

VALIDACIÓN DE LOS PROCESOS DE COMPRA Y REGISTRO

AUTOR: CARLOS MENDOZA O.

FECHA: 19-10-2020



San Marcos

Tabla de contenido

CONTROL DEL DOCUMENTO	1
PREGUNTA DISPARADORA.....	2
RESUMEN	2
PALABRAS CLAVES	3
INTRODUCCIÓN	4
CONTENIDO.....	5
EL PERIODO DE MADURACIÓN DE LA EMPRESA.....	5
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	9
CONCLUSIONES.....	9
RECOMENDACIONES	9
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	9
APÉNDICES	10
BANCO DE PREGUNTAS.....	10

CONTROL DEL DOCUMENTO

Docente contenidista	Carlos Mendoza Ortega
Correo electrónico	Cmendoza21@hotmail.com
Número de teléfono	88131327
Versión del documento	Ver 1, 20-10-2020
Fecha de entrega del documento	Fecha de envío documento
Total de páginas del documento	Cantidad total de páginas del documento
Filólogo que revisa el documento	Nombre del filólogo que revisa el documento
Fecha de revisión del documento	Fecha de revisión por parte del filólogo
Estado del documento	Observaciones del documento
Fecha de aprobación de documento	Fecha de trámite final del documento antes de diseño
Diseñador del documento	Nombre del diseñador
Fecha diseño documento	Fecha de diseño de documento
Director Académico	Nombre del director académico a cargo de la carrera
Fecha de aprobación Director Académico	Fecha de aprobación de lectura por parte del director académico



PREGUNTA DISPARADORA

¿Puede un conjunto de objetos que satisfacen las necesidades de una organización a pesar de los ambientes de alta incertidumbre presentes en los mercados actuales?

RESUMEN

Un problema que se presenta frecuentemente en los procesos de compraventa es el de determinar el grupo de bienes o servicios que satisfacen las necesidades de los posibles compradores. Para resolver este problema es conveniente Personalizar los productos que, potencialmente, se desean adquirir a través de un número finito de atributos. Los objetos válidos serán aquellos para los que los atributos asociados superen unos valores prefijados.

Es importante considerar que definir los verdaderos valores de los atributos suele ser un proceso de alta complejidad el anelo de las organizaciones de mejorar de forma ficticia los productos. Por las razones anteriormente expuestas se necesita de un modelo que permite al comprador aumentar su credibilidad respecto a los valores con que Perfilan los comerciantes sus productos. Este modelo se basa en la información que el comprador puede obtener de los vendedores.

PALABRAS CLAVES

Validacion
Compra venta
Credibilidad
Perfilar productos
Incertidumbre
Comprador
proveedor

INTRODUCCIÓN

Cuando nos referimos a la validación de un producto, estamos en un tema en realidad de mejora continua.

Cuando no logramos un entendimiento del problema de mercado que queremos resolver es dudoso que las soluciones que planteemos sean correctas. utilizar proceso continuo e iterativo de descubrimiento y validación de producto Permitirá eliminar incertidumbres y desarrollar mejores niveles eficiencia sobre el uso de nuestros recursos.

En ambientes con innovación y con alta incertidumbre en cuanto a necesidades, clientes, tecnologías, etc. Es muy probable que nuestras ideas estén equivocadas o no tengan validas para todo el espectro de soluciones que desarrollar y lanzar el correspondiente producto sin una adecuada validación lleve al desastre.

Sin embargo, en años recientes mantras mal comprendidos, especialmente en sectores donde resulta barato y rápido construir para “lanzar al mercado cualquier cosa y ver qué ocurre” condujeron a una urgencia por implementar y comercializar el producto.

Aunque se consideran ambientes de negocios más simples, sencillos de necesidad-clientes-tecnología ésta es una buena estrategia.

Nuestra prioridad debería ser identificar y eliminar riesgos del modo más rápido y barato posible, construir y lanzar el producto real es generalmente la manera más lenta y cara de hacerlo.

El objetivo de las nuevas tendencias de los negocios en ambientes de compra altamente competitivos se basa en la validación del modelo de negocio con el fin de disminuir el riesgo latente en la operación.

Contenido

El periodo de maduración de la empresa.

. Periodo medio de maduración de una empresa

PERIODO PROMEDIO DE MADURACIÓN CONSISTE EN EL TIEMPO QUE PASA DESDE QUE INICIA EL PROCESO DE INVERSIÓN DE UN PRODUCTO Y/O SERVICIO HASTA EL COBRO DE LAS FACTURAS.

Este periodo promedio de maduración consiste en el tiempo que pasa desde que inicia el proceso de inversión de un producto y/o servicio hasta el cobro de las facturas.

Para asegurar que este ciclo tenga buenos resultados, se debe considerar que se debe realizar un estudio previo de qué se quiere alcanzar y el tiempo meta para lograrlo.

