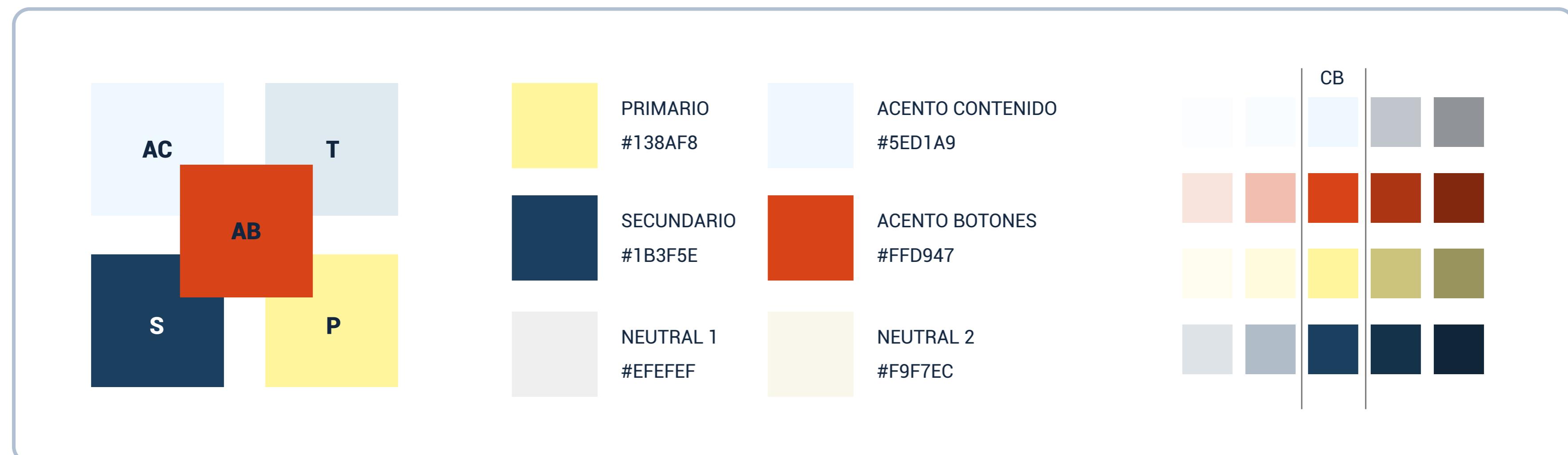


Planes y programas de compras

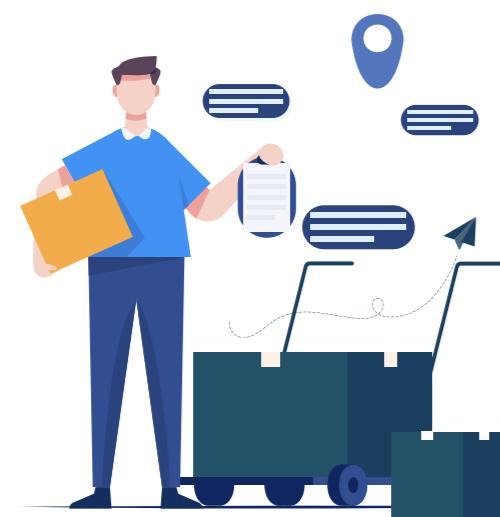
Este componente formativo tiene como objetivo que el aprendiz adquiera conocimientos sobre el proceso de compra para adquirir bienes y servicios más rentables para la organización, conociendo sobre las políticas de compras que se deben llevar a cabo, con una debida planeación y puesta en marcha del plan de compras en la cadena de suministro de cada empresa.

Iniciar >





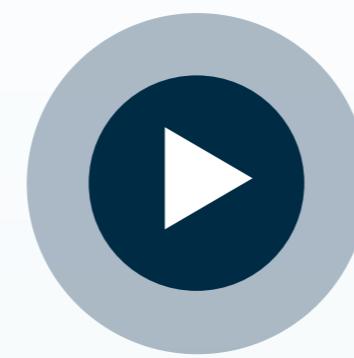
i Introducción



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.

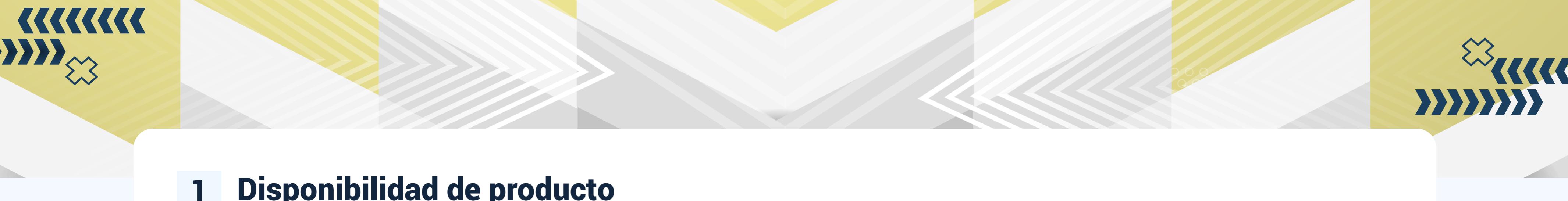
En el siguiente video conocerá la temática a tratar a lo largo del componente formativo.

¡Muchos éxitos en este proceso de aprendizaje!



VIDEO

Para ampliar la información descrita anteriormente, veamos lo siguiente.



1 Disponibilidad de producto

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.



Ahora bien, no basta con tener la disponibilidad del producto. Veamos las características y los métodos usados.

1.1 Características

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:

Nombre del objeto	Permite identificar claramente el objeto; es un distintivo único dentro de los elementos de disponibilidad.
Código de identificación	El código que le otorga la organización para tener un control más técnico en la disponibilidad del producto.
Valor del objeto	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.
Estado del producto	Indica si se encuentra disponible para su comercialización o no se encuentra en stock.
Actualización del objeto o 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.
Rotación del objeto	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.

De acuerdo con lo anterior, en el siguiente gráfico encontrará los métodos utilizados.

1.2 Métodos



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 tiene en stock disponibles para su comercialización inmediata, y los métodos de disponibilidad buscan que no existan fallas o productos con insuficiente cantidad de inventarios.

Histogramas	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.
Stock mínimo	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.
Software de inventario	Se basa en la combinación de <i>software</i> y <i>hardware</i> que gestiona automáticamente la adquisición de productos, con el fin de mantener disponibilidad en bodega para su comercialización.
Demandas fija	Es causa de una relación contractual con un cliente que requiere una cantidad fija de producto en un determinado tiempo.

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



2 Orden de pedido



Hay un aspecto muy importante: la orden de pedido, también conocida como orden de compra. Estas son un tipo de documento que tiene la función principal de hacer un requerimiento de mercancía a un proveedor o vendedor; se realizan de manera regular y se espera que coincidan con las facturas emitidas por el proveedor de la mercancía. La orden de pedido es usada tanto en comercio regular como en comercio internacional (factura proforma).

¿Qué características tiene la orden de pedido?

2.1. Características

En una orden de compra legítima son necesarias las siguientes características:

Poseer validez legal

Este documento tiene el mismo peso de una letra de cambio, ya que compromete al comprador a cancelar los conceptos del pedido realizado.

Permitir llevar control de ventas al comprador

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.

Detallar la operación

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.

Ahorrar tiempo al comprador

Este documento evita desplazamientos innecesarios para realizar compras, generando confianza en el pedido realizado.

Ofrecer tranquilidad

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.

Y

qué validaciones necesita la orden de pedido?

2.2. Validaciones

VIDEO

Profundicemos más sobre esta teoría.

3 Pronósticos

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. Veamos a continuación los tipos y sus características.

