



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

GESTIÓN DEL APROVISIONAMIENTO



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

GESTIÓN DEL APROVISIONAMIENTO

LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO

La gestión de compras tiene por objetivo realizar las adquisiciones de materiales en las cantidades necesarias y económicas, en la calidad adecuada al uso al que se va a destinar, en el momento oportuno y al precio total más conveniente. Es decir, la gestión de compras tiene por finalidad adquirir los bienes y los servicios que la empresa necesita, para garantizar el abastecimiento de las cantidades requeridas en términos de tiempo, calidad y precio.

La gestión de las compras ha dejado de ser rutinaria, para convertirse en un elemento estratégico de la organización. La práctica de la estrategia de la gestión de compras es asegurar que la empresa tenga los mejores proveedores para abastecer los mejores productos y servicios, al mejor valor del mercado.

Los objetivos que persiguen la función del aprovisionamiento y la consecuente gestión de compras resultan fundamentalmente:

- A. Proporcionar un flujo interrumpido de materiales, suministros y servicios necesarios para el funcionamiento de la organización.
- B. Mantener las inversiones en existencias y reducir las pérdidas de estos a un nivel mínimo.
- C. Mantener normas de calidad adecuadas.
- D. Buscar y mantener proveedores competentes.
- E. Gestionar las compras de las partes y los servicios necesarios al precio más bajo posible.
- F. Mantener la posición competitiva de la organización.
- G. Conseguir los objetivos del aprovisionamiento en procura de que los costos administrativos sean los más bajos posibles.



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

ENFOQUE TRADICIONAL DE LA LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO

EL CÁLCULO DE NECESIDADES DE APROVISIONAMIENTO

Las necesidades de abastecimiento involucran todo lo que se requiere para el funcionamiento de la empresa, en cantidades específicas para un determinado período, para una fecha señalada o bien, para completar un determinado proyecto.

Lo requerido para el funcionamiento de la operación, pudiera estimarse de la siguiente manera.

1. La empresa proyecta o estima las ventas para el periodo (generalmente un año, aunque según el caso en particular puede ser semestral, mensual u otro lapso). Dentro de esta estimación se debe considerar el factor tiempo.
2. En función de las ventas proyectadas se calculan las necesidades de abastecimiento de materias primas e insumos, materiales indirectos, repuestos, productos terminados y otros abastecimientos generales que permitan alcanzar la proyección de ventas estimada. El cálculo de las necesidades se materializa con los pedidos o la requisición específica de insumos a través de la gestión de compras.
3. Considerar que las necesidades de abastecimiento para una empresa determinada pueden ser por consumo, reemplazo, reserva o seguridad, necesidades iniciales o bien requerimientos para algún proyecto.



NECESIDADES ASOCIADAS CON LA GESTIÓN DE COMPRAS DE INSUMOS

Esta actividad tiene por objetivo realizar las adquisiciones de materiales en las cantidades necesarias y económicas, en la calidad adecuada al uso al que se va a destinar, en el momento oportuno y al precio total más conveniente.

ALMACENAMIENTO DE MATERIALES E INSUMOS

Implica la ubicación o la disposición, así como la custodia de todos los artículos del almacén, de manera que se vincule la actividad de guardar artículos o materiales desde que se producen o reciben hasta que se necesitan o entregan a alguna otra parte de la cadena.

Los principales elementos vinculados a esta actividad son:

- Control de la exactitud del volumen de existencias.
- Mantenimiento de la seguridad.
- Conservación y custodia de los materiales.
- Reposición oportuna a través de la gestión de compras.

LA GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO COMO FUENTE DE INICIATIVAS DE CAMBIO

Es responsable del flujo de los materiales para la gestión de aprovisionamiento y su procesamiento, a través de operaciones internas de fabricación o producción de bienes hasta disponer de los mismos por parte del cliente.

Existen tres niveles de gestión de los materiales bien diferenciados, los cuales son:

- A. Gestión de aprovisionamiento (gestión de compras de materias primas y piezas de exterior).
- B. Gestión fabricación (materiales en curso de fabricación y *stocks* intermedios).
- C. Gestión servicio a clientes (productos terminados).

