| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Compras y abastecimiento |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 210101014-Seleccionar proveedores de acuerdo con políticas de aprovisionamiento y normativa. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 210101014-03-Clasificar proveedores de acuerdo con requisitos técnicos y política de aprovisionamiento. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF 05 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Técnicas de clasificación de proveedores |
| BREVE DESCRIPCIÓN | El componente formativo tiene como objetivo que el aprendiz adquiera conocimientos relacionados con las técnicas de clasificación de proveedores y los tipos que existen, para comprender sus características, los métodos para llevarlo a cabo, la importancia de la capacidad financiera en este proceso, los tiempos de respuesta y conocer sobre las buenas prácticas de manufactura. |
| PALABRAS CLAVE | Técnicas, proveedores, productos, abastecimiento, manufactura. |

| ÁREA OCUPACIONAL | 1 - FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

# **TABLA DE CONTENIDOS**

**Introducción**

1. **Clasificación de proveedores**
   1. Características
   2. Métodos
   3. Capacidad financiera
   4. Tiempos de respuesta
   5. Mejores prácticas de manufactura
2. **Técnicas de clasificación de proveedores**
   1. Tipos
   2. Características

**Introducción**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Estimado aprendiz, en este componente formativo el objetivo es apropiar conocimientos relacionados con el proceso de clasificación de proveedores, evidenciar cada una de sus características, enseñar metodologías para llevar a cabo la ejecución de esta fase, entender la capacidad financiera tanto de la empresa como de su proveedor, siendo este un factor esencial para llevar a cabo los proyectos propuestos. También es necesario que comprenda la importancia del tiempo de respuesta, el cual evitará inconvenientes entre las partes en un futuro, y la trascendencia de manejar siempre unas buenas prácticas de manufactura al interior de la empresa.  Todos estos conocimientos anteriormente mencionados permitirán que, al momento de iniciar su vida laboral, pueda demostrar los saberes obtenidos y ponerlos en función de la organización para la cual está trabajando. Allí podrá desempeñarse en el área logística y de almacenamiento, donde logrará que las negociaciones con proveedores y los productos adquiridos se puedan llevar de una forma estratégica y estructurada, permitiendo que el proceso tenga mejores resultados, lo cual se evidenciará con el producto final.  **Para iniciar, se recomienda ver el siguiente video introductorio para conocer de manera general todas las temáticas que estudiará en este componente.** |

**Guion de video introductorio**

| Tipo de recurso | Video animación 2D | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NOTA | La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente | | | |
| Título | Introducción a las técnicas de clasificación de proveedores | | | |
| Escena | Imagen | Sonido | Narración | Texto |
| 1 | Imagen ilustrativa de dos personas cerrando un negocio en un sitio de llegada de mercancías.    <https://media.istockphoto.com/photos/smart-logistics-and-transportation-handshake-for-successful-of-deal-picture-id1334575791?s=2048x2048> | Música de fondo. | Las empresas, sin importar su actividad económica o tamaño, deberán contar con proveedores que suministren los productos o servicios requeridos para el funcionamiento de la organización en todos sus procesos productivos.  Las compañías que sirven como fuente de abastecimiento deberán trabajar en pro de sus clientes, brindándoles las mejores garantías en cuanto a productos, precios, calidad y entrega, para que ambas partes puedan progresar mancomunadamente y ofrecer las mejores alternativas, las cuales atraigan a un público mayor. | Proveedores. |
| 2 | Imagen ilustrativa de un grupo de personas en una oficina analizando las posibles necesidades de la empresa en cuanto a productos y artículos.    <https://media.istockphoto.com/photos/multi-racial-group-of-people-working-with-paperwork-on-a-board-room-picture-id1368098469?s=2048x2048> | Música de fondo. | Sin embargo, para llevar a cabo este proceso, y que sea ejecutado de manera exitosa, se deberá realizar un análisis de las necesidades de la empresa y establecerlas de acuerdo a su planeación estratégica, objetivos y metas. | Análisis de necesidades. |
| 3 | Imagen ilustrativa de una persona trabajando en un computador mientras elabora una serie de métodos administrativos.    <https://media.istockphoto.com/photos/businessman-using-a-computer-to-document-management-concept-online-picture-id1335050732?s=2048x2048> | Música de fondo. | Una vez se tengan identificadas las diferentes necesidades, se deberá proceder a establecer la metodología o el paso a paso que se llevará a cabo para realizar la elección de los proveedores, bajo parámetros establecidos que permitan cometer los mínimos errores posibles, eligiendo a los mejores en cuanto a calidad y precio.  Estas fases se deben crear de acuerdo a las políticas y filosofías de cada empresa, no existe un método rígido o estipulado en la administración. | Métodos. |
| **4** | Imagen ilustrativa de varias personas reunidas analizando las características de los proveedores.    <https://media.istockphoto.com/photos/office-meeting-in-conference-room-beautiful-specialist-with-short-picture-id1353983621?s=2048x2048> | Música de fondo. | Al momento de realizar y establecer de manera estructurada los métodos, se debe tener presente una serie de características para que sean analizadas por cada uno de los proveedores preseleccionados, tales como perfil, filosofía de la empresa proveedora, calidad, precios, adaptabilidad, referencias y servicio postventa.  El estudio de cada una de estas características hará que la elección de los proveedores sea un proceso abordado con responsabilidad, estrategia y eficiencia, debido a que no se deben dejar pasar por alto atributos o elementos de gran importancia, para lograr ser altamente productivos y competitivos en el mercado. | Características. |
| 5 | Imagen ilustrativa de una persona laborando desde diferentes computadores, mientras emplea diferentes técnicas de trabajo.    <https://media.istockphoto.com/photos/diverse-office-enthusiastic-white-it-programmer-working-on-desktop-picture-id1354205065?s=2048x2048> | Música de fondo. | Los métodos elegidos se tendrán en cuenta para la técnica que se implementará, la cual tendría como objetivo lograr la selección de los proveedores, entre las cuales tenemos:   * El categórico. * AHP (Analytic Hierarchy Process). * Puntos ponderados. * ANP (Analytic Network Process). * Relación de costos. * TOPSIS (Techniques for Order Preference by Similarity to Ideal Solution). * Análisis dimensional. * DEA (Data Envelopment Analysis). * Carter 10 C's. * CBR (Case-Based Reasoning) * Decision Matrix Analysis.   Cada uno de ellos comprende características y objetivos diferentes, teniendo como fin seleccionar los proveedores que mejor se acoplen a la organización. | Técnicas.   * El categórico. * AHP (Analytic Hierarchy Process). * Puntos ponderados. * ANP (Analytic Network Process). * Relación de costos. * TOPSIS (Techniques for Order Preference by Similarity to Ideal Solution). * Análisis dimensional. * DEA (Data Envelopment Analysis). * Carter 10 C’s. * CBR (Case-Based Reasoning). * Decision Matrix Analysis. |
| 6 | Imagen ilustrativa de los empleados contribuyendo a mejorar la capacidad financiera de la organización.    <https://media.istockphoto.com/photos/global-business-growth-picture-id518037359?s=2048x2048> | Música de fondo. | Otro aspecto importante a tener en cuenta es la capacidad financiera de las partes involucradas, ya que esta permitirá que el comprador pueda cumplir con los pagos de las mercancías adquiridas en los tiempos establecidos en común acuerdo con el proveedor.  La solvencia financiera del vendedor (proveedor), beneficiará a sus clientes en la medida que, si su situación económica es positiva, le podrá contribuir de gran manera a las empresas que adquieren sus productos o servicios.  Otro aspecto importante a tener en cuenta al momento de analizar a los posibles proveedores, es evaluar los tiempos de respuesta que cada uno de ellos tiene. | Capacidad financiera.  Tiempos de respuesta. |
| Nombre del archivo. | 137200\_V\_01 | | | |

