

**ANALISIS DE CASO EVALUACION Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE
ARTICULOS DE ASEO EN UNIVERSIDADES**

**AUTOR
WILSON ANDRES CASTILLO OSPINA**

**Artículo Trabajo Final del programa de Especialización en Gerencia Logística
Integral**

Administrador de Empresas
U9500930@unimilitar.edu.co



La U
acreditada
para todos

**ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA LOGISTICA INTEGRAL
UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE INGENIERÍA
JUNIO, 2019**

ANALISIS DE EVALUACION Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE ARTICULOS DE ASEO EN UNIVERSIDADES

CASE ANALYSIS EVALUATION AND SELECTION OF SUPPLIERS OF TOILET ARTICLES IN UNIVERSITIES

WILSON ANDRES CASTILLO OSPINA

Administrador de Empresas
Wiancaos22@gmail.com

RESUMEN:

La selección de proveedores es una de las mejores prácticas en las organizaciones hoy en día, con el fin de garantizar el aseguramiento de la compra en los mejores criterios de negociación, dado el riesgo de contratación con proveedores que no brinden el respaldo suficiente en relación con la compra. Así mismo la importancia de hacer seguimiento al valor aportado por la compra en el transcurso de tiempo esperado, criterios como cumplimiento en tiempo de entrega, calidad de producto, entrega de cantidades acordadas, así como el soporte en caso de cualquier reacción no contemplada.

En la presente publicación buscamos evaluar de la mejor manera el método multicriterio por el cual se aporte a la mejora del sistema de selección y evaluación de proveedores, para esto es importante tener en cuenta.

Palabras clave: Selección de proveedores, evaluación de proveedores, compra, seguimiento.

ABSTRACT

The selection of suppliers is one of the best practices in organizations today, in order to ensure the assurance of the purchase in the best negotiation criteria, given the risk of contracting with suppliers that do not provide sufficient support in relation to the purchase. Likewise, the importance of following up on the value contributed by the purchase in the course of the expected time, criteria such as delivery time compliance, product quality, delivery of agreed amounts, as well as support in case of any reaction not contemplated.

In the present publication we seek to evaluate in the best way the multicriteria method by which it contributes to the improvement of the system of selection and evaluation of suppliers, for this it is important to take into account.

Key words: Selection of suppliers, evaluation of suppliers, purchase, follow-up.

INTRODUCCION

En la actualidad las organizaciones se enfrentan a altos niveles de competitividad, por consiguiente, para lo cual se requiere satisfacer las necesidades de sus clientes,[1] “todas las universidades para mantener un buen nivel de servicio e imagen corporativa cuidan mucho la imagen de su planta física”, todas las universidades para mantener un buen nivel de servicio e imagen corporativa cuidan mucho de su planta física con el fin de mantener los estándares de limpieza de acuerdo con su estatus en el mercado.

Dentro de los problemas de la selección se encuentra la falta de conocimiento en la oferta de productos de aseo, tiempo de verificación de información del proveedor en relación con las exigencias en documentación en relación comercial y verificación de permisos para la distribución de productos químicos; así como el tiempo que lleva conseguir proveedores con precios más competitivos en el mercado [8].

Las empresas educativas cuentan hoy por hoy con procesos internos que buscan focalizar en la gestión de operaciones la garantía del uso óptimo de elementos de aseo, dicha selección es realizada por personas especializadas en aseo, en acompañamiento a estas personas especializadas es importante el acompañamiento del área de compras [3].

Dentro de los problemas de evaluación encontramos la falta de seguimiento de la calidad del producto, demoras en entrega de la mercancía, la reincidencia en desperfectos de fabricación y cantidades incompletas en este caso se considera el impacto que le genera a las universidades los incumplimientos y que tratamiento darle al proveedor [7].

El área de compras en las universidades, así como en todas las organizaciones busca garantizar el control logístico en relación con tiempo de entrega de adquisición de productos y la reducción del costo operacional dado por el poder de negociación, se tiene en cuenta que la universidad como cliente es muy importante para algunos

proveedores, así como para otros no, dados los montos de compra y la importancia del proveedor [11].