Estos conceptos están relacionados entre sí de la siguiente forma; en función de la demanda prevista debemos establecer un sistema de aprovisionamiento de materias primas, el cual permita realizar las órdenes a fabricación que garanticen un suministro regular a los clientes.

De esa manera, el inventario total de materiales en los almacenes y en curso de fabricación sería mínimo, incluidos los *stocks* intermedios que las fases de producción exijan.

El rol del encargado o gestor de los aprovisionamientos es el siguiente:

- La labor del encargado del aprovisionamiento debe orientarse a buscar la máxima utilización y conservación de los abastecimientos.
- El encargado de los aprovisionamientos deberá mantener una capacitación continua en las normas y los procedimientos relacionados con la conservación, el mantenimiento, la recuperación y la correcta distribución de todos los artículos utilizados por la empresa.





En lo referente al cálculo de necesidades, el encargado de abastecimiento debe considerar la política y los procedimientos de la empresa para actuar sobre los siguientes puntos:

- A. El uso, en la producción, de materiales extranjeros o suministros nacionales.
- B. Tener o no, almacenada la materia prima a emplearse, o los artículos que se produzcan en el proceso, durante la operación regular.
- C. Aplicar sistemas de gestionar compras exclusivamente al contado o bien combinadas o al crédito.
- D. La capacidad económica o financiera de la empresa (para determinar mayores o menores niveles de abastecimiento, de consumo o reserva).
- E. La capacidad instalada de la empresa y el nivel de utilización de la misma.

Para determinar las necesidades, el gerente de abastecimiento debe coordinar con diferentes niveles, debido principalmente a que esta necesidad tiene su origen en otras dependencias de la empresa. Para estos efectos el encargado de abastecimiento coordina principalmente con:

- 1** EL GERENTE DE PRODUCCIÓN
- 2** EL GERENTE DE LOGÍSTICA
- 3** EL JEFE DE LA GESTIÓN DE COMPRAS
- 4** EL GERENTE DE COMERCIALIZACIÓN
- 5** CONTABILIDAD





Con el gerente de producción para determinar:

- A. Los productos que se van a requerir para las operaciones de producción en el volumen previsto.
- B. La periodicidad con que se requieren estos productos, a fin de poder determinar cuándo colocar los pedidos.
- C. La calidad y el tipo de cada artículo o material a adquirirse.

Con el gerente de logística para determinar:

- A. Cantidad de artículos que se encuentran con mucho stock.
- B. Capacidad de almacenaje total y disponible para cada artículo.
- C. Nuevas necesidades nuevas formas de almacenaje de los productos.
- D. Equipo y materias necesarias para el mantenimiento.
- E. Nuevo equipo y material para operar en los almacenes.

Con el jefe de la gestión de compras para definir:

- A. Forma de mantener la continuidad de abastecimiento.
- B. La calidad adecuada de los artículos a adquirirse.
- C. Localización de nuevos productos, materiales y fuentes de suministros.

Con el gerente de comercialización para:

- A. Proporcionar datos sobre planificación de los artículos terminados.
- B. Fechas necesarias de cada uno de ellos.

Con la persona encargada de contabilidad con el propósito de conocer:

- A. Los registros de inventarios que se realiza, para determinar los activos de la empresa.
- B. La conciliación que se efectúa en los inventarios.
- C. Las facilidades que necesite cada vez que se realicen inventarios.

SOPORTE LOGÍSTICO INTEGRADO

Las buenas prácticas en la administración de la cadena de abastecimiento, toman cada vez mayor importancia en un mundo altamente globalizado. Solo las empresas que logran importantes diferencias en relación con sus competidores, alcanzan aumentar su participación en el mercado o sobrevivir. La buena administración de la cadena de abastecimiento y el uso de la tecnología de información, ayudan a lograr este propósito de una manera efectiva.

