

Diversificación de proveedores mediante la creación de la plataforma “Quiero ser proveedor Alquilería”

Ramírez González, Laura Geraldine

Facultad de Negocios Internacionales

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja

Laura.ramirezg@usantoto.edu.co

RESUMEN

Este artículo de reflexión busca proponer la diversificación de proveedores de la empresa Productos Naturales de la sabana, mediante la creación de una plataforma, que será el reemplazo del canal de recolección actual, con el fin de automatizar y optimizar dicho proceso como también procesos internos en la cadena de producción.

El propósito principal de la plataforma será la recolección efectiva de nuevos proveedores mediante la selección y redireccionamiento automático a los departamentos y las áreas correspondientes

Esta empresa láctea cuenta con el departamento de compras, en el cual, durante la gestión del correo “Quiero ser proveedor alquilería” se evidencian fallas y cuellos de botella en la recolección de nuevos proveedores afectando a varios departamentos. Generando casos con licitaciones incompletas, “proveedor único”, compras con precios elevados, fallas en el servicio o pérdida de oportunidades.

Alquería es un conglomerado que cuenta con varias marcas y productos que aún se encuentran en etapa de crecimiento, posicionamiento y desarrollo, Por lo cual diversificar sus proveedores contribuye directamente al crecimiento y desarrollo de las empresas, pues, asegura un funcionamiento continuo y óptimo. Brindando al final de la cadena, productos de buena calidad, en menor tiempo y con mejores ganancias o posibles precios más competitivos.

Palabras clave: Diversificación, cuellos de botella, proveedores, automatización, redireccionamiento, optimización, competitividad

ABSTRACT

This article proposes the diversification of suppliers of the company Productos Naturales de la Sabana, through the creation of a platform, which will be the replacement of the current collection ways, in order to automate and optimize the process as well as internal processes in the production chain.

The main purpose of the platform will be the effective collection of new suppliers through automatic selection and redirection to the respective departments and areas.

This dairy company has a purchasing department, in which, during the management of the “Quiero ser proveedor Alquería” email, failures and bottlenecks are evident in the collection of new suppliers, affecting several departments. Generating cases with incomplete tenders, “sole supplier”, purchases with high prices, service failures or loss of opportunities.

Alquería is a conglomerate that has different brands and products that are still in the stage of growth, positioning and development. Therefore, diversifying its suppliers directly contributes to the growth and development of companies, as it guarantees continuous and optimal operation. Providing good quality products at the end of the chain, in less time and with better profits or possible more competitive prices.

INTRODUCCIÓN

Productos Naturales de la Sabana es una empresa dedicada al mercado láctico, es un conjunto de 6 empresas de las cuales 4 de ellas ofrecen productos lácteos y las otras 2 apoyan a las anteriores realizando funciones de empaque y transporte. El lema de esta empresa es brindar nutrición a sus clientes mediante sus buenos productos y a nivel interno ser una empresa comprometida sus colaboradores, el trabajo en equipo y sus clientes, por lo tanto, se preocupa por mejorar todos los eslabones de su cadena de producción apoyando además a los agricultores y ganaderos asociados para mejorar sus condiciones laborales, por ende, mejor calidad de la materia prima, garantizando así un producto final con altos estándares.

Gracias a los continuos esfuerzos durante estos 64 años, Alquería se convierte en un conglomerado de 6 empresas llamado “Productos Naturales de la Sabana” compitiendo con los líderes del sector lácteo. Se estima que la empresa cuenta con una red de distribución que atiende a más de 160.000 puntos a nivel nacional, sin embargo, algo claro es que su presencia y posicionamiento en el territorio colombiano es fuerte y estable.

Con fines de mejorar su productividad, agilizar procesos y tener mayor control en las funciones a realizar, cerca al año 2018 Productos Naturales de la Sabana decide inaugurar un nuevo departamento llamado “compras”. Dentro de este departamento se encuentran compras directas y compras indirectas, el departamento de compras se divide en 3 subdepartamentos: Ejecución, Gestión y Negociación.

El departamento necesitaba agilizar y acortar procesos en estas áreas, así que se inicia el trabajo de investigación mediante el apoyo, aprendizaje de funciones y trabajo de campo (observación) en el cual se encuentra que la escasez en el portafolio de proveedores es una problemática que además de afectar al departamento de compras afecta a los demás eslabones de la cadena, pues esta falta de diversificación desencadena en retrasos, errores, cuellos de botella, reprocesos y vacíos que no van de la mano con el cumplimiento del propósito del departamento.

Siendo esta una problemática que lleva mucho tiempo, la empresa crea un correo dedicado a atender las solicitudes de proveedores externos para formar parte de los proveedores de la empresa, sin embargo, mediante la gestión de este, se evidencian problemas con el correo “Quiero_ser_proveedoralquería@alquería.com.co”, pues se pierden correos, se hace uso indebido del mismo, no se redireccionan correos y se pierde-ignora la información.

Es notorio que este proceso requiere mejoras por lo tanto se busca plantear una solución definitiva mediante el desarrollo de un programa que esté al alcance no solo del departamento de compras, sino de todos los departamentos de la empresa.

