



ARTÍCULO ORIGINAL CUALITATIVO

EL PROCESO DE GESTIÓN DE COMPRA DE ARTÍCULOS ÓPTICOS Y OPTOMÉTRICOS

THE PURCHASING MANAGEMENT PROCESS FOR OPTICAL AND OPTOMETRIC ARTICLES

Autores: José Antonio Espinosa Guerra,¹ Lazara Estela Ruiz Cruz,² María del Carmen Roche Madrigal,³ Jorge Luis García García,⁴ Alexis Castillo Silveira,⁵ Bárbara Mora Varona.⁶

¹Ingeniero Industrial. Director Comercial. Unidad Empresarial de Base Comercializadora de artículos ópticos. La Habana. Cuba. Correo electrónico: optixi@infomed.sld.cu

²Ingeniera Química. Especialista en Gestión de la Calidad. Unidad Empresarial de Base Comercializadora de artículos ópticos. La Habana. Cuba. Correo electrónico: lazaracruz@infomed.sld.cu

³Licenciada en Matemática. Máster en Informática en Salud. Profesora auxiliar. Facultad de Tecnología de la Salud. Universidad de Ciencias Médicas de la Habana. La Habana. Cuba. Correo electrónico marycarmen@infomed.sld.cu

⁴Licenciado en Tecnología de la Salud, perfil Óptica y Optometría. Profesor Instructor. Empresa Provincial de Farmacia y Óptica. Mayabeque. Cuba. Correo electrónico: jorgelg@infomed.sld.cu

⁵Licenciado en Optometría y Óptica. Profesor Instructor. Empresa Provincial de Farmacia y Óptica. Mayabeque. Cuba. Correo electrónico: alexisec@infomed.sld.cu

⁶Licenciada en Tecnología de la Salud, especialidad Servicios Farmacéuticos. Profesor Asistente. Facultad de Ciencias Médicas "Salvador Allende". Universidad de Ciencias Médicas de la Habana. La Habana. Cuba. Correo electrónico: bmvarona@infomed.sld.cu

RESUMEN

Introducción: el desarrollo de las ciencias, la tecnología e innovación, necesita de mercados competitivos que le permitan insertarse en el entorno actual con adecuada gestión de los procesos. Las empresas comerciales, brindan servicios de calidad y pertinencia al cliente, el proceso de gestión de compra es fundamental, en el sistema de gestión de la calidad. *Objetivo:* definir el proceso de gestión de compra de artículos ópticos y optométricos para que brinde un producto y/o servicio de calidad a los clientes. *Desarrollo:* se sistematizaron varios autores con relación a la compra, la gestión de compra, el proceso de gestión de compra. Además de los objetivos, funciones, los inventarios y proveedores. Se identificaron regularidades para arribar a la definición operativa. *Conclusiones:* a partir de las regularidades encontradas se realizó la definición operativa del proceso de gestión de compra de artículos ópticos y optométricos.

Palabras clave: gestión de procesos; gestión de compra; artículos ópticos y optométricos

ABSTRACT

Introduction: the development of science, technology and innovation requires highly competitive companies that allow it to be inserted in the current environment with adequate process management. For commercial companies, whose main function is to provide quality services and relevance to the client, the purchase



ARTÍCULO ORIGINAL CUALITATIVO

management process is essential, as part of the quality management system of these entities. *Objective:* is to define the purchasing management process for optical and optometric articles. *Development:* historical logical methods, analysis and synthesis and systematization were used in the consultation of the work of several authors who have investigated the subject. *Conclusions:* based on the regularities found, the operational definition of the purchasing management process for optical and optometric articles is carried out.