**Desarrollo de contenido**

1. **Clasificación de proveedores**

| Cuadro de texto |
| --- |
| La clasificación de los proveedores es fundamental en el organigrama de procesos, debido a que estos, ya sea de tipo natural o jurídico, son la fuente de abastecimiento para las empresas, teniendo en cuenta que suministran todos los servicios, productos o materias primas requeridas, las cuales van a permitir que las fases productivas al interior de la compañía se puedan llevar a cabo con gran satisfacción.  La selección de los proveedores debe estar debidamente planificada, con parámetros correctamente estructurados, los cuales permitan reducir los errores que puedan llegar a afectar la producción de la empresa, y por ende, generar incumplimientos a los clientes. Pero además de reducir riesgos, una buena selección permite llegar a cumplir con el objetivo requerido en la administración de una empresa: la adquisición de todos los recursos requeridos en la producción (materias primas, suministros, productos, servicios, etc.) a un menor costo y de buena calidad.  Si se logra ese objetivo, la compañía podrá implementar diferentes estrategias que permitan el crecimiento y posicionamiento en el mercado. Teniendo en cuenta estos factores, se puede notar que una correcta gestión en la clasificación de proveedores permite alcanzar bien sea el éxito, o por el contrario, el fracaso. Es por ello, que realizar el paso a paso para la selección de estos es de vital importancia para cumplir con la misión de la empresa, al poder alcanzar los objetivos y la visión proyectada. |