La plataforma propuesta lleva el nombre de portal “Quiero ser proveedor Alquilería” la cual se encargará de seleccionar, mediante preguntas y filtros, los proveedores correspondientes a cada categoría y departamento, logrando el redireccionamiento asertivo a cada área. Con esto se espera que el índice de recolección de proveedores crezca, teniendo a la vez una base de datos detallada sobre los proveedores disponibles para cada servicio, logrando que la diversificación de este portafolio se lleve a la práctica de manera simple y rápida.

REFLEXIÓN

SECTOR LÁCTEO COLOMBIA

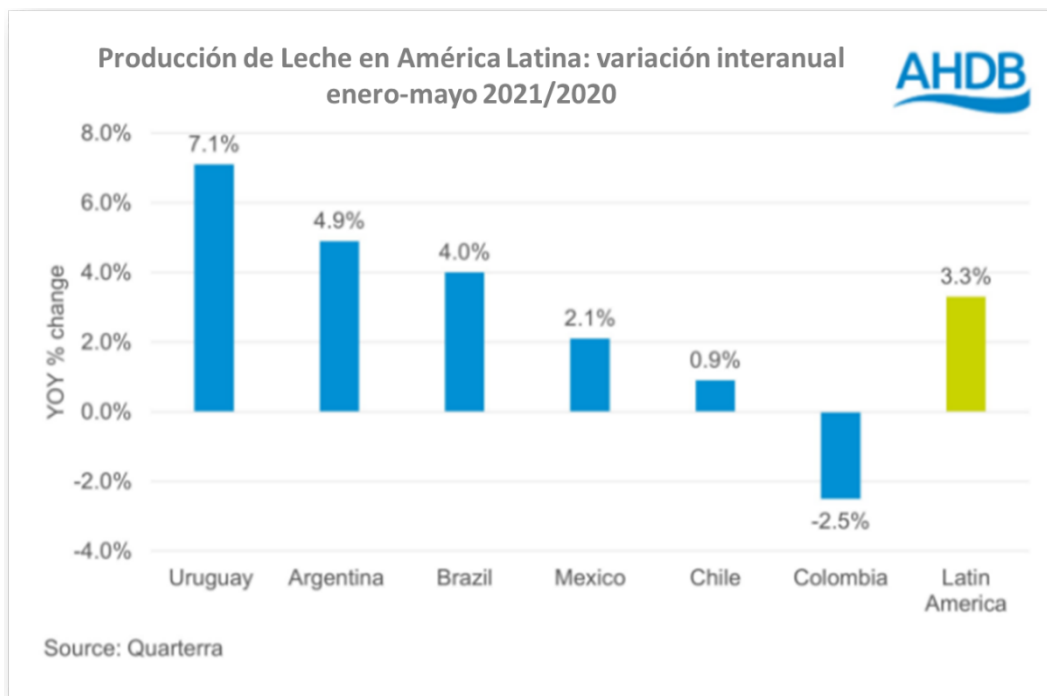
Es una actividad representativa para muchos departamentos de Colombia, en especial Boyacá, Cundinamarca, Antioquia, Atlántico, Caquetá, Cesar, Nariño y Sucre (productiva, 2022)

El mercado lácteo en Colombia es bastante amplio, debido a la gran cantidad de productores lecheros que se encuentran en el territorio nacional, sumado a las condiciones climáticas y el consumo del mercado interno como un producto de la canasta familiar hacen a este sector uno de los más fuertes e importantes del país. Representando el 2,3% del PIB nacional y un 24,3% del PIB agropecuario.

Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MARD, 2021), para el año 2020, en Colombia se contabilizaron 321.000 productores de leche y 7.211 millones de litros de leche cruda producidos. (Commerce, 2021) Sin embargo, luego del 2020 y la pandemia, en este momento el sector lácteo se encuentra en crisis debido al alza en los insumos, la disminución del consumo, alza del precio de los productos al mercado (37%), las ventas según el DANE cayeron 2,8%, 9,4% y 8,3% en octubre, noviembre y diciembre del año 2022, respectivamente.

Actualmente en Colombia cerca del 60% de la producción de leche va a mercados informales, así que a pesar de la buena calidad de la leche y la trayectoria del sector lácteo la producción y las ventas han ido en decadencia, es más comparado con demás países de latino américa hemos retrocedido como país lechero.

Figura 1. *Producción de leche en América Latina: Variación interanual de enero a mayo 2021/2020*



Fuente: Observatorio de la Cadena Láctea Argentina (Dairy, 2021)

Debido a todo esto el gobierno y las empresas se han visto obligadas a implementar estrategias, importar leche en polvo, innovar en productos, impulsar proyectos que ayuden a las empresas a mantenerse en el mercado. Esto es importante debido a que con estas estrategias las empresas y la dinámica del mercado se vuelve más exigente y competitiva, siendo de vital importancia evitar y minimizar al máximo los errores internos de las compañías.