Keywords: *process management; purchasing management; optical and optometric articles*

INTRODUCCIÓN

La Agenda 2030 promueve la participación social en la definición, implementación y evaluación de los resultados de las políticas de salud. Alienta a los formuladores de políticas y prestadores de servicios a la toma de decisiones necesarias para que los sistemas de salud sean más receptivos a las personas a las que prestan servicios.¹

La globalización exige que los mercados sean más competitivos a nivel mundial, lo que lleva a las empresas a producir o brindar productos y/o servicios de manera óptima con los menores costos posibles y mayores márgenes de ganancia que les permita mantener esa competitividad en el sector en que se encuentren. No solo basta conservar la continuidad de la empresa, es necesario posicionarse en el mercado. Esto se logrará siempre que se brinden productos y/o servicios de calidad a los clientes.²

Las empresas cubanas tienen incorporados los sistemas de gestión de la calidad por procesos, uno de los principios básicos. En el actual contexto empresarial, económico tan complejo, globalizado y competitivo, la gestión por procesos se ha convertido en una necesidad de las empresas, no solo para tener éxito, sino también para subsistir. La gestión de compra cobra alta importancia.

En Cuba, los servicios de óptica forman parte del sistema de Atención Primaria de la Salud (APS). La Unidad Empresarial de Base Comercializadora de artículos ópticos, perteneciente a la Empresa de Suministros Médicos, tiene el encargo por parte de este sistema, de la compra, almacenamiento y distribución de los recursos ópticos y optométricos que se distribuyen en el país.

Se identifican artículos ópticos, las armaduras, los espejuelos lectores o galenos, los lentes oftálmicos terminados y semiterminados, las ayudas ópticas, los accesorios para espejuelos y diversos materiales para la industria óptica utilizados en el tallado de lentes ópticos. Los artículos optométricos son las armaduras de prueba, las cajas de prueba y las reglas milimétricas.

En este sentido a partir de la sistematización realizada los autores se comprometen con definir el proceso de gestión de compra de artículos ópticos y optométricos para que brinde un producto y/o servicio de calidad a los clientes.

DESARROLLO

La compra es tan antigua como la evolución del hombre. El hombre realizó el trueque o el cambio de alguna propiedad por otra. A lo largo de la historia han existido diversos factores que han exigido el avance de este proceso (moneda, globalización, avances tecnológicos). Las compras en las empresas, carecía de profesionalismo y de expertos en el área.³

No existía una estrategia para la compra, se realizaba sin un procedimiento claro; no se gestionaba el control de toda la propuesta de valor que otorga la cadena de suministro de una industria. Carecía del conocimiento y/o herramientas en la optimización del resultado, no se tomaban adecuadas decisiones desde el proceso de selección, calificación de proveedores, control sobre las negociaciones de costos y tiempos, procesos de facturación e inventario, transporte y logística dentro de la organización.⁴



ARTÍCULO ORIGINAL CUALITATIVO

La compra, parte de la logística de los negocios, es un campo nuevo en el estudio integrado de las habilidades gerenciales, si lo compara con las finanzas, comercial, marketing y la producción. En la gestión por procesos en una empresa, el proceso de compra es uno de los más significativos. Inicia desde que un cliente tiene una necesidad determinada, hasta que adquiere el producto o servicio. Debe realizarse al proveedor adecuado, al menor precio, y con entrega en el menor tiempo posible.

Conforme al diccionario de la Real Academia Española, compra es la acción y efecto de comprar, es obtener algo por un precio, la adquisición de una cosa mediante el pago de cierta cantidad de dinero. Comprar consiste en buscar las fuentes de suministro y adquirir las mercancías suficientes para el desarrollo de la actividad empresarial, con el fin de satisfacer la demanda.^{5,6}

La gestión de compra según autores consultados, es la adquisición de bienes y servicios por parte de una empresa con el propósito de asegurar el proceso productivo. Consideran que antes de hacerla es necesario estudiar el mercado en busca de los mejores proveedores. Además de conocer las condiciones de calidad, precio. Luego se efectúa el proceso de negociación y el seguimiento de los trámites correspondientes en la gestión de la compra para el logro de un resultado final exitoso.⁷

Ballou en el año 2004, refirió que la actividad de compra consiste en adquirir las materias primas, suministros y componentes que necesita la organización. Las actividades asociadas con este proceso incluyen: seleccionar y calificar proveedores, evaluar el desempeño del proveedor, negociar contratos, comparar precios, calidad y servicio, contratar bienes y servicios, programar compras, establecer las condiciones de venta, evaluar el valor recibido, especificar la forma en que se recibirán los bienes.⁴

Escribano y Fadrique, citados por Chacón,⁸ plantean que la gestión de aprovisionamiento (compra), es “el conjunto de operaciones que permiten poner a disposición de la empresa, en el momento oportuno y en la calidad y cantidad deseadas, todos los productos y materiales necesarios, al menor costo posible.”