Opciones:

División de los ciclos en el periodo medio de maduración

Ciclos cortos: Trabajan a un ritmo rápido de rotación en el ciclo.

Ciclos largos: Trabaja a un ritmo bajo en el ciclo.

Para que ambos ciclos funcionen se debe conocer específicamente los objetivos de la empresa.

La funcion de compras y el costo de compras.

La adquisición de productos es una actividad imprescindible para cualquier Empresa, De aquí naca la necesidad de desarrollar un departamento de compras bien organizado y con metas y funciones claras, para que esta tarea se Desarrolle con la mayor eficiencia posible.

De acuerdo a jacobs (2018, pp. 374–375) las principales funciones son:

"Estudiar las tendencias del mercado.

Analizar los envíos de los proveedores.

Buscar alternativas para optimizar los costos de la empresa y realizar una labor conjunta



con las demás áreas de la compañía.

Mantener relaciones eficientes con todos los proveedores y escoger los más competitivos.

Adquirir materia prima con la calidad idónea para los procesos en los cuales va a ser empleada.

Mantener al mínimo los inventarios."

Es importante señalar que todas las operaciones de las organizaciones industriales exigen suministros para que puedan llevarse a cabo; Siendo un punto clave todo lo que se pueda gestionar en esta etapa de la cadena de abastecimiento, ya que de esto dependerá de cierto modo, la forma en que se enfrentará la competencia y se impondrán los precios de los productos, y por ende se conseguirán utilidades.

En las empresas de menor envergadura el dueño de la organización es el cargado de adquirir todos los materiales necesarios, pero a medida que la compañía crece se hace necesaria la vinculación de un profesional especializado en esta labor, denominado director, coordinador o jefe de compras.

Esta persona, estará a cargo de organizar, coordinar y controlar todas las labores que se refieren al manejo del servicio que está bajo su responsabilidad.

Cuando definimos el costo de adquisición, podemos comprenderlo como el precio de compra más todos los gastos adicionales hasta que la mercancía llega al almacén del comprador. La consideración del coste de fabricación en cambio resulta del sumatorio de todos los gastos que le supone a Compañía elaborar productos terminados y aptos para la venta desde la materia prima.

La función principal de este centro de actividades es de realizar todas aquellas actividades dirigidas al abastecimiento de los materiales necesarios para el proceso productivo, selección y negociación con proveedores, solicitud de pedidos y recepción y control de los pedidos en cantidad, tiempo y calidad.

Costo total de propiedad:

De acuerdo con el estudio de jacobs (2018, pp. 386–387):

"Lo podemos comprender para explicarlo de una manera simple como costo de un artículo que abarca todos los costos relacionados con su adquisición y uso, como los relacionados con su desecho después de su vida útil."

Se podría considerar el fatal error de inflar el costo de adquisición o precio de compra lo que podría provocar que no se consideren otros costos importantes de propiedad y posteriores a la propiedad. El costo total de propiedad lo que pretende es mostrar los costos relevantes de efectuar un negocio con un proveedor escogido para obtener un buen servicio. Esto es importante no solo para una empresa que desee reducir su costo deshacer negocios, sino también si se pretende diseñar productos o servicios con el costo total de propiedad más bajo para los clientes, igualmente es un negocio hacer adquisidores en nuestra empresa por parte de los clientes. En el estudio de jacobs (2018, pp. 375–389) se afirma que:

"El costo total de propiedad este compuesto por 3 tipos de costos:

Costos de adquisición

- Costos de planeación de adquisiciones
- Costos de calidad
- Impuestos
- precios de compra
- costos de financiamiento

Costos de propiedad

- Costos de energía
- Mantenimiento y reparación
- Financiamiento
- Costos de red

Costos posteriores a la propiedad

- eliminación
- Costos ambientales

- Costos de garantía
- Costos de responsabilidad del producto.
- Costos de insatisfacción de clientes."

El control de compras y sus indicadores

En el área de los negocios si deseamos tener control sobre algo, necesitamos medirlo, el área de compras no es la excepción.

Para medir desempeño de la gestión de compras existe una herramienta de control imprescindible: los indicadores que permiten evaluar la eficiencia y efectividad de esta. Y además ayuda a monitorear el progreso de las metas. Cuando traemos a colación el tema de indicadores de desempeño se ve conocer que tienen una fuerte relación con la gestión de órdenes, las entregas, el manejo de inventario, los defectos de calidad y los costos. Lo anterior es importante ya que dependiendo de la industria en la cual se analicen, se encontrarán más o menos cantidad de indicadores para controlar los costos, dependiendo de la complejidad y el tamaño de la operación de la empresa.

A continuación, encontraran una lectura, mediante la cual nos adentraremos en la logística de compras tomando como base los conceptos anteriormente explicados.

