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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 210101071 - Elaborar el plan de compras según métodos de programación y presupuesto. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 210101071-01 - Consolidar requerimiento de productos de acuerdo con procedimiento interno y política de compra.  210101071-02 - Preparar plan de compras según requerimientos de la empresa y política de abastecimiento. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 06 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Planes y programas de compras |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Este componente formativo tiene como objetivo que el aprendiz adquiera conocimientos sobre el proceso de compra para adquirir bienes y servicios más rentables para la organización, conociendo sobre las políticas de compras que se deben llevar a cabo, con una debida planeación y puesta en marcha del plan de compras en la cadena de suministro de cada empres a. |
| PALABRAS CLAVE | Compras, gestión de compras, proceso de compras, adquisiciones. |

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

**TABLA DE CONTENIDOS**

**Introducción**

**1. Disponibilidad de producto**

1.1. Características

1.2. Métodos

**2. Orden de pedido**

2.1. Características

2.2. Validaciones

**3. Pronósticos**

3.1. Tipos de pronósticos

3.2. Características

**4. Verificación**

4.1. Tipos de verificación

4.2. Características e importancia

**5. Programación**

5.1. Tipos de programación

5.2 Características

5.3. Metodologías

5.4. Alcance

**6. Compras**

6.1. Política de compras

6.2. Procedimiento

6.3. Protocolos

6.4. Flujo de proceso

6.5. Contingencias

6.6. Principios éticos

**7. Plan de compras**

7.1. Tipos de plan de compras

7.2. Características

7.3. Presupuesto

**8. Cronograma**

8.1. Tipos de cronograma

8.2. Características de cronograma

**9. Cadena de suministro**

9.1. Tipos de eslabones

9.2. Regulaciones de los parámetros de planeación

9.3. Demanda y restricciones

9.4. Canales de distribución

**10. Contratación pública**

10.1. Estudios del sector

10.2. Plan anual de adquisiciones

10.3. Modalidades de selección

10.4. Sistema electrónico de contratación pública (SECOP)

10.5. Normativa

**INTRODUCCIÓN**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| A continuación, conocerá sobre los planes y programas de compras, un recurso que le permitirá consolidar los requerimientos de productos de acuerdo con el procedimiento interno y la política de compras, así como establecer un plan de compras según requerimientos de la empresa y la política de abastecimiento. Se espera que a futuro pueda elaborar el plan de compras según métodos de programación y presupuesto, y que alcance los conocimientos del proceso de compras para adquirir los bienes y servicios más rentables para la organización, conociendo sobre las políticas de compras que se deben llevar a cabo, con una debida planeación y puesta en marcha del plan de compras en la cadena de suministro de una empresa.  En el siguiente video conocerá la temática a tratar a lo largo del componente formativo.  ¡Muchos éxitos en este proceso de aprendizaje! |

**VIDEO INTRODUCTORIO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Video spot animado | | | |
| Título | Planes y programas de compras | | | |
| Escena | Imagen | Sonido | Narración (voz en off) | Texto |
| 1 | Compras | Música de fondo | Con este componente formativo podrá adquirir conocimientos relacionados con la gestión de las organizaciones para su normal funcionamiento, ya que las compras son, dentro de la cadena de valor de las empresas, un proceso transversal de apoyo a todas las áreas de esta.  Si se enfoca en adquirir los conocimientos que le lleven a la implementación de las técnicas, los procedimientos, los conceptos, entre otros, podrá conocer los aspectos más relevantes en la gestión de compras enfocada a las políticas de compra en una organización, y cómo se lleva a cabo la implantación de esta, tanto en empresas privadas como públicas. | Las compras son un proceso transversal de apoyo a todas las áreas de la empresa. |
| 2 | Imagen que represente cadena de suministro  ilustraciones, imágenes clip art, dibujos animados e iconos de stock de logística global isométrica, cadena de suministro, distribución de exportaciones. infografía vectorial de transporte internacional, envío, logística de almacén - cadena de suministro | Música de fondo | Lo invitamos a desarrollar una idea de lo que se vive en la cadena de suministro de una empresa, la cual, como todo proceso, tiene una entrada de materia prima, bienes o servicios, transformación de estos, y finalmente, la salida del producto terminado para ser distribuido al cliente.  Todo lo anterior resume lo que se debe considerar para la gestión de compras en cualquier etapa de producción de una empresa, y por supuesto, de todas sus áreas. Con seguridad siempre habrá algo que necesite ser comprado, como productos de aseo, insumos para puestos de trabajo, *software* o *hardware* para el correcto funcionamiento de la empresa, entre otros. | Cadena de suministro |
| 2 | La gestión de compras  concepto de bombilla de innovación y nuevas ideas con signo de interrogación - preguntas fotografías e imágenes de stock | Música de fondo | La gestión de compras debe resolver unas preguntas específicas, como ¿cada cuánto compro?, ¿qué compro?, ¿cómo lo compro?, ¿para qué lo compro?, y ¿dónde lo compro? | Tecnología  ¿Qué?  ¿Cómo?  ¿Cuándo?  ¿Dónde?  ¿Quién? |
| 3 | Imagen alusiva a políticas de compras  recuperación de navegación empresarial, abstract, la brújula navega para que los empresarios reanuden el crecimiento empresarial en la crisis económica, repensar, reinventar y recuperar - politicas de compras fotografías e imágenes de stock | Música de fondo | Para determinar las políticas de compra que rijan en la empresa hay que considerar una serie de principios éticos que son fundamentales, como la cooperación, diligencia, honestidad, democracia y transparencia, tanto del cliente interno como externo, es decir, de todos los involucrados en el sector de compras al interior de las organizaciones y los proveedores. | Políticas de compras |
| 4 | Ilustración alusiva a proceso, o pasos a seguir.  Círculos azules pisan plantilla infográfica vectorial - arte vectorial de Infografía libre de derechos | Música de fondo | Por otra parte, las compras cuentan con un procedimiento para realizar dicha actividad:  - Solicitud de compra.  - Evaluación y selección de proveedores.  - Negociaciones de las condiciones de compra.  - Seguimiento del pedido.  - Recepción de mercancía.  - Recepción de la factura del proveedor. | Procedimiento de compras |
| 5 | Ilustración de plan de compras  hombre de negocios tocando de la mano a infografías virtuales con iconos de carrito de carrito, concepto de negocio de compras en línea de tecnología. - plan de compras fotografías e imágenes de stock | Música de fondo | Para llevar a cabo el proceso de compras en una organización, es un requisito realizar un plan de compras enfocado y alineado con los beneficios que generen rentabilidad a la empresa. | Plan de compras |
| 6 | Ilustración de rentabilidad para una empresa, al lado izquierdo y al lado derecho el texto: BENEFICIOS DEL PLAN DE COMPRAS  ilustraciones, imágenes clip art, dibujos animados e iconos de stock de gestión de tareas de proyectos y herramientas efectivas de planificación del tiempo. icono de desarrollo de proyectos. ilustración vectorial 3d. - rentabilidad | Música de fondo | El plan de compras busca generar ahorro, estandarizar procesos, facilitar la articulación con proveedores, evitar gastos recurrentes o innecesarios, entre otros. | Beneficios del plan de compras. |
| 7 | Ilustración al lado izquierdo que identifique presupuesto y al lado derecho que represente el cronograma  ilustraciones, imágenes clip art, dibujos animados e iconos de stock de infografía cronología moderna mensual diagrama de gantt con tabla. - cronograma  hacer impuestos - presupuesto fotografías e imágenes de stock  IZQUIERDA:  <https://www.istockphoto.com/es/foto/hacer-impuestos-gm1325860496-410743537?phrase=PRESUPUESTO>  DERECHA:  <https://www.istockphoto.com/es/vector/infograf%C3%ADa-cronolog%C3%ADa-moderna-mensual-diagrama-de-gantt-con-tabla-gm1345157618-423312170?phrase=cronograma> |  | Este plan de compras debe basarse en un presupuesto y estar en el centro de un cronograma de trabajo a mediano o largo plazo, en el cual se deben considerar las ventas estimadas de cada producto, los costos de inversión en materia prima y la gestión estratégica del inventario.  El éxito de una empresa es la gente que trabaja en ella, por lo que es necesario determinar parámetros donde se garantice la disponibilidad de materia prima y la correcta administración de los insumos, a fin de que se garantice el bienestar, tanto de los clientes y prospectos como del equipo de trabajo. Por eso, lo invitamos a que desarrolle este componente formativo y aprenda más sobre planes y programas de compras. | Presupuesta de ventas  cronograma |
| Nombre del archivo | | 137200\_v1 | | |