* 1. **Características**

| Tipo de recurso | Infografía interactiva punto caliente | |
| --- | --- | --- |
| Texto introductorio. | Para llevar a cabo una buena gestión en la selección de proveedores, se deberá tener en cuenta una serie de características de las personas o empresas que hayan sido postuladas e identificadas por medio de redes personales, empresariales o a través de una investigación en internet.  La clasificación de proveedores comprende aspectos fundamentales al momento de llevar a cabo el proceso de selección, para este deben analizarse cada una de las posibles empresas vendedoras, con el fin de tener un menor margen de error en la elección: | |
| Imagen    Fuente: Elaboración del experto.  Nota: rediseñar la infografía, colocar de fondo una imagen representativa de un entorno empresarial | | |
| Código de la imagen. | 137200\_i\_01 | |
| Punto caliente 1 | Son las diferentes características evidenciadas en un proveedor que pueden dar un estatus administrativo y comercial, tales como su variedad de productos, relación calidad-precio, procesos innovadores, gestión de calidad y posicionamiento en el mercado. | En el nombre: perfil. |
| Punto caliente 2 | Son el conjunto de cualidades, estrategias y objetivos que representan a la empresa, buscando lograr sus propósitos administrativos, como lo son la misión y visión. | En el nombre: filosofía. |
| Punto caliente 3 | Es de los elementos fundamentales para realizar la evaluación del proveedor. Con ello se hace referencia al estado, propiedades y características de los artículos, productos o materias primas solicitadas. | En el nombre: calidad. |
| Punto caliente 4 | Son los valores asignados a los productos que el proveedor desea suministrar. | En el nombre: precios. |
| Punto caliente 5 | Es la capacidad que tiene el proveedor para adaptarse a diferentes circunstancias que puedan llegar a presentar en el proceso. | En el nombre: adaptabilidad. |
| Punto caliente 6 | Son las opiniones que tienen los demás clientes sobre sus experiencias al realizar negocios con el proveedor con el cual se desea efectuar cierta adquisición de productos. | En el nombre: referencias. |
| Punto caliente 7 | Es la atención y seguimiento que realiza el vendedor hacia el cliente, buscando obtener información sobre la experiencia en el proceso de compra y el producto en general. En caso de haber presentado inconvenientes, es necesario evidenciar cómo se soluciona (garantía). | En el nombre: servicio postventa. |

* 1. **Métodos**

| Tipo de recurso | Acordeón tipo 2 |
| --- | --- |
| Introducción | Para realizar una clasificación de los proveedores, se deberán establecer métodos y parámetros que servirán de guía y filtro, buscando que dicha selección se logre ejecutar y finalizar con total éxito. Cada empresa establecerá y creará su método de acuerdo a los requerimientos que se tengan previstos, según sea su actividad comercial y los procesos que han sido planificados estratégicamente. |
| Fuente: Elaboración del experto.  Nota: no es necesaria una imagen específica, puede ser el diseño en la numeración y en los títulos | |
| Establecer los productos o servicios requeridos:  La primera etapa consiste en realizar una investigación profunda al interior de la empresa para establecer qué productos, servicios, materias primas o suministros son requeridos para llevar a cabo los procesos productivos y el funcionamiento en general de la organización. | |
| Identificar posibles proveedores:  Una vez establecidos los recursos que deben adquirirse, se iniciará con la identificación de posibles proveedores. Para ello, es importante realizar un análisis, indagación y exploración por medio de diferentes fuentes o redes que lo permitan.  Otra manera es investigar por medio de internet, ya que se considera una herramienta donde la mayoría de empresas muestran y ofrecen sus productos o servicios, empleando estrategias de anuncios, pautas e invirtiendo en marketing digital, permitiendo así llegar a posibles clientes. Por dicha razón, este recurso brinda una gran ayuda y facilita la búsqueda. | |
| Instaurar parámetros de selección:  Una vez se tengan identificados los posibles proveedores se procederá a instaurar los parámetros de selección, los cuales serán establecidos por la alta gerencia, teniendo en cuenta la planeación estratégica y los objetivos trazados. Dentro de ellos se observarán ciertos criterios como lo son la calidad, adaptabilidad, costos, tiempos de entrega, confiabilidad, opiniones y referencias que se tengan por parte de sus clientes.  Pero, ¿cómo se puede acceder a estas valoraciones? En la actualidad las páginas web, redes sociales, foros y demás medios digitales permiten una interacción con los clientes, donde ellos podrán ser partícipes de diferentes actividades relacionadas con sus procesos, allí también las empresas tendrán la opción de establecer una sección, donde sus clientes podrán calificar sus productos o servicios según sus experiencias. De allí será donde las empresas podrán obtener este tipo de información o mediante evaluaciones que hayan realizado cada uno de sus proveedores por medios físicos, como lo son las encuestas. | |
| Realizar una preselección:  Como ya se han analizado e identificado posibles proveedores mediante investigaciones y teniendo en cuenta los parámetros establecidos, prosigue realizar la preselección de acuerdo al análisis de sus productos, cualidades y las características que permitan dar cumplimiento a los parámetros previamente acordados e instaurados. Esta lista la conformarán las empresas que cumplan con un mayor porcentaje en cada uno de los requerimientos, garantizando una mayor satisfacción entre las partes. | |
| Entablar conversaciones y reuniones de negocios:  Como ya se tiene información de los productos o servicios que se desean suministrar, se continuará con una reunión para entablar conversaciones de negociación, donde se permita conocer de primera mano sobre los productos, instalaciones, procedimientos, experiencias y demostraciones acerca de procesos de abastecimiento. Esto servirá para confirmar si la propuesta e información suministrada coinciden con lo evidenciado en la reunión y visita a la infraestructura de la empresa proveedora. | |
| Lograr acuerdos y firma de documentos:  Este proceso continúa con una negociación, teniendo como prioridad el beneficio común y la relación precio-calidad. Allí el proveedor deberá comprometerse a cumplir con lo estipulado en los tiempos establecidos, ya que, si esto no se cumple, la producción se retrasará, causando afectaciones de rendimiento y cumplimiento con sus respectivos clientes. Estas fases concluirán con la firma de los contratos, en los cuales tendrán que ir debidamente detallados los requerimientos estipulados, como pagos, vencimientos de facturas, plazos de entrega, área, personas encargadas de la solicitud y recepción de los pedidos. | |