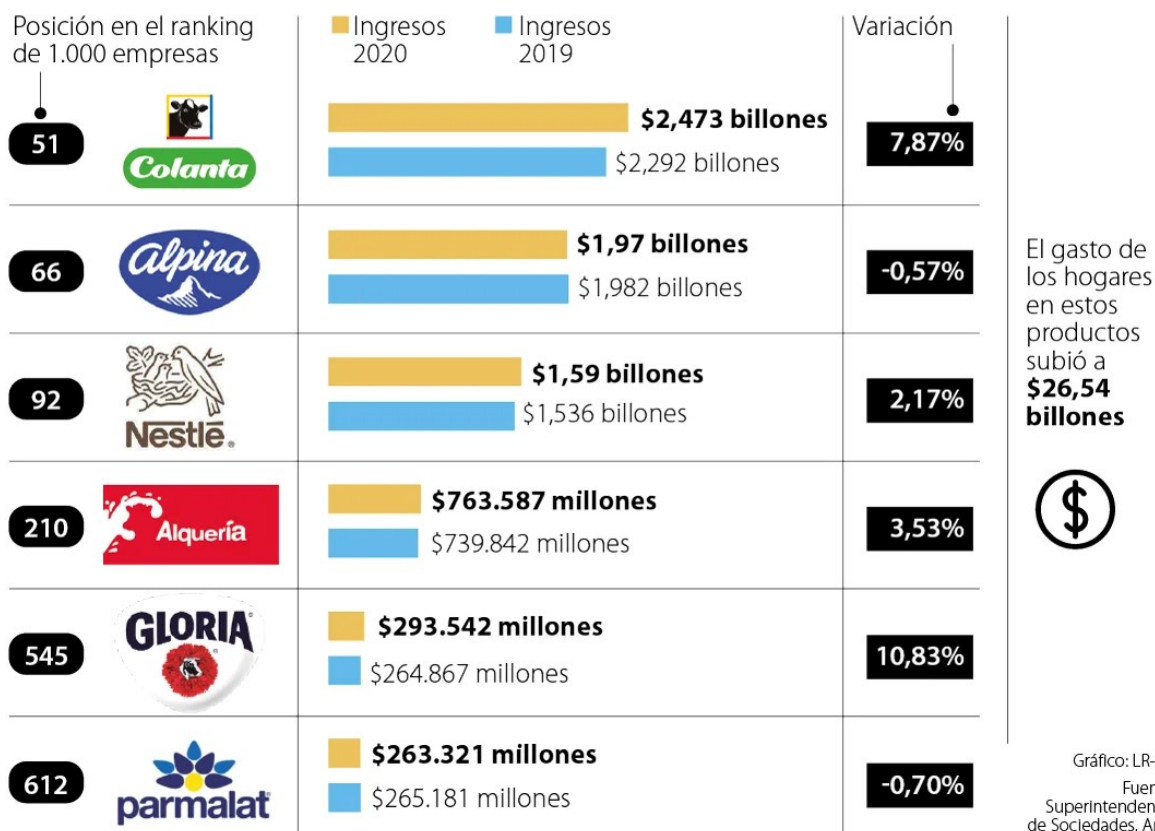
PRINCIPALES COMPETIDORES

Colombia es un país con muchas empresas lácteas, y si bien, hay empresas regionales posicionadas en cada departamento o municipio son 6 grandes empresas las que lideran el mercado nacional, entre esas Alquería, la principal empresa del conglomerado Productos Naturales de la sabana.

Figura 2: Las empresas de lácteos más grandes en 2020

LAS EMPRESAS DE LÁCTEOS MÁS GRANDES EN 2020

TOP DE MAYORES VENTAS



Fuente: La republica “Colanta, Alpina y Nestlé, las empresas de lácteos y derivados más vendedoras de 2020”

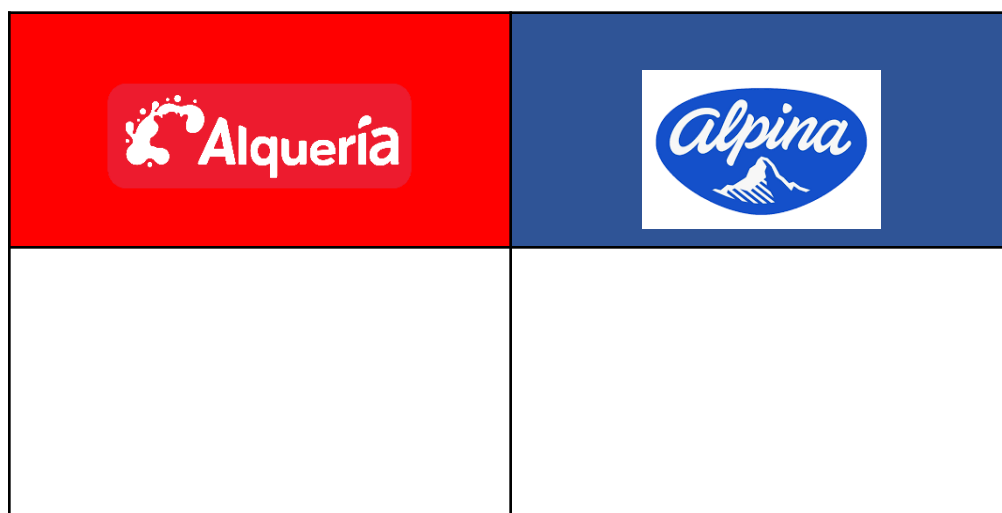
(república, 2021)

En los rankings realizados por diferentes entidades Alquería se encuentra en el 4° puesto de las empresas lácteas, por debajo de Colanta, Alpina y Nestlé en su respectivo orden. Lo cual refleja la trayectoria de la empresa y su posicionamiento en el mercado nacional.

Se evidencia tanto al interior como percepción externa que toma como su principal competidor a Alpina, pues sus productos van a la par en el mercado, es decir, son similares a los ojos del consumidor o alguno de las dos lanzas un producto con las mismas características al poco tiempo después del lanzamiento inicial del producto.