**DESARROLLO DE CONTENIDOS**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Para ampliar la información descrita anteriormente, veamos lo siguiente: |

**1. Disponibilidad de producto**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| La disponibilidad de producto refleja la cantidad del producto terminado que la organización tiene disponible para su comercialización, y es muy importante que se encuentre actualizada de manera permanente. Todas las organizaciones deben tener un orden muy estricto en cuanto a los inventarios o *stock* de productos, pues esto permite acceder a la oferta real y con confianza de los artículos que los posibles compradores requieran, así como mantener el flujo de información que se maneja en los inventarios y su necesaria evaluación, lo que manifiesta las cantidades y los valores almacenados en las bodegas de la organización. |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Ahora bien, no basta con tener la disponibilidad del producto. Veamos las características y los métodos usados. |

* 1. **Características**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | Las características de la disponibilidad del producto están dadas por su organización y su gestión de inventario, por ello podemos caracterizarlos por sus elementos esenciales, como son: |
| Imagen  Permite identificar claramente el objeto; es un distintivo único dentro de los elementos de disponibilidad.  **Nombre del objeto**  El código que le otorga la organización para tener un control más técnico en la disponibilidad del producto.  **Código de identificación**  Indica el monto que se debe pagar para vender el producto; este debe ser actualizado de manera periódica, teniendo en cuenta factores de oferta y demanda.  **Valor del objeto**  Indica si se encuentra disponible para su comercialización o no se encuentra en *stock.*  **Estado del producto**  Indica cuándo fue la última revisión de conteo físico y actualización de su valor de objeto; debe sujetarse a las políticas de inventarios que tenga cada organización.  **Actualización del objeto o producto**  Indica si es un producto que tiene mucha o poca comercialización en el mercado, y sirve para los procesos de reaprovisionamiento antes de caer en roturas de *stock*.  **Rotación del objeto**  Nota: elaboración propia ET | |
| Código de la imagen | 137200\_i1 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| De acuerdo con lo anterior, en el siguiente gráfico encontrará los métodos utilizados. |

**1.2 Métodos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | Los métodos para disponibilidad de productos están ligados a las políticas de la organización y a la disponibilidad de su inventario. Esto refleja el estado de los productos ante los usuarios en función de cuántos productos tienen en *stock* disponibles para su comercialización inmediata, y los métodos de disponibilidad buscan que no existan fallas o productos con insuficiente cantidad de inventarios. |
| Imagen  Permite realizar una medición constante de la demanda de un producto y analizar cuáles son los meses donde tiene mucha y poca demanda. Sirve para definir la cantidad de producto disponible para la comercialización y qué hacer con los excesos de inventario.  **Histogramas**  Cuando la demanda de un producto es sostenida, se diseñan indicadores de alerta que buscan definir qué cantidad de inventario se debe reaprovisionar para tener la cantidad ideal de producto disponible.  **Stock mínimo**  Se basa en la combinación de *software* y *hardware* que gestiona automáticamente la adquisición de productos, con el fin de mantener disponibilidad en bodega para su comercialización.  **Software de inventario**  Es causa de una relación contractual con un cliente que requiere una cantidad fija de producto en un determinado tiempo.  **Demanda fija**  Nota: elaboración propia ET | |
| Código de la imagen | 137200\_i2 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Una vez conocido lo que caracteriza a la disponibilidad de un producto, ¿qué sigue? |

**2. Orden de pedido**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Hay un aspecto muy importante: la orden de pedido. Este es un tipo de documento que tiene la función principal de hacer un requerimiento de mercancía a un proveedor o vendedor; se realiza de manera regular y se espera que coincidan con las facturas emitidas por el proveedor de la mercancía. La orden de compra es usada tanto en comercio regular como en comercio internacional (factura proforma).    <https://blog.hubspot.es/sales/ejemplos-orden-de-compra>  137200\_i3 | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Para comprender las características de la orden de compra, a continuación podrá ver una infografía con sus propiedades más relevantes, las cuales deben tenerse presentes al momento de plantear dicho documento. |

**2.1. Características**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | En una orden de compra legítima son necesarias las siguientes características: |
| Este documento tiene el mismo peso de una letra de cambio, ya que compromete al comprador a cancelar los conceptos del pedido realizado.  **Poseer validez legal**  Evidencia de todas las actividades comerciales con el comprador, lo cual es útil para realizar estrategias de ventas y control de movimientos para el ente fiscal.  **Permitir llevar control de ventas al comprador**  Permite conocer, con un mayor grado, el detalle de la compra, con requerimientos específicos que se deben cumplir en caso de que el vendedor acepte las condiciones que solicita el comprador.  **Detallar la operación**  Este documento evita desplazamientos innecesarios para realizar compras, generando confianza en el pedido realizado.  **Ahorrar tiempo al comprador**  El documento como tal ofrece garantía de que las condiciones de compra están debidamente oficializadas, y que los términos y condiciones están consignados en detalle.  **Ofrecer tranquilidad** | |
| Código de la imagen | 137200\_i4 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Para comprender con claridad el concepto de orden de compra, debe conocer también los pasos para medir su validez, para lo cual es útil que apropie el concepto de validación de la orden de compra con ayuda del siguiente material audiovisual. |