Pérez Montón, F. J. (2017). Gestión de compras en el pequeño comercio: MF2106_2. EditorialCEP,S.L.<https://elibro.net/es/ereader/ulatinacr/51189?>

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Las actividades del área de compras o aprovisionamiento repercuten de una u otra forma prácticamente en todas las áreas operativas de la organización y, al mismo tiempo, esas áreas influyen en la función de compras.

El seguimiento y control es parte vital en el proceso de compras, así como a planeación y los indicadores los cuales hacen del área de compras un proceso más efectivo.

La planeación y programación de compras sirve para: evitar demoras, optimizar costos, controlar la calidad y los inventarios

Recomendaciones

Es recomendable realizar una escogencia adecuado de los proveedores de servicios para tener un mejor abanico de opciones para realizar las compras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Jacobs, C. (2018). *Administración De Operaciones* (15.^a ed.). McGraw-Hill.

Pérez Montón, F. J. (2017). Gestión de compras en el pequeño comercio: MF2106_2. EditorialCEP,S.L.<https://elibro.net/es/ereader/ulatinacr/51189?>

APÉNDICES

BANCO DE PREGUNTAS

Ejemplo:

1	Funcion del aprovisionamiento. El aprovisionamiento se basa en:
@	La respuesta se localiza en el módulo 1, lectura 2 página 19
*A.	Gestion de compra
B.	Cumplimientos de requerimientos de calidad
*C.	Almacenamiento de materiales
D.	Stock
*E.	Transportes de los productos

2	¿Cuales son las razones de una buena política de aprovisionamiento?
@	La respuesta se localiza en el módulo 1, lectura 2 página 20
*A.	Relación Directa con el proveedor
*B.	Porque a la empresa le conviene tener el menor stock de materiales inmovilizados
C.	Para alimentar el plan de comunicación interna
D.	Generar información para nuevos empleados
E.	Por requisitos del mercado

3	Las fases del ciclo de compras corresponden a :
@	La respuesta se localiza en el módulo 1, lectura 2 página 21
*A.	Empresas industriales
*B.	Empresas comerciales
*C.	Empresas de servicios
D.	Empresas sin fines de lucro
E.	Empresas productoras de bienes

4	Cuales son los factores por los cuales se acumulan stocks
@	La respuesta se localiza en el módulo 1, lectura 2 página 26
*A.	Escazes
B.	Expansion
*C.	Economías de escala
*D.	Razones comerciales
E.	Crecimiento

5	Sobre la gestión de almacenes es correcto afirmar que:
@	La respuesta se localiza en el módulo 1, lectura 2 página 28
*A.	El almacén como parte del proceso logístico de la empresa no aporta beneficio
B.	El almacén como parte del proceso logístico si genera beneficios



C.	La posibilidad de ampliar el almacén lleva asociados costos que no son rentables nunca
D.	La gestión de almacén no debería de existir, ya no suma valor
E.	El almacén existe gracias a la posibilidad del lapso de consumo de un elemento material

6	3 variables Internas que influyen en el ciclo de aprovisionamiento son:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:21
*A	Realización del pedido
B	Análisis de las ofertas del mercado
C	Pago
*D	Recepción y verificación de pedido
*E	Selección del proveedor

7	2 variables Externas que influyen en el ciclo de aprovisionamiento son:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:22
A	Análisis de la oferta de mercado
B	Recepción y comprobación de lectura
C	recepción de los boletines
*D	Pago
E	Análisis del mercado

8	El análisis de las ofertas de mercado consiste en:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:22
A	Calculo el costo de cada artículo y repartir los elementos comunes.
B	Marcar un plazo máximo en función de la urgencia del pedido
*C	Valorar los aportes, financiación que da, balances, descuentos, bonificaciones.
D	Documentos internos generados por los usuarios de los materiales en la empresa que los dirigen al departamento de aprovisionamiento para iniciar compra
E	Figurar todos los extremos que se consideren de interés y que hayan sido contratados.

9	Cuando hablamos sobre la realización del pedido, este consiste en:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:22
A	Calculo el costo de cada artículo y repartir los elementos comunes.
B	Marcar un plazo máximo en función de la urgencia del pedido
C	Valorar los aportes, financiación que da, balances, descuentos, bonificaciones.
D	Documentos internos generados por los usuarios de los materiales en la empresa que los dirigen al departamento de aprovisionamiento para iniciar compra
*E	Figurar todos los extremos que se consideren de interés y que hayan sido contratados.



10	Cuando hablamos sobre el seguimiento del pedido y oferta, este consiste en:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:22
A	Calculo el costo de cada artículo y repartir los elementos comunes.
*B	Marcar un plazo máximo en función de la urgencia del pedido
C	Valorar los aportes, financiación que da, balances, descuentos, bonificaciones.
D	Documentos internos generados por los usuarios de los materiales en la empresa que los dirigen al departamento de aprovisionamiento para iniciar compra
E	Figurar todos los extremos que se consideren de interés y que hayan sido contratados.