Mire a continuación los tipos de pronósticos



3.1. Tipos de pronósticos

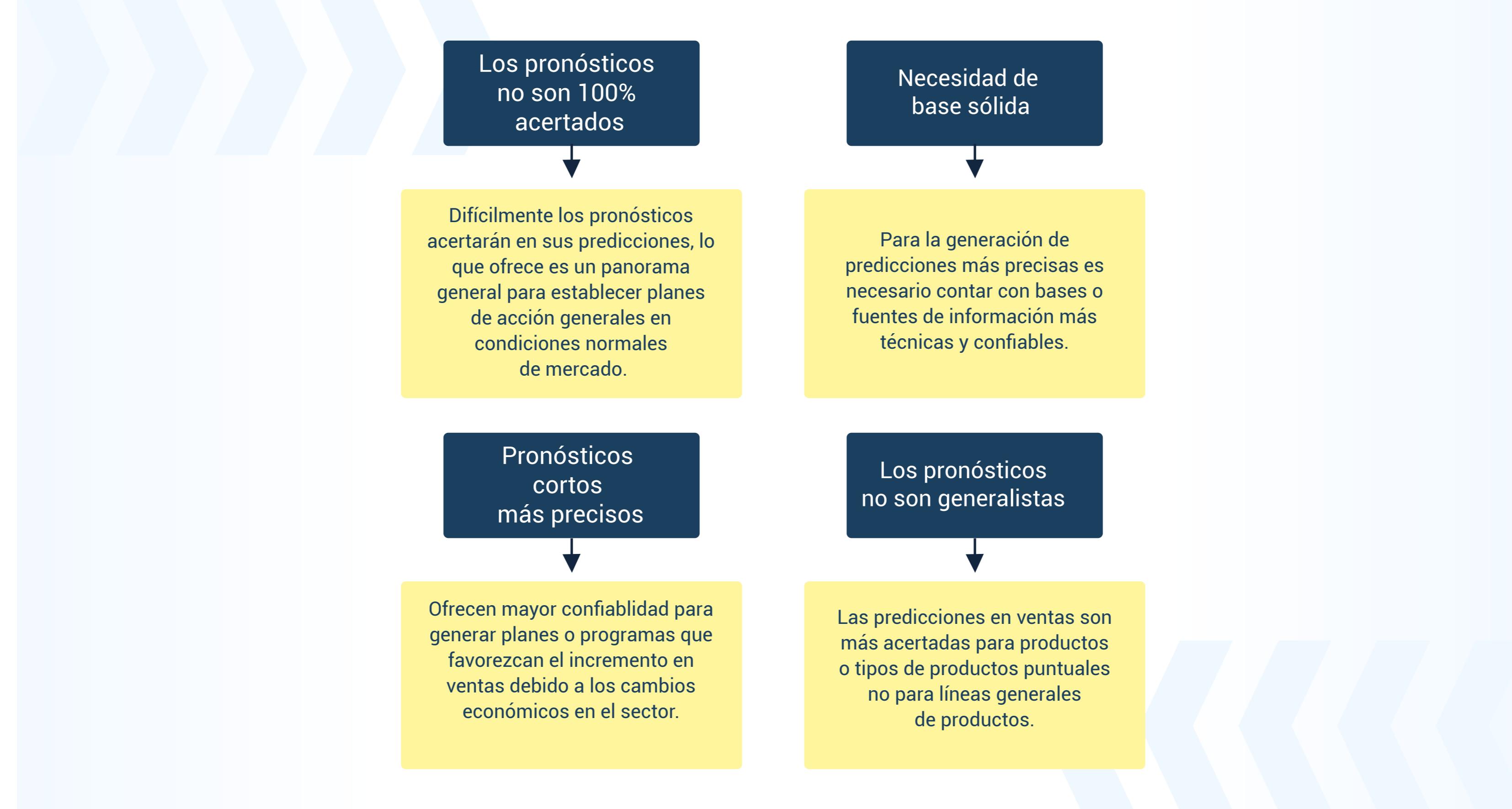
Los tipos de pronósticos pueden darse por:



Para ampliar la información descrita anteriormente, veamos lo siguiente.

3.2. Características

Entre sus características podemos destacar:





4 Verificación



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

Existen dos tipos principales de verificaciones, los cuales son:

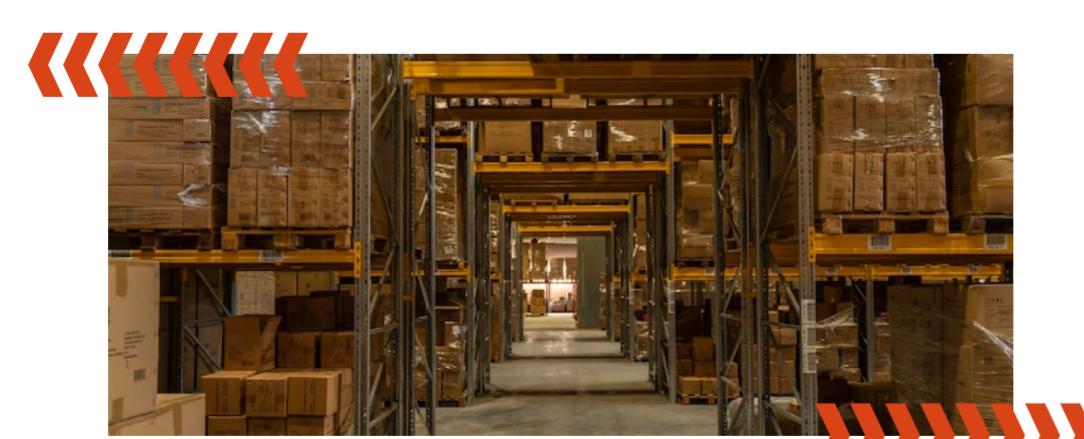
Verificaciones documentales:

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).



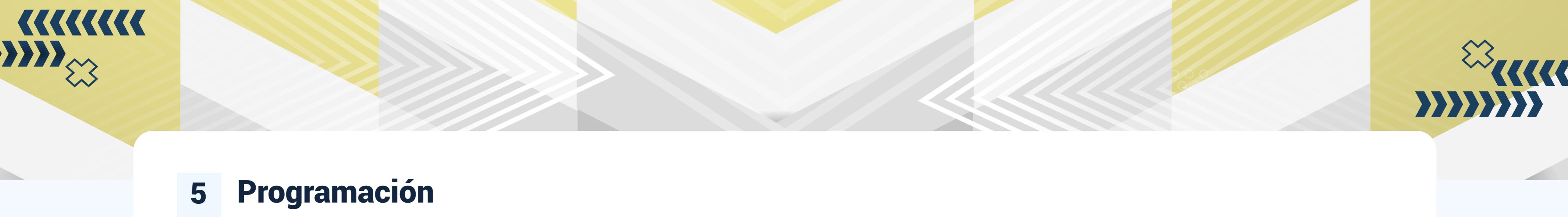
Amplíe a continuación la información sobre las características e importancia de la verificación.

4.2. Características e importancia



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.

Pasemos ahora a la programación que se requiere para hacer el proceso de compra.



5 Programación

La programación consiste en un calendario que determina el conjunto de actividades que se deben realizar en un período de tiempo para proveer lo necesario a la cadena de producción de manera planificada, esta debe generar la información para:

- ✓ Realizar 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.

Ahora bien, ¿qué es necesario saber de la programación?



5.1. Tipos de programación

Programación tipo Push

Programación tipo Z

Programación tipo Push

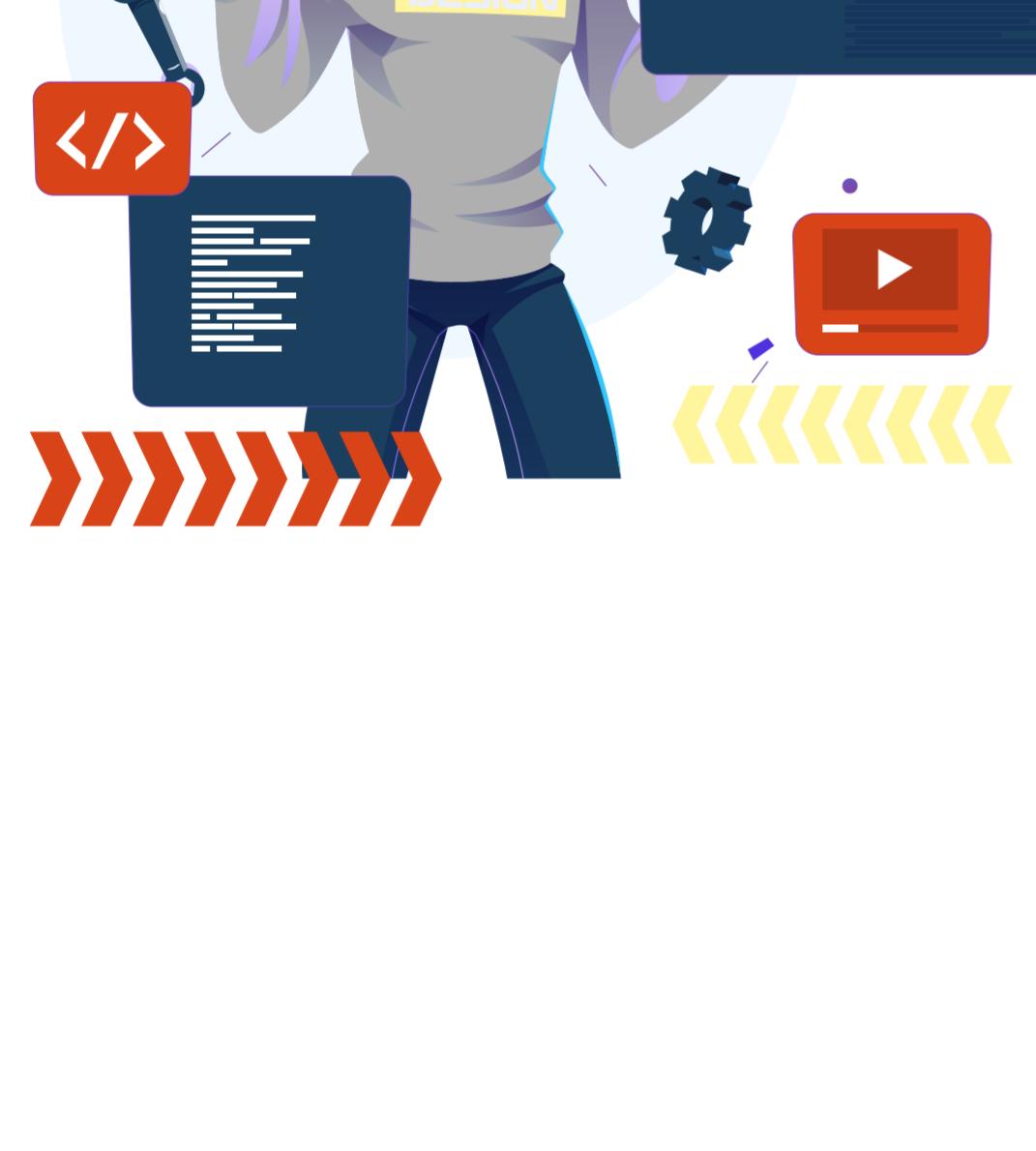
Consiste en una lista de necesidades identificadas en el tiempo, que genera a su vez un sistema de planificación y que se gestiona para su adquisición por parte del departamento de compras. Contienen una previsión a largo plazo y órdenes reales a corto plazo.