A continuación, se ilustrarán algunos ejemplos. Cabe aclarar que esto no se trata de insinuar copia o competencia desleal, simplemente se utiliza como método de ilustración para demostrar el entorno competitivo en el cual se encuentra la empresa y el por qué se menciona un competidor directo.

Figura 3: *Comparativo productos Alquería-Alpina*





--	--

Fuente: *Elaboración propia*

Debido a los fuertes competidores y las condiciones de este sector en el mercado, es de suma importancia aclarar, que si bien, Alquilería destaca por sus productos accesibles y la sostenibilidad en sus procesos, debe tener presente que optimizar cada eslabón de la cadena es de suma importancia para mantenerse en el mercado o hasta mejorar su posición. Sumado a esto entender que el mercado es sumamente competitivo y que los clientes cada vez se ven más interesados en los nuevos productos y en la responsabilidad y compromiso de una empresa con sus clientes y su entorno.

DIVERSIFICACIÓN DE PROVEEDORES.

Las empresas en su mayoría cuentan con un listado de proveedores específicos para el desarrollo de diferentes funciones al interior de una organización, tanto para la materia prima, como para los servicios, y para los procesos indirectos, es decir, los proveedores de una empresa no son netamente aquellos que brindan la materia prima para desarrollar un producto, sino aquellos que brindan a la empresa sus productos o servicios para el correcto funcionamiento de toda la cadena de producción.

La empresa Productos Naturales de la Sabana cuenta con más de 7 plantas de producción y 21 centros de distribución, por lo cual requiere un esfuerzo articulado entre usuarios (Quién se encarga de supervisar los procesos al interior de la planta para así solicitar los implementos o servicios que se van requiriendo), negociadores (Son los encargados de buscar el bien o servicio requerido por el usuario, asegurando calidad y tiempos requeridos), coordinadores (Son aquellos que posterior a la negociación se encargan de supervisar que el proveedor cumpla con la entrega de acuerdo a las condiciones

negociadas) y los proveedores (Quienes aseguran el bien o servicio y la debida prestación del mismo).

La empresa, si bien, cuenta con lista de proveedores, esta no se encuentra disponible a su totalidad a los colaboradores de la empresa, por lo tanto, la contratación de proveedores se ve reducida a aquellos proveedores de alta concurrencia, dejando a los negociadores una vista sesgada de los proveedores creados en esta empresa, reduciendo así los índices de innovación y competitividad.

En el entorno empresarial las compañías cuentan con un listado de proveedores, esto con el fin de contar, de antemano, con aliados específicos para los diferentes ámbitos requeridos y así asegurar un proceso rápido y con los estándares que requieren para la prestación del servicio. Según la United Nations Economic Commissions for Europe “Tales listas contribuyen a asegurar la calidad de los productos, al requerir que las mercancías sean revisadas y examinadas previamente para evaluar su desempeño y su cumplimiento con las especificaciones requeridas. (Europe, United Nations Economic Commission for, 2012)

Un proceso de diversificación de la lista de proveedores permite a la empresa ampliar sus horizontes hacia una cadena de producción y distribución más eficiente, pues cuenta con más opciones para un proceso de selección y evaluación de los proveedores que intervienen en los casos requeridos, además aseguran estándares más competitivos y de mejor calidad para que un proveedor logre ser seleccionado con regularidad.

Algunos de los mayores riesgos de no contar con una lista de proveedores diversificada son:

Interrupción en el flujo de suministros: pues si el proveedor o los pocos proveedores presentes en el proceso presenta algún problema afectará directamente a la producción de la empresa, por la misma razón debe contar con varios proveedores, mantener relación cercana y periódica para suplir con rapidez y así evitar casos de ausencia de suministros.

Falta de consistencia en la calidad de los productos o el servicio: los proveedores requieren supervisión y estimulación constante por parte de la empresa, pues esto, junto con

la competitividad de los demás proveedores del mismo mercado, impulsan al proveedor a ser constante e ir mejorando sus servicios a lo largo del tiempo.

Costos adicionales: Pues contar con varias ofertas y proveedores disponibles para un servicio permite que se comparen, además de calidad, precios, que dan lugar a mayor número de negociaciones, logrando así un mejor precio final del servicio o bien que se requiere.

POR QUÉ ES NECESARIA LA CREACIÓN DE LA PLATAFORMA:

La siguiente reflexión se realiza según lo observado en cada área y posterior análisis de las diferentes complicaciones o necesidades evidenciadas

- **Apoyo al área de Ejecución – Mercadeo:** Seguimiento a facturación de órdenes de compra y notificación a los proveedores en caso de presentar mora en el pago. Seguimiento a Órdenes de compra. Consiste en llevar un seguimiento a las negociaciones que se realizan en el área de mercadeo para futuras campañas, promociones y demás, en este seguimiento se verificaban: Cumplimiento de las características del producto negociado, fechas de distribución, entrega y cantidades. En este último es donde se logran observar falencias en el eslabón, pues bastantes proveedores no cumplían con las fechas, las cantidades o las características. Al momento de realizar el seguimiento o las observaciones se encontraba que los canales de comunicación con los proveedores eran limitados, pues no se tiene una base de datos en la cual se encuentren distintos contactos con los proveedores, sumado a esto, se vuelve a trabajar con proveedores que han presentado falencias, esto debido en gran parte a que es el proveedor que ya se asoció a la empresa y por temas de tiempo es más “rápido” continuar con el que ya está.