La compra es la función logística mediante la cual se provee a una empresa de todo el material necesario para el funcionamiento. Con una buena gestión consigue ahorrar costos, satisfacer al cliente en tiempo, cantidad, y obtener beneficios directos, decisivos para que tenga éxito o fracaso. Asimismo en Retos en Supply Chain, lo consideran el conjunto de actividades que realiza la empresa para satisfacer las necesidades del mejor modo, al mínimo de costo, con la calidad adecuada y en el momento oportuno.^{9,10}

La gestión de compra es una función de la cadena de suministro, la gestión administrada por el personal, permite un aumento del valor de la empresa, pues optimiza los recursos. Se logra aumentar el margen de beneficios y por ende el éxito de la organización.¹¹ Aybarm, define que es la medición de indicadores con las dimensiones: calidad, precio y/o costo, cantidad y proveedor adecuado, con los indicadores establecidos por la escala de Likert, para obtener datos de origen primarios según los criterios de exclusión e inclusión.¹²

Alvarado, al cumplir los objetivos de una gestión adecuada de compra reflexiona que el punto inicial será prever las necesidades, planificar en tiempos, costos y calidad del bien y/o servicio. Comprar en un proceso estructurado con garantía de calidad del producto final. La estrategia de compra y política de proveedores posibilita el manejo y control adecuado de stock de inventarios, tiempos, recursos para que la industria profesionalice la gestión y consiga la efectividad a métricas que permita maximizar el desempeño empresarial.¹³

La función de compra en las empresas modernas, es calificada porque la desarrolla personal experto, preparado, con conocimientos de la terminología propia de las compras, tener habilidad en resolver problemas y aprovechar oportunidades. También especializada pues las funciones están orientadas a analizar las ofertas, los productos, precios, proveedores para tomar decisiones acertadas. Debe ser analítica y racional, puesto que se requiere tiempo y medios que faciliten el cumplimiento de la función.⁸



ARTÍCULO ORIGINAL CUALITATIVO

Los autores sistematizan sobre la función y gestión de compra, que la empresa debe contar con especialistas o compradores calificados para que, además de llevar a cabo las adquisiciones, sean capaces de aprovechar las oportunidades que el mercado ofrece. El personal deberá estar orientado a la atención a proveedores, análisis de ofertas, productos, precios, condiciones y competencia, lo sería analizar y tomar decisiones.

La Unidad Empresarial de Base Comercializadora de artículos ópticos, para el proceso de gestión de compras, los especialistas debe poseer una excelente preparación, con actualización continua, elevado desempeño profesional y el desarrollo de las nuevas tecnologías. La empresa que compra los productos, en lugar de fabricarlos (las comercializadoras), necesitan gestionar: la disponibilidad de suministros, los costos de inventario y de transportación, la calidad de los proveedores y de los productos que estos ofertan.¹⁴

El departamento de compra de una organización no puede cumplir la función de manera aislada. Debe permitir la coordinación de las tareas a realizar y conectar con otros departamentos los objetivos y estrategias. Por ejemplo, hay que tener en cuenta el presupuesto financiero aprobado, los niveles de inventarios, el nivel de ventas previsto en el departamento comercial. Todo ello para conseguir una buena gestión al menor costo posible.^{8, 14}

De acuerdo con autores estudiados,^{15, 16} las operaciones de compra, se concretan en la previsión y determinación de la adquisición a realizar. La preparación: sondeos y selección de proveedores (marketing de compra); la realización: ofertas, negociación y pedidos; a posteriori: seguimiento y reclamación de pedidos, recepciones, facturación, devoluciones; las operaciones derivadas: gestión de consumo y almacenes. Algunas de estas funciones no tienen que hacerse, en el departamento de compra.

Gómez y Acevedo muestran las principales etapas del proceso de decisión de compra:¹⁷

- en primer lugar, el reconocimiento de la