

ESTRATEGIA PARA LA SISTEMATIZACION DE LA GESTIÓN DE PROVEEDORES

KATHERIN DIAZ CABALLERO
BRENDA MORALES PADILLA

Trabajo de Investigación de Especialistas en Gerencia e Innovación

Tutores
Jesús García Guiliany
Magda Monsalve Peláez

RESUMEN

Los proveedores externos en una organización tienen la funcionalidad de suministrarle a las compañías los productos y servicios que necesitan para cumplir con sus actividades principales y secundarias, por lo cual se consideran un elemento vital y de gran importancia ya que repercute en gran medida en la competitividad de la empresa y en muchos casos su influencia se ve reflejado en el valor agregado o diferenciador que una entidad puede ofrecer. Los canales de comunicaciones establecida con los proveedores deben ser de doble vía y debe caracterizarse por ser de alto alcance y cobertura, además de ser eficaces y confiables, es decir deben contar con toda la información necesaria para que una relación comercial llegue a feliz término y tanto emisor como receptor cuenten con elementos de juicio que permitan establecer negociaciones transparentes y justas que representen beneficios mutuos, entre los cuales podemos destacar, las condiciones para la presentación de las ofertas, formas de pago, fechas de entrega, garantías entre otras, además

siempre debe asegurarse la protección de datos personales del ofertante los cuales son regulados por la ley. Los principales usuarios de esta información son los funcionarios encargados de las compras de una empresa los cuales deben administrarla, analizarla y tomar decisiones en pro del éxito de las organizaciones y el mejoramiento de sus indicadores de gestión, las grandes empresas se caracterizan por organizar a estos funcionarios en un departamento centralizado especializado en compras, para los cuales las relaciones con los proveedores son su principal herramienta de trabajo, ya que son la materia prima para la generación de estrategias competitivas que les permitan ir a la vanguardia del mercado.

Para el caso de las universidades en Colombia, se ha convertido en una necesidad ser reconocidas como prestadoras de educación de alta calidad, además de desarrollar estrategias de responsabilidad social que beneficien a sus partes interesadas tales como los proveedores los cuales se convierten en socios de negocios para el alcance de sus metas, esto no solo representa un reto académico, si no también administrativo que requiere de un compromiso de mejoramiento continuo, por tal motivo la comunicación y retroalimentación con sus partes interesadas toma más relevancia si se quiere no solo obtener si no garantizar la sostenibilidad de las acreditaciones y reconocimiento que obtienen estas entidades educativas.

Para el caso de la universidad Simón Bolívar con sede principal en la ciudad de Barranquilla y sucursal en Cúcuta innovar en los canales de comunicación electrónico con sus proveedores lo equipara con un recurso tecnológico que agilizará el proceso de adquisición de productos y servicios, la divulgación de ofertas y licitaciones, órdenes y

contratos vigentes, programación de pagos, certificaciones, actualización de documentos, registro de proveedores, quejas y reclamos entre otros. Esta mejora no solo le permitirá igualarse a las otras entidades educativas acreditadas que cuentan en su mayoría con este recurso si no que mejorara en la calidad de los servicios que ofrece la oficina de compras y suministros la cual es parte esencial en la administración de la universidad.

Objetivo General

Definir una estrategia de sistematización de la gestión de proveedores en la oficina de compras de la Universidad Simón Bolívar que permita aumentar la efectividad del proceso de adquisición de bienes y servicios.

Objetivo Especifico

Analizar las diferentes alternativas existentes en el mercado para escoger la solución que más se adapte a las necesidades de la Universidad Simón Bolívar.

Presentar un plan de acción teniendo en cuenta los diferentes procesos que interactúan con la oficina de compras para la implementación de la estrategia de sistematización seleccionada.

Materiales y Métodos:

Las siguientes son soluciones tecnológicas que ayudarían a mejorar la comunicación con los proveedores:

- Portal de proveedor en la página web Institucional.
- Aplicación APP en los dispositivos móvil.
- Notificaciones a través de mensajes de textos, whatsapp a los dispositivos móviles

Resultados:

Para seleccionar la herramienta de solución se seleccionó un instrumento tipo cuestionario enviado a 5 proveedores y 5 funcionarios administrativos obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 3. Alternativas de solución

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ALTERNATIVA 1	ALTERNATIVA 2	ALTERNATIVA 3
	Portal de proveedor en la página web Institucional.	Aplicación APP en los dispositivos móvil.	Notificaciones a través de mensajes de textos, whatsapp a los dispositivos móviles.
CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO DE INFORMACIÓN	8	2	0
MEJOR HERRAMIENTA PARA INTEGRACIÓN CON SOFTWARE SEVEN	7	1	2
ACCESIBILIDAD DE LA HERRAMIENTA	3	4	3

Alternativa 1. Portal de proveedor en la página web institucional.

Conclusiones:

En la Universidad Simón Bolívar el proceso de gestión de proveedores necesita herramientas que permitan mejorar la comunicación con los proveedores, es por esto que se escoge la alternativa de solución (Portal de proveedores), la cual permitirá tener a la mano y en tiempo real toda la información que sea de su interés, desde el registro en línea hasta la evaluación de sus servicios. Esta herramienta aportaría un valor agregado al proceso de Compras y Suministros ya que sistematizara y automatizara el proceso, debido a que con el crecimiento que tiene la Universidad y la demanda de necesidades para satisfacer las partes interesadas el proceso exige tiempo de respuestas ágiles para lo cual es necesario el apoyo de la cadena de suministro y de esta manera se hace indispensable mejorar los canales de comunicación, que además de tener buena capacidad y accesibilidad, permitan integrarse con nuestro software administrativo y contable

Palabras clave:

Proveedores, partes interesadas, compras, universidades acreditadas.

ABSTRACT

External suppliers which are part of an organization have the functionality to provide products and services to companies that need to fulfill their main and secondary dairy activities, which is why they are considered as a vital and important element that greatly impacts competitiveness of the company and in many cases its influence is reflected in the added value or differentiator that an entity can offer. The communication channels established with the suppliers must be two-way and must be characterized as being of high

scope and coverage, in addition to being effective and reliable, it means that they must have all the necessary information so that a commercial relationship can reach a successful conclusion and either sender or receiver have elements of judgment that allow to establish transparent and fair negotiations that represent mutual benefits, among which we can highlight, the conditions for the presentation of offers, payment methods, delivery dates, guarantees among others, also always the protection of personal data of the people who propose offers which are regulated by the law.

REFERENCIAS

1. Garnet, (2019) ¿Que es un portal web? Recuperado <https://www.liferay.com/es/resources/1/web-portal>
2. Gutiérrez. A (2019) ¿Que es un app y como descargarla? Recuperado <https://www.aboutespanol.com/que-es-una-app-y-como-descargarlas-3507717>
3. Steup.M. (2019). WhatsApp Business API: ¿qué son las notificaciones? Recuperado <https://www.messengerpeople.com/es/whatsapp-que-son-notificaciones/>
4. Johson.F, Leenders.M, Flyn.A.(2012) *Administración de compras y abastecimiento*. New York: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. Ebooks7-24 <https://ezproxy.unisimon.edu.co:2217/?il=286>
5. Pinto. S (2016) *Los Procesos de Compra y la Negociación con los Proveedores*. Madrid.
 - a. F.C Editorial <https://ebookcentral.proquest.com/lib/alianzalogisticadelcaribesp/detail.action?docID=4849807&query=Los+Procesos+de+Compra+y+la+Negociaci%C3%B3n+con+los+Proveedores>.