**2.2. Validaciones**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Video spot animado | | | |
| NOTA | La totalidad del texto locutado para el vídeo debe tener mínimo 490 y máximo 510 palabras | | | |
| Título | Validaciones | | | |
| Escena | Imagen | Sonido | Narración (voz en off) | Texto |
| 1 | Debe ser revisada y aprobada    <https://iauditoria.com/wp-content/uploads/2021/02/portada-1024x538.jpg> | Música de fondo | Toda orden de compra debe ser revisada y aprobada por un proveedor para atender los requerimientos del comprador; este es además un paso indispensable antes de proceder a realizar procesos de aprovisionamiento.  Estas órdenes son de gran utilidad, tanto para el comprador como para el vendedor, ya que no solo evitan cualquier tipo de confusión en el proceso de compra, sino que además permiten que las operaciones de la empresa se den de manera organizada. En el caso de los proveedores, esto les permite visualizar el pedido antes de aceptarlo, y una vez firmado, los compromete a cumplirlo.  Se deben tener en cuenta algunos aspectos que lleven a validar la orden de compra. | Toda orden de compra debe ser revisada y aprobada por un proveedor. |
| 2 | créditos aprobados    <https://www.fincomercio.com/wp-content/uploads/2018/05/credito_rotativo_0.png> | Música de fondo | El primer aspecto es la cartera adeudada, la cual se refiere a cupos de créditos aprobados a compradores. Para este caso, se revisa el estado del cupo de endeudamiento para aprobar la orden de compra. | Cartera adeudada. |
| 3 | Disponibilidad    <https://cdn-icons-png.flaticon.com/512/4088/4088125.png> | Música de fondo | El otro aspecto consiste en revisar la disponibilidad de lo solicitado. Esto se hace cuando el vendedor revisa el estado del *stock* de los productos solicitados por el comprador: de contar con ellos se aprueba la orden de compra, de lo contrario, se realizan observaciones.  También está la fecha de la emisión del pedido, en contraste con la fecha de entrega solicitada, pues en ocasiones el comprador requiere con urgencia su pedido, pero existen políticas en las empresas que indican fechas o días mínimos para gestionar o entregar lo requerido.  Aquí es importante tener en cuenta, por ejemplo, el tiempo que se requiere para preparar el envío del pedido. Factores como los días laborables, las horas operativas del lugar de procedencia, el tiempo que se demora el equipo encargado y el tiempo de envío. En caso de que el pedido no esté disponible, es necesario verificar el plazo de disponibilidad. | Disponibilidad de lo solicitado y fecha de la emisión de pedido en contraste con la fecha de la entrega solicitada. |
| 4 | Condiciones de empaque    <https://1.bp.blogspot.com/-oYmFv22_TQ4/YSGSlCxuarI/AAAAAAAAMy8/Qh3qQ5W4hzMNYsEEQvqHOOCVBWr9WBMywCNcBGAsYHQ/w1200-h630-p-k-no-nu/Qu%25C3%25A9%2Bes%2Bun%2Benvase%252C%2Bun%2Bempaque%2By%2Bun%2Bembalaje.jpg> | Música de fondo | Asimismo, están las condiciones especiales de empaque y transporte, las cuales son condiciones de garantía, están limitadas por los fabricantes y deben ser aceptadas antes de aprobar la orden de compra.  Tenga en cuenta que la orden del pedido no debe ser aprobada hasta tanto no se acuerden las implicaciones en aspectos de costo, con el fin de satisfacer las demandas del comprador sin gastos excesivos. | condiciones especiales de empaque |
| 5 | la política de venta    <https://journey-mercadeo.com/wp-content/uploads/2021/03/unnamed-1.jpg> | Música de fondo | En caso de que se solicite tiempo de crédito, la política de venta de los proveedores puede ser o no flexible en ciertos casos. El tiempo de extensión de crédito es un aspecto para evaluar por parte del proveedor, pues detiene la orden de compra. | La política de venta. |
| 6 | reglas mínimas    <https://media.istockphoto.com/vectors/flat-vector-illustration-web-site-development-teamwork-website-coding-vector-id1248593705> | Música de fondo | Es importante que tenga en cuenta que para validar una orden de compra se deben establecer reglas mínimas de aprobación, una serie de validaciones que permitirán especificar las condiciones en las cuales se da la compra.  Esto asegurará también que la orden sea fiable, además son necesarias para lo que viene a continuación, una vez aprobada la orden de compra, como por ejemplo, la ejecución de la logística de envío. | Reglas mínimas de aprobación. |
| 7 | no es aprobada    <https://cdn-icons-png.flaticon.com/512/4336/4336972.png> | Música de fondo | Por último, cuando una orden de compra no es aprobada es porque no cumplió con las validaciones establecidas: comprobación de fraude, orden duplicada, error de pago, cancelación de orden, entre otros. | No cumplió con las validaciones establecidas. |
| Nombre del archivo | | 137200\_v2 | | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Profundicemos más sobre esta teoría. |

1. **Pronósticos**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| En cuanto a los pronósticos de una compra, son la predicción de la cantidad de compras que se harán en un futuro cercano o lejano, dentro de unas condiciones medibles y que nos permitan anticiparnos ante situaciones benéficas o perjudiciales, ya sea para aprovecharlas o evitarlas. Estos pronósticos se realizan cada vez con más frecuencia, tanto para la venta de productos como para el aprovisionamiento de materias primas y los insumos necesarios para dichas ventas. De esta manera, podemos obtener mejores condiciones y traspasar esos beneficios al cliente final. |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Mire a continuación los tipos de pronósticos |

**3.1 Tipos de pronósticos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | Los tipos de pronósticos pueden darse por: |
| Imagen    <https://www.canva.com/design/DAFNhXRI2nI/prbYU29i1hnb4aPL6lptVQ/edit?utm_content=DAFNhXRI2nI&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton> | |
| Código de la imagen | 137200\_i5 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Para ampliar la información descrita anteriormente, veamos lo siguiente. |

3.2 Características

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | Entre sus características podemos destacar: |
| Imagen    <https://www.canva.com/design/DAFME8BUs5E/LczeoUYGcFGoF4Ugu0APGg/edit?layoutQuery=mapa+conceptual> | |
| Código de la imagen | 137200\_i6 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Ya sabemos sobre los pronósticos, ahora es necesario saber sobre la verificación de los productos adquiridos. |

4. Verificación

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| La verificación de los productos adquiridos en el proceso de compra se realiza a nivel interno. Consiste en revisar los aspectos relevantes que tienen que ver con las órdenes de pedidos emitidos, donde se revisan las cantidades, calidades y referencias, además de requerimientos técnicos como certificaciones de calidad, empaques, entre otros. |

**4.1. Tipos de verificación**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Imagen | |
| Introducción | Existen dos tipos principales de verificaciones, los cuales son: | |
| Verificaciones documentales: En estas se verifican los aspectos documentales, como declaraciones de importación, tarjetas seriales, facturas de compraventa, documentos de transporte, certificaciones de origen, certificaciones ambientales, certificaciones de calidad, entre otras muchas. Estas aplican tanto para mercados internos como para mercados internacionales (importaciones, principalmente). | | <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-tarea_11436090.htm#query=verificaciones%20documentales&position=7&from_view=search&track=ais>  Código de imagen: 137200\_i7 |
| Verificaciones físicas: En estas se realizan comprobaciones físicas de los elementos adquiridos, en las cuales se pueden requerir conteos, cotejo de referencias, condiciones de entrega, condiciones de empaque y embalaje, fechas y lotes de producción y revisiones de las descripciones de los objetos de compra contra lo recibido por parte del proveedor. | | <https://www.freepik.es/vector-premium/hombre-alegre-dos-manos-muestra-pulgar-arriba-senal-que-todo-bien-hacer-consentimiento-aprobacion-exito-ilustracion-vectorial-plana_21547477.htm?query=tocar>  Código de imagen: 137200\_i8 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| A continuación, tendrá la posibilidad de ampliar la información sobre las características e importancia de la verificación, a fin de que pueda comprender mejor este paso fundamental para la revisión de las órdenes de compra. |

**4.2. Características e importancia**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Una buena gestión de verificación busca generar valor, ya que si las organizaciones son cuidadosas con las condiciones de entrega, se propende por la reducción de reprocesos por productos no conformes con la calidad ofrecida a los clientes, además de evitar devoluciones tanto de materias primas adquiridas a diversos proveedores, como de productos terminados a los clientes de la organización. Los reprocesos afectan significativamente por la pérdida de recursos en logística por concepto de transporte, almacenaje, distribución física, y el más indeseable: pérdida de imagen en la organización. |

**5. Programación**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| La programación para hacer el proceso de compra se efectúa por medio de un calendario que determina el conjunto de actividades que se deben realizar en un periodo de tiempo determinado, con el propósito de proveer lo necesario a la cadena de producción de manera planificada. Esta debe generar la información para:   * Realización de adquisiciones teniendo en cuenta las necesidades de cada área. * Administración y control de inventarios teniendo en cuenta materias primas. * La optimización de costos de compras por medio de negociaciones benéficas para la organización. * La realización de una buena selección de proveedores que puedan proporcionar la calidad requerida en el proceso productivo. |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Ahora bien, ¿qué es necesario saber de la programación? A continuación, se desarrolla el concepto sobre los tipos de programación, a fin de que pueda comprender las particularidades de cada uno y escoger el que mejor se ajuste a sus necesidades. |