La calidad de los productos requeridos por el área de aseo es sin duda uno de los temas más importantes en las organizaciones ya que con estos se logra medir una parte fundamental del nivel de servicio, y así mismo permite medir la eficiencia del proveedor en varios criterios [4].

Dentro de la medición de la selección de proveedores de aseo en las universidades se miden criterios como; acreditación del proveedor, precio, calidad de producto, dadas pruebas previas, así mismo en la selección se manejan criterios como tiempo de entrega, cantidades entregadas y calidad en el momento de entrega y posventa; La importancia que tienen estos proveedores es alta ya que en la cadena de suministro la cantidad de compra de la línea de aseo es de las más altas [10].

1.METODOLOGIA DE TRABAJO

1.1 Solicitud de compra en selección

Todo parte de una necesidad de compra por parte de la jefatura de aseo en la que se indaga sobre la calidad del producto a cotizar y se coordina las pruebas necesarias con el fin de tener la seguridad que es el producto adecuado; después de seleccionado el producto y si es el único proveedor que lo vende (productores) se procede a trámite de registro de proveedores, si no se procede a cotizar con las empresas comercializadoras de estos productos.

1.1.2Análisis de propuestas en selección

Se realiza la selección del proveedor teniendo en cuenta varios criterios establecidos por la Universidad estos criterios aplican dentro del modelo multicriterio este nos habla

de los criterios utilizados y las ponderaciones definidas en la valoración de interpretación por parte de la universidad en la cual “5” es la nota más alta y “1” la más baja. (tabla1) [2]

Tabla 1: Criterios para la selección de proveedores

CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES					
Criterio	Descripción	Peso	Valoración / Interpretación		
			Bueno (5.0)	Regular (3.0)	Malo (1.0)
Acreditación del proveedor	El proveedor dispone de una amplia trayectoria comercial que le permite a la Universidad depositar su confianza él.	30%	Suficientes referencias comerciales y amplio reconocimiento en el mercado.	Trayectoria poco reconocida en el mercado.	Referencias comerciales poco confiables.
Calidad del producto/servicio	Mide el conjunto de características inherentes o explícitas de productos y servicios.	30%	Cumple con todas las expectativas y necesidades relacionadas con las características del producto o servicio.	Cumple con algunas expectativas y necesidades relacionadas con las características del producto o servicio.	El producto no cumple con las expectativas y necesidades relacionadas con las características del producto o servicio.
Precio	Mide el precio ofrecido frente a la competencia.	15%	El precio es favorable frente a la competencia.	El precio es igual a la competencia.	El precio es alto frente a la competencia.
Tiempo de entrega	Mide la oportunidad en la entrega del producto o prestación del servicio.	15%	El tiempo de entrega es menor en comparación con otros proveedores.	El tiempo de entrega es similar en comparación con otros proveedores.	El tiempo de entrega es superior en comparación con otros proveedores.
Garantía y Servicio Posventa	Mide el tiempo de respuesta ofrecido para atender garantías, capacitación y mantenimiento.	10%	El proveedor ofrece garantía directa y afianza por diferentes medios la garantía. Además ofrece esfuerzos adicionales con servicio postventa.	El proveedor ofrece garantía directa con el fabricante y servicio posventa con baja periodicidad.	El proveedor no ofrece garantía del producto o servicio y no ofrece servicio postventa.

Fuente: Elaboración propia

1.1.3 Requisitos legales en selección

Si la compra es evidente dado que este proveedor gano la licitación, para la legalización de la selección de proveedores de productos de aseo en la universidad, existen unos requisitos mínimos legales que están inmersos en la normatividad colombiano como lo son el documento Cámara y Comercio que certifica la legalidad de constitución de la empresa, RUT y formato de registro interno de proveedores, estos documentos acompañados de la verificación legal ante la página de la contraloría y la OFAC que es la oficina de control de activos extranjeros de Estados Unidos en la cual se registran las organizaciones que están vinculadas a procesos relacionados al terrorismo y narcotráfico en el mundo sirven para la verificación y creación de confianza ya que nos indican si estos proveedores tienen investigaciones de actos no

lícitos y de temas legales que puedan perjudicar la buena imagen de la Universidad.[1,7,]