* 1. **Capacidad financiera**

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| Después de haber estudiado el tema sobre etapas en la selección de proveedores, dentro de las cuales se tiene el ítem de instaurar parámetros de selección, se pasa a la siguiente fase, donde se realiza la investigación y el análisis de la capacidad financiera con la que cuenta el posible proveedor. Es importante hacer énfasis en este punto debido a que el tema económico y financiero es vital en la ejecución de cualquier proyecto o negocio.  Si un proveedor cuenta con una buena capacidad financiera, tendrá alta probabilidad de poder cumplir a sus clientes, generando así confiabilidad y satisfacción en ellos. Al suceder esto, siempre podrá tener la capacidad de abastecimiento, permitiendo solucionar diferentes inconvenientes que se pueden presentar, al aumentar la producción de las empresas. Es ahí donde se evidenciará la capacidad financiera del proveedor, el cual tendrá que ser flexible y adaptable ante estas situaciones, que, si cuenta con el criterio mencionado, va a poder responder económica y productivamente a estos sucesos.  Pero si, por el contrario, el proveedor no cuenta con la capacidad financiera y suceden situaciones similares a las ya mencionadas, no podrá cumplir con lo estipulado a sus clientes, arriesgando por su malestar y desconfianza que opten por otros proveedores. Por esta razón, es necesario que la empresa compradora y proveedora cuente con una buena capacidad financiera, ya que la primera deberá tener el presupuesto para el pago de las mercancías y el segundo la buena liquidez para las situaciones que se presenten con sus clientes. | |

* 1. **Tiempos de respuesta**

| Tipo de recurso | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| Introducción | Cuando un cliente decide realizar un pedido o una compra siempre espera una respuesta rápida, lo cual hará que la calificación de servicio al cliente en temas de atención sea muy buena; pero si esto no sucede, la experiencia del comprador no será de tal manera. Es por esto que brindar una respuesta de manera pronta será muy satisfactorio para los compradores y personas interesadas en los productos o servicios que son ofrecidos. Dentro de la administración se contemplan unos tiempos de respuesta en los cuales se tiene en cuenta el nivel de prontitud con el que el cliente requiera su pedido.  Dentro de esta clasificación se encuentran las solicitudes de urgencia, que se dan cuando el cliente realiza la petición de un producto o servicio con mucha prontitud para cubrir una necesidad; de manera habitual, las cuales están dentro de lo normal en la planificación del servicio al cliente y las solicitudes fuera de contexto, que se dan cuando un cliente solicita un producto o servicio del cual la empresa no dispone debido a que no se dedica a producirlos. Cuando se realiza la redacción de los contratos entre proveedores y empresa (cliente), se deben dejar estipulados los tiempos de respuesta, los cuales deberán ser cumplidos, ya que las empresas planifican sus procesos basados en estos parámetros. | |
| Urgencia:  1 a 5 horas para brindar una respuesta. | | No es necesaria una imagen, puede ser un diseño para el texto Urgencia. |
| Habitual:  1 a 3 días hábiles para atender la solicitud. | | No es necesaria una imagen, puede ser un diseño para el texto Habitual. |
| Fuera de contexto:  8 días hábiles para responder. | | No es necesaria una imagen, puede ser un diseño para el texto  Fuera de contexto. |

* 1. **Mejores prácticas de manufactura**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son los requerimientos generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos en cada una de las operaciones mencionadas cumplan con las condiciones sanitarias adecuadas disminuyendo los riesgos inherentes a la producción. (INVIMA, 2020)  Las empresas que trabajan con productos alimenticios deberán cumplir las normativas establecidas por el Invima en el Decreto 3075 de 1997 y la Resolución 2674 de 2012, con los cuales se busca controlar los procesos productivos en la manipulación de alimentos. Estas normas contribuyen a mejorar sus prácticas y procesos con el fin de ofrecer un mejor producto.  El Invima hará cumplir estos requerimientos mediante visitas a los establecimientos de las empresas o los vehículos de transporte de estos productos alimenticios. Allí se evaluarán una serie de requerimientos estipulados de los cuales tienen conocimiento las organizaciones y emprendimientos. Al momento de realizar estas vigilancias y controles, se efectúa una valoración de acuerdo a los criterios instaurados, y para que el resultado sea favorable, deberá cumplir con más del 60% de los requisitos; si, por el contrario, se encuentra por debajo del este porcentaje, será sometido a sanciones y deberá realizar los debidos ajustes. |

