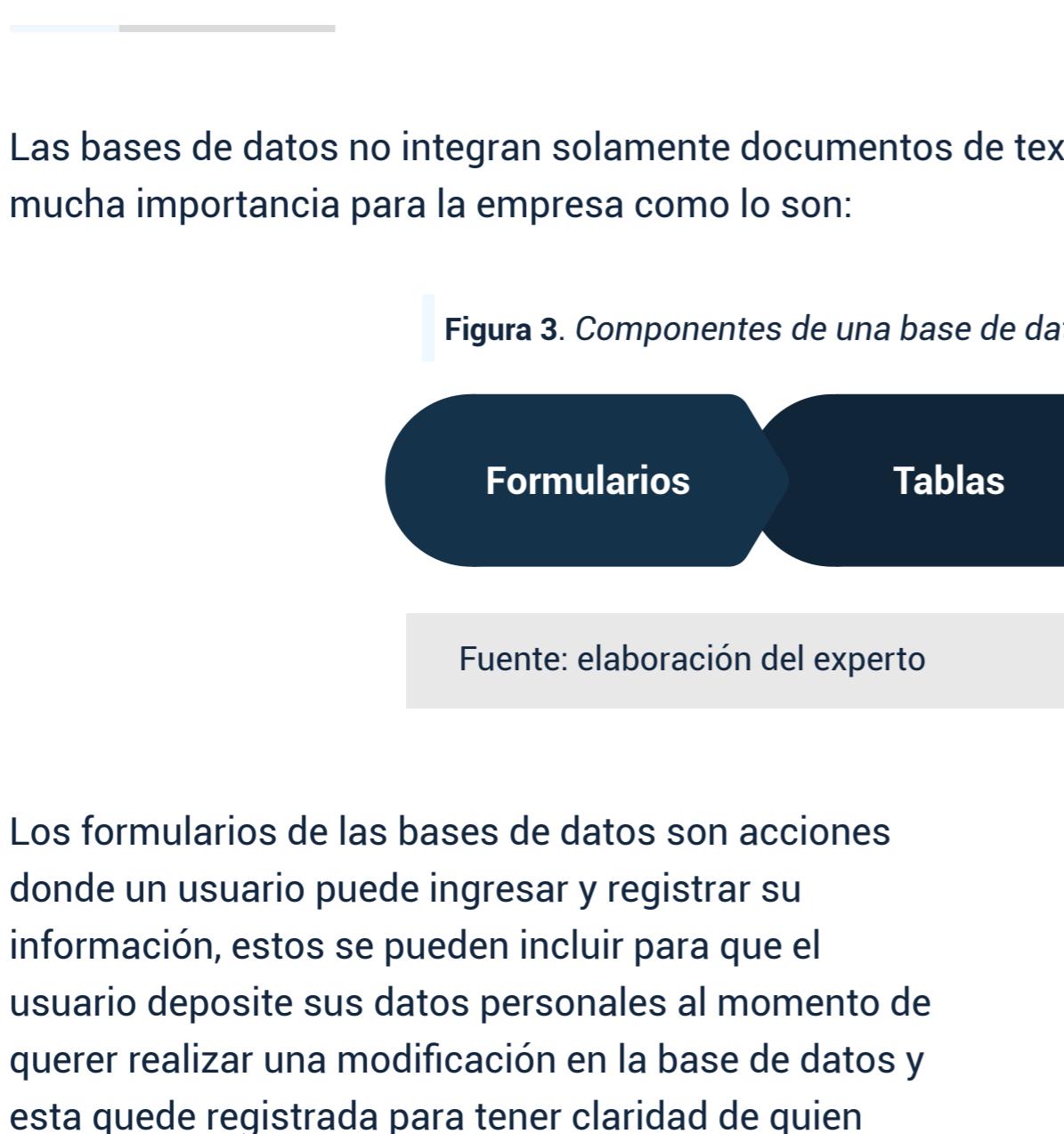
b) Asociación muchos a muchos



→ Cada individuo entra únicamente solo una vez en la asociación
↔ Cada individuo puede entrar >0,1 veces en la asociación

Fuente: elaboración del experto

3.2. Tipos de captura



Se sabe que las bases de datos se alimentan con información permanente y es allí donde se debe saber cómo suministrar este tipo de informes. Dentro de los tipos de capturas más utilizados se encuentran la captura manual, código de barras, captura de voz, IDR e ICR. El primero, la captura manual, hace referencia a la introducción de datos de forma tradicional a partir de un teclado, puede ser debido a que los documentos no pueden ser capturados con otros tipos de tecnologías, ya que muchas veces son datos escritos a mano o porque simplemente no cuentan con otros instrumentos para agregar la información.