**5.1. Tipos de programación**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio |  |
| Imagen  Consiste en una lista de necesidades identificadas en el tiempo, que genera a su vez un sistema de planificación y que se gestiona para su adquisición por parte del departamento de compras. Contienen una previsión a largo plazo y órdenes reales a corto plazo.  **Programación tipo Push**  Consiste en una lista de necesidades que son identificadas por la organización, pero que son ofrecidas con anterioridad a que se generen las órdenes de compra por parte de los proveedores, quienes ya conocen las frecuencias de uso o consumo de los bienes que normalmente requiere la organización.  **Programación tipo Pull**  Nota: elaboración propia ET | |
| Código de la imagen | 137200\_i9 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Ya vio los tipos de programación, analice ahora las características. |

**5.2 Características**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | | Pestañas o tabs Verticales |
| Introducción | | Dentro de las características de la programación de compras encontramos: |
| <https://www.freepik.es/vector-gratis/desarrollo-web-ingenieria-programadores-sitio-web-codificacion-pantallas-interfaz-realidad-aumentada-desarrollador-ingeniero-proyectos-software-programacion-o-diseno-aplicaciones-ilustracion-dibujos-animados_10798281.htm#query=programacion&position=1&from_view=search>  Imagen: 137200\_i10 | | |
| Planeación estratégica | La programación de la compra sirve de objeto de planeación estratégica de los recursos de la organización, priorizando los de mayor importancia en las necesidades internas de la empresa. | |
| Participación | La participación de las áreas en la construcción de la programación se hace de forma activa y obedece a las necesidades priorizadas de cada área de la empresa. | |
| Sistematicidad | Este concepto obedece a que la gestión de la programación de compras tiene y requiere de la gestión de diversas áreas, las cuales son conscientes de su rol en un buen proceso de compras con los mejores resultados. | |
| Principios de economía | Obtener los mejores precios de mercado cumpliendo con las exigencias y necesidades de la organización es un fin de la programación de compras. | |
| Optimización de tiempos de entrega | La ejecución del programa de compras busca que se agilicen la adquisición y recepción de lo que se compra. | |
| Reducción de devoluciones | La buena gestión del programa de compras debe redundar en la reducción de devoluciones por compras mal hechas o productos no coincidentes con las órdenes de compra. | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| A continuación, encontrará las metodologías utilizadas en la programación de compras. |

**5.3. Metodologías**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | Cada organización genera su propia metodología, teniendo en cuenta la naturaleza, tipo de organización y los puntos críticos en su construcción, pero en general, todas redundan en estos 8 factores: |
| 1. Conformar equipos de compras de manera democrática y participativa.  2. Definir las necesidades de compras por área.  3. Diseñar fichas técnicas de productos.  4. Realizar el presupuesto de compras para el periodo.  5. ¿Con cuáles proveedores podemos contar?  6. Diseñar el plan de compras.  7. Etapa de negociación con los proveedores seleccionados.  8. Integrar tecnológicamente el proceso. | |
| Código de la imagen | 137200\_i11 |

**5.4. Alcance**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| El alcance de una programación de compras enfatiza en algunas propiedades esenciales, como son la disponibilidad de material, capital y/o terreno del proveedor, esencial a la hora de establecer las cantidades totales de producto solicitado; el gasto, el cual se incluye también en la planificación de los costos para determinar la inversión total, y el flujo de producción del proveedor, que determina las cantidades de productos o bienes a las cuales se puede acceder en un periodo de tiempo determinado. |

1. **Compras**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Las compras son unos de los procesos compuestos de acciones y decisiones indispensables dentro de las organizaciones, ya que desde este proceso se pueden establecer los rasgos diferenciadores de la empresa frente a la competencia, los cuales generan ventajas competitivas, que son las características por las cuales los clientes las prefieren frente a sus rivales comerciales.  Este proceso consiste en contar con nexos comerciales con los mejores proveedores, que cuenten con las más destacadas materias primas, insumos, productos y servicios a la disposición de la organización, además de los términos más ventajosos para las empresas. Las compras en las cadenas de distribución y en las cadenas logísticas mejoran la probabilidad de éxito al alcanzar metas y objetivos de crecimiento previamente planteados. |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | En este proceso debemos definir muy bien los siguientes aspectos: |
| Imagen    <https://www.canva.com/design/DAFNL2QhaxU/kCXQBnM3oyVlh21n39i1DA/edit?utm_content=DAFNL2QhaxU&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton>  Nota: elaboración propia ET | |
| Código de la imagen | 137200\_i12 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Las políticas de compras son pautas que definen a las organizaciones y que sirven de marco interno para el proceso. Son de obligatorio análisis y cumplimiento en la gestión de compras de la empresa en sus operaciones habituales, con el fin de optimizar y estandarizar las adquisiciones, dándoles transparencia, pluralidad, agilidad y buscando economía para la empresa. |

* 1. **Política de compras**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| * Algunas de las pautas para desarrollar las políticas de compras en una empresa son:   Sin más intenciones que el intercambio comercial entre las partes.  **Transparencia**  Cualquier proveedor puede tener la oportunidad de realizar intercambio comercial con la organización.  **Pluralidad**  La gestión de compras se realiza de manera oportuna para la operación de la organización, con el fin de evitar desabastecimientos y cuellos de botella.  **Oportunidad**  Contraste de todas las cotizaciones realizadas por los proveedores para analizar y escoger la opción económica más viable para la organización.  **Análisis de costos**  Uno de los criterios que serán evaluados de manera sistemática y planificada para evaluar la conveniencia de la relación comercial con un proveedor.  **Calidad real**  Las relaciones comerciales comprometen a ambas partes a realizar mejoras en productos, servicios y valores agregados con el fin de alcanzar un crecimiento mutuo.  **Mejora continua** | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Podrá profundizar más sobre el tema, diríjase al Anexo 2 - Políticas de compras. |

* 1. Procedimiento

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía interactiva Punto caliente | |
| Texto introductorio | El procedimiento o protocolo de compras dentro de la organización está descrito por el conjunto de pasos sistemáticos que nos permite estandarizar con éxito la adquisición de materias primas, insumos y demás para una organización, en pro de mayores beneficios. | |
| Imagen    [https://www.canva.com/design/DAFK21lZI4s/QsAaNbS7axrOn7AseQPdKQ/edit?layoutQuery=colage+de+6+fotos#](https://www.canva.com/design/DAFK21lZI4s/QsAaNbS7axrOn7AseQPdKQ/edit?layoutQuery=colage+de+6+fotos) | | |
| Código de la imagen | 137200\_i13 | |
| Punto caliente 1 | Solicitud de compra: se da cuando cualquier departamento detecta la necesidad de un bien requerido para su normal funcionamiento dentro de la organización. |  |
| Punto caliente 2 | Evaluación y selección de proveedor: el departamento de compras recibe la solicitud y evalúa cuál de los proveedores que trabajan con la organización es más conveniente para realizar el pedido, y solicita cotizaciones a distintos proveedores. |  |
| Punto caliente 3 | Negociación de las condiciones de compra: una vez seleccionada una cotización enviada por los proveedores, se hace el contacto para acordar condiciones en la compra y llegar a un acuerdo mutuamente beneficioso. |  |
| Punto caliente 4 | Seguimiento del pedido: una vez terminada la negociación y hecho el envío del pedido al proveedor, se debe realizar un seguimiento de la orden de compra, ya sea con uso de las tecnologías o no, con el fin de que el pedido llegue en fechas ideales y no genere cuellos de botella por desabastecimiento. |  |
| Punto caliente 5 | Recepción de la mercancía: una vez que el pedido llegue a las instalaciones de la organización, se procede a realizar una inspección a profundidad de lo que se va a recibir; esto incluye calidad, cantidad, referencias y precios de lo que se recibe. Si existen discordancias, es esencial notificarlas inmediatamente al proveedor para decidir si aceptarlas o realizar devolución. |  |
| Punto caliente 6 | Recepción de la factura: una vez verificada la recepción de la mercancía, la organización finalizará el ciclo de pedido con la recepción de la factura, que deberá contener también coincidencia con la orden de pedido y la recepción en físico recibida, además debe contener carácter legal, con el fin de que la organización genere procesos contables internos y realizar el pago de esta dentro de los compromisos adquiridos con el proveedor sin ningún tipo de retraso. |  |