LA ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO ES EL TEMA PRINCIPAL EN MUCHAS INDUSTRIAS, AL RECONOCER LA IMPORTANCIA DE UNA RELACIÓN INTEGRADA REAL ENTRE CLIENTES Y PROVEEDORES.

La gestión de la cadena de abastecimiento se ha convertido en el mejor camino para la mejora de la competitividad, por medio de la reducción de la incertidumbre y el mejoramiento integral de todas las operaciones críticas de la compañía.

En forma generalizada, el departamento de logística es regularmente el encargado de realizar las tareas alineadas con la cadena de abastecimiento. Esta sección se le puede estructurar tan grande o reducida como la defina la dirección central de la organización.

Habrán empresas donde el departamento de logística sea simplemente el encargado de embarques. En el otro extremo, el departamento de logística puede ser el responsable de toda la cadena de abastecimiento, a su cargo tiene desde la estimación de la demanda hasta el servicio a clientes y pasa por los procesos de selección de proveedores, cotizaciones, compras, despacho, transporte, recibo de mercaderías, costos, almacenes, producción, embarques, o bien la gestión de calidad de toda la cadena.



De manera muy general, la fundamentación logística de la cadena de abastecimiento está vinculada a cinco elementos básicos: proveedores, transportes, empresa, clientes y comunicación entre ellos. La rápida interacción entre estos elementos resulta indispensable y genera una ventaja competitiva a la empresa que sepa utilizarla en su favor.

Por otro lado, cabe señalar que la función de aprovisionamiento -como parte de la gestión de abastecimiento-, contiene la gestión relacionada con las compras en adición al almacenamiento e inventario de materiales. Para organizar la gestión de aprovisionamiento, hay que considerar las siguientes tareas:

- 1** CÁLCULO DE NECESIDADES
- 2** GESTIÓN DE COMPRAS
- 3** ALMACENAMIENTO



ROL DE LOS SISTEMAS INFORMÁTICOS EN LOS PROCESOS LOGÍSTICOS: AUTOMATIZACIÓN DE LOS PROCESOS

“

Independientemente de la definición de lo grande o lo pequeño del departamento de logística, el tipo mercado, el tipo de empresa y los paquetes computacionales creados o por crear, hay un objetivo sencillo, pero conciso, para dicha área y la cadena de abastecimiento: abastecer los materiales necesarios en la cantidad, calidad y tiempos requeridos al menor costo posible, para con ello dar un mejor servicio al cliente (Franklin, 2004).

”



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

Los cuatro requisitos señalados en el planteamiento anterior, tienen la misma importancia. La ausencia de alguno de ellos afectará el desempeño de la cadena de abastecimiento y, por lo tanto, afectará el servicio al cliente. El correcto entendimiento de esta cadena por parte de todos los integrantes de la empresa, asegurará el buen desempeño de la cadena de abastecimiento de la organización que busca diferenciarse y permanecer en los mercados.

La cantidad, la calidad, el tiempo y los costos señalados son requisitos dinámicos del quehacer logístico; pues la demanda no es constante, los requerimientos de calidad cada vez son mayores, los tiempos de entrega son variables y los costos cambian por factores internos y externos.

Este proceso dinámico dificulta la administración; por lo tanto, resulta indispensable el uso de la tecnología de información para agilizar la toma de decisiones, reducir los tiempos de respuesta y la incertidumbre. Se debe reconocer que la red Internet ha sido y será una herramienta básica en este proceso; ya que acorta distancias y tiempos, permite buen alcance de más proveedores y clientes y ayuda en la reducción de costos.



CÓDIGOS DE BARRAS Y SUS ESTRUCTURAS Y OTROS MÉTODOS DE IDENTIFICACIÓN

Tomado, resumido y adaptado de (Salazar López, 2016)

¿Qué es el código de barras? Es un lenguaje estandarizado, útil para la identificación de unidades comerciales y logísticas de forma única. Esta herramienta sirve para la aplicación de sistemas de captura automática de información.