1.2 Evaluación de proveedores

Periódicamente las Universidades aplican una evaluación a todos los proveedores de artículos de aseo, (Tabla 2) Sistema de Gestión de Calidad. Mediante este mecanismo se busca medir su desempeño e identificar las oportunidades de mejora encaminadas a fortalecer las relaciones comerciales. En la interpretación de las variables para la evaluación de proveedores que inciden en cada criterio calificado, cada macroproceso puede determinar qué significa ese criterio al interior del propio macroproceso, de tal manera que cada uno valore los criterios de acuerdo con las necesidades, dando autonomía para precisar la interpretación bajo una misma directriz. Los criterios para evaluar los proveedores son los siguientes [7,10].

Tabla 2: Criterios de evaluación

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DE PROVEEDORES					
Criterio	Descripción	Peso	Valoración / Interpretación		
			Bueno (5.0)	Regular (3.0)	Malo (1.0)
Acreditación del proveedor	El proveedor dispone de una amplia trayectoria comercial que le permite a la Universidad depositar su confianza en él.	30%	Suficientes referencias comerciales y amplio reconocimiento en el mercado.	Trayectoria poco reconocida en el mercado.	Referencias comerciales poco confiables.
Calidad del producto/servicio	Mide el conjunto de características inherentes o explícitas de productos y servicios.	30%	Cumple con todas las expectativas y necesidades relacionadas con las características del producto o servicio.	Cumple con algunas expectativas y necesidades relacionadas con las características del producto o servicio.	El producto no cumple con las expectativas y necesidades relacionadas con las características del producto o servicio.
Tiempo de entrega	Mide la oportunidad en la entrega del producto o prestación del servicio.	30%	El proveedor cumple con las entregas en las que se ha comprometido.	El proveedor ha incumplido con las entregas presentando retrasos entre 1 y 3 días después de lo pactado.	El proveedor ha incumplido con las entregas presentando retrasos de más de 4 días.
Garantía y Servicio Posventa	Mide el tiempo de respuesta a las solicitudes realizadas, una vez recibido el producto o servicio en lo referente a garantía, capacitación y mantenimiento.	10%	El proveedor ofrece garantía directa con su empresa y afianza por diferentes medios la garantía del producto o servicio. Además proporciona esfuerzos adicionales como parte del servicio postventa	El proveedor ofrece garantía directa con el fabricante y servicio posventa con baja periodicidad.	El proveedor no ofrece garantía del producto o servicio y no ofrece servicio postventa.

Fuente: Elaboración propia

1.2.1. Indicadores de evaluación

Los indicadores sirven para evaluar la eficiencia de los procesos y dar seguimiento a los compromisos establecidos en las negociaciones teniendo en cuenta los tiempos de entrega y las condiciones físicas que debe mantener el producto. [5,10](figura 1)

Figura 1 Indicador de entregas.

96%										
MES:	mar-19									
FECHA PEDIDO	# PEDIDO	PROVEEDOR	FECHA VENCIMIENTO	FECHA ENTREGA	REGISTRO DE INCONFORMIDADES			0 = no hay inconformidad 1 = el pedido presenta alguna inconformidad		
					OPORTUNIDAD (entrega a tiempo)	CANTIDAD (sin faltantes)	CALIDAD (Estado)			
15/02/2019	25595	LUZ MILA MARTINEZ JIMENEZ	21/03/2019	21/03/2019	0	0	1	1		
18/02/2019	25676	BRILLO INSTITUCIONAL SAS	18/03/2019	14/03/2019	0	0	0	0		
18/02/2019	25674	BRILLO INSTITUCIONAL SAS	4/03/2019	1/03/2019	0	0	0	0		
18/02/2019	25661	EMPAQUES BOLSAS HOGAR MULTIUSOS SAS	4/03/2019	4/03/2019	0	0	0	0		
25/02/2019	25880	NALSANI S.A.S	11/03/2019	7/03/2019	0	0	0	0		
25/02/2019	25873	CLEAN SERVICE R&R LTDA	4/03/2019	5/03/2019	0	0	0	0		
27/02/2019	26022	BRILLO INSTITUCIONAL SAS	4/03/2019	28/02/2019	0	0	0	0		
28/02/2019	26123	BRILLO INSTITUCIONAL SAS	6/03/2019	12/03/2019	0	0	0	0		