Ya vio los tipos de programación, analice ahora las características.

5.2 Características

Dentro de las características de la programación de compras encontramos:



- 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

+ Sistematicidad

+ Principios de economía

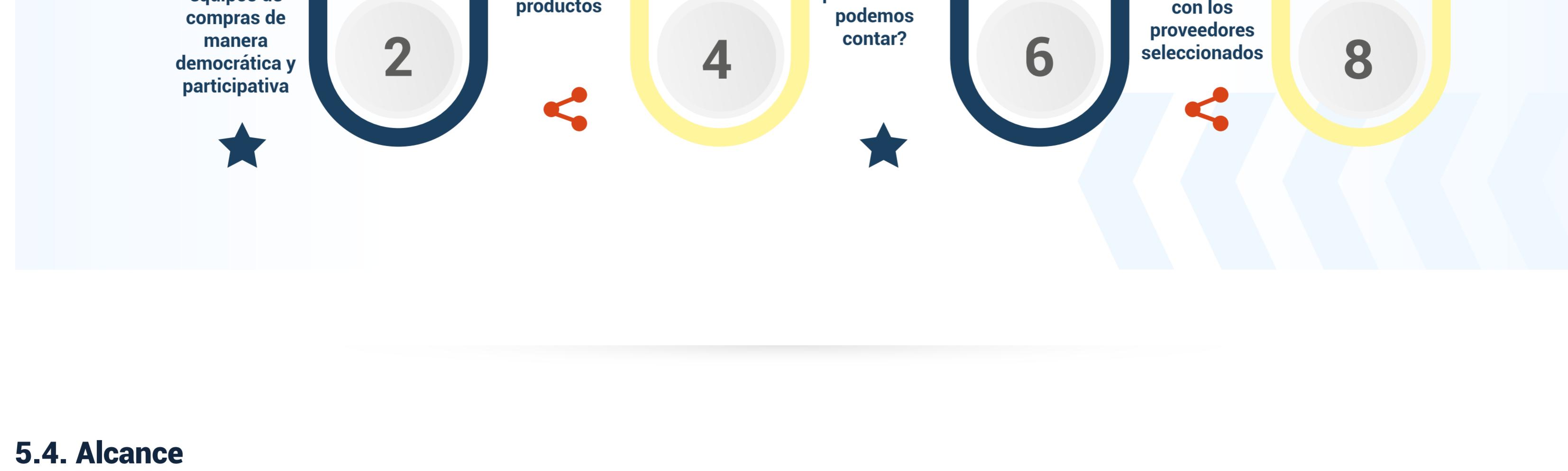
+ Optimización de tiempos de entrega

+ Reducción de devoluciones

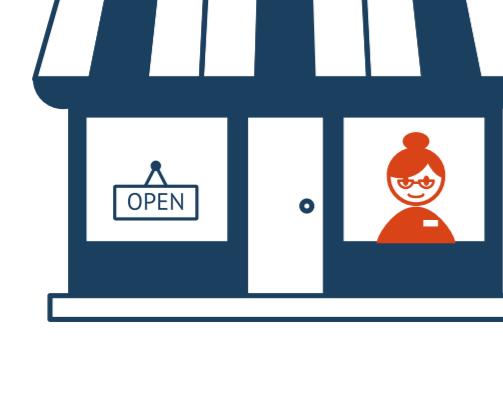
A continuación, encontrará las metodologías utilizadas en la programación.

5.3. Metodologías

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:

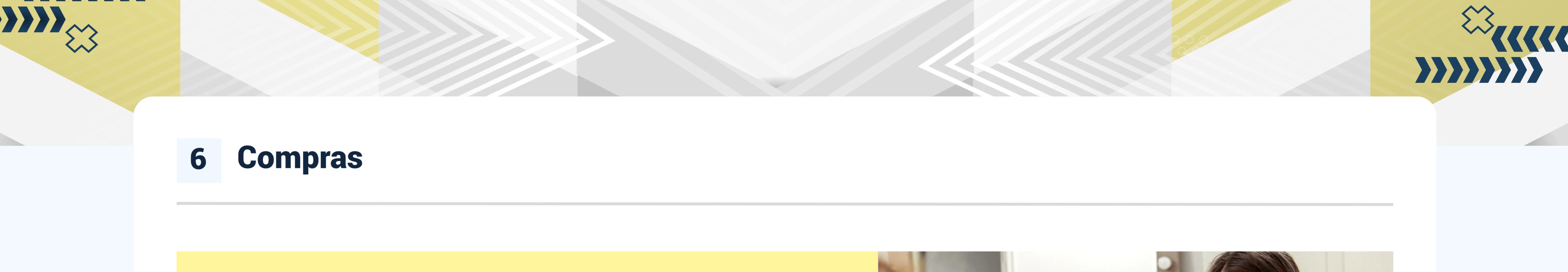


5.4. Alcance



La programación de compras es un insumo que abarca las necesidades de todos los procesos de la organización, por ello se diseña teniendo en cuenta la participación de los representantes en su construcción, con el fin de incluir todas sus necesidades. Es importante que la democratización y contribución de todas las áreas estén presentes en la construcción de la programación de compras.

Ya sabiendo qué es la verificación, es necesario conocer en qué consiste potencializar las compras.



6 Compras

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 faciliten las mejores materias primas, insumos, productos y servicios a la disposición de la organización, además de los mejores términos para las empresas. Las compras en las cadenas de distribución y cadenas logísticas mejoran la probabilidad de éxito al alcanzar metas y objetivos de crecimiento previamente planteados.



En este proceso debemos definir muy bien los siguientes aspectos:

Preguntas que debe hacerse el aprendiz



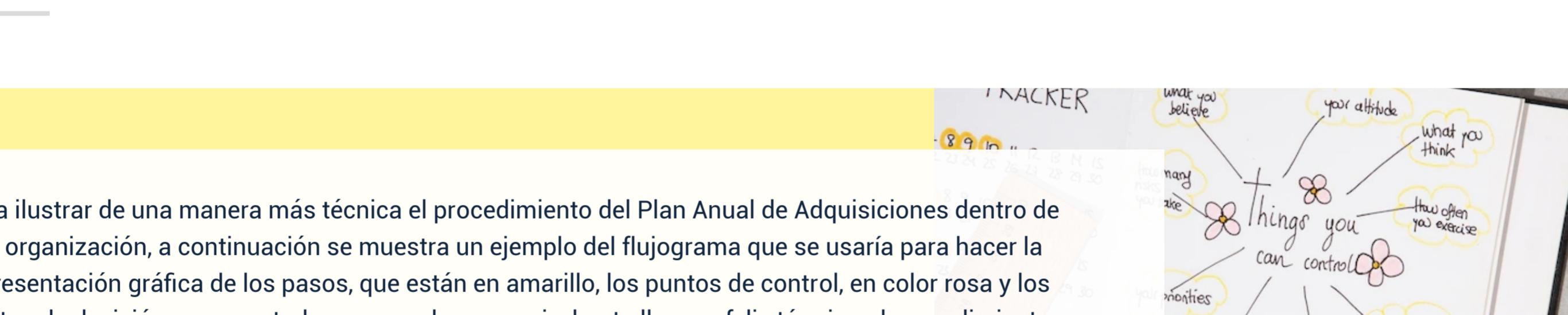
Las políticas de compras son pautas que definen a las organizaciones y que sirven de marco interno para el proceso. Son de obligatorio análisis y cumplimiento en la gestión de compras de la empresa en sus operaciones habituales, con el fin de optimizar y estandarizar las adquisiciones, dándole transparencia,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

6.1. Política de compras

Algunas de las pautas para desarrollar las políticas de compras en una empresa son:

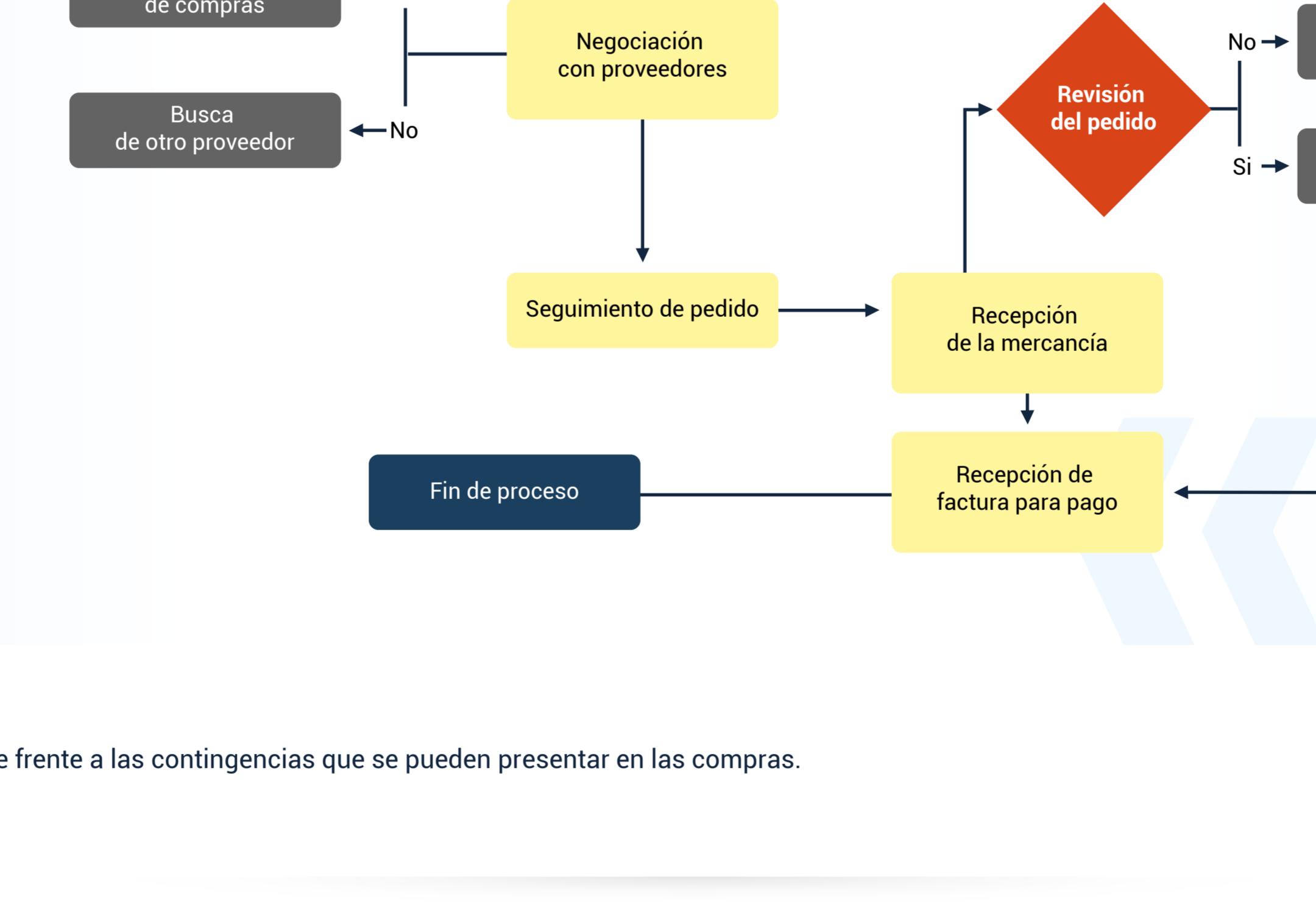


Podrá profundizar más sobre el tema con el Anexo 2 - Políticas de compras. A partir de lo anterior, ¿qué tiene que hacer una vez identifique las políticas de compra?



6.2. Procedimiento

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.



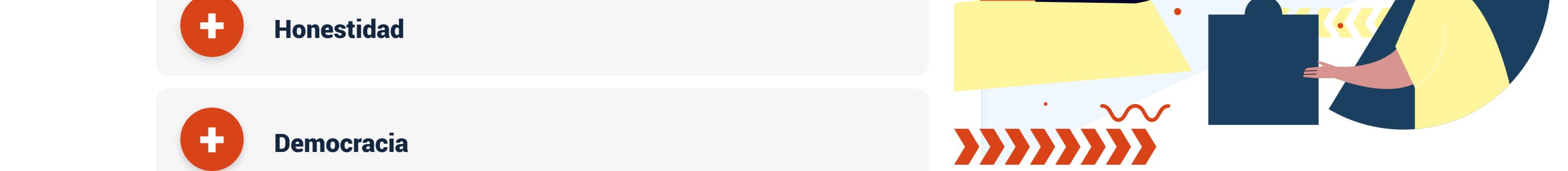
Ya conoció las compras ahora, ¿de qué manera las hará?

6.3. Protocolos

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.

6.4. Flujo de proceso

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 fluograma que se usaría para hacer la representación gráfica de los pasos, que están en amarillo, los puntos de control, en color rosa y los puntos de decisión, representados con rombos naranja, hasta llevar a feliz término el procedimiento.



Revise ahora lo pertinente frente a las contingencias que se pueden presentar en las compras.

6.5. Contingencias

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 autaabastecerse 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.

No olvide algo muy importante.

6.6. Principios éticos

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:

- Cooperación

La capacidad de los individuos para lograr los objetivos trazados en el departamento de compras.

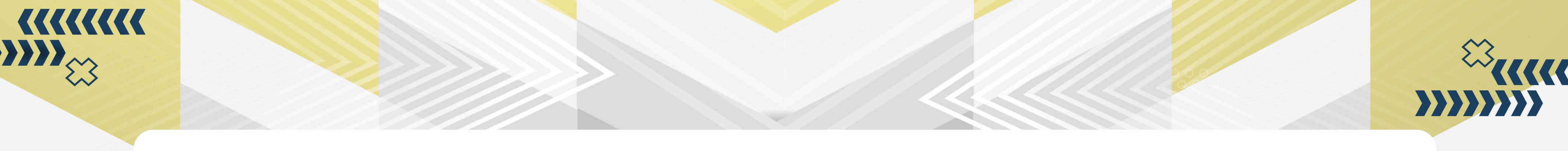
+ Diligencia

+ Honestidad

+ Democracia

+ Transparencia

Para ampliar la información descrita anteriormente, veamos lo siguiente.



7 Plan de compras

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.



Para ver los tipos de plan de compras, veamos lo siguiente.

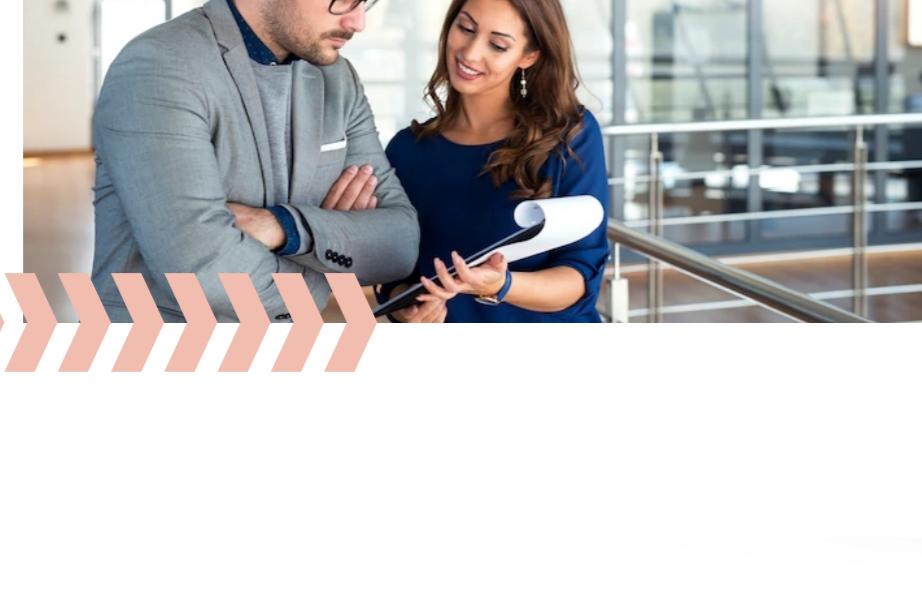


Conociendo el concepto y la importancia del plan de compras en una organización, y cómo este aporta valor al proceso de abastecimiento, es necesario conocer varios de los tipos de planes de compras que pueden variar en la función, la necesidad, la oportunidad y sobre todo, en la economía de la organización. Se mencionan a continuación algunos de los más relevantes.



Ya vio los tipos de plan de compras, ahora encontrará las características de este plan.

7.2. Características



El documento que se utilice como plan de compras debe contener: Pronósticos, objetivos, políticas, programas, procedimientos, protocolos y presupuestos. Y las características del uso de este documento son: 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, reducir costos administrativos, por reducción de operaciones de compras.

Asimismo, es importante que tenga en cuenta el presupuesto.