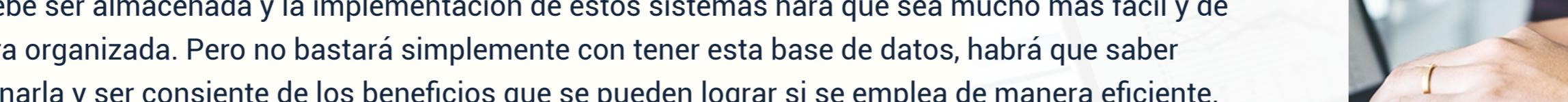
El reconocimiento de códigos de barras es otro de lo más empleados para capturar datos, ya que permite adquirir gran cantidad de información sobre un producto o documento. Estos son bastante utilizados en las empresas que tienen por actividad la comercialización de bienes. Actualmente se encuentran en el mercado dispositivos que permiten convertir la voz a texto y con ello lograr crear informes, documentos, etc., para alimentar las bases de datos, este tipo se denomina captura de voz.

Por otra parte, se tiene el reconocimiento inteligente de documento o IDR, este proceso se realiza mediante una aplicación, la cual identificará información relevante y la recuperará buscando asociarla con otros datos allí almacenados para la realización de análisis o cálculos. Este tipo de sistemas se emplean para identificar datos de facturas, palabras clave, logotipos que permitan asociar información; por ejemplo, al realizar el reconocimiento del logotipo que aparece en la factura, inmediatamente va a asociar esa información con el proveedor al que le fue adquirida la mercancía. Y por último se tiene el reconocimiento de caracteres o ICR, que como su nombre lo dice, consiste en escanear los documentos ya sean impresos o escritos a mano y todos estos caracteres son arrojados a la base de datos.

3.3. Conformación

Las bases de datos no integran solamente documentos de texto continuo, también se pueden insertar allí una serie de componentes los cuales contienen información de mucha importancia para la empresa como lo son:

Figura 3. Componentes de una base de datos



Fuente: elaboración del experto

Los formularios de las bases de datos son acciones donde un usuario puede ingresar y registrar su información, estos se pueden incluir para que el usuario deposite sus datos personales al momento de querer realizar una modificación en la base de datos y esta quede registrada para tener claridad de quien realizó esa variación. Por otra parte, se tienen tablas que pueden ser hojas de cálculo que contengan filas y columnas con la respectiva información.

Los informes son empleados para brindar un análisis de cierta información que requiera de ello, y así pasar un documento o exposición resumida con datos relevantes de la información allí contenida. Además de ello se tienen las consultas que nos sirven para buscar información requerida y realizarlo de manera más rápida y eficiente.

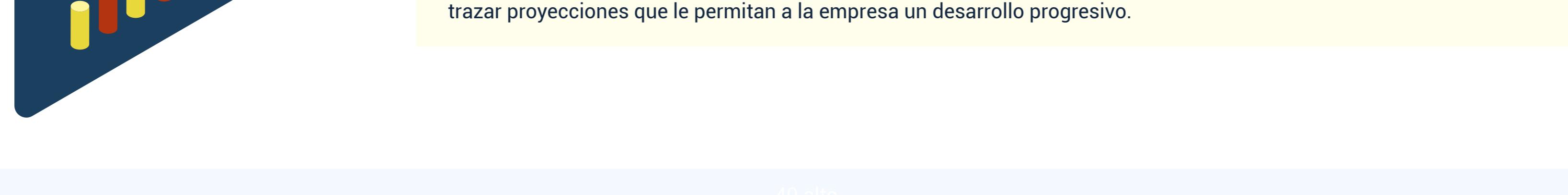


“Las macros pueden considerarse un lenguaje de programación simplificado que puede usar para agregar funciones a la base de datos. Por ejemplo, puede adjuntar una macro a un botón de comando en un formulario para que la macro se ejecute cada vez que se hace clic en ese botón. Y los módulos, como las macros, son objetos que puede usar para agregar funciones a la base de datos. Un módulo puede ser un módulo de clase o un módulo estándar. Los módulos de clase se adjuntan a formularios o informes y, por lo general, contienen procedimientos que son específicos para el formulario o el informe al que están adjuntos”.