Fuente: Elaboración propia

2. Resultados

2.1 Competitividad de los proveedores:

Las universidades evidencian la importancia de la medición de competitividad de los proveedores de acuerdo con los criterios establecidos para medir el desempeño. (Tabla 2), El proceso encargado de realizar la compra esta obligado a realizar el análisis de evaluación en los términos ya establecidos, analizando la interpretación[4]; en caso que salga aprobada la evaluación significa la continuidad de las relaciones comerciales, en el caso que la interpretación sea que se debe aplicar reevaluación quiere decir que la relación comercial tiene continuidad solo sí el proveedor adquiere unos compromisos en relación a los errores cometidos, si esta por debajo de 3.5 esta

ponderación se le informa al proveedor la no prolongación del vínculo comercial. (Tabla 3)

Tabla 3: Valoración resultados de evaluación.

Resultado	Puntaje obtenido	Interpretación
Satisfactorio	≥ 4.1	Aprobado
Aceptable	Entre 3.6 y 4.0	Se debe aplicar reevaluación
Insatisfactorio	≤ 3.5	Se debe aplicar reevaluación

Fuente: Elaboración propia

El proceso de compras es determinante para la correcta adquisición de los artículos ya que esto fundamental para identificar y justificar el valor total de recursos requeridos por la entidad para compras y contratación, como referente inicial para evaluar el nivel de ejecución del presupuesto, para pronosticar la demanda de bienes y servicios de la entidad durante el año referido en un plan de compras en el cual están establecidos los tiempos de realización de solicitudes así mismo fecha de entrega teniendo en cuenta el presupuesto asignado para el año. [6].

Las universidades se ven enfrentadas al sistema de evaluación de la calidad por parte de los estudiantes, que busca garantizar la eficacia de la variedad de servicios que ofrecen en las distintas áreas, con el fin de garantizar satisfacción en sus resultados es un reto para ellos fortalecer las áreas que aportan valor y son fundamentales para garantizar una experiencia satisfactoria por sus clientes bien sean internos o externos, esto contribuye a el fortalecimiento de las áreas de aseo y compras[10].

2.2 Actividades de validación con el proveedor:

El líder del proceso debe revisar la pertinencia de realizar visitas a las instalaciones del proveedor con el fin de confirmar la idoneidad del proveedor para ser seleccionado, dependiendo del producto o servicio a comprar. En los casos en los que la visita sea

un factor determinante para definir el inicio o la continuidad de las relaciones comerciales o existan condiciones legales que lo exijan, se debe realizar y dejar registro de esta. Para realizar visitas a las instalaciones de los proveedores se deben contemplar aspectos que permitan recoger datos para tomar decisiones [9]

- Criterios a tener en cuenta para decidir los proveedores que requieren visitas
- Periodicidad de las visitas
- Criterios para evaluar en las visitas
- Informe de resultados
- Actividades de control y seguimiento a los compromisos pactados

FIGURA 2 Indicador de evaluacion

A. Acreditación del proveedor			B. Calidad del producto/Servicio			C. Tiempo de entrega			D. Garantía y Servicio Postventa		
30%			30%			30%			10%		
Bueno (5 pts)	Regular (3 pts)	Malo (1 pto)	Bueno (5 pts)	Regular (3 pts)	Malo (1 pto)	Bueno (5 pts)	Regular (3 pts)	Malo (1 pto)	Bueno (5 pts)	Regular (3 pts)	Malo (1 pto)
X			X				X		X		
X			X				X		X		
X			X			X			X		
X			X			X			X		
X			X			X			X		
X			X				X		X		
X			X				X		X		

Fuente: Elaboración propia

A los proveedores que no alcancen la calificación de “Satisfactorio” se les realiza retroalimentación sobre los resultados obtenidos en la evaluación y se establecen los compromisos de mejora los cuales serán calificados con base en la experiencia que se tenga en las futuras compras que se realicen.