El código de barras Global Trade Item Number (GTIN, regido por GS1, de ahora en adelante GTIN), está constituido por dos partes principales:



CÓGIDO

La representación alfanumérica o solamente numérica que identifica la unidad de comercialización, logística, etc.



SÍMBOLO

La representación gráfica del código que permite la captura de su información de manera automática, a través de la lectura.

Figura 1. Código de barras. Fuente: Elaboración propia.



ESTÁNDARES INTERNACIONALES PARA EL CÓDIGO DE BARRAS

Uno de los estándares de mayor impacto en la historia del mercado universal es el Código de Barras. ¿De qué depende su alto grado de Normalización?

UNIFORM CODE COUNCIL - UCC

El UCC es una organización estadounidense que en 1973 adoptó el código de barras denominado UPC, creado para identificar productos de origen nacional; es decir, de origen estadounidense. Posteriormente, dados sus beneficios, Canadá decidió acogerse a este sistema estándar. En la actualidad, UCC abarca aproximadamente 300.000 compañías en calidad de miembros.

ASOCIACIÓN EUROPEA DE CODIFICACIÓN DE ARTÍCULOS - EAN

A raíz de la situación que se presentaba en América del Norte, en 1977 representantes de empresas de productos de consumo masivo de doce países europeos, tuvieron la iniciativa de crear su propio estándar de identificación, a través de la Asociación Europea de Codificación de Artículos - EAN.

GS1 GLOBAL

Con el paso del tiempo, las organizaciones en representación de países no europeos como Japón y Australia se unieron a la iniciativa de la EAN y tomaron el nombre de Asociación Internacional de Codificación de Artículos, EAN Internacional y, finalmente, GS1 Global.

Organización GS1 Global, hoy más de 1,3 millones de compañías alrededor del mundo participan en el desarrollo del sistema estándar GS1, a través de una red internacional de 112 organizaciones que representan 150 países de todos los continentes. Esta red internacional se encarga del desarrollo, promoción y administración del sistema.





San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

IDENTIFICACIÓN DE UNIDADES DE COMERCIALIZACIÓN

Una unidad de comercialización es aquel producto o servicio, el cual puede ser vendido en cualquier etapa de la cadena de abastecimiento; por ende, a esta unidad le puede ser asignado un precio, ser facturada o pedida de manera automática.

LOS CÓDIGOS DE IDENTIFICACIÓN PARA UNIDADES DE COMERCIALIZACIÓN RECIBEN EL NOMBRE GENÉRICO DE GTIN, LA CUAL ES UNA ESTRUCTURA UNIVERSAL PARA IDENTIFICAR UNIDADES DE COMERCIALIZACIÓN.

Para determinar cuál código corresponde aplicar a determinado producto, es necesario identificar la tipología de la unidad de comercialización. Entre las más comunes y de mayor uso son: Unidades de comercialización detallistas.

El escáner en el punto de venta lee estas unidades, se clasifican según su contenido, ya sean fijas o variables, y se las denomina comúnmente como "unidades Mínimas de consumo".

Unidades de comercialización detallistas de contenido fijo: estas son unidades cuyo precio de venta es independiente de variables como: peso, longitud o número de unidades. Dentro de esta clasificación podemos encontrar los multiempaques, los libros y las publicaciones seriadas como periódicos.



Los códigos de barras utilizados son:



GTIN 13

GTIN 8

UCC 12

Normalmente Código
GTIN 13

Simbolizado GTIN 13

Productos con área
de impresión reducida

Código GTIN 8

Simbolizado GTIN 8

Productos
comercializados en
EE.UU.

Código UCC 12

Simbolizado:
UPC A O UPC-E

Figura 2. Ejemplos códigos de barras. Fuente: Elaboración propia.