* 1. **Protocolos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| El protocolo de compras es el detalle del procedimiento que sirve para la gestión documental en la empresa. En este se detallan aspectos como los responsables de cada actividad, documentos de soporte que se utilizan o se encuentran depositados en un lugar accesible para cualquier colaborador que esté relacionado con el proceso de compras, además de un ítem muy importante: la forma como se debe interactuar con el cliente o el proveedor, por medio de la comunicación y el lenguaje que utiliza la empresa, según el área de comunicaciones. El protocolo de compras debe ser comprensible, contar con suficiente información y resolver las dudas de los clientes internos y externos.    <https://www.freepik.es/vector-gratis/smm-concepto-marketing-redes-sociales-mujer-megafono-simbolos-publicidad-internet-ilustracion-vector-doodle-iconos-mensaje-iman-calendario-destino-graficos-correo-electronico_22069292.htm#query=comunicacion&position=3&from_view=search>  137200\_i14 | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| ¿Y en cuanto al flujo de proceso? |

**6.4. Flujo de proceso**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | Para ilustrar de una manera más técnica el procedimiento del Plan Anual de Adquisiciones dentro de una organización, a continuación se muestra un ejemplo del flujograma que se usaría para hacer la representación gráfica, donde los pasos se ilustran con color amarillo, los puntos de control con color rosa y los puntos de decisión con rombos naranja, hasta llevar a feliz término el procedimiento. |
| <https://miro.com/app/board/uXjVPYd3PAM=/> | |
| Código de la imagen | 137200\_i15 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Revise ahora lo pertinente a las contingencias que se pueden presentar en las compras. |

**6.5. Contingencias**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Para reaccionar frente a situaciones críticas presentadas en cadenas de suministro para sus compras, las organizaciones manejan conceptos sencillos, como *stock* de seguridad o *stock* mínimo, los cuales consisten en tener una base de reserva de materias primas e insumos en caso de emergencias o contingencias, con el fin de autoabastecerse mientras se encuentran opciones para solucionar la problemática. El principal objetivo de un plan de contingencia es tomar acciones preventivas ante situaciones que pongan en riesgo el abastecimiento de bienes que la organización requiere para su normal funcionamiento.    <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-planificacion-proyectos_5911566.htm#query=contingencia&position=6&from_view=search>  137200\_i16 | |

**6.6 Principios éticos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Acordeón tipo 1 |
| Introducción | Una vez definidas las políticas (compromisos hacia la gestión de compras) que la organización quiere establecer, también se deben redoblar esfuerzos para que los principios éticos de las organizaciones estén reflejados en su gestión de compras. De la mano con las políticas deben ir los compromisos éticos de cada individuo, los cuales redundan en la obtención de las mejores materias primas, insumos y servicios que generan productos y precios destacados. Así serán mejor percibidos por los clientes y también obtendrán una ventaja competitiva en el mercado.  Dentro de esos principios éticos encontramos: |
| apilar los puntos de negocio - etica empresarial fotografías e imágenes de stock  <https://www.istockphoto.com/es/foto/apilar-los-puntos-de-negocio-gm1183280506-332632602?phrase=etica%20empresarial>  Código de imagen: 137200\_i17 | |
| Cooperación: la capacidad de los individuos para lograr los objetivos trazados en el departamento de compras. | |
| Diligencia: apropiarse de la responsabilidad en su rol individual dentro del departamento de compras. | |
| Honestidad: desempeñar las tareas de forma honesta, con el convencimiento de la sinergia de equipo y entregando sus mejores esfuerzos. | |
| Democracia: participación en la toma de decisiones dentro de la gestión de compras, como individuo particular que hace parte de un todo. | |
| Transparencia: realizar las actividades sin preferencias, ni esperando retribución alguna diferente de la satisfacción del deber cumplido. | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Para ampliar la información descrita anteriormente, veamos lo siguiente. |

1. **Plan de compras**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| El plan de compras es un documento que sirve de herramienta para planificar la gestión de compras dentro de una organización, allí podemos incluir diversas necesidades, como son materias primas, insumos, maquinarias, tecnologías y los servicios que una empresa pueda requerir y proyectar a futuro.  Las ventajas de diseñar un plan de compras están en la obtención al pasar el tiempo de mejores proveedores nacionales o internacionales, mejores calidades en bienes y mejores precios por comprar al por mayor (economía de escala); también se pueden obtener mejores condiciones en las negociaciones (valores agregados, soporte, logística, etc.). Todas las actividades que se realicen mejorarán la rentabilidad de la organización, permitiendo realizar inversiones en proyectos futuros, o incluso, en ofrecer bienes y servicios más favorables a los clientes para fortalecerse en el mercado. |

* 1. **Tipos de plan de compras**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Presentación | |
| Introducción | Conociendo el concepto y la importancia del plan de compras en una organización, y cómo este aporta valor al proceso de abastecimiento, es necesario conocer varios de los tipos de planes de compras que pueden variar en la función, la necesidad, la oportunidad y sobre todo, en la economía de la organización. | |
| ¿Sabe qué impulsa a sus clientes a comprar?, ¿qué tipo de compras hacen? La respuesta es netamente emocional, por lo tanto, es importante conocer cada tipo de compra y cuáles son las formas de comprar que más se repiten en el mercado. | | <https://www.freepik.es/vector-gratis/gente-dibujada-mano-plana-comprando-venta-ilustracion_12151004.htm#query=plan%20de%20compras&position=12&from_view=search>  Imagen: 137200\_i18 |
| Dentro de las organizaciones, el área de mercadeo analiza al mercado objetivo, logrando validar los diferentes tipos de planes de compras que se mencionan a continuación:  Compras especiales: estas tienen lugar en adquisiciones de bienes de uso que no tienen relación directa con la transformación, pero que son necesaria para actividades indirectamente relacionadas. | | la estrategia del plan de negocios está evolucionando. el hombre indica plan b.modernización y mejora del concepto. adaptabilidad y adaptación empresarial a situaciones cambiantes los viejos enfoques están siendo reconsiderados. - compra de tecnologia blanda fotografías e imágenes de stock  <https://www.istockphoto.com/es/foto/la-estrategia-del-plan-de-negocios-est%C3%A1-evolucionando-el-hombre-indica-plan-b-gm1352769035-428082513?phrase=compra%20de%20tecnologia%20blanda>  Imagen: 137200\_i19 |
| Compras estacionales: son compras que se realizan en ciertas temporadas del año, con el fin de aprovechar la demanda estacional de un bien. Se calculan usando histogramas de ventas de períodos anteriores y su proyección de crecimiento. | | tiempo para comprar reloj concepto - compras en temporadas fotografías e imágenes de stock  <https://www.istockphoto.com/es/foto/tiempo-para-comprar-reloj-concepto-gm959537044-262025474?phrase=compras%20en%20temporadas>  Imagen: 137200\_i20 |
| Compras anticipadas: estas se realizan de manera muy anterior a su uso o consumo, primordialmente en el mediano o largo plazo, y tienen la intención de pagar por productos o servicios con antelación, ya sea como parte de una estrategia competitiva o como protección por una eventual subida de precios. | | representación 3d de 1000 billetes de naira nigeriana en caja de ahorros de madera - compras almacenadas fotografías e imágenes de stock  <https://www.istockphoto.com/es/foto/representaci%C3%B3n-3d-de-1000-billetes-de-naira-nigeriana-en-caja-de-ahorros-de-madera-gm1414049731-462908752?phrase=compras%20almacenadas>  Imagen: 137200\_i21 |
| Compras rutinarias: son las que atienden necesidades más comunes, que surgen del día a día y que se caracterizan por ser de pequeñas cantidades y con bajo riesgo en su adquisición, debido a su disponibilidad en el mercado. | | <https://thumbs.dreamstime.com/b/familia-de-dibujos-animados-en-un-supermercado-con-carro-la-compra-ilustraci%C3%B3n-plana-aislada-del-vector-159027700.jpg>  Imagen: 137200\_i22 |
| Compras de oportunidad: estas compras tienen la particularidad de que facilitan la adquisición de bienes necesarios para la organización, de manera muy económica, y son aprovechadas porque aumentan el margen de rentabilidad de la operación. | | ilustraciones, imágenes clip art, dibujos animados e iconos de stock de black friday venta supermercado trolley - compra de productos de invierno  <https://www.istockphoto.com/es/vector/black-friday-venta-supermercado-trolley-gm1353404307-428514570?phrase=compra%20de%20productos%20de%20invierno>  Imagen: 137200\_i23 |
| Compras de urgencia: estas se realizan para cubrir una necesidad muy puntual y urgente, por lo que no requieren una planeación de compras como tal, y normalmente se salen del presupuesto. Este tipo de compras suceden también por cambios intempestivos que obligan a los compradores a realizar ciertas adquisiciones. | | campana de alarma de peligro rojo sobre fondo blanco - urgencia fotografías e imágenes de stock  <https://www.istockphoto.com/es/foto/campana-de-alarma-de-peligro-rojo-sobre-fondo-blanco-gm1351359510-427150597?phrase=urgencia>  Imagen: 137200\_i24 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Ya vio los tipos de plan de compras, ahora encontrará las características de este plan. |