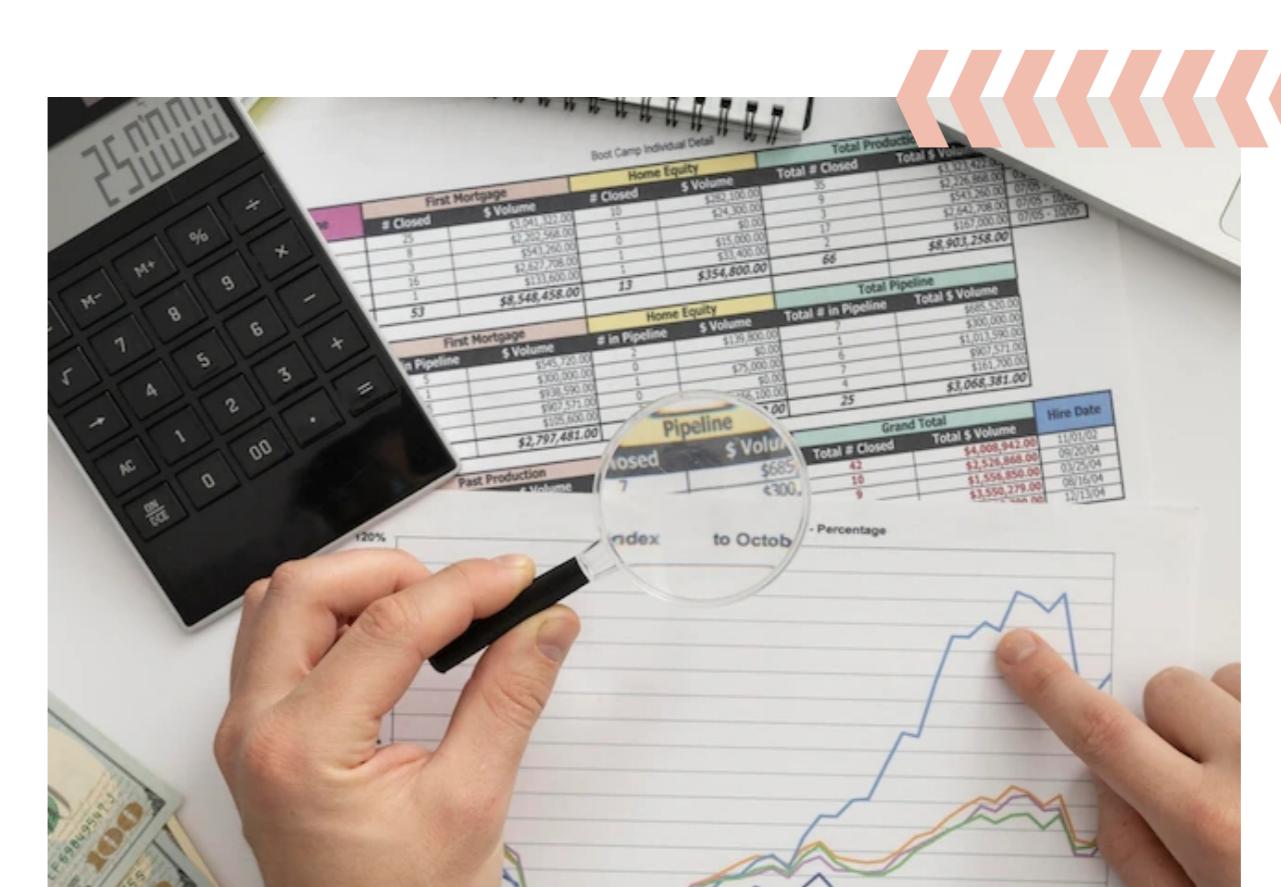
7.3. Presupuesto

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.

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



8 Cronograma

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.

En la siguiente información encontrará los tipos de cronograma.



8.1 Tipos de cronograma

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.

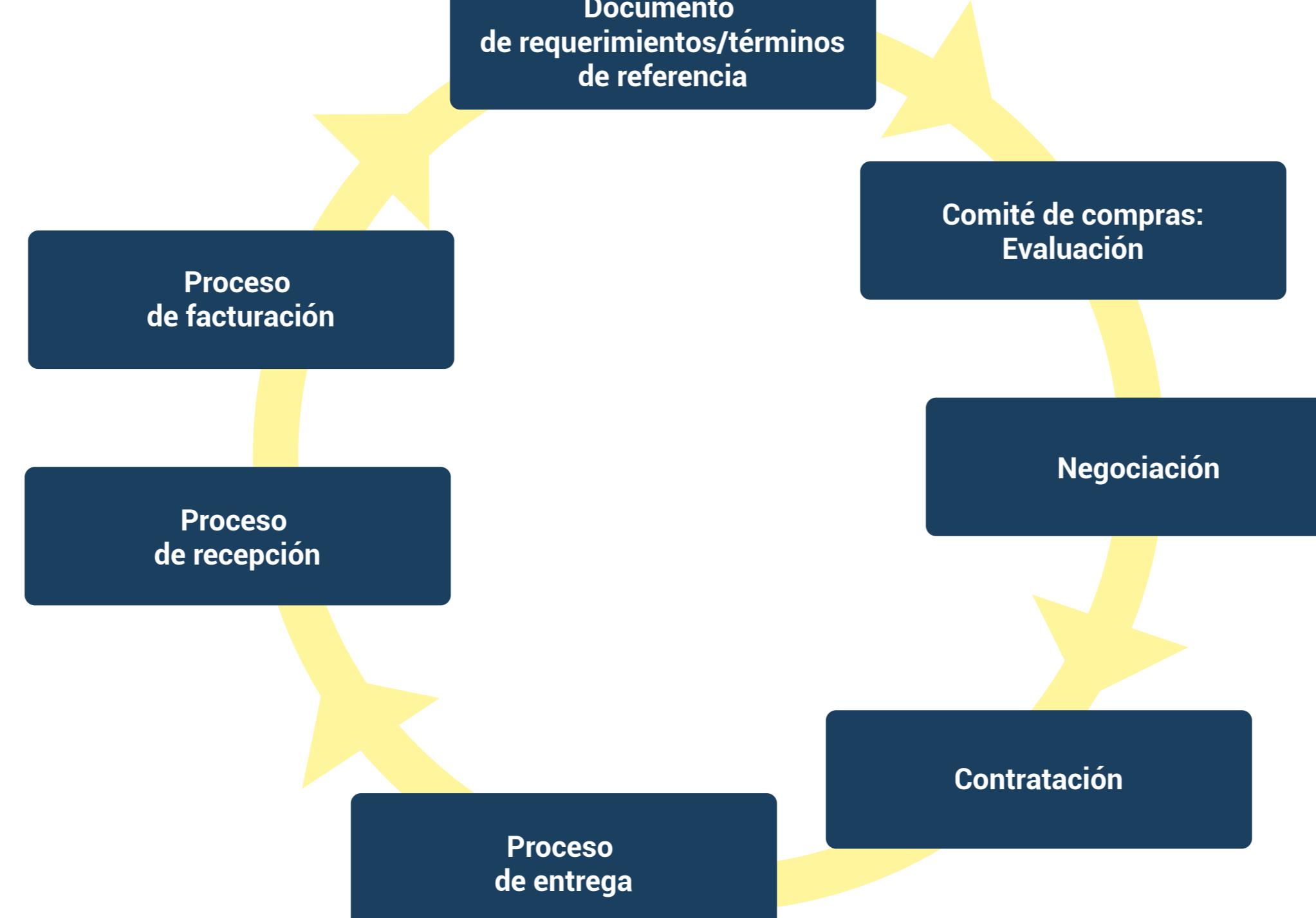
GANTT CHART



Mire también las características del cronograma a continuación.

8.2. Características de cronograma

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.

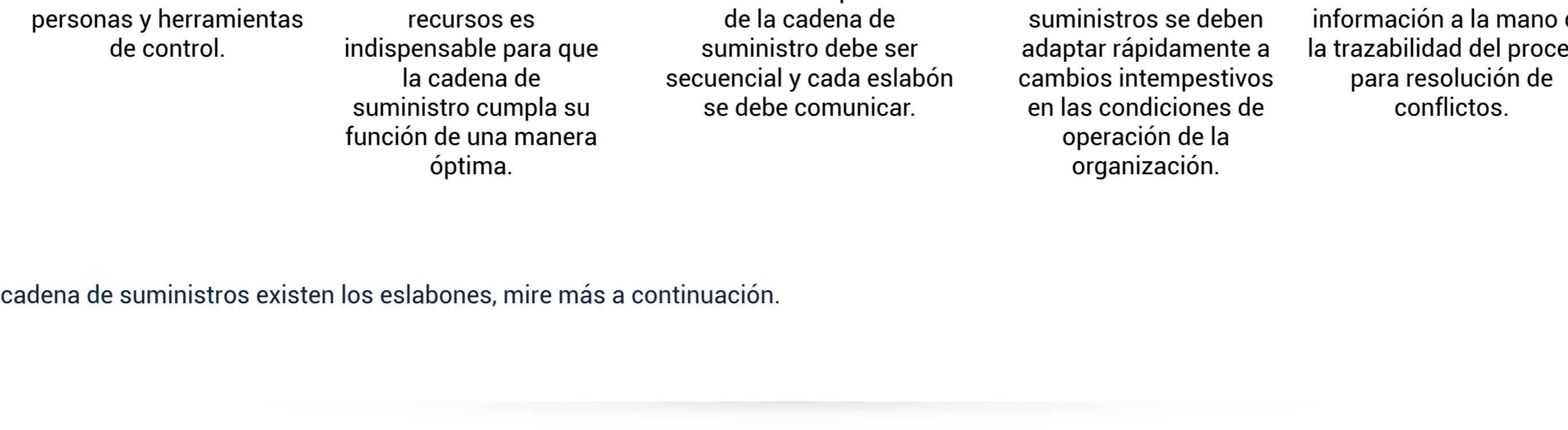


Se ilustrará a continuación qué es la cadena de suministro en el plan de compras.

9 Cadena de suministro

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:



Coordinación entre personas y herramientas de control.
La reducción de uso de recursos es indispensable para que la cadena de suministro cumpla su función de una manera óptima.
Todos los componentes de la cadena de suministro deben ser secuenciales y cada eslabón se debe comunicar.
Las cadenas de suministros se deben adaptar rápidamente a cambios imprevisibles en las condiciones de operación de la organización.
Se debe contar con información a la mano de la trazabilidad del proceso para resolución de conflictos.