Un ejemplo como se conforma un código, es de la siguiente manera:



Figura 3. Estructura del código de barras. Fuente: Recuperado de <http://www.softseti.net/blog/wp-content/uploads/2014/11/gtin13-e1415749007424.png>

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN: RADIOFRECUENCIA (RFID), SATÉLITE, INTERNET

Adaptado de (RFID Controls, 2016)

La identificación por radiofrecuencia (RFID) se posiciona como la tecnología más utilizada en el mundo para controlar y automatizar procesos logísticos en empresas. Los sistemas de identificación por radiofrecuencia (RFID, por su sigla en inglés) están transformando los procesos logísticos alrededor del mundo.

La logística y la distribución de mercancías puede llegar a cubrir casi todas las necesidades a la hora de identificar paquetes, agrupaciones o paletas. El RFID facilita el capturar datos y controlar los movimientos sin intervención humana. Un sistema de RFID consiste típicamente de un "Tag o Etiqueta" que almacena datos, una antena para comunicarse con el Tag y un controlador para manejar la comunicación entre la Antena y la PC o PLC.

BENEFICIOS

- **RECEPCIÓN MERCANCÍAS:** conseguirá una reducción en mano de obra y alta fiabilidad en la captura de datos.
- **EXPEDICIONES Y CARGA SEGURA:** control del contenido de las expediciones y el orden de carga para un correcto reparto. Alertas de errores en carga y confección de pedidos y expediciones con el *Picking*.
- **GESTIÓN TIEMPO-REAL:** todos los movimientos gestionados sin intervención humana, en tiempo real. Panel de mando e interfaces con su ERP o software de gestión.
- **ESTANTERÍAS RFID:** posibilidad de montar equipos en carretillas y mecanización de las estanterías con Tag RFID para proporcionar la localización exacta.



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

La solución de monitoreo RFID provee una visibilidad en tiempo real en el control de acceso de vehículos y artículos reutilizables, tales como: contenedores, cajas plásticas, tarimas, jaulas metálicas, entre otros; en definitiva un control total de los elementos más críticos y sensibles de nuestra empresa.

Realiza la identificación de los reutilizables de manera autónoma en entradas y salidas de andenes e identificación dentro de los almacenes, por medio de equipos Fijos (Arcos) y móviles Hand RFID, lo cual se traduce en la optimización del recurso.

El sistema de control de Acceso RFID permite -identificar de manera única y automática- las unidades que ingresan a las instalaciones de la empresa, de tal forma se obtiene información de fecha, hora, puerta de ingreso, permiso de acceso y otros valores para su control, evaluación y recuento de seguridad. A pesar de que se lleve un control manual de la salida y entrada de contenedores, en la mayoría de los casos, estos no se encuentran en las áreas adecuadas y algunos otros se quedaron con los clientes, cuando debieron haber sido recogidos. En ese sentido, la tecnología RFID soluciona este problema.

Algunos almacenes tienen una gran área, donde los contenedores se pueden encontrar en distintas ubicaciones y se acarrear dentro de diversos departamentos del almacén. Esta es la solución para saber, en tiempo real, la cantidad de contenedores dentro del almacén y en qué departamento se encuentran.





San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

SISTEMAS DE INFORMACIÓN: EDI-AECOM

Una rápida interacción y también efectiva interrelación se puede obtener mediante el uso del internet, intranet y extranet. La aplicación de tecnologías de información en conceptos, como la transferencia electrónica de fondos (EFT¹), el sistema de intercambio electrónico de datos (EDI), tarjetas electrónicas para clientes, correo electrónico, catálogos electrónicos, inventarios compartidos, comunicación electrónica con proveedores y otras modalidades de vanguardia, han ayudado a obtener ventajas competitivas en diferentes organizaciones.

ESTOS SISTEMAS AYUDAN A LA REDUCCIÓN DE COSTOS Y ESTABLECER BARRERAS TECNOLÓGICAS PARA COMPETIDORES POTENCIALES PRESENTES.

Cabe señalar que la complejidad de los sistemas implementados para la administración de la cadena de abastecimiento, no siempre garantiza la eficiencia de la misma.