- **Apoyo al área de Negociación – Mantenimiento:** En esta área se brindó apoyo con los casos de compras menores para los mantenimientos requeridos en cualquiera de las plantas de la empresa y dando solución a urgencias presentadas en las mismas. En algunos casos se presentaron casos de urgencia que no eran compras menores y se contaba con un único proveedor, por lo cual, por temas de tiempos se debían aceptar precios por encima del precio de mercado
- **Apoyo al área de Negociación – Repuestos:** En esta categoría se centra gran parte del trabajo de observación y reflexión. Esta categoría se encarga de recibir las solicitudes de repuestos necesitados por parte de los usuarios ya sea para maquinaria o infraestructura. En esta área se observa la carencia de una base de datos sólidos en la empresa en la cual se encuentren los proveedores que prestan dicho servicio, así que en casos de compras que requerían licitación o presentar varias ofertas para ponderar la más indicada o no se completaban las tres ofertas o era único proveedor, o ningún proveedor tenía esto en su catálogo, por lo cual el proveedor en ocasiones cotizaba a un tercero generando aumento de costos en la labor, esto también ocasionando demoras en la solución de los casos asignados
- **Apoyo calificación de proveedores – Negociación-Administrativos:** Esta función consistía en trabajar de la mano con el negociador agendando reuniones con el o los usuarios que hayan estado involucrados con el trabajo del proveedor, evaluarlo y calificarlo según los criterios especificados por la organización, recibidos antes de dicha reunión. En este apoyo se logra evidenciar que en muchas oportunidades los usuarios salen al mercado a buscar nuevos proveedores debido a incumplimientos realizados por el proveedor que se evaluaba, sin embargo, se vincula al proveedor seleccionado y no se oferta la necesidad a más proveedores, creando una monopolización en los servicios, y tendencia a fallas debido a una única oferta

- **Creación de proveedores- Compras:** En este proceso se dio apoyo a todas las categorías de compras (Directas e indirectas), consistía en la solicitud de los documentos que Alquilería requiere para poder crear a una empresa como proveedor, para posterior recolección y verificación de dichos documentos enviados por el proveedor. En este proceso se observa que generalmente después de las negociaciones entra a solicitarse la documentación, que en bastantes casos está vencida o incompleta, retrasando el proceso de creación, por ende, la prestación del servicio. Se observaron casos en los cuales se procedió con creación parcial generando a futuro errores en facturación o la ejecución y seguimiento del servicio.
- **Creación de clientes:** Este proceso consiste en el diligenciamiento de documentos enviados por las empresas que requieren información de la empresa, seguido a esto en envío de documentos de la empresa, para este proceso se cuenta con unas carpetas en drive que se van actualizando mensualmente, se evidenció que esta actualización no se realiza de forma continua, es decir, se actualiza hasta que se haga la solicitud, lo cual podría mejorar planteando una fecha específica de corte con posterior carga a la plataforma para que toda la organización tenga acceso a la documentación actualizada
- **Apoyo y gestión de correo “Quieroserproveedoralqueria@alqueria.com.co”:** El correo Quieroserproveedoralqueria@alqueria.com.co es un correo al cual se dirigen las empresas existentes en el mercado que consideren que su producto, servicio u oferta puede ser de utilidad o beneficio para la empresa, por lo tanto, cada vez que se oferta un servicio a cualquier departamento este dirigen a los posibles proveedores a este correo que es gestionado por el departamento de compras-gestión. Este correo se vincula al (los) correos personales de las personas que lo gestionan. Sin embargo con el pasar del tiempo y solicitudes se observa un cuello de botella enorme, pues la cantidad de correos en ciertas temporadas eran de alto volumen, dificultando el redireccionamiento efectivo de cada correo; muchas de las empresas que ofertaban sus servicios no estaban directamente relacionadas con el departamento de compras, por lo cual se empezaba a averiguar por un voz a

voz o redireccionamiento de departamentos a departamentos, lo cual finalizaba en pérdida de oportunidades de campañas, pérdida de proveedores en el proceso o el archivamiento de la oferta.

Análisis de las diferentes problemáticas

1. Incumplimiento en las entregas por parte de los proveedores. Incumplimientos tales como fechas de entrega, características del producto y errores en las cantidades de los productos, al final del proceso no se retroalimentan las situaciones por parte del departamento con los proveedores.
2. Canales de comunicación limitados, es decir, un solo contacto como opción de comunicación, reclamos y dudas, lo cual dificulta la comunicación, modificaciones y seguimiento que realizan los distintos departamentos de la empresa
3. Se evidencian varios casos en los que se encuentra que el servicio se presenta como “único proveedor” careciendo de ofertas en cuanto a servicios y precios, lo cual disminuye oportunidades de crecimiento hacia una empresa más competitiva y eficiente. Debido a estos “proveedores únicos” los usuarios siguen trabajando con ellos sin importar las fallas e inconvenientes, hasta que el usuario por sí mismo sale a buscar nuevos proveedores y completar las tareas con mayor agilidad y eficientemente