* 1. Características

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| La característica principal de un plan de compras es que contiene pronósticos, objetivos, políticas, programas, procedimientos, protocolos y presupuestos. Además, dentro de sus funciones más destacadas están contribuir al monitoreo permanente de los inventarios, permitir establecer planes anuales de compras, gestionar con proveedores alguna eventualidad en el proceso, automatizar el área de compras y reducir costos administrativos por reducción de operaciones de compras. |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Asimismo, es importante que tenga en cuenta el presupuesto. |

* 1. Presupuesto

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Existen dos tipos de presupuestos:  Presupuestos no financieros: que se realizan de una manera proyectiva y solo reflejan necesidades futuras para el año siguiente, por ello, se desarrollan finalizando el año, teniendo en cuenta lo que se va a producir.  Presupuestos financieros: estos presupuestos son mucho más aterrizados en los costos de adquisición de los bienes y servicios a comprar o a contratar, y se apoya de proyecciones de precios futuros, teniendo en cuenta el aumento de precios por IPC o por inflación. |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| De acuerdo con lo anterior, observe a continuación la información referente al cronograma de compras. |

1. Cronograma

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| El cronograma de compras es un documento impreso o digital que nos enumera las actividades necesarias para realizar la gestión de las compras este debe incluir fechas, fases, responsables, recursos todo desde un inicio de la gestión hasta el final de esta.  Este cronograma se puede desarrollar en una simple tabla de Excel o se puede elaborar con software especial para su desarrollo lo realmente importante es el contenido y lo útil que pueda ser para su aplicación. |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| En la siguiente encontrará los tipos de cronograma |

8.1 Tipos de cronograma

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Presentación | |
| Introducción | Existen diversos tipos de cronogramas, entre los cuales podemos resaltar los más utilizados para la gestión de compras | |
| Gráfico de Gantt: es una herramienta de gestión que nos permite realizar planeación de actividades; está compuesta por dos secciones: la de la derecha nos describe las fechas y la de la izquierda las actividades. | | <https://www.istockphoto.com/es/vector/infograf%C3%ADa-cronolog%C3%ADa-moderna-mensual-diagrama-de-gantt-con-tabla-gm1345157618-423312170?phrase=gantt>  Código de imagen: 137200\_i25 |
| Diagrama PERT: significa Program Evaluation and Review Technique. Se caracteriza por contener actividades descritas en el tiempo realista y nos muestra la ruta crítica para la obtención de objetivos operacionales. | | <https://www.lucidchart.com/pages/es/que-es-un-diagrama-de-pert>  Código de imagen: 137200\_i26 |
| Cronograma de hitos: es una representación visual de las tareas más importantes para el desarrollo de una actividad o proyecto; los hitos pueden tomarse como puntos de control más amigables y visuales, que permiten mostrar avances. Se utilizan en proyectos más grandes y complejos. | | <https://www.economia.ws/diagrama-de-hitos.php>  Código de imagen: 137200\_i27 |
| Microsoft Project: es un programa informático que permite gestionar proyectos y sus fases de una manera clara, para la asistencia a administradores de proyectos. En la gestión de compras se puede utilizar cuando el proceso es muy técnico y extenso. La ventaja de este *software* es que permite crear una ruta crítica, facilitando la nivelación de los recursos y la visibilidad clara de los puntos clave de un plan de compras. | | <https://www.getapp.com.co/software/9954/microsoft-project>  Código de imagen: 137200\_i28 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Mire también las características del cronograma a continuación. |

8.2 Características de cronograma

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Para la elaboración del cronograma de adquisición y contratación de terceros, es decir, proveedores, se procede a describir las actividades y rangos de tiempo para el cumplimiento de los requerimientos. Según las políticas de compras, estos parten de la solicitud de información a los proveedores, como cotizaciones, ofertas, propuestas, etc., para proceder a elegir quiénes abastecerán las necesidades de compra en la empresa. Por lo tanto, se consideran varios ítems relacionados con los proveedores, con el fin de velar que se cumplan los acuerdos y responsabilidades contractuales.  Comité de compras:  Evaluación  Negociación  Contratación  Proceso de entrega  Proceso de recepción  Proceso de facturación  Documento de requerimientos/términos de referencia  137200\_i29 | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Se ilustrará a continuación qué es la cadena de suministro en el plan de compras. |

1. Cadena de suministro

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Presentación | |
| Introducción | Una cadena de suministro se describe como la suma de los esfuerzos de todas las áreas de una organización para satisfacer el requerimiento de un cliente. Esta comienza desde los proveedores de materias primas e insumos, los procesos internos para la transformación y gestión de inventario y bodegaje, hasta el prestador de servicios logísticos de transporte que lleva el producto o servicio hasta el cliente final. | |
| Una cadena de suministro debe cumplir con características importantes como: | | <https://www.canva.com/design/DAFNeMWp8zI/16lFH_NFX8KWk_YNvqVVjw/edit?utm_content=DAFNeMWp8zI&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton>  Código de imagen: 137200\_i31 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Dentro de la cadena de suministros existen los eslabones, mire más a continuación. |

9.1. Tipos de eslabones

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | En la cadena de suministro pueden presentarse más o menos eslabones, dependiendo de quiénes sean los clientes de la organización; por lo tanto, existen dos tipos de eslabones, los internos y los externos. |
| <https://www.canva.com/design/DAFNeM-ANxo/LbqKcDTtdW0R-teS4zjzEg/edit?utm_content=DAFNeM-ANxo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton> | |
| Código de la imagen | 137200\_i32 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Dentro de la cadena de suministros, también están las regulaciones de los parámetros de planeación. |

9.2. Regulaciones de los parámetros de planeación

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | Las cadenas de suministro se ven de alguna manera enmarcadas en parámetros que son de obligatorio cumplimiento, como las regulaciones de mercado, legales y técnicas; todas estas son impuestas por entes gubernamentales o supranacionales que regulan, ya sea al comercio o la competencia en el mercado. |
| <https://www.canva.com/design/DAFK9T0-Kgw/9cxh1m78QHOuE4ikPUy6ew/edit?layoutQuery=MAPA+MENTAL> | |
| Código de la imagen | 137200\_i33 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Asimismo, encuentra también la demanda y las restricciones de la cadena de suministro. |