Estos sistemas deberán ser lo más simples posible,

con el fin de aumentar el número de usuarios potenciales, facilitar su integración a otros sistemas y minimizar su mantenimiento. Además, deberán ser flexibles; pues en un ambiente tan dinámico y fundamentado en una estructura logística, la cadena de abastecimiento debe necesariamente evolucionar y modificar los sistemas de apoyo de forma permanente. modificar los sistemas de apoyo de forma permanente.

¹ En Costa Rica, SINPE

Según (Soret Los Santos, 2010, pág. 417)

“

International Article Numbering, organismo mundial que establece la normativa de codificación de productos a nivel internacional (códigos de barras), coordina las relaciones entre fabricantes, proveedores y distribuidores, mediante foros de opinión y desarrollo y difusión de nuevas tecnologías de gestión.

”

Se ha introducido el lenguaje común AECOM, el cual hace posible las transmisiones en tiempo real de datos a través del servicio EDI – AECOM (EDI: Intercambio Electrónico de Datos). También difunde otras herramientas. Asimismo, ha elaborado un código (de buenas prácticas comerciales de adhesión voluntaria, en donde se definen términos para embalajes, lugares de entrega, condiciones de aceptación de la mercancía, etc.).

Una operación de importación-exportación con alguien fuera de la Unión Europea puede necesitar de 30 intermediarios distintos, 60 documentos con 400 copias que deben ser preparadas, controladas, transmitidas e introducidas en distintos sistemas de información. Todo esto puede suponer hasta un 10% del valor de la mercancía. Este coste es reducido muy notablemente gracias a las transmisiones EDI mediante la mejora de:

- 1** ESPACIO NECESARIO
- 2** SEGURIDAD
- 3** COMPETITIVIDAD
- 4** CONTROL DE PROCESOS
- 5** AHORRO DE TIEMPO
- 6** PRODUCTIVIDAD
- 7** MOVILIDAD Y ACCESO A DOCUMENTOS

Los sistemas EDI proporcionan al usuario un Sistema de buzones bajo su control, que le permite analizar su correo y tomar una decisión. Los buzones son propiedad de una compañía, departamento o aplicación. Para implementarlo es necesario contar con un soporte informático completo y especializado.



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

PROCESOS COLABORATIVOS: RESPUESTA EFICIENTE AL CONSUMIDOR (ECR)

La gestión de compras ha ido evolucionando desde las actividades tradicionales de obtener los mejores precios, calidad exigida, servicio necesario, entre otros, a funciones más avanzadas, tales como: innovación y prospección de nuevos mercados, subcontratación de técnicas irrealizables por la empresa, participación en el desarrollo de productos, tareas que exigen cada vez más una mayor tecnificación de los gestores de compras en la cadena de abastecimiento.

Se pueden resumir las funciones que cumple la gestión de las compras en las siguientes categorías:

1. Gestión de adquisición.
2. Gestión de apoyo a las operaciones.

La primera gestión se refiere a la adquisición por parte de la empresa de:

- A. Materias primas e insumos.
- B. Gestión de compras de materiales indirectos.
- C. Repuestos, aquinarias, equipos, herramientas, mobiliario.
- D. Útiles de oficina.
- E. Otros necesarios a la operación de la empresa.





San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

La segunda responsabilidad gestora es la de prestar apoyo a las operaciones de la empresa. En ese sentido, actúa en los límites de la organización con su ambiente y procura manipular ese ambiente, con el fin de adquirir y controlar las fuentes de aprovisionamiento necesarias al mantenimiento del proceso de operaciones.

Esto funciona de la siguiente manera.