4. Precios por encima del mercado: En negociaciones con algunos proveedores, en casos en los que solicitaban múltiples servicios o repuestos el proveedor no contaba con todo el inventario o personal, por lo tanto, adquiere los servicios con otra empresa del mercado causando que el precio se eleve, sin embargo, debido al tiempo que requiere crear un nuevo proveedor para un caso que ya está requiriendo solución se opta por aceptar precios que no son competitivos

5. Licitaciones con un número menor de ofertas al mínimo establecido por la empresa, de la misma forma ofertas incompletas en las licitaciones, para compras que superan el monto de “compra menor” es necesario realizar un cuadro comparativo. Entre más costoso sea el servicio, más ofertas deberían evaluarse, sin embargo, en casos de la categoría de repuestos se observa que debido a la corta lista de proveedores se tienen pocas opciones para realizar comparativas, además debido a que en varios casos se solicitan más de 3 repuestos hay ocasiones donde solo uno o dos proveedores vinculados con la empresa cuentan con la cantidad suficiente, por lo cual muchos casos fueron solucionados como “Es el proveedor con la mejor oferta ya que cuenta con inventario listo en bodega” limitando el dinamismo y el análisis objetivo de los proveedores y la prestación de su servicio

6. Durante el tiempo de observación se logró ver casos en los cuales no había ningún proveedor vinculado a la empresa que prestara el servicio que se necesitaba, sin embargo, en conjunto con el usuario salen al mercado a buscar proveedores, se encuentran solo dos en el territorio colombiano, debido a la complejidad de la máquina. Es elegido uno de ellos con el precio más accesible, sin embargo, el proveedor comenta que anteriormente había intentado vincularse en repetidas ocasiones por medio del correo habilitado, pero debido a la nula respuesta persiste

7. Carencia de bases de datos de proveedores: Esto se evidencia en varios procesos, por ejemplo, el área de ejecución-mercadeo generalmente tiene un solo contacto para hacer seguimiento a las entregas de las órdenes de compra, así que cuando ese contacto no contesta o se incapacita es muy tedioso y demorado lograr obtener otro contacto para realizar las funciones pertinentes. En casos en los cuales el personal cambia debido a distintos motivos no hay una base de datos oficial en la cual el nuevo encargado pueda llegar a revisar la totalidad de proveedores con su área especificada y datos de contacto, lo cual genera una curva de aprendizaje más lenta, proceso en el cual terminan olvidando y dejando de lado a proveedores ya vinculados con anterioridad.
8. Se crean proveedores de manera parcial, si bien es una solución rápida para los casos que requieren solución urgente, son creaciones que generalmente quedan estancadas y a futuro presentan problemas para temas de facturación, desembolsos, nuevas negociaciones y se ve truncado el proceso y así pasa a ser una “creación urgente” luego de meses de la creación parcial.
9. Manejo y canal de captación de nuevos proveedores, el correo quieroserproveedoralqueria@alqueria.com.co es el medio que la empresa decidió habilitar para gestionar las ofertas de empresas que tienen alguna propuesta para entrar a formar parte de la familia Alquería. El modo en el cual se maneja es que una o dos personas de gestión del departamento de compras vinculan este correo a su correo personal, y según su criterio remiten al proveedor con el área encargada, sin embargo los problemas se presentan en varios casos: Congestión del correo, pues en temporadas como temporada navideña la cantidad de correos era excesiva, lo cual dificultaba la selección de proveedores de alto valor agregado para la empresa, pues al ser un correo a disposición de cualquier persona llegaban correos promocionando todo tipo de negocio, desde corporaciones sumamente importantes hasta emprendimientos de manualidades y rifas. Por otro lado, estaban los correos con invitaciones a campañas o eventos, por ejemplo, de sostenibilidad en las empresas (algo que va muy de la mano con los principios de la empresa) que al no ser del departamento de compras se empieza a redireccionar a otros departamentos y

estos lo devuelven argumentando que va para otro departamento diferente y así sucesivamente, hasta que los plazos terminan o los correos resultan estancados-perdidos en alguna parte de la cadena de comunicación

PLATAFORMA

Observando un problema en común, que es la deficiencia en el portafolio proveedores o fallas con los proveedores actuales, se reflexiona sobre la necesidad de diversificar el portafolio de proveedores mediante una plataforma en la cual los proveedores directamente seleccionen, según la naturaleza de sus servicios y el departamento al cuál se dirige su propuesta, postularse, mediante preguntas que faciliten y den claridad al proveedor, y de esta forma asegurar que será tomado en cuenta para futuros servicios o campañas; por otro lado, los colaboradores al momento de ingresar a la plataforma tendrán una lista enfocada y preseleccionada de los proveedores afines a su campo en el departamento, con posibilidad de diversificar ofertas y precios para así mejorar calidad y tiempos en el trabajo a realizar.

Cabe resaltar que la plataforma no solo será de beneficio para el departamento de compras, sino, para todos los eslabones de la empresa, pues se observa que dicho problema repercute en varios departamentos, por ejemplo, ventas, marketing, sostenibilidad e investigación y desarrollo, entre otros.