Los proveedores que no logren superar la calificación de reevaluación esperada serán presentados por el líder de macroproceso ante el Comité de Calidad para establecer los lineamientos a seguir según el estado de la relación comercial existente (fig 2).

El área de compras como promotor de la gestión de proveedores es el encargado de llevar a cabo la selección y evaluación ya que cuenta la cadena información, que permite consolidar la información para generar los indicadores y formatos de gestión.

CONCLUSIONES

El método dimensional proporciona una mayor libertad a la hora de definir los criterios, ya que este cuenta con una selección múltiple de acuerdo con las necesidades de las organizaciones.

Es importante diferenciar los criterios de selección de los de evaluación, ya que su calificación se da en condiciones de tiempo y espacio diferentes aun teniendo en cuenta que pueden llamarse de igual forma, ejemplo calidad en el cual, la calidad para la selección tiene que ver con trayectoria y pruebas de producto; por lo contrario, en la evaluación calidad se refiere a la duración y el mantenimiento de las buenas condiciones del producto.

El empoderamiento de los procesos de selección y evaluación encaminan a garantizar mayores índices de calidad en las universidades, ya que como resultado aporta a la reducción del riesgo de no cumplimiento de labores relacionadas al aseo.

El objetivo del seguimiento al desempeño del proveedor es que el líder del proceso que realiza la compra efectúe un seguimiento permanente a los compromisos pactados con el proveedor, buscando en este seguimiento, confirmar que las acciones pactadas se han tomado y que el desempeño que ha sido calificado como no satisfactorio empiece a mejorar sustancialmente.

Referencias

- [1] Office Of foreign Assets Control, «Sanctions List Search,» 24 06 2019. [En línea]. Available: <https://sanctionssearch.ofac.treas.gov/>.
- [2] L. A. P. ~. F. Y. L. R.-R. 2, «Procedimiento de Evaluación y Selección de Proveedores Basado en el Proceso de Análisis Jerárquico y en un Modelo de Programación Lineal Entera Mixta,» *Revista ingeniería*, pp. 230-251, 2018.
- [3] L. S. M. M. y J. C. O. G. Luz Carime Urbano Guerreroa, «Selección multicriterio de aliado estratégico para la operación,» *ESTUDIOS GERENCIALES*, pp. 35-43, 3 de septiembre de 2015.
- [4] D. N.-G. y D. Ruiz-Muñoz, «Aplicación del benchmarking en la gestión,» *cossMark*, p. 5, 2014.
- [5] J. A. K.-G. Patricio Rubén Alcocer-Quinterosl, «Desempeño integral de los procesos logísticos en una cadena,» *Ingeniería Industrial/ISSN 1815-5936/ Vol XL /No. 1/enero-abril /2019/ p. 78-87*, p. 10, 2018.
- [6] A. M. G.-P. y J. R. O.-R. Vanessa Yanes-Estévez, «La importancia de las redes de comunicación con clientes o proveedores,» *Revista Europea de Dirección*, pp. 39-52, 2012.
- [7] G. d. colombia, «Colombia compra eficiente».
- [8] P. H. A. R. P. A. C. P. ALEX JESÚS RUIZ TORRES, «Modelo de asignación de compras,» *estudios gerenciales Vol. 28 NO. 122*, pp. 29-48, 2012.
- [9] I. L. A. M. GARCIA, KPI LOS INDICADORES CLAVE DEL DESEMPEÑO LOGISTICO, PUBLI LOGISTICA.
- [10] *. Edison Jair Duque Olivaa y Yaneth Diosa Gómezb, «Evolución conceptual de los modelos de medición,» *SUMA DE NEGOCIOS*, pp. 180-191, 2014.
- [11] A. a. I. A. M. Jorge Luis García Alcaraz, «Selección de proveedores basada,» *Contaduría y Administración* 58 (, pp. 249-278, 2013.