- Una empresa típica obtiene de sus proveedores materiales, componentes y productos que están destinados a revenderse.
- Los materiales o materias primas e insumos son transportados físicamente por una instalación industrial y se les va agregando valor conforme son transformados.
- Luego, se transportan a través de una red de distribución física para agregarles valor en tiempo.
- Un flujo va de los proveedores a los clientes y refleja el valor agregado. Flujo de materiales con valor agregado
- Otro flujo va de los clientes a los proveedores y es un flujo de información



COMPONENTES CLAVES DE ECR: REPOSICIÓN EFICIENTE

La Gestión de Compras tiene impacto en el cumplimiento de los objetivos de la administración logística de materiales al ejecutarse lo siguiente:

- A. una mejora en la calidad de los productos
- B. minimizar el costo total de las compras
- C. reducir inventarios

Igualmente, reconocemos que en el beneficio total de la empresa influyen, entre otros conceptos, los siguientes:

- A. el gestionar compras a precios bajos
- B. el producir con bajos costos de transformación
- C. el vender con elevados márgenes

De ahí la importancia de la gestión de compras, la cual debe contribuir a los resultados finales de la empresa, para obtener los precios de los materiales más reducidos posibles, que permitan mantener las exigencias de cantidad, calidad y plazo.

Finalmente, se debe reconocer que llevar a cabo una gestión de compras efectiva cada vez se hace más complejo, debido a la naturaleza y la diversidad de los productos o servicios objetos de adquisición, sin dejar de tener en cuenta el dinamismo del entorno económico, los cambios tecnológicos y las crecientes exigencias de calidad.



La complejidad de la gestión de compras depende, entre otros, de los siguientes factores:

- A. Volumen de compras y pedidos anuales.
- B. Entorno en el que se desarrolla la función.
- C. Entorno industrial.
- D. Entorno de servicios.

Entorno industrial asociado a la gestión de compras:

En este entorno de búsqueda de materias primas y componentes, cuya calidad y precio hay que concertar de antemano para no encarecer el proceso de fabricación, en todo caso, se tiene que seleccionar a los fabricantes idóneos de estos productos en términos de flexibilidad, calidad, fiabilidad y precio. Gestión de compras generalmente es asignada a un agente de compras, quien posee la autoridad legal para ejecutar contratos en nombre de la empresa.

En una empresa grande, el agente de compras puede también tener personal que incluye compradores y despachadores.





San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

Entornos de servicios asociados a la gestión de compras:

En los entornos de adquisición de productos terminados y homologados por el mercado, el papel de las compras es menos importante. Sin embargo, en otros servicios como el transporte y restaurantes, la gestión de compras es crítica.

En el segmento servicios mayoristas o detallistas, la gestión de compras se realiza a través de un comprador, el cual es responsable de la venta y los márgenes de beneficio de la mercadería comprada. Los compradores, normalmente, deben confiar en el comportamiento histórico del proveedor o las clasificaciones estándares.

Una empresa que decide la compra de un producto en lugar de hacerlo, debe gestionar, de manera efectiva, las compras relacionadas con esta decisión.

Debemos siempre considerar que una gestión efectiva de las compras tiene en cuenta numerosos factores, tales como: los costos de inventario y transporte, la disponibilidad de suministro, la eficacia en las entregas y la calidad de los proveedores disponibles.





REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Toma parcial, resumen y adaptación de:

Quintero G. (2015). UDI. Lectura 1: Fundamentos del Subsistema Logístico Gestión de Distribución". CURSO LOGÍSTICA EMPRESARIAL. Universidad del Istmo miembro de Ilumno, en alianza con Whitney International System.

Fuentes en Library (Repositorio Ilumno)

Politécnico Gran Colombiano. OVA, Unidad 1. 'Evolución Histórica de la Gestión Logística. Politécnico Gran Colombiano miembro de Ilumno, en alianza con Whitney International System.

Otros:

<http://www.gestiopolis.com/gestion-de-compras/> Franklin E. (2004). Organización de Empresas, (2da. Ed.). México: Mc Graw Hill.

Trabajos citados

RFID Controls. (15 de marzo de 2016). *Tecnología RFID en la industria de transporte y logística*. Obtenido de RFID Tecnología: <http://www.rfidcontrols.com/logistica.pdf>

Salazar López, B. (10 de marzo de 2016). *Código de Barras*. Obtenido de IngenieriaIndustrialonline.com: <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientasparaingenieroindustrial/>

Soret Los Santos, I. (2010). *Logística y operaciones en la empresa*. Madrid: ESIC