Dentro de la cadena de suministros existen los eslabones, mire más a continuación.

9.1. Tipos de eslabones

En la cadena de suministro pueden presentarse más o menos eslabones, dependiendo quiénes sean los clientes de la organización; por lo tanto, existen dos tipos de eslabones, los internos y los externos.



Dentro de la cadena de suministros, también están las regulaciones de los parámetros de planeación.

9.2. Regulaciones de los parámetros de planeación

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.

Cadena de suministro



Asimismo, encuentra también la demanda y las restricciones de la cadena de suministro.

9.3. Demanda y restricciones

 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.

No olvide revisar qué son los canales de distribución.

9.4 Canales de distribución

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:

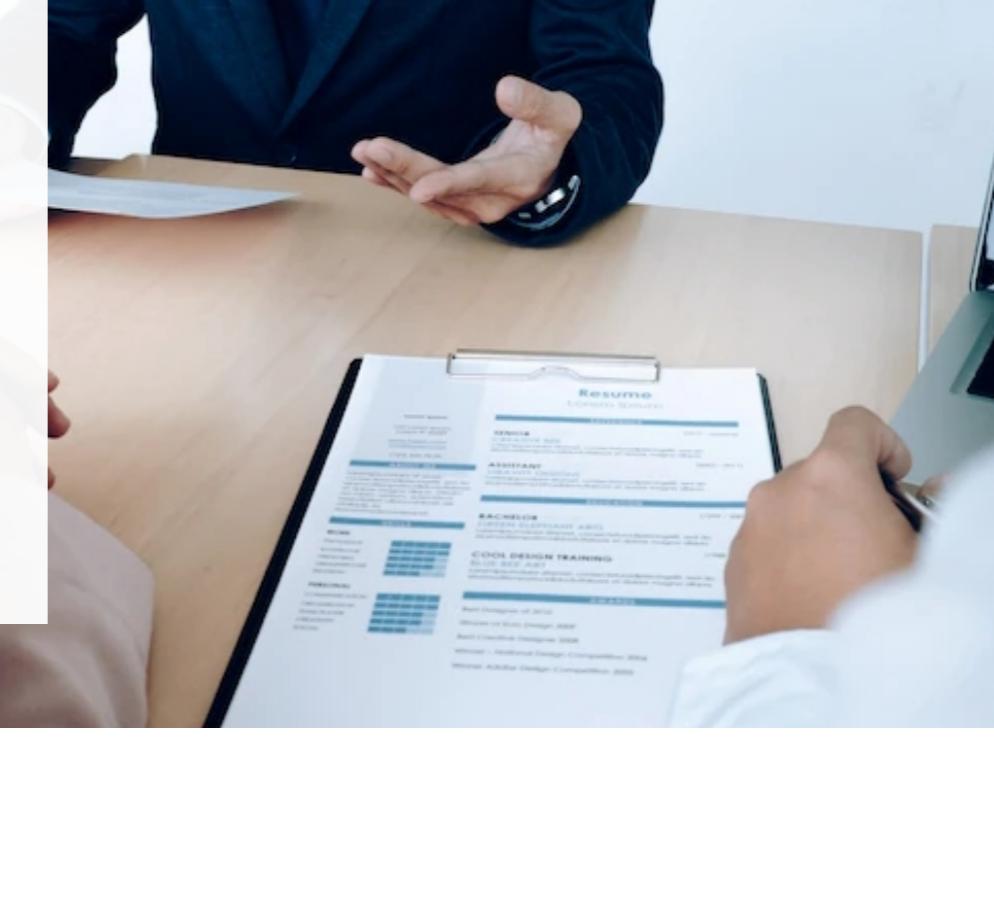
Canal directo	Ausencia de intermediarios, solo intervienen en la transacción el productor y el consumidor final.
Canal corto	Solo existe un intermediario, por lo general un minorista o un agente o agencia.
Canal largo	Intervienen al menos un mayorista y un minorista, quienes acercan el producto al consumidor final.
Canal muy largo	Intervienen más protagonistas, como pueden ser importadores, mayoristas, minoristas etc.

Para ampliar la información descrita anteriormente, es necesario conocer la función de la contratación pública.

10 Contratación pública

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.



Es importante también tener en cuenta que se deben realizar estudios del sector.

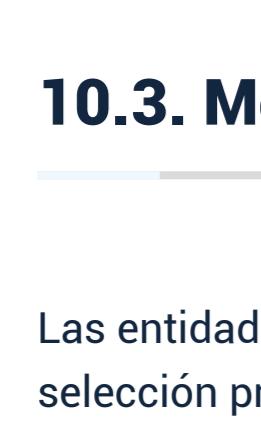
10.1. Estudios del sector

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.

Igualmente, es necesario que conozca la teoría acerca del Plan anual de adquisiciones.



10.2. Plan anual de adquisiciones

 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).

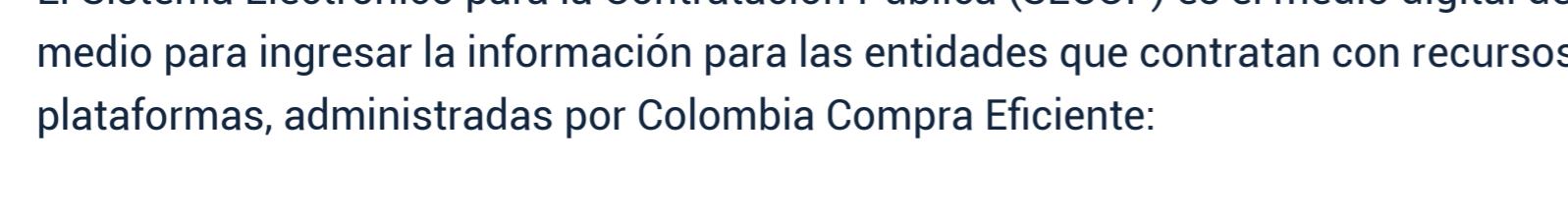
No debe olvidar también que existen unas modalidades de selección particulares en la contratación pública.



10.3. Modalidades de selección

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.

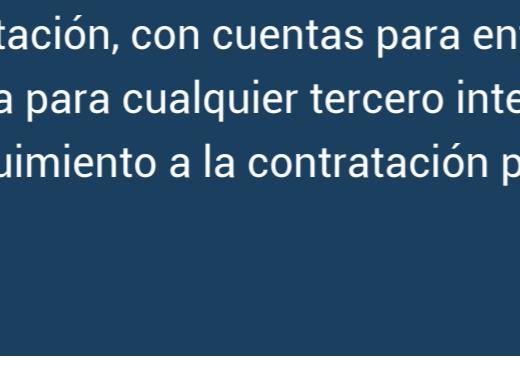
Y al igual que las modalidades de selección, debe tener presente el sistema electrónico de contratación pública (SECOP).



Y al igual que las modalidades de selección, debe tener presente el sistema electrónico de contratación pública (SECOP).

10.4. Sistema electrónico de contratación pública (SECOP)

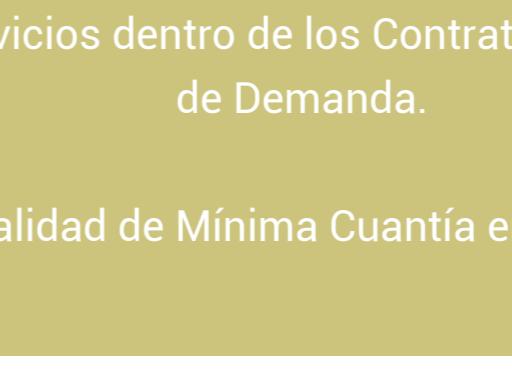
El Sistema Electrónico para la Contratación Pública (SECOP) es el medio digital de información de toda la contratación realizada con dinero público, siendo este el único medio para ingresar la información para las entidades que contratan con recursos públicos. Son componentes del Sistema Electrónico 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.



Tienda Virtual del Estado Colombiano:

Plataforma transaccional a través de la cual las entidades compradoras adquieren:

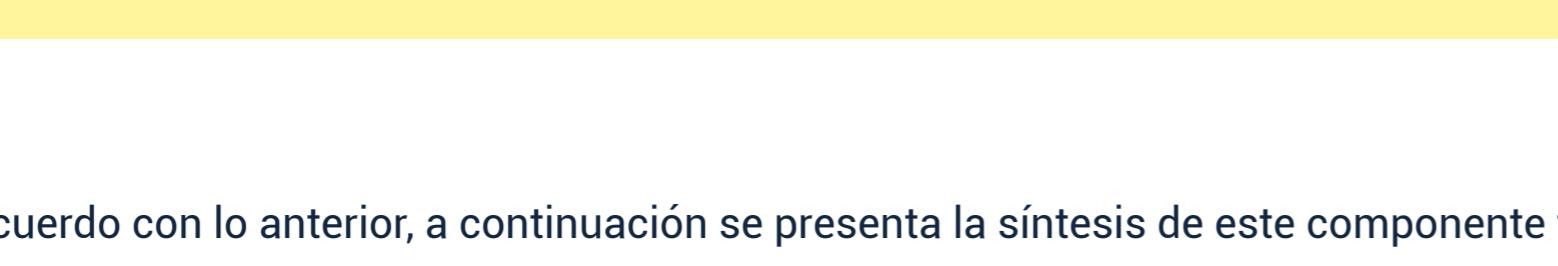
Bienes y servicios a través de los Acuerdos Marco de Precios.

