1. Determine los sistemas de información que apoyan la gestión de compras

MPS: Master Production Schedule/ plan maestro de producción

Se encarga de planificar los procesos de producción, planifica los materiales, el control del inventario, las herramientas y el personal adecuado para la producción, permite realizar un seguimiento a los procesos de producción en tiempo real y previene los gastos innecesarios.

EDI: intercambio electrónico de datos

Permite generar facturas y documentos electrónicamente, previniendo errores, gastos, y ahorrar tiempo, ubica y ordena la información necesaria en un documento especifico, optimizando los procesos y previniendo errores de despacho o almacenamiento.

1. Que es una relación de colaboración con los proveedores

Es una interacción constante con los proveedores donde se busca un beneficio para comprador y proveedor, utilizando varios métodos, entre ellos la economía de escala, o descuento por pronto pago, la cual se espera sea duradera y genere confianza entre las partes con el paso del tiempo.

1. Que variables externas pueden afectar la gestión de compras

* Política
* T.R.M
* Demanda
* Presupuesto
* Documentos erróneos
* Producto equivocado

1. 3 objetivos de compras

* Garantizar las materias e insumos necesarios en cada operación
* Garantizar los plazos de entrega
* Evitar gastos innecesarios o perdida de capital
* Gestionar la documentación de las compras

1. Ejercicio de punto de equilibrio

Una compañía que produce camisetas realizo un análisis de punto de equilibrio, en el cual se identificaron los costos de producción, las camisetas tienen un costo unitario de $27.000, y cada camiseta tiene un precio de venta de $35.000, la compañía quiere identificar cuantas unidades deben venderse en un mes para suplir los costos de producción, en un mes se producen 75.000 unidades.

35.000 – 27.000 = 8.000

27.000 \* 75.000 = 2.025.000.000

2.025.000.000 / 35.000 = 63.000

8.000 \* 75.000 = 600.000.000

Conclusión:

La compañía debe vender mensualmente 63.000 unidades para llegar al punto de equilibrio, a partir de esa cantidad las siguientes ventas se convertirán en ganancias para la compañía.