La plataforma será llamada “Quiero ser proveedor alquería” que será el remplazo del correo con el mismo nombre, se decide continuar con este para no generar confusiones a los colaboradores y mantener el nombre y la intención inicial que dio la empresa

La plataforma será un portal web que estará abierto al público, para que sea de fácil acceso a los nuevos proveedores, en esta se encontrará una sección habilitada para las empresas que Quieren ser un proveedor Alquilería, al ingresar, la plataforma empezará de forma automática a desplegar opciones mediante las cuales logrará la selección, clasificación y redireccionamiento, según la naturaleza de su servicio al área y/o negociador encargado.

Los negociadores y respectivos departamentos tendrán una sección personal donde encontrarán una lista asertiva de proveedores afines a la categoría de interés, agilizando y haciendo más fácil los procesos, pues allí mismo encontraran información detallada de los servicios de cada proveedor, sumado a esto cabe resaltar que muchas postulaciones llegan de entrada con ofertas o beneficios que pueden ser aprovechadas antes del vencimiento de las mismas.

Esta diversificación también contribuye a contar con servicios más competitivos, brindando solución a varias problemáticas mencionadas anteriormente, como lo son, las fallas en las entregas (tiempo, cantidades y calidad) pues al contar con más opciones se tomarán decisiones más objetivas y así mismo si un proveedor comete una falta, como las mencionadas entrara como un tema a solucionar para ser elegido para futuros trabajos. Se contará con más opciones de precios en los servicios, lo cual mejorará los índices de ahorro y precios competitivos. Adicionalmente contando con una mayor cantidad de proveedores se logrará licitaciones completas y mejor analizadas.

Con la vinculación anticipada de empresas como proveedores se adelantarán labores en las cuales no se encuentran proveedores vinculados para alguna tarea, haciendo el proceso más eficiente. Adicionalmente se reducirán drásticamente los casos en los cuales se tendrá “único proveedor”

En el momento en el que los proveedores ingresen a la plataforma se desplegarán distintas opciones y formularios, en estos formularios se deberán especificar datos de interés entre la empresa y los proveedores, como datos de contacto de distintos departamentos, correos y todos los canales de comunicación que se requieren en el proceso comercial. Seguido a esto, si el proveedor cuenta con los requisitos para ser proveedor alquilería, se designará una sección donde los proveedores cargarán los documentos que se requieren en el proceso de

creación para así tanto agilizar los tiempos de creación como automatizar parte del proceso, quitando algunos procedimientos a la persona encargada de dichas creaciones.

Contar con esta base de datos contribuirá a tener una mejor comunicación con los proveedores, pues los colaboradores tendrás a la mano contactos del proveedor y distintos canales por los cuales comunicarse logrando un seguimiento más efectivo a las órdenes de compra.

Reducirá reprocesos en el transcurso de la creación de proveedores, pues la plataforma contará con espacios donde además de cargar los documentos, señalará las especificaciones que se requieren de cada documento, asegurando así un proceso más ágil. se aprovechará la oportunidad de colaborar con nuevas empresas, contribuyendo también a la continua innovación de la empresa y se reducirá la pérdida de correos y estancamiento de los mismos.

Se logrará tener mayor presencia en campañas e iniciativas, debido a que en el correo inicial llegaban muchas propuestas de eventos, campañas e iniciativas que finalmente no lograban redirigirse al departamento adecuado se perdieron bastantes oportunidades de hacer presencia en esos eventos, que contribuyen a generar una mejor y más sólida imagen empresarial, debido a que los eventos cuentan con un tiempo límite para postulaciones si es dirigido directamente al área encargada se pueden realizar las labores en el tiempo adecuado, asegurando así estas oportunidades

CONCLUSIONES

En un entorno tan competitivo y un sector que se encuentra en un periodo de crisis es de suma importancia para las empresas mantenerse fuertes y vigentes frente al mercado,

mediante el perfeccionamiento o mejora de sus productos, la innovación de los mismos o mejorando su imagen frente a estos.

La diversificación de proveedores aparte de ser beneficiosa se convierte en una necesidad, cuando la empresa está presentando grandes fallas en sus procesos, Alquería es una empresa que ha basado gran parte de su valor agregado a la imagen que tiene frente al mercado como una empresa sostenible y que contribuye con el desarrollo del país, más no por ser la líder del mercado. Para lograr tener un crecimiento el primer paso debería ser revisar errores internos que puedan estar afectando de manera directa o indirecta en la empresa y darle pronta solución.

La plataforma brindará un medio mediante el cuál además de automatizar y optimizar ciertas funciones, se podrá diversificar el portafolio de proveedores de manera mucho más ágil y dinámica, contando con proveedores potenciales, bases de datos, y ofertas de campañas o iniciativas en los departamentos adecuados, contribuyendo así, a mejorar uno de los mayores intereses de la empresa como lo es su imagen corporativa.

Se espera impactar de manera positiva todos los departamentos de la empresa, brindando así oportunidades y ahorrando labores para, de la mano emprender más acciones que contribuyan con el crecimiento de la empresa.