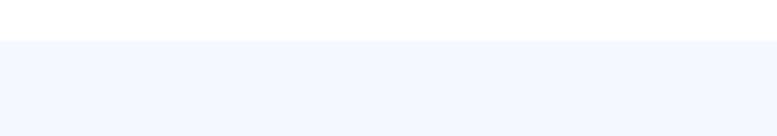
(Microsoft, s.f.)

3.4. Aplicación

Las bases de datos son una invención tecnológica de las más importantes para las empresas sin importar su tamaño. Todas las organizaciones que desean tener un orden en su información, deberán elaborar o adquirir un sistema de base de datos el cual les permitirá ser más óptimos en sus procesos y tener todos sus documentos, informes y tablas de manera segura, sin riesgo de que se lleven a perder en determinado momento. Las bases de datos se pueden aplicar a nivel personal y empresarial, cualquier tipo de empresa sin importar su actividad o tamaño. Todas las compañías tienen información que debe ser almacenada y la implementación de estos sistemas hará que sea mucho más fácil y de manera organizada. Pero no bastará simplemente con tener esta base de datos, habrá que saber gestionarla y ser consciente de los beneficios que se pueden lograr si se emplea de manera eficiente.



3.5. Técnicas de uso

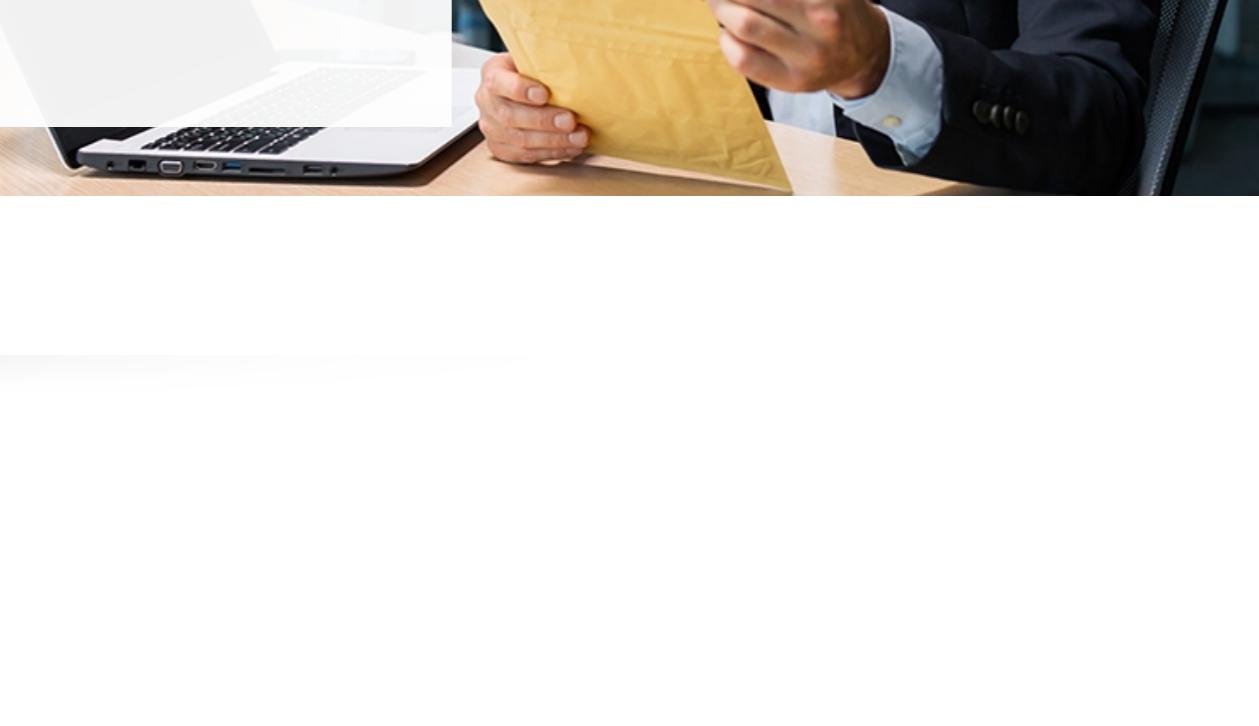


Cuando se tiene una base de datos bien estructurada en cuanto a componentes y acorde a la actividad de la empresa, esta será vital para el funcionamiento de la organización siempre y cuando sea bien gestionada. Cuando se hace referencia a una buena gestión, se quiere dar a entender que no simplemente es tener una base de datos, esta deberá ser alimentada con mucha información actualizada y segmentar los datos. Toda esta información deberá ser utilizada en determinado momento para realizar análisis y poder tomar decisiones acertadas para el desarrollo óptimo de la empresa.

