

Política:

Selección y Evaluación de Proveedores
Empresas FG

Fecha	:	24-03-2021
Versión	:	Versión 1
Código	:	PLT-SPD-G-008-26_Política de Selección y Evaluación de Proveedores
Elaborado por	:	Eduardo H. Quitral Cisterna
Aprobado por	:	Baltasar Mayol Calvo Juan Suazo Carrillo
Vigencia	:	1 año a contar de la publicación

Fecha	:	25-11-2021
Versión	:	Versión 2
Código	:	PLT-SPD-G-008-26_Política de Selección y Evaluación de Proveedores
Elaborado por	:	Eduardo H. Quitral Cisterna
Aprobado por	:	Baltasar Mayol Calvo Juan Suazo Carrillo
Vigencia	:	1 año a contar de la publicación

1. Control de Cambios

Versión	Punto	Cambio	Fecha	Responsable
V1	Publicación	N/A	24-03-2021	Eduardo H. Quitral C.
V2	Actualización		25-11-2021	Eduardo H. Quitral C.

2. Objetivo de la Política

El objetivo de la Política de Selección y Evaluación de Proveedores del Grupo de Empresas FG, es establecer criterios de selección de los proveedores idóneos para satisfacer las necesidades de la empresa. Asimismo, evaluar las condiciones los proveedores, de acuerdo con los criterios establecidos.

Esta Política es complementaria a la “Política de Adquisiciones de Bienes y Servicios”

3. Alcance / Tipo de Política

El alcance de esta política es aplicable a todas las empresas del holding que se encuentran activas y todas aquellas que se vayan incorporando en el futuro. Por lo tanto, esta es una política de carácter General y aplicable a todos los colaboradores de Empresas FG.

4. Gobernabilidad

La política será monitoreada, en su correcta ejecución, así como en su cumplimiento por el Departamento de Contraloría.

5. Selección de Proveedores

Una vez que se han buscado proveedores, se procede a la selección de los mas adecuados; esto implica el estudio exhaustivo de los posibles proveedores y su eliminación sucesiva basándose en los criterios de selección que se hayan elegido, hasta reducir la cantidad a unos pocos proveedores.

Con la información que se recabe en el proceso de selección se realiza un cuadro comparativo en el que se reflejen las condiciones ofrecidas por todos los proveedores en cuanto a calidad/precio, forma de pago, descuentos, plazo de entrega, etc., que sirva para realizar un estudio comparativo.

Una vez elegido un proveedor o proveedores, es conveniente notificar a los seleccionados la decisión que se ha tomado y cuales son las razones que han llevado a dicha elección. Al resto de los proveedores no seleccionados se les debe notificar las causas que han motivado el no aceptar sus condiciones y siempre manteniendo la confidencialidad de la información.

6. Criterios de Selección

Una vez elaborado el cuadro comparativo con las características de las ofertas de todos los proveedores preseleccionados, se procederá a la lección del proveedor que ofrezca el producto y las condiciones más adecuadas a las necesidades de la empresa.

- 6.1. Criterios Económicos. – La selección se realiza teniendo en cuenta el precio de los artículos, los descuentos comerciales, el pago de los gastos ocasionados (transporte, embalajes, carga y descarga, etc.), los descuentos por volumen de compra (rappels) y los plazos de pago. Se elegirá el proveedor cuyo precio final sea más bajo. Lógicamente, cuando dos productos reúnan las mismas condiciones económicas, se elegirá el de mayor calidad.
- 6.2. Criterio de Calidad. – Cuando a la hora de la selección el proveedor le conceda una gran importancia a la calidad de los artículos, estos han de ser sometidos a un meticuloso estudio comparativo de sus características técnicas, analizar muestras, realizar pruebas, etcétera.

Este criterio se utiliza cuando lo que prima en la empresa es conseguir un producto de una determinada calidad, que no tiene que ser necesariamente la mejor, sino la que interese al comprador en ese momento. También se utilizan criterios de calidad cuando el producto ha de responder a unas características técnicas determinadas.

Cuando los artículos sean de la misma calidad se elegirá al que resulte más económico.

No siempre la oferta más barata es la mas conveniente, puesto que también se pueden considerar como parámetros de calidad aspectos no directamente relacionados con los productos como, por ejemplo: servicio postventa, período de garantía, imagen que el producto y el proveedor tengan en el mercado, existencia de servicios de atención al cliente, etcétera.