REFERENCIAS

Logistec, (2021, 10 de Febrero) *Diversificación de proveedores. Estrategia clave para asegurar la continuidad frente a una crisis*. Revista logistec

<https://www.revistalogistec.com/scm/inventarios-2/3209-diversificacion-de-proveedores-estrategia-clave-para-asegurar-la-continuidad-frente-a-una-crisis>

Alquería, (s/f) *Historia de Alquería*. Alquería

<https://www.alqueria.com.co/conocenos/nosotros/historia-alqueria>

Alquería, (s/f) *Sostenibilidad*. Alquería

<https://www.alqueria.com.co/sostenibilidad>

Alquería, (s/f) *Conócenos*. Alquería

<https://www.alqueria.com.co/conocenos/nosotros>

Alquería, (s/f) *Bienestar y nutrición*. Alquería

<https://www.alqueria.com.co/blog-nutricion-bienestar>

U. Nations Economic C, (s/f) *Guía de implementación de la facilitación del comercio*.
Unece

<https://tfig.unece.org/SP/contents/qualified-suppliers-products-lists.htm>

Safety C, (2023, 22 de agosto) *Selección de proveedores, encuentre y conserve el proveedor adecuado*. Safety Culture

<https://safetyculture.com/es/temas/seleccion-de-proveedores/>

Semana, (2018, 30 de abril) *Alquería – del abismo al éxito*. Semana

<https://especiales.semana.com/empresas-que-mas-aportan/2017-2018/alqueria.html#:~:text=Alquería%20es%20una%20de%20las,Palmira%2C%20Aguachica%20y%20Santa%20Marta>

Itbid, (s/f), *Los riesgos de una mala gestión de proveedores: Como evitar errores costosos*.
Itbid

<https://itbid.com/blog/los-riesgos-de-una-mala-gestion-de-proveedores-como-evitar-errores-costosos/>

Ialimentos, (2023, 28 de febrero), *Así es la movida de la industria láctea en Colombia*. Revista ialimentos.

<https://www.revistaialimentos.com/es/noticias/el-consumo-de-lacteos-en-colombia-en-el-segundo-trimestre-del-2022>

AHDB, D (2021, 13 de agosto) *América latina: Aumento de la producción*. OCLA

<https://www.ocla.org.ar/noticias/19925914-america-latina-aumento-de-la-produccion>

A. Pinto (2017, septiembre) *Sector lechero en Colombia: potencial desperdiciado*. ANEIA

<https://aneia.uniandes.edu.co/2017/09/sector-lechero-en-colombia-potencial-desperdiciado/>

J. Cifuentes (s/f) *Que es el sector lácteo*. Colombia productiva

<https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/agroindustria/lacteos>

J. Fajardo (2018) *Los desafíos del sector lácteo colombiano*. Portafolio

<https://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/los-desafios-del-sector-lacteo-colombiano-analisis-517662>

Alquería (s/f) *Logo*. Alquería

<https://www.google.com/search?client=opera&q=logo+alqueria&sourceid=opera&ie=UTF-8&oe=UTF-8#vhid=HGXXInpDW5v2nM&vssid=l>

Alpina (s/f) *Logo*. Alpina

https://www.google.com/search?client=opera&hs=wGX&sca_esv=567693071&q=logo+alpina&tbm=isch&chips=q:logo+alpina,g_1:nuevo:Jyc0MqBwlwA%3D&usg=AI4_-kQl_1Z_4UX4sMH5G5wnfscV-nSXmA&sa=X&ved=2ahUKEwiRwZPfk7-BAxXZTDABHeAYA_o4QgIoDKAB6BAgaEBE&biw=1020&bih=470&dpr=1.25

Alquería (s/f) *Fotikids con hojuelas*. Alquería

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.alqueria.com.co%2Fproductos%2Falimento-lacteo-fermentado-con-adiciones%2Ffortikids-con-hojuelas&psig=AOvVaw1zfsZ2jYqDpLaze_wvn05L&ust=1695503734403000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CA4QjRxqFwoTCPjD8e2Uv4EDFQAAAAAdAAAAABAD

Alpina. (s/f) *Bebidas lácteas, Bon yurt*. Alpina

<https://alpina.com/yogurt-y-bebida-lacteos/bon-yurt>

Alquería (s/f) *Arequipe y obleas*. Alquería

<https://www.alqueria.com.co/productos/crema-chantilly-arequipe-y-obleas/arequipe-y-obleas>

Alquería (s/f) *Vasitos cremosos y dulces de arándanos*. Alquería

<https://www.alqueria.com.co/recetas/vasitos-cremosos-y-dulces-de-arandanos>

Alpina. (s/f) *Alpinito fresa*. Alpina

<https://alpina.com/alpinito-fresa-x4-und-vaso-45-g>

Alpina. (s/f) *Mini bon yurt*. Alpina

<https://alpina.com/mini-bon-yurt-chocoramo-96-g>

Alquería (s/f) *Alquemix oreo*. Alquería

<https://www.alqueria.com.co/productos/lacteos-con-cereal-y-mucho-mas/alquemix-oreo>

J. Caparroso (2022, 02 de marzo) *Nube: ¿Casarse con un proveedor o acudir a varios?*
Forbes Colombia

<https://forbes.co/2022/03/02/tecnologia/nube-casarse-con-un-proveedor-o-acudir-a-varios>

Portal lechero, (2023, 13 de abril) *¿Qué está pasando en realidad con la producción de leche? ¿Cuál es su futuro?* Portal lechero

<https://portalechero.com/colombia-que-esta-pasando-en-realidad-con-la-produccion-de-leche-cual-es-su-futuro/>

Procolombia, (2022, 27 de enero) *¿Cómo está cambiando el mercado de lácteos en el mundo?* Procolombia

<https://prensa.procolombia.co/colombia-hoy/como-esta-cambiando-el-mercado-de-lacteos-en-el-mundo>