Una de las técnicas empleadas para el análisis de datos es la inteligencia empresarial, la cual consiste en brindar una estructuración a la información almacenada, donde se buscará que esta logre estar acorde de la actividad empresarial y de los datos relevantes que se desean analizar para brindar un diagnóstico y posteriormente tomar decisiones acertadas. Otra de las técnicas es la minería de datos la cual permite hallar fallas dentro de la gran cantidad de información que allí se contiene, también permite extraer patrones y encontrar las relaciones que existen entre diferentes datos. Con esta técnica se logrará eliminar los datos repetidos, se podrá extraer información relevante y de valor que pueda ser analizada para trazar proyecciones que le permitan a la empresa un desarrollo progresivo.

4 Ficha técnica de productos

Se conoce por ficha técnica al documento donde se encuentra toda la información relacionada con el producto, artículo, objeto, entre otros, dependiendo del tipo de elemento al que se le va a aplicar la ficha, así mismo será la información allí suministrada. Dentro de ella se incluyen sus características, composiciones, información comercial, recomendaciones, usos, entre otros. Establecer y estructurar una ficha técnica proporcionará lograr tener un mejor producto en cuanto a calidad.



4.1. Clases

Las bases de datos no integran solamente documentos de texto continuo, también se pueden insertar allí una serie de componentes los cuales contienen información de mucha importancia para la empresa como lo son:

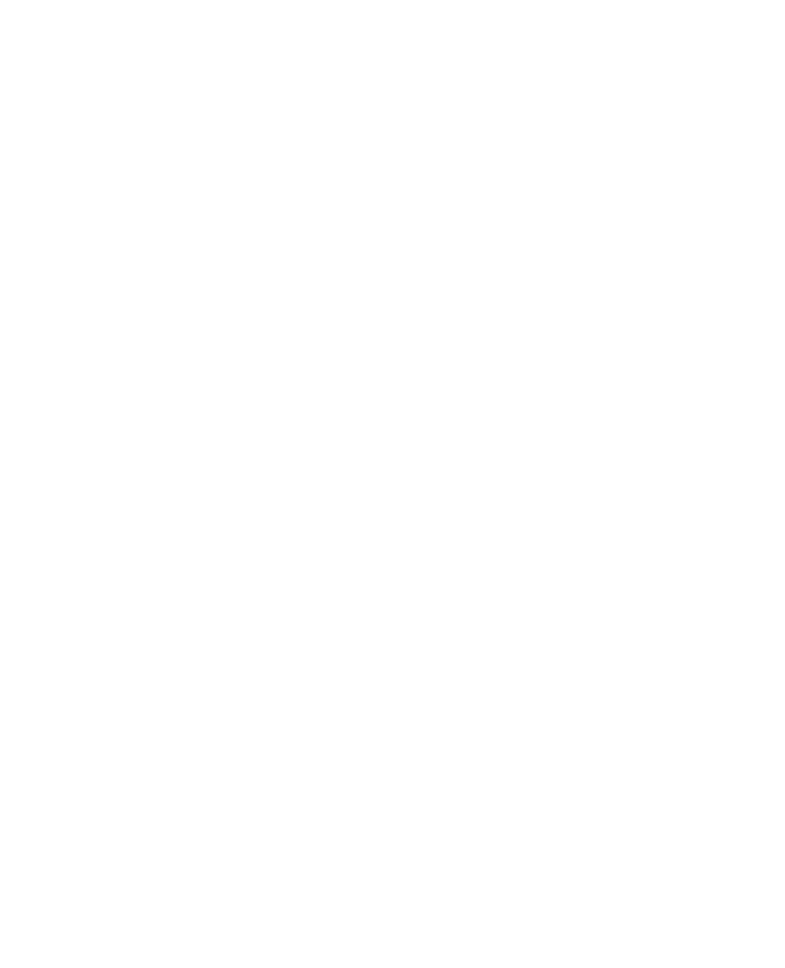
Figura 4. Clases de ficha técnica



Fuente: elaboración del experto

4.2. Características

Una ficha técnica reúne cierta cantidad de información importante para el consumidor, la cual deberá ser objetiva y concreta; tanto la que va dirigida al público como la que se utiliza en la producción. Dentro de las principales características tenemos las siguientes:

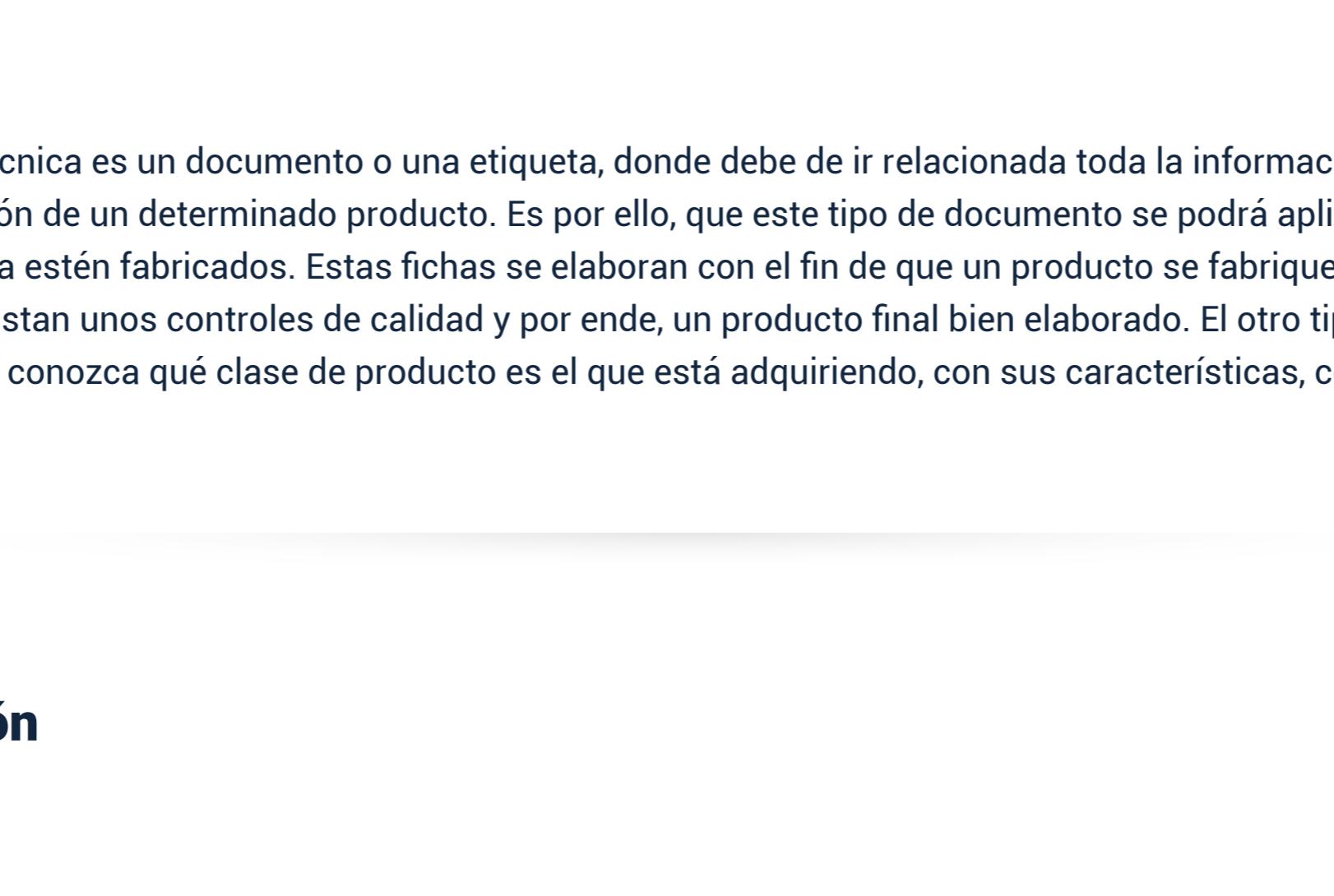


Ficha técnica de producto comercial:

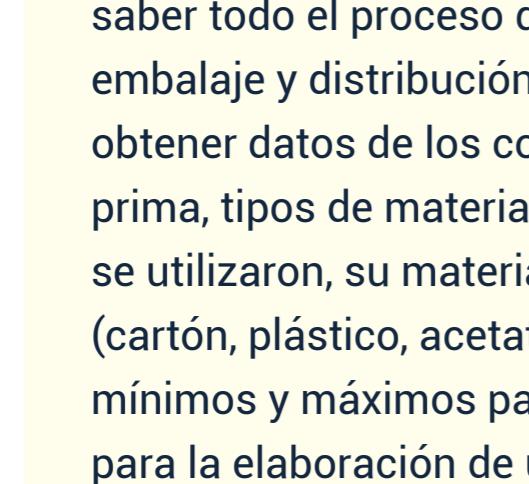
- Información general: allí deberán ir incluidos su nombre, características, componentes, código de barras, entre otros.
- Categoría: en este ítem se deberá incluir la clasificación a la cual pertenece el producto o servicio.
- Presentación: deberá ir incluido su peso, volumen, medidas, las unidades que vienen en una caja, etc.
- Tipo de venta: número mínimo de venta, bonos por cantidad de compra.

Ficha técnica de producción:

- Nombre del producto.
- Información para la fabricación del producto.
- Tipo de empaque.
- Costos de materias primas.
- Tiempo de elaboración.
- Imagen del producto.