9.3. Demanda y restricciones

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Una de las acciones más conocidas en el mercado es la demanda. En el contexto de una cadena de suministro, es esencial entender cómo funciona esta en diferentes ciclos económicos, si existe mucha o poca en determinados espacios de tiempo y cómo debe ser el manejo respectivo. Los mercados tienen tendencias de comportamiento que están ligadas a las temporadas, ya sea por fenómenos naturales (estaciones climáticas en las que se incrementan las demandas de algunos bienes) o fenómenos sociales y políticos. Existen también situaciones externas que afectan la demanda, como el rápido avance de la tecnología, el cambio de hábitos de consumo en una población, la oferta de productos sustitutos, las condiciones del mercado global (inflación y recesión económica), las pandemias, entre otros. | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| No olvide revisar qué son los canales de distribución. |

9.4 Canales de distribución

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Presentación | |
| Introducción | Los canales de distribución cumplen la función de acercar los productos desde donde fueron concebidos o producidos hasta el cliente final, para que este tenga la posibilidad de usarlos o consumirlos. Esta sucesión debe medirse y optimizarse a menudo, para ofrecer productos más favorables económicamente a los mercados. En lo que respecta al precio, entre más intermediarios existan en dicha sucesión de distribución, más costoso será el producto, pues cada intermediario requiere cierto margen de utilidad. | |
| Los canales de distribución se clasifican de la siguiente manera: | | Ausencia de intermediarios, solo intervienen en la transacción el productor y el consumidor final.  Canal directo  Solo existe un intermediario, por lo general un minorista o un agente o agencia.  Canal corto  Intervienen al menos un mayorista y un minorista, quienes acercan el producto al consumidor final.  Canal largo  Intervienen más protagonistas, como pueden ser importadores, mayoristas, minoristas etc.  Canal muy largo  Nota: elaboración propia ET  Código de imagen: 137200\_i34 |

10. Contratación pública

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| El Gobierno colombiano reconoce que la contratación pública, para todo lo que tiene que ver con compras para empresas del estado, es estratégica y debe estar centralizada; por lo tanto, se creó la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, por medio del Decreto Ley 4170 del 3 de noviembre de 2011. El decreto reconoce la necesidad de: (a) crear políticas unificadas que sirvan de guía a los administradores de compras y que permitan monitorear y evaluar el desempeño del Sistema, generando mayor transparencia en las compras y (b) tener una entidad rectora que provea un soporte adecuado para ejecutar el Plan de Desarrollo.  En el Decreto Ley 4170 podrá profundizar en el mandato del Gobierno central frente al tema de cómo se ofrecen servicios al sector público. |

10.1. Estudios del sector

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| El análisis del sector ofrece herramientas para establecer el contexto del proceso de contratación, entre las cuales están: identificar algunos de los riesgos, determinar los requisitos habilitantes y la forma de evaluar las ofertas. Este análisis debe revisar en las empresas o personas naturales proponentes la capacidad jurídica, financiera, organizacional y experiencia de cada una de estas. El Gobierno tiene su propio procedimiento para realizar esta actividad, y todas las empresas estatales deben seguirlo, así que lo invitamos a conocerlo en el material complementario que encontrará al finalizar este módulo.    <https://www.freepik.es/vector-gratis/concepto-landing-page-busquedas_5060353.htm#query=observacion&position=2&from_view=search>  137200\_i35 | |

10.2. Plan anual de adquisiciones

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| El Plan Anual de Adquisiciones, de acuerdo con el artículo 3 del Decreto 1510 de 2013, compilado en el Decreto 1082 de 2015, es un instrumento de planeación para las empresas o entidades del estado, que permite identificar, registrar, programar y divulgar sus necesidades de bienes y servicios, a través de la plataforma de Colombia Compra Eficiente, para que, de manera transparente, todos los proveedores que cumplan los requisitos se puedan presentar y participen de las adquisiciones que hace el Estado (Departamento Nacional de Planeación, 2020).    <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-calendario_5357262.htm#query=plan%20anual&position=1&from_view=search>  137200\_i36 | |

10.3. Modalidades de selección

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Las entidades estatales deben escoger a sus contratistas (proveedores) a través de alguna de las modalidades de selección previstas en la Ley 1150 de 2007. Podrá profundizar en estas modalidades por medio del Anexo 1 - Modalidades de Selección del Contratista. | |

10.4. Sistema electrónico de contratación pública (SECOP)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Imagen | |
| Introducción | El Sistema Electrónico para la Contratación Pública (SECOP) es el medio digital de información de toda la contratación realizada con dinero público, siendo este el único medio para ingresar la información para las entidades que contratan con recursos públicos. Son componentes del Sistema Electrónico de Contratación las siguientes plataformas, administradas por Colombia Compra Eficiente: | |
| SECOP I: Plataforma exclusivamente de publicidad, en la cual las entidades que contratan con cargo a recursos públicos realizan las publicaciones de los documentos del proceso.  SECOP II: Plataforma transaccional para gestionar en línea todos los procesos de contratación, con cuentas para entidades y proveedores, y vista pública para cualquier tercero interesado en hacer seguimiento a la contratación pública. | | <https://www.cali.gov.co/infraestructura/publicaciones/166739/pronta-solucion-a-indisponibilidad-en-la-plataforma-secop-ii/>  Código de imagen: 137200\_i37 |
| Tienda Virtual del Estado Colombiano: Plataforma transaccional a través de la cual las entidades compradoras adquieren:  Bienes y servicios a través de los Acuerdos Marco de Precios.  Bienes y servicios dentro de los Contratos de Agregación de Demanda  Bienes en la modalidad de Mínima Cuantía en Grandes Superficies | | <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmVzYV83Ng==/imagenes/ef7b0c3e7b35eda617b05665692c4cb9371a2ada.png>  Código de imagen: 137200\_i38 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Por último, revise lo pertinente a la normativa de la contratación pública. |

10.5. Normativa

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Las entidades estatales deben escoger a sus contratistas (proveedores) a través de alguna de las modalidades de selección previstas en la Ley 1150 de 2007: (i) licitación pública; (ii) selección abreviada; (iii) concurso de méritos; (iv) contratación directa; (v) mínima cuantía (Función Pública, 2018). En el Anexo 1 - Modalidades de Selección del Contratista se amplía esta información.    <https://www.freepik.es/vector-gratis/sentencia-legal-aviso-judicial-decision-juez-sistema-judicial-abogado-abogado-estudiando-papeles-personaje-dibujos-animados_11667035.htm#query=normativa&position=1&from_view=search>  Código de imagen: 137200\_i39 | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| De acuerdo con lo anterior, a continuación se presenta la síntesis de este componente formativo. |

SÍNTESIS

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Síntesis |
| Compras y abastecimiento.  Síntesis: Planes y programas de compras | |
| Introducción | Estimado aprendiz, lo invitamos a ver el siguiente mapa conceptual, donde encontrará una síntesis de todos los elementos desarrollados en este componente formativo acerca de los planes y programas de compras. |
| <https://www.canva.com/design/DAFK8ngrbmI/yPNngPAS8P56NtXEsEVzqg/edit?layoutQuery=mapa+mental>  Imagen: 137200\_i40 | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| No olvide desarrollar la actividad interactiva, que le permitirá conocer lo aprendido durante el desarrollo de este componente formativo. |