11	Cuando hablamos sobre el seguimiento del pedido y oferta, este consiste en:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:22
A	Calculo el costo de cada artículo que habrá que repartir proporcionalmente en los elementos comunes.
*B	Marcar un plazo máximo en función de la urgencia del pedido
C	Valorar los aportes, financiación que da, balances, descuentos, bonificaciones.
D	Documentos internos generados por los usuarios de los materiales en la empresa que los dirigen al departamento de aprovisionamiento para iniciar compra
E	Figurar todos los extremos que se consideren de interés y que hayan sido contratados.

12	Con referencia a los boletines, estos consisten en:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:22
A	Calculo el costo de cada artículo que habrá que repartir proporcionalmente en los elementos comunes.
B	Marcar un plazo máximo en función de la urgencia del pedido
C	Valorar los aportes, financiación que da, balances, descuentos, bonificaciones.
*D	Documentos internos generados por los usuarios de los materiales en la empresa que los dirigen al departamento de aprovisionamiento para iniciar compra
E	Figurar todos los extremos que se consideren de interés y que hayan sido contratados.

13	Identifique el concepto de stock:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:24
A	Cantidad de productos ofrecido por los proveedores
B	Es la variedad de artículos de una misma clase que una empresa ofrece a sus clientes
C	El espacio determinado en la empresa para colocar productos
*D	Es la cantidad de mercancías depositadas, tanto en los almacenes como en la superficie de ventas
E	Cantidad de pedidos en oferta de catálogos del proveedor

14	Identifique el concepto de surtido:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:24
A	Cantidad de productos ofrecido por los proveedores

*B	Es la variedad de artículos de una misma clase que una empresa ofrece a sus clientes
C	El espacio determinado en la empresa para colocar productos
D	Es la cantidad de mercancías depositadas, tanto en los almacenes como en la superficie de ventas
E	Cantidad de pedidos en oferta de catálogos del proveedor

15	Identifique el concepto de surtido:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:24
A	Cantidad de productos ofrecido por los proveedores
*B	Es la variedad de artículos de una misma clase que una empresa ofrece a sus clientes
C	El espacio determinado en la empresa para colocar productos
D	Es la cantidad de mercancías depositadas, tanto en los almacenes como en la superficie de ventas
E	Cantidad de pedidos en oferta de catálogos del proveedor

16	Entre los indicadores de gestión, el índice de cobertura consiste en:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:38
A	Se calcula como todas las salidas sobre las existencias medias.
*B	Mide el número de días que permiten cubrir las existencias disponibles en cada momento.
C	Es la sumatoria de la multiplicación de la cantidad no suministrada por el costo unitario en almacén
D	Es el grado de ocupación de los recursos que se dispone
E	Es el total de entregas perfectas considerando el total de entregas.

17	Entre los indicadores de gestión, el índice de entregas perfectas consiste en:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:38
A	Se calcula como todas las salidas sobre las existencias medias.
B	Mide el número de días que permiten cubrir las existencias disponibles en cada momento.
C	Es la sumatoria de la multiplicación de la cantidad no suministrada por el costo unitario en almacén
D	Es el grado de ocupación de los recursos que se dispone
*E	Es el total de entregas perfectas considerando el total de entregas.

18	Entre los indicadores de gestión, el índice de utilidad consiste en:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:38
*A	Se calcula como las existencias medias sobre la capacidad
B	Mide el número de días que permiten cubrir las existencias disponibles en cada momento.
C	Es la sumatoria de la multiplicación de la cantidad no suministrada por el costo unitario en almacén
D	Es el grado de ocupación de los recursos que se dispone

E	Es el total de entregas perfectas considerando el total de entregas.
----------	---

19	Entre los indicadores de gestión, el índice de rotura de stock consiste en:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:38
A	Se calcula como las existencias medias sobre la capacidad
B	Mide el número de días que permiten cubrir las existencias disponibles en cada momento.
*C	Es la sumatoria de la multiplicación de la cantidad no suministrada por el costo unitario en almacén
D	Es el grado de ocupación de los recursos que se dispone
E	Es el total de entregas perfectas considerando el total de entregas.

20	Entre los indicadores de gestión, el índice de entregas perfectas consiste en:
@	La Respuesta se encuentra en el módulo 1, lectura 2 página:38
A	Se calcula como todas las salidas sobre las existencias medias.
B	Mide el número de días que permiten cubrir las existencias disponibles en cada momento.
C	Es la sumatoria de la multiplicación de la cantidad no suministrada por el costo unitario en almacén
D	Es el grado de ocupación de los recursos que se dispone
*E	Es el total de entregas perfectas considerando el total de entregas.