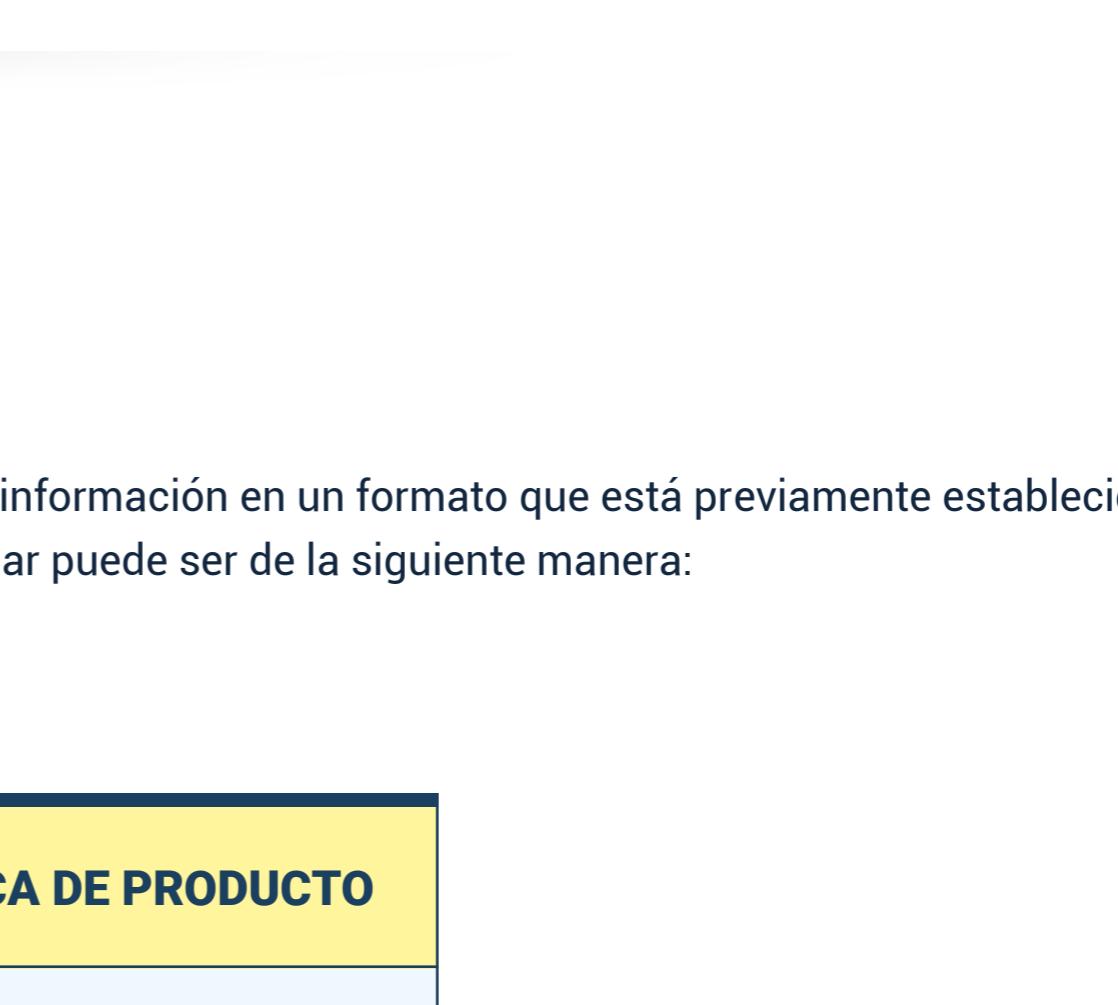
4.3. Aplicaciones



Una ficha técnica es un documento o una etiqueta, donde debe de ir relacionada toda la información de un producto, materia prima o proceso de fabricación de un determinado producto. Es por ello, que este tipo de documento se podrá aplicar a todos los productos que se deseen producir o ya estén fabricados. Estas fichas se elaboran con el fin de que un producto se fabrique con unos estándares ya establecidos, lo que hará que existan unos controles de calidad y por ende, un producto final bien elaborado. El otro tipo de ficha técnica servirá para que el consumidor conozca qué clase de producto es el que está adquiriendo, con sus características, componentes, etc.

4.4. Técnicas de elaboración

La elaboración de una ficha técnica se basa en conocer de manera detallada el producto, saber todo el proceso que se llevó a cabo para la fabricación del mismo, cómo será su embalaje y distribución. Cuando se hace referencia al proceso de fabricación, se deben obtener datos de los componentes que fueron empleados, cantidades de cada materia prima, tipos de materias primas, procesos a los que fueron sometidas, tipos de empaque que se utilizaron, su material, etc. Su tipo de embalaje también es importante darlo a conocer (cartón, plástico, acetato). Y por último, conocer sus cantidades de distribución, si hay topes mínimos y máximos para su adquisición. Entonces se puede notar que la principal técnica para la elaboración de una ficha técnica es conocer absolutamente toda la información relacionada con el producto.



4.5. Diligenciamiento

Cuando se tiene toda la información correspondiente del producto elaborado, se procede a diligenciar esa información en un formato que está previamente establecido con los datos que se le deseen suministrar a los consumidores. Un ejemplo de ficha técnica lista para diligenciar puede ser de la siguiente manera:

Figura 5. Ejemplo de ficha técnica

LOGOTIPO	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO
Nombre comercial XXX	Marca XXXX XXXX
Fabricante	XXXX XXXX
Dirección del fabricante	XXXX XXXX
Registro sanitario	XXXX XXXX
Características	XXXX XXXX
Composición	XXXX XXXX

