

CRITERIOS PARA LA ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE COMPRAS

MCSO Ed. 1 Fecha: 190517

Autor: Técnico Economía

		Planteamientos generales estratégicos para maximizar el valor de las compras		
		Marco y control Legal y presupuestario	Inversión planificada y vinculada a la estrategia	Centralizar la política de compras y descentralizar aspectos técnicos
Categorías de Gestión	Estrategia	Cumplimiento del gasto presupuestario comprometido	Proyectar a principios de año las inversiones estratégicas necesarias plurianuales para el funcionamiento y desarrollo del municipio	Priorizar compras vinculadas a proyectos estratégicos
	Sociedad / Ley	Cumplir ley de transparencia relacionada con compras y contrataciones	Tener en cuenta criterios de responsabilidad social , sostenibilidad, economía a escala, provisión de clase mundial e innovación en el sistema de compras	Disponer de información sobre novedades relevantes en el mercado (ya sea tecnológica o no) facilitada por proveedores clave
	Productos / Servicios	Controlar los ciclos de reposición de los bienes de inversión	Existencia de información sobre la satisfacción de los grupos de interés respecto a los recursos comprados que ellos utilizan	Validación de compras importantes por responsables técnicos
	Procesos de trabajo	Canalizar compras a través de herramientas de control (proceso, programa contabilidad)	Tener en cuenta normativa de calidad en el sistema de compras	Inventariar aquellos productos considerados como inversión
	Recursos	Criterio de pago de 30 a 60 días con preferencia de pago a proveedores clave	Valorar aspectos de retorno de inversión en aquellas compras que pueden tener un impacto diferencial	Cuidar el trato con los proveedores clave y potencias un vínculo que aporte valor a ambas partes
	Líderes / Personas	Discriminar criterios de autonomía en compra ordinaria y aprobación en compra extraordinaria	Concienciar a las personas de la organización sobre la responsabilidad a la hora de plantear las necesidades de compra e inversión	Distribuir responsabilidades en relación a las necesidades de compras (tanto en aspectos cuantitativos como cualitativos)