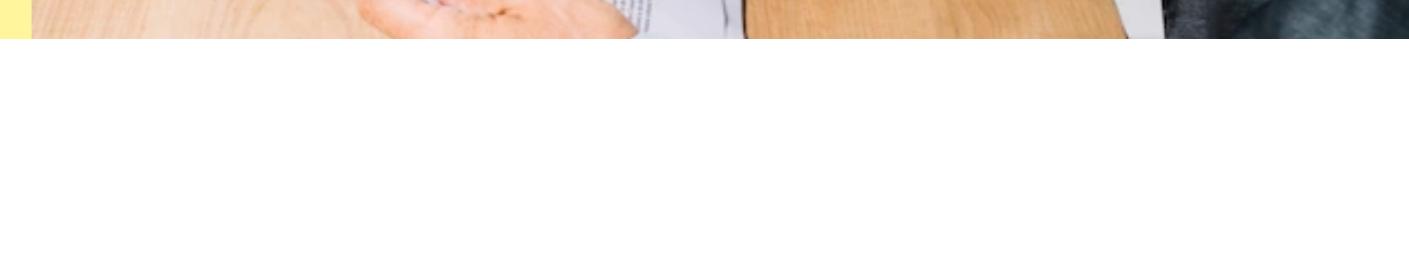
Bienes y servicios dentro de los Contratos de Agregación de Demanda.

Bienes en la modalidad de Mínima Cuantía en Grandes Superficies.

Por último, revise lo pertinente a la normativa de la contratación pública.

10.5. Normativa

 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.



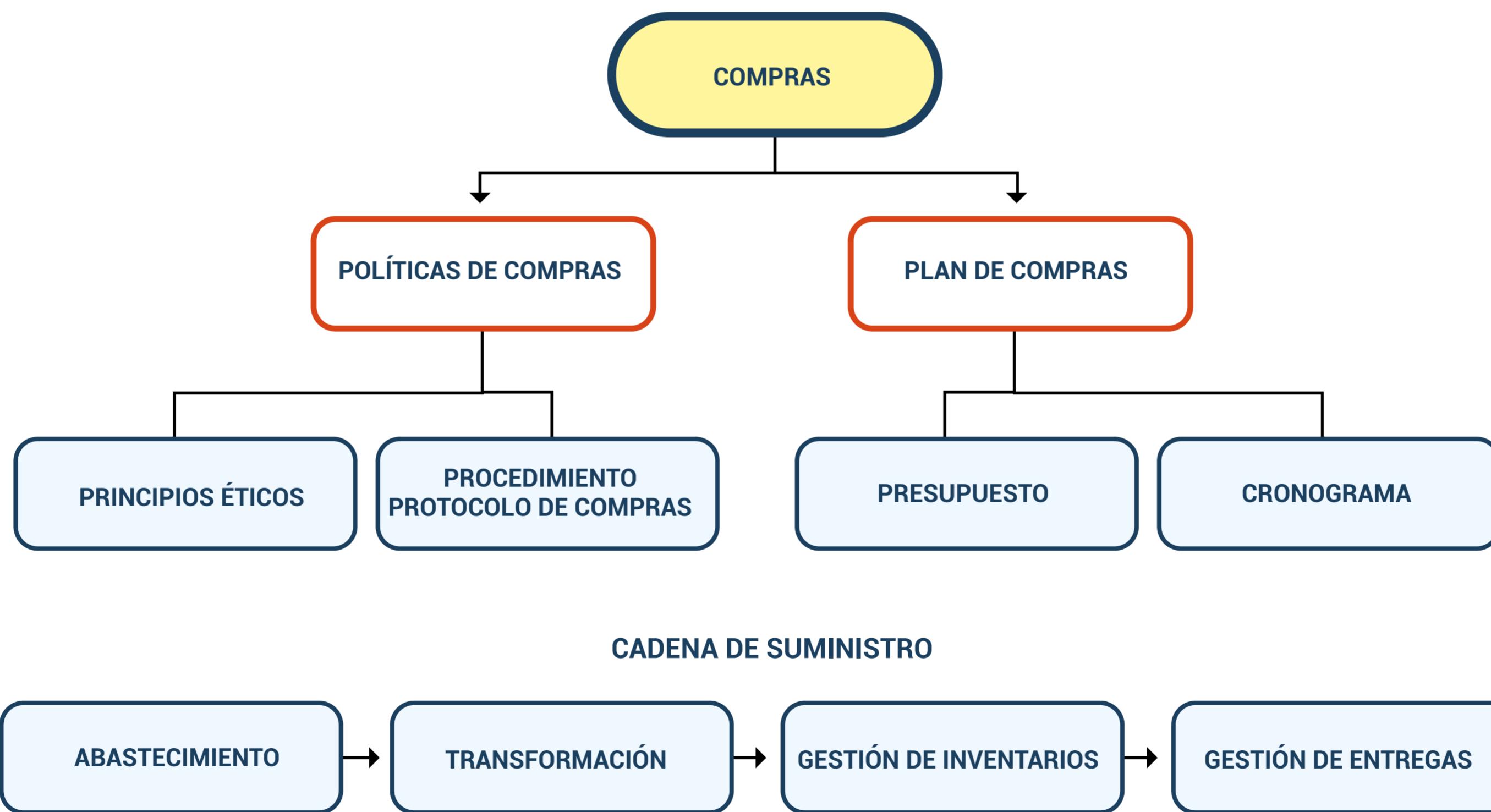
De acuerdo con lo anterior, a continuación se presenta la síntesis de este componente formativo.

Compras y abastecimiento

Síntesis: Planes y programas de compras

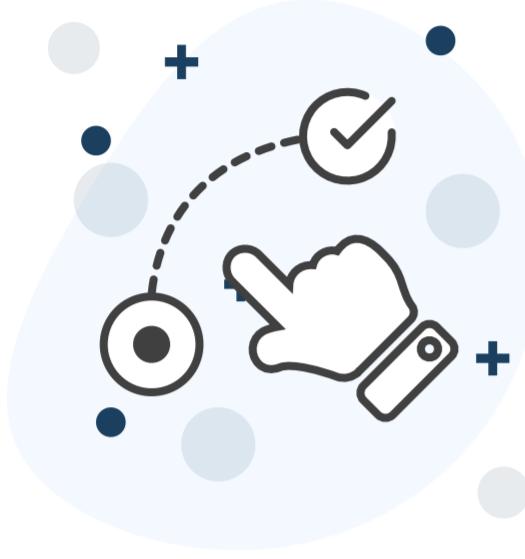


Estimado aprendiz, lo invitamos a ver el siguiente mapa conceptual, donde encontrará una síntesis de todos los elementos desarrollados en este componente formativo acerca de los planes y programas de compras.