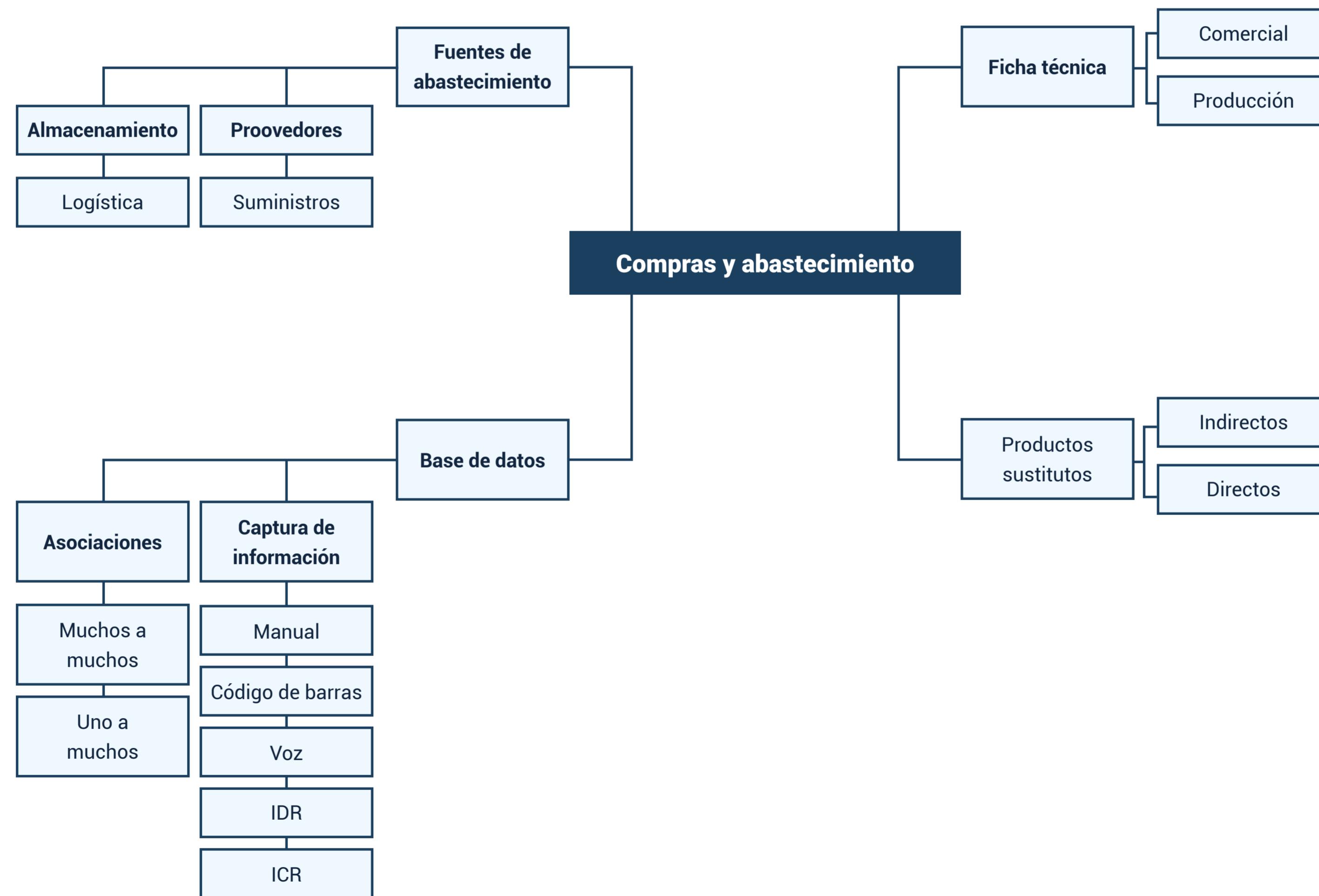
Fuente: elaboración del experto

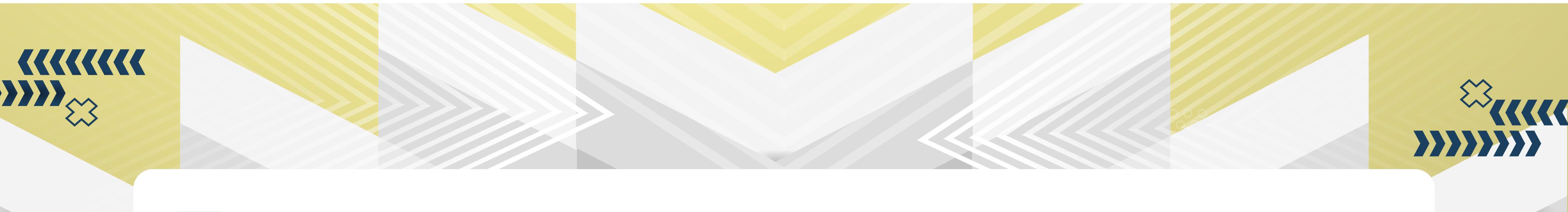
Compras y abastecimiento

Síntesis: Políticas de compras y productos



En la siguiente figura se encuentra de manera sintetizada todos los temas vistos y aprendidos en este componente formativo, este le servirá como guía para recordar cada contenido y así pueda realizar de manera satisfactoria las respectivas actividades a desarrollar.





Actividad didáctica

Arrastrar y soltar



A continuación, se encontrarán unas definiciones y conceptos de manera desordenada para que sean organizados y relacionados según considere que es la manera indicada. Esta actividad tendrá como objetivo que el aprendiz termine de apropiar los conocimientos adquiridos en el componente formativo.

Arrastrar y soltar

Realizar 



Portada actividad

800 x 800



Portada actividad

800 x 800



Imagen acompañamiento Actividad

600 x 600



Imagen acompañamiento Actividad

600 x 600



Imagen Resultado

900 x 600