ACTIVIDAD DIDÁCTICA

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Actividad didáctica. Arrastrar y soltar | |
| A continuación, encontrará unas definiciones y conceptos de manera desordenada para que sean organizados y relacionados según considere, de manera adecuada. Esta actividad tendrá como objetivo que el aprendiz se apropie de los conocimientos adquiridos en el módulo formativo. | | Ruleta de casino  Diagrama  Descripción generada automáticamente  <https://media.istockphoto.com/photos/prize-wheel-picture-id175482570?s=2048x2048>  Imagen: 137200\_i41 |
| Son aquellos compromisos que la organización tiene para su gestión de compras, los cuales deben ser de conocimiento interno y externo. | | Políticas de compras |
| Se describe como el paso a paso para realizar un proceso de compras dentro de la organización, de manera estandarizada para la obtención de mejores compras, menores reprocesos y errores. | | Procedimiento de compras |
| Definen qué recursos son prioritarios y de urgente adquisición, se apoya de proyecciones de precios futuros, teniendo en cuenta aumentos de precios por IPC o por inflación. | | Presupuestos financieros |
| Se describe como la suma de los esfuerzos de todas las áreas de una organización para satisfacer el requerimiento de un cliente. Va desde los proveedores hasta el transporte que lleva el producto final. | | Cadena de suministro |
| Son predicciones acerca de lo que sucederá en la compra, dentro de unas condiciones medibles y que permite anticiparnos ante situaciones benéficas o perjudiciales. | | Pronósticos |
| Es un calendario que determina el conjunto de actividades que se deben realizar en un periodo de tiempo, con el fin de proveer lo necesario para la cadena de producción de manera planificada. | | Programación |
| Es un documento cuya función es hacer un requerimiento de mercancía a un proveedor o vendedor, se realizan de manera regular y deben coincidir con las facturas emitidas por el proveedor. | | Orden de compra |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Respuesta correcta:  Correcto, ¡Felicidades, ahora conoce los conceptos básicos para preparar un plan de compras!  Respuesta incorrecta:  Incorrecto, lo invitamos a repasar nuevamente los contenidos del componente formativo. |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Se sugiere el siguiente material complementario para profundizar en algunos temas que serán importantes a lo largo de este programa de formación |

MATERIAL COMPLEMENTARIO

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Material complementario | | |
| Tema | Referencia APA del material | tipo | Enlace |
| 1. Disponibilidad de producto | Antonia Cruz Fernández, (2017). *UF0476 Gestión de inventarios*. IC Editorial. https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=10484 | Manual | <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=10484> |
| 6.5. Contingencias | Henao, G. J. C., González, E. M. R., & Moreno, J. C. A. (2017). Evolución de la cultura de la gestión de riesgos en el entorno empresarial colombiano: revisión y diagnóstico. Journal of Engineering and Technology, 6(1), 22-45. | Norma NTC 31000 | http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/2058/1/Evoluci%c3%b3n%20de%20la%20cultura%20de%20la%20gesti%c3%b3n%20de%20riesgos%20en%20el%20entorno%20empresarial%20colombiano%20revisi%c3%b3n%20y%20diagn%c3%b3stico.pdf |
| 10. Contratación pública | Departamento Administrativo de la Función Pública, (2011), Decreto 4170 de 2011 | PDF | <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=44643> |
| 10.1. Estudios del sector | Presidencia de la República, (2020), I-BS-02-instructivo-elaboracion-analisis-sector. | PDF | <https://dapre.presidencia.gov.co/dapre/DocumentosSIGEPRE/I-BS-02-instructivo-elaboracion-analisis-sector.pdf> |
| 10.1. Estudios del sector | Colombia compra eficiente, (2020) Guía para la Elaboración de Estudios de Sector | PDF | <http://www.nuevalegislacion.com/files/susc/cdj/doct/guia_es_14.pdf> |
| 10.2. Plan anual de adquisiciones | Presidencia de la República, (2022), DAPRE-Plan-Anual-Adquisiciones-2022. | PDF | <https://dapre.presidencia.gov.co/dapre/DocumentosPresupuesto/DAPRE-Plan-Anual-Adquisiciones-2022.pdf> |
| 9. Cadena de suministro | Peiro, A. (2015). *Demanda*. Economipedia. | Página web | <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html> |
| 9. Cadena de suministro | Westreicher, G. (2020). *Suministro*. Economipedia. | Página web | <https://economipedia.com/definiciones/suministro.html> |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| A continuación, encontrará una recopilación de definiciones o explicaciones a propósito del tema trabajado. |

GLOSARIO

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Glosario |
| Abastecimiento | Se conoce como abastecimiento al proceso mediante el cual los proveedores facilitan medios al resto de grupos económicos o individuos, los cuales consiguen un determinado nivel de satisfacción o utilidad. (Galán, 2021). |
| Cadenas de distribución | La definición más sencilla que se puede hacer de este concepto es que se trata de todos los procesos que se realizan a partir del momento en el cual un producto ha sido fabricado, y hasta el momento en el que llega a las manos de los clientes. |
| Cadena de suministro | Una cadena de suministro es el conjunto de actividades, instalaciones y medios de distribución necesarios para llevar a cabo el proceso de venta de un producto en su totalidad. Esto es, desde la búsqueda de materias primas y su posterior transformación hasta la fabricación, transporte y entrega al consumidor final. (Westreicher, 2020). |
| Cadena logística | La cadena logística comprende la organización y coordinación de todos los movimientos de mercancía, el almacenamiento y la gestión de ubicaciones en almacenes, centros de producción y distribución, así como la sincronización entre operativas de transporte interno y externo de productos. |
| Canales de distribución | Los canales de distribución están definidos por las diferentes fases o etapas por las que un producto pasa, de modo que su propiedad va pasando de unas manos a otras: desde el fabricante al consumidor o usuario final. (Galán, 2021) |
| Demanda | La demanda es la solicitud para adquirir algo. En [economía](https://economipedia.com/definiciones/economia.html), la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir. (Peiro, 2015). |
| Gestión de inventarios | La gestión de inventarios es la administración respecto al ingreso y salida de insumos, productos terminados o semiterminados, bienes auxiliares y herramientas que posee una empresa. (Westreicher, 2020). |
| Inventario final | El inventario final es aquel que se registra al terminar un ejercicio contable, previo control de entradas y salidas de existencias. (Llamas, Economipedia, 2020). |
| Inventario inicial | El inventario inicial es aquel que se registra al comienzo de un ejercicio contable, previo cálculo de variaciones de este al final del ejercicio anterior. (Llamas, 2020). |
| Orden de compra | Una orden de compra, también llamada orden de pedido o nota de pedido, es un documento mediante el cual el comprador solicita mercancías al vendedor. (Rus, 2020). |
| Regulación | La regulación consiste en establecer normas o leyes para disponer un determinado orden en un ámbito jurídico concreto. Esto por parte del Estado, a través del ejercicio de la legislación. (Trujillo, 2022). |
| Sistema de inventario | El sistema de inventarios es el grupo de reglas y procesos que implementa una empresa para planificar y supervisar las mercancías y los materiales de los que dispone. (Westreicher, 2020). |
| Valoración de inventario | Son técnicas aplicadas para valorar las unidades en almacén en términos monetarios. Esta valoración es especialmente útil cuando las unidades se van adquiriendo a distintos precios. (Marco, 2020). |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| No olvide revisar los referentes bibliográficos. |

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Bibliografía |
| Libro | Arenal Laza, C. (2022). *Gestión de Proveedores*. MF1004. 1. Editorial Tutor Formación. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/215982> |
| Libro | Dueñas Nogueras, J. (2017). *MF1004\_3: Gestión de proveedores.* IC Editorial. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=8747> |
| Libro | Escrivá Monzó, J., Martínez García, A., Savall Llidó, V.(2014). *Gestión de compras*. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=5353> |
| Libro | Escudero Serrano, M (2019). *Gestión de compras*. Editorial Paraninfo. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=19079> |
| Libro | Gómez Aparicio, J. M. (2014). *Gestión logística y comercial*. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=5256> |
| Libro | Johnson, P. F., Flynn, A. E., Leenders, M. R. (2012). *Administración de compras y abastecimientos*. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=286> |
| Libro | Soriano Soriano, C. L. (2012). *Compras e inventarios*. Ediciones Díaz de Santos. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=4971> |
| Libro | Sunil, C., Meindel, P. y Pino, R. (2017). *Administración de la cadena de suministro*. Pearson educación de Perú. [Ebooks7-24 (sena.edu.co)](https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/stage.aspx?il=&pg=&ed=) |