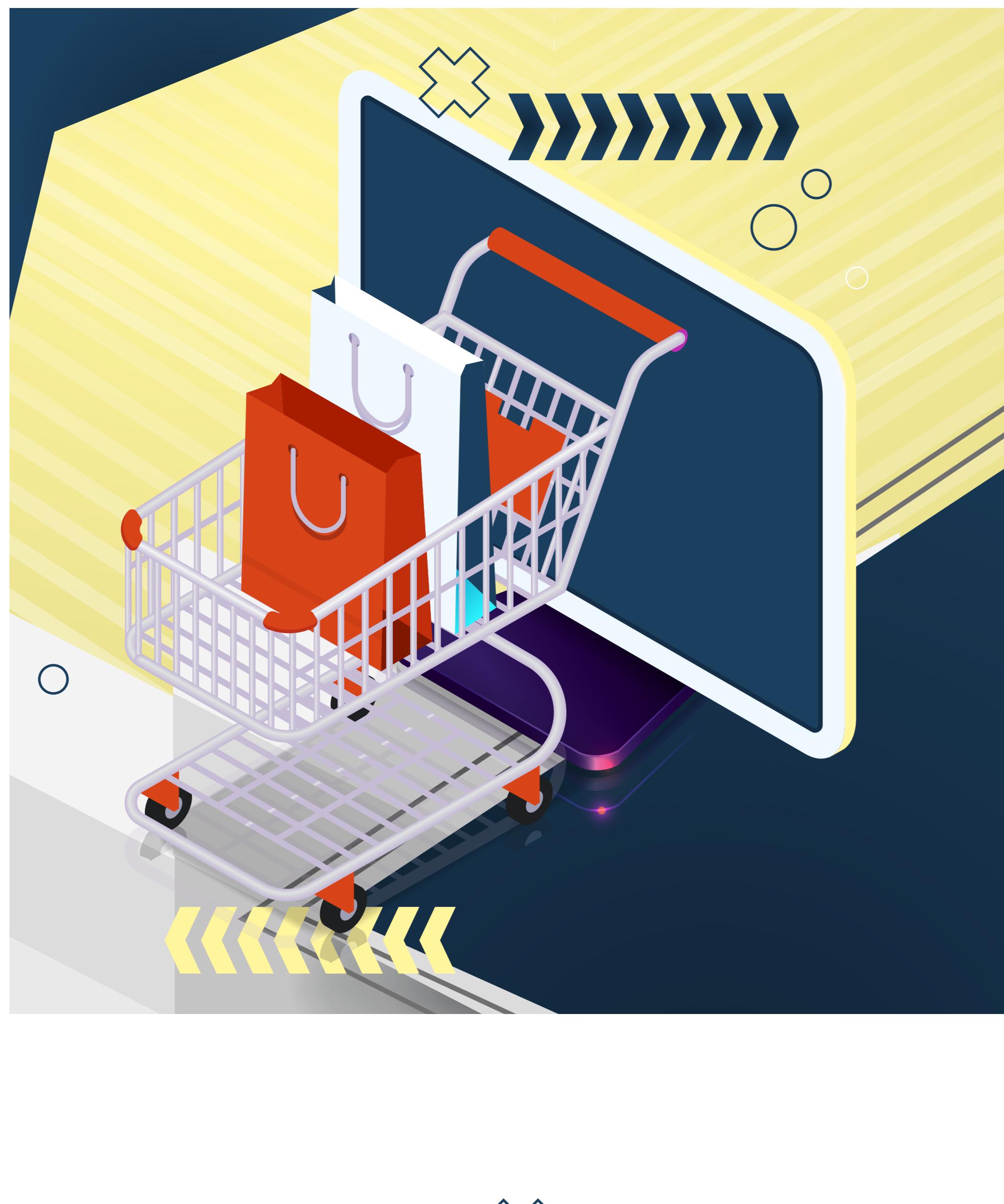
Actividad didáctica



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

Arrastrar y soltar

Realizar 



Portada actividad

800 x 800



**Portada actividad
(sin fondo)**

800 x 800

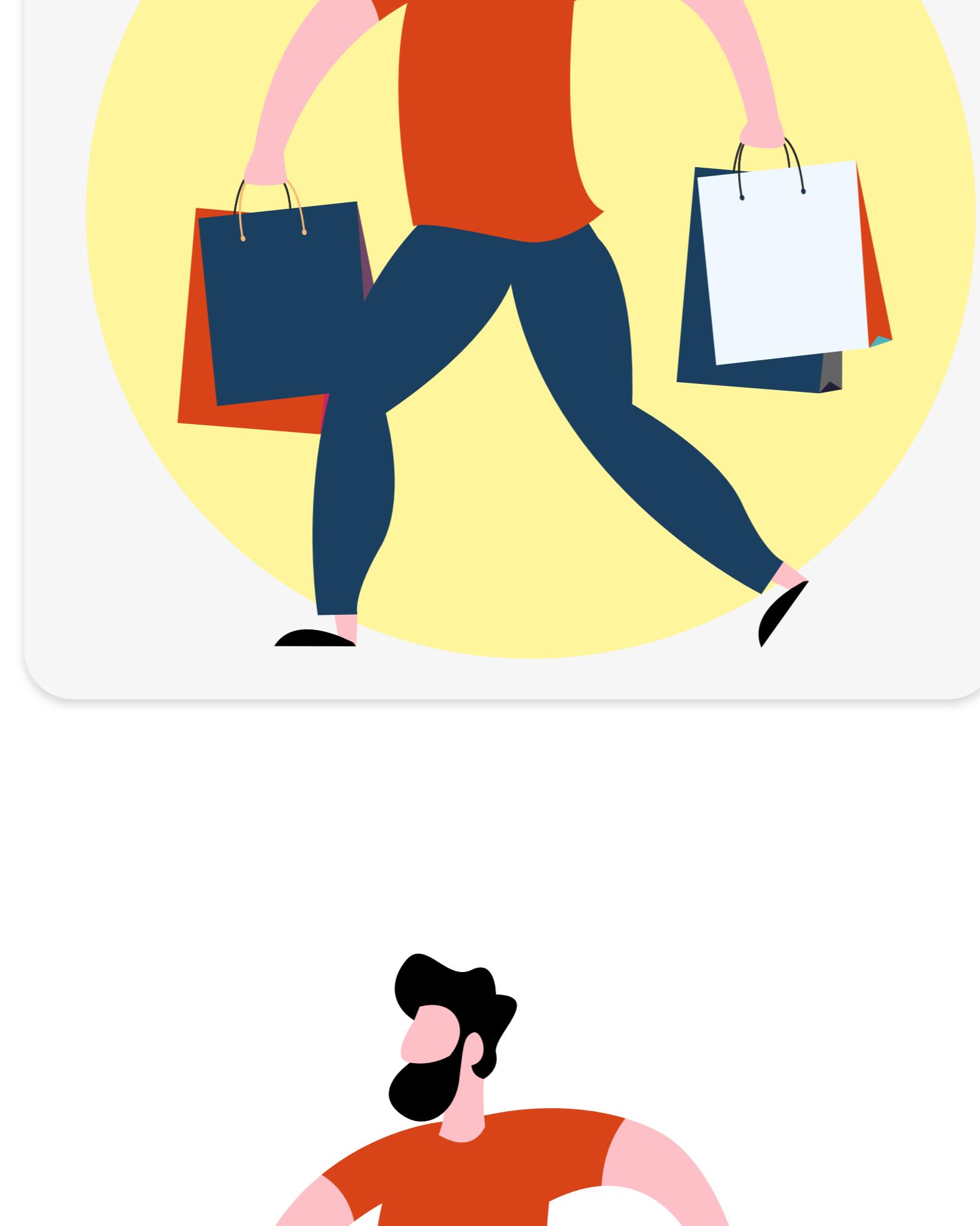


Imagen acompañamiento Actividad

600 x 600



**Imagen acompañamiento Actividad
(sin fondo)**

600 x 600

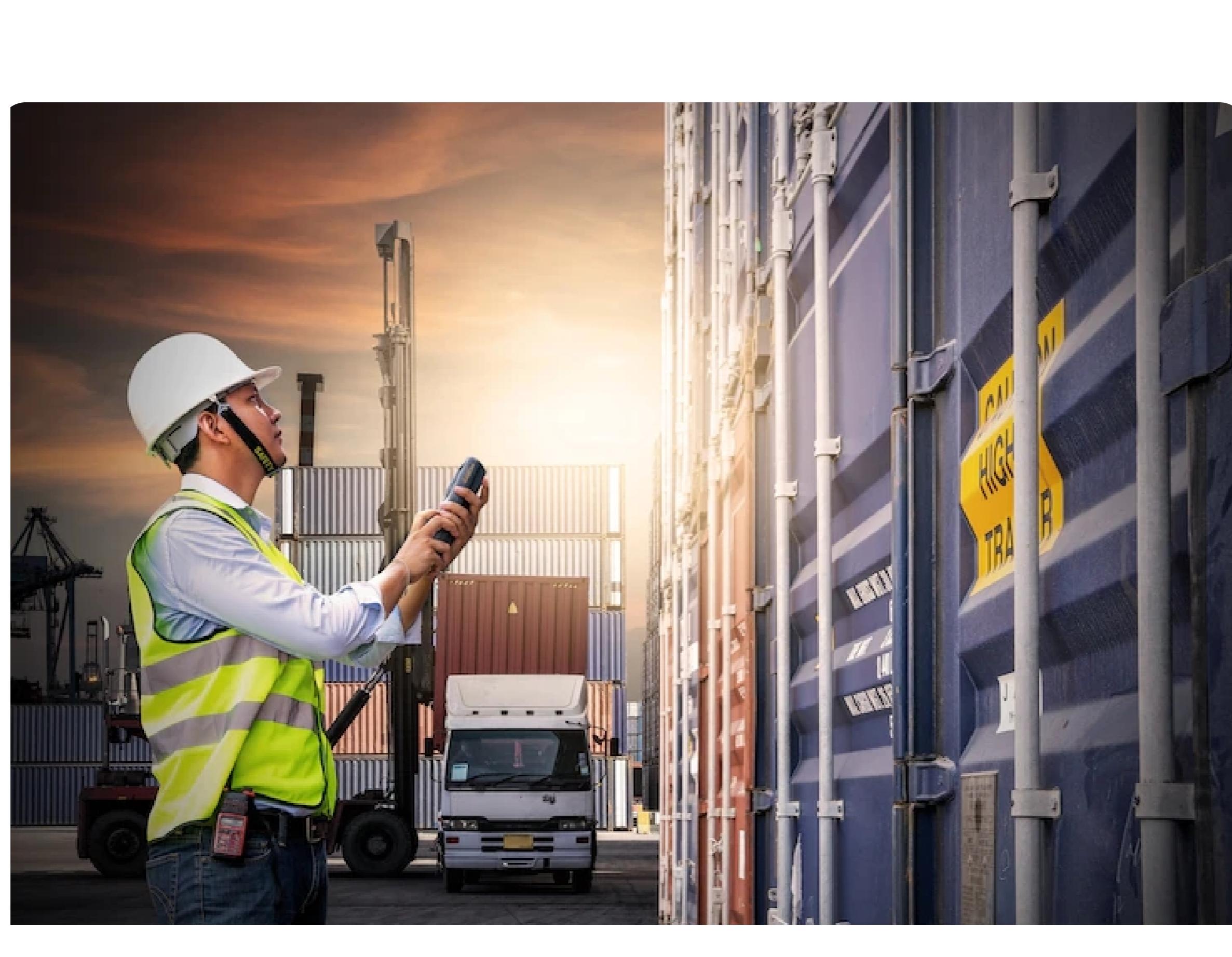


Imagen Resultado

900 x 600