| Tipo de recurso | Infografía interactiva Punto caliente | |
| --- | --- | --- |
| Texto introductorio | Para lograr llevar a cabo el proceso de buenas prácticas de manufactura, se deberán tener en cuenta ciertos elementos claves con el fin de lograr la actividad con total éxito. Estos se deben gestionar de manera coordinada, considerando los parámetros establecidos. | |
| Imagen    Describir y/o colocar una imagen de referencia, de la infografía solicitada. | | |
| Código de la imagen | 137200\_i\_02 | |
| Punto caliente 1 | Colaboradores: la empresa deberá comprometerse en la capacitación a sus empleados sobre las buenas prácticas de manufactura, ya que son ellos los encargados de ejecutar este tipo de métodos, haciendo que la empresa logre cumplir con las normativas y aumente su productividad y rendimiento.  Además, esta certificación ayudará a posicionar la empresa, generando mayor confianza en sus clientes. | Punto ubicado sobre el número 1 |
| Punto caliente 2 | Productos: cuando se aplican las buenas prácticas, los productos son sometidos a una serie de procedimientos donde se evaluará la calidad de los mismos. Esto dependerá de su correcta ejecución basándose en las directrices estipuladas por la alta gerencia. | Punto ubicado sobre el número 2 |
| Punto caliente 3 | Sitios de trabajo: cuando se hace referencia al sitio de trabajo, se trata de evidenciar la limpieza y sanidad de las estaciones de producción, donde se tienen en cuenta maquinarias, utensilios, materias primas, dotaciones, etcétera. Todos estos implementos deben estar limpios para evitar contaminaciones, y en determinados momentos, accidentes laborales. | Punto ubicado sobre el número 3 |
| Punto caliente 4 | Procesos: desde la alta gerencia se deben establecer los organigramas de procesos, los cuales deben ir bien estructurados y entendibles para que los colaboradores puedan ejecutar las actividades cometiendo los mínimos errores posibles. Esta estructuración deberá ser elaborada bajo los parámetros de las buenas prácticas. | Punto ubicado sobre el número 4 |

1. **Técnicas de clasificación de proveedores**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para llevar a cabo una correcta selección de proveedores, se deben tener en cuenta los parámetros previamente identificados y estructurados, los cuales fueron establecidos de acuerdo con las necesidades y la actividad comercial.  Basados en esos criterios, se procede a realizar la ejecución de los mismos mediante técnicas conforme a las estrategias que se quieran implementar, las cuales garantizarán una evaluación rigurosa y completa con el fin de elegir los mejores proveedores para la empresa, buscando tener procesos correctamente elaborados, dando como resultado un óptimo producto final y un buen servicio a los clientes. |

* 1. **Tipos**

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| Dentro de los tipos de técnicas se encuentran:     * El categórico. * AHP (Analytic Hierarchy Process). * Puntos ponderados. * ANP (Analytic Network Process). * Relación de costos. * TOPSIS (Techniques for Order Preference by Similarity to Ideal Solution). * Análisis dimensional. * DEA (Data Envelopment Analysis). * Carter 10 C’s. * CBR (Case-Based Reasoning). * Decision Matrix Analysis. | |

* 1. **Características**

| Tipo de recurso | Video motion | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Nota | La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente. | | | |
| Título | Técnicas de clasificación de proveedores. | | | |
| Escena | Imagen | Sonido | Narración | Texto |
| 1 | Imagen ilustrativa de varias personas realizando un análisis de información.    <https://media.istockphoto.com/photos/business-network-concept-group-of-businessperson-teamwork-data-picture-id1315756613?s=2048x2048> | Música de fondo | Estas técnicas sirven para realizar una correcta selección, y cada una de ellas cuenta con características diferentes que deberán ser analizadas para poder encontrar la que mejor se adecue a la necesidad de cada empresa, basado en sus procesos y parámetros establecidos. | Técnicas de clasificación de proveedores. |
| 2 | Imagen ilustrativa de los niveles de calificaciones que se pueden llevar a cabo en una evaluación.    <https://media.istockphoto.com/photos/businessman-touching-for-marking-to-select-five-yellow-stars-client-picture-id1320147159?s=2048x2048> | Música de fondo. | La primera técnica por tratar es el método categórico, el cual consiste en verificar los calificativos históricos de los clientes, y de allí obtener información relevante de las experiencias obtenidas respecto a servicio, precios, garantías, calidad y características de un producto o servicio. | Método categórico. |
| 3 | Imagen ilustrativa de un análisis de procesos en una determinada organización.    <https://media.istockphoto.com/vectors/communication-flat-icon-vector-id1131290648?s=2048x2048> | Música de fondo. | El *Analytic Hierarchy Process*, consiste en realizar una selección, entre varias alternativas, de acuerdo con sus características o variables y de manera jerárquica; esto quiere decir que se priorizan las variables con mayor nivel de complejidad, buscando brindarle solución de acuerdo con los objetivos de la empresa. | *AHP (Analytic Hierarchy Process).* |
| 4 | Imagen ilustrativa a la asignación de factores en determinadas situaciones.    <https://media.istockphoto.com/photos/audience-segmentation-or-customer-segregation-marketing-concept-picture-id1310128920?s=2048x2048> | Música de fondo. | La técnica de factores ponderados está basada en la asignación de una serie de valores numéricos, con el fin de ubicar el proveedor que mejor le convenga a la empresa que desea adquirir los productos o servicios. Para llegar a ello, se realiza una comparación de las diferentes alternativas encontradas. | Factores ponderados. |
| 5 | Imagen ilustrativa de dos personas analizando una toma de decisiones, basado en los parámetros que se tienen estipulados.    <https://media.istockphoto.com/photos/multi-racial-businesswomen-working-on-project-statistics-in-office-picture-id1256907175?s=2048x2048> | Música de fondo. | *Analytic Network Process* consiste en realizar un análisis de las decisiones que se desean tomar, teniendo como objetivo encontrar parámetros y alternativas mediante realimentación e interdependencia. | *ANP (Analytic Network Process).* |
| 6 | Imagen ilustrativa del análisis de costos, sobre cada uno de los productos o artículos que se necesitan de acuerdo a las ofertas de los proveedores.    <https://media.istockphoto.com/vectors/increasing-house-prices-houses-on-isometric-piles-of-gold-coins-vector-id1324172987?s=2048x2048> | Música de fondo. | La relación de costos, como su nombre lo indica, consiste en analizar todos los valores descritos por cada uno de los proveedores, para luego tomar la decisión que más le favorezca a la empresa, de conformidad con los resultados de dicho análisis.  El criterio con mayor relevancia es el que representa los costos que implican la adquisición del bien o servicio. | Relación de costos. |
| 7 | Imagen ilustrativa sobre búsqueda de equilibrio de las diferentes situaciones financieras.    <https://media.istockphoto.com/vectors/people-measuring-money-coin-and-idea-light-bulb-on-scale-vector-id1332019668?s=2048x2048> | Música de fondo | *Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution* es un método que tiene como fin encontrar una solución o selección de diferentes situaciones, donde lo ideal es elegir la opción más equilibrada entre lo positivo y negativo. | TOPSIS (*Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution).* |
| 8 | Imagen ilustrativa del rendimiento y eficiencia de los procesos productivos y financieros de una empresa.    <https://media.istockphoto.com/photos/businessman-holding-tablet-and-draws-growing-virtual-hologram-of-picture-id1349380508?s=2048x2048> | Música de fondo. | *Data Envelopment Analysis* es una metodología que permite evaluar la eficiencia de los proveedores, mediante los resultados encontrados por medio de programaciones matemáticas, con el fin de estimar las capacidades de producción de cada uno de estos. | *DEA (Data Envelopment Analysis).* |
| 9 | Imagen ilustrativa de la letra C.    <https://media.istockphoto.com/vectors/monogram-letter-c-logo-creative-initial-logotype-from-bright-gradient-vector-id1299755378?s=2048x2048> | Música de fondo. | La técnica Carter 10 C’s es de las más implementadas en las empresas, ya que permite evaluar a los proveedores de acuerdo con la competencia, capacidad, compromiso, control, *cash* (dinero), costos, consistencia, cultura, *clean* (limpia) y comunicación.  El profundizar en estos diez elementos hace que esta técnica sea de las más completas y sencillas de aplicar, pues garantiza que no quede algún ‘cabo suelto’ que genere algún retroceso posterior. | Carter 10 C’s. |
| 10 | Imagen ilustrativa de una matriz.    <https://media.istockphoto.com/vectors/infographic-monthly-modern-timeline-gantt-chart-with-table-vector-id1345157618?s=2048x2048> | Música de fondo. | *Decision Matrix Analysis* consiste en realizar una matriz (filas y columnas) donde deberán ir todos los factores a analizar y elegir entre las múltiples opciones que se tengan. Con este método, se podrá evaluar el desempeño de los factores que tienen una relación entre sí. | *Decision Matrix Analysis.* |
| 11 | Imagen ilustrativa de un software.    <https://media.istockphoto.com/photos/project-manager-working-on-computer-at-the-office-concept-with-icons-picture-id1335717953?s=2048x2048> | Música de fondo. | *Case-Based Reasoning* es el razonamiento basado en casos, donde un *software* que hace uso de inteligencia artificial contiene datos históricos que ayudarán a evaluar y realizar un seguimiento a los proveedores preseleccionados. | *CBR (Case-Based Reasoning).* |
| Nombre del archivo | 137200\_V\_02 | | |  |

| Cuadro de texto |
| --- |
| **Aprendiz**, ha culminado el estudio de este componente formativo. Lo invitamos a desarrollar la actividad didáctica de afianzamiento y observar los materiales complementarios de estudio, para que enriquezca su conocimiento. |
|  |

**Síntesis**

| Tipo de recurso | Síntesis |
| --- | --- |
| Compras y abastecimiento.  Síntesis: técnicas de clasificación de proveedores. | |
| Introducción | Estimado aprendiz, lo invitamos a ver el mapa conceptual donde encontrará una síntesis de todos los elementos desarrollados en este componente formativo, acerca de las técnicas de clasificación de proveedores. |
|  | |

**Actividad didáctica**

| Tipo de recurso | Actividad didáctica. Completar la frase | | |
| --- | --- | --- | --- |
| El siguiente cuestionario de técnicas de clasificación de inventarios tendrá como objetivo que el aprendiz se termine de apropiar de los conocimientos adquiridos en el componente formativo. | | <https://media.istockphoto.com/vectors/strategy-for-company-development-concept-vector-id1350055899?s=2048x2048>  Imagen: 137200\_i\_03 | |
| Enunciado o definición:  La \_\_\_\_\_\_\_\_ es el conjunto de cualidades, estrategias y objetivos que representan a la empresa, con las cuales pretende lograr sus propósitos administrativos, como lo son la misión y visión.  Retroalimentación respuesta correcta:  ¡Muy bien! La filosofía es el conjunto de cualidades, estrategias y objetivos que representan a la empresa, con las cuales pretende lograr sus propósitos administrativos, como la misión y visión.  Retroalimentación respuesta incorrecta:  ¡Incorrecto! Se debe recordar que la filosofía es el conjunto de cualidades, estrategias y objetivos que representan a la empresa, con las cuales pretende lograr sus propósitos administrativos, como la misión y visión. | | Filosofía. | <https://media.istockphoto.com/vectors/automation-concept-vector-id1345873458?s=2048x2048>  **Imagen:** 137200\_i\_04 |
| Enunciado o definición:  El servicio postventa tiene como principal característica brindar \_\_\_\_\_\_\_\_\_ a sus clientes, con relación al estado de su producto o servicio.  Retroalimentación respuesta correcta:  ¡Correcto! El servicio postventa tiene como principal característica brindar garantía a sus clientes, con relación al estado de su producto o servicio.  Retroalimentación respuesta incorrecta:  ¡Falso! Se debe tener en cuenta que el servicio postventa tiene como principal característica brindar garantía a sus clientes con relación al estado de su producto o servicio. | | Garantía. |
| Enunciado o definición:  La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ es la capacidad que tiene el proveedor para ajustarse a las diferentes circunstancias que se puedan llegar a presentar en el proceso.  Retroalimentación respuesta correcta:  ¡Excelente! La adaptabilidad es la capacidad que tiene el proveedor para ajustarse a las diferentes circunstancias que se puedan llegar a presentar en el proceso.  Retroalimentación respuesta incorrecta:  ¡Incorrecto! La adaptabilidad es la capacidad que tiene el proveedor para ajustarse a las diferentes circunstancias que se puedan llegar a presentar en el proceso. | | Adaptabilidad. |
| Enunciado o definición:  Establecer un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ servirá de guía y filtro en la clasificación de proveedores, buscando que dicha selección se logre ejecutar y finalizar con total éxito.  Retroalimentación respuesta correcta:  ¡Muy bien! Establecer un método servirá de guía y filtro en la clasificación de proveedores, buscando que dicha selección se logre ejecutar y finalizar con total éxito.  Retroalimentación respuesta incorrecta:  ¡Incorrecto! Se debe tener en cuenta que establecer un método servirá de guía y filtro en la clasificación de proveedores, buscando que dicha selección se logre ejecutar y finalizar con total éxito. | | Método. |
| Enunciado o definición:  Las \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ son requerimientos generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano.  Retroalimentación respuesta correcta:  ¡Correcto! Las buenas prácticas de manufactura son los requerimientos generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano.  Retroalimentación respuesta incorrecta:  ¡Falso! Las buenas prácticas de manufactura son los requerimientos generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano. | | Buenas prácticas de Manufactura. |
| Enunciado o definición:  Los tiempos de respuesta se pueden clasificar en \_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de acuerdo al tiempo que requiera el cliente, para la obtención de la mercancía.  Retroalimentación respuesta correcta:  ¡Excelente! Los tiempos de respuesta se pueden clasificar en urgencia, habitual y fuera de contexto, de acuerdo al tiempo que requiera el cliente para la obtención de la mercancía.  Retroalimentación respuesta incorrecta:  ¡Incorrecto! Los tiempos de respuesta se pueden clasificar en urgencia, habitual y fuera de contexto, de acuerdo al tiempo que requiera el cliente para la obtención de la mercancía. | | Urgencia, habitual y fuera de contexto |
| Enunciado o definición:  El \_\_\_\_\_\_\_\_ se define como las diferentes características que son evidenciadas en un proveedor y que le pueden dar un estatus administrativo y comercial, como lo son la variedad de productos, relación calidad-precio, procesos innovadores, gestión de calidad y posicionamiento en el mercado.  Retroalimentación respuesta correcta:  ¡Muy bien! El perfil se define como las diferentes características que son evidenciadas en un proveedor y que le pueden dar un estatus administrativo y comercial, como lo son la variedad de productos, relación calidad-precio, procesos innovadores, gestión de calidad y posicionamiento en el mercado.  Retroalimentación respuesta incorrecta:  ¡Error! El perfil se define como las diferentes características que son evidenciadas en un proveedor y que le pueden dar un estatus administrativo y comercial, como lo son la variedad de productos, relación calidad-precio, procesos innovadores, gestión de calidad y posicionamiento en el mercado. | | Perfil |  |
| Enunciado o definición:  La \_\_\_\_\_\_\_ hace referencia al estado, propiedades y características de los artículos, productos o materias primas solicitadas.  Retroalimentación respuesta correcta:  ¡Perfecto! La calidad hace referencia al estado, propiedades y características de los artículos, productos o materias primas solicitadas.  Retroalimentación respuesta incorrecta:  ¡Falso! Se debe tener en cuenta que la calidad hace referencia al estado, propiedades y características de los artículos, productos o materias primas solicitadas. | | Calidad |  |
| Enunciado o definición:  La identificación de posibles \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ es un proceso importante que se debe realizar mediante el análisis, indagación y exploración por medio de diferentes fuentes o redes que lo permitan.  Retroalimentación respuesta correcta:  ¡Excelente! La identificación de posibles proveedores es un proceso importante que se debe realizar mediante el análisis, indagación y exploración por medio de diferentes fuentes o redes que lo permitan.  Retroalimentación respuesta incorrecta:  ¡Incorrecto! La identificación de posibles proveedores se debe realizar mediante un análisis, indagación y exploración por medio de diferentes fuentes o redes que lo permitan. | | Proveedores |  |
| Enunciado o definición:  La técnica \_\_\_\_\_\_\_\_ consiste en realizar una selección entre varias alternativas de acuerdo a sus características o variables de manera jerárquica, para luego compararlas con las demás.  Retroalimentación respuesta correcta:  ¡Perfecto! La técnica AHP consiste en realizar una selección entre varias alternativas de acuerdo a sus características o variables de manera jerárquica, para luego compararlas con las demás.  Retroalimentación respuesta incorrecta:  ¡Falso! La técnica AHP consiste en realizar una selección entre varias alternativas de acuerdo a sus características o variables de manera jerárquica, para luego compararlas con las demás. | | AHP |  |

**Material complementario**

| Tipo de recurso | Material complementario | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del material | Tipo | Enlace |
| Evaluación y clasificación de proveedores: metodología y caso de estudio en una ensambladora de motocicletas | Restrepo Suárez, R. (2016). *Evaluación y clasificación de proveedores: metodología y caso de estudio en una ensambladora de motocicletas* [Doctoral dissertation]. Universidad EAFIT. | PDF | <https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11456/Rodrigo_RestrepoSuarez_2016.pdf> |
| Selección de proveedores basada en análisis dimensional | Alcaraz, J. L. G., Iniesta, A. A., & Macías, A. A. M. (2013). Selección de proveedores basada en análisis dimensional. *Contaduría y administración*, *58*(3), 249-278. | PDF | <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0186104213712294?token=5659839EAB8C64E492761C06A575A7A25410A78D376F6979BBA2A9F8C66DE2953586B345D0E557C5115970D4735924BF&originRegion=us-east-1&originCreation=20220831162135> |
| [Aplicación de las técnicas multicriteriales en la evaluación y selección de proveedores](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4786742) | González, A. G., & Ríos, R. G. (2003). Aplicación de las técnicas multicriteriales en la evaluación y selección de proveedores. *Ingeniería Industrial*, *24*(2), 2. | PDF | <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4786742> |

**GLOSARIO**

| **Tipo de recurso** | Glosario |
| --- | --- |
| Clasificar: | Hace referencia a las acciones que se llevan a cabo para ordenar y filtrar una actividad determinada. |
| Manufactura: | Es el resultado de convertir materias primas en un producto elaborado por medio de un proceso industrial. De ese modo, se obtienen los bienes terminados, listos para su venta en los distintos mercados. (Galán, 2018) |
| Parámetros: | Es un elemento de un sistema que permite clasificar y poder evaluar algunas de sus características, como el [rendimiento](https://economipedia.com/definiciones/rendimiento.html), la amplitud o la condición. (Arias, 2020) |
| Proveedores: | Es toda persona, tanto natural como jurídica, que se encarga de suministrar todos los productos, materias primas y servicios que el cliente requiera. |
| Seleccionar: | Hace referencia a la acción de elegir un objeto, cosa o situación determinada según las necesidades de la persona que la ejecuta. |
| Suministros: | Es la dotación de un [bien](https://economipedia.com/definiciones/bien.html), el cual debe pasar por todo un proceso para ir desde el productor hasta el consumidor o beneficiario final. (Westreicher, 2020) |
| Técnicas: | Es la aplicación de una serie de ciencias, conocimientos y métodos establecidos por personas que han realizado diferentes experimentos, hasta encontrar la solución. |

**Referencias bibliográficas**

| Tipo de recurso | Bibliografía |
| --- | --- |
| PDF | Alcaraz, J. L. G., Iniesta, A. A., & Macías, A. A. M. (2013). Selección de proveedores basada en análisis dimensional. *Contaduría y administración*, *58*(3), 249-278. |
| Sitio web | Arias, E. R. (2020). *Parámetro*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/parametro.html> |
| Sitio web | Galán, J. S. (2018). *Manufactura*. Economipedia.<https://economipedia.com/definiciones/manufactura.html> |
| PDF | González, A. G., & Ríos, R. G. (2003). Aplicación de las técnicas multicriteriales en la evaluación y selección de proveedores. *Ingeniería Industrial*, *24*(2), 2. |
| Sitio web | INVIMA. (2020). *Buenas prácticas de manufactura*. INVIMA. <https://www.invima.gov.co/buenas-practicas-de-manufactura-bpm-sinonimo-de-responsabilidad-e-inocuidad-en-los-alimentos#:~:text=Las%20Buenas%20Pr%C3%A1cticas%20de%20Manufactura,las%20operaciones%20mencionadas%20cumplan%20con> |
| PDF | Restrepo Suárez, R. (2016). *Evaluación y clasificación de proveedores: metodología y caso de estudio en una ensambladora de motocicletas* (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT). |
| Sitio web | Westreicher, G. (2020). *Suministro*. Economipedia.<https://economipedia.com/definiciones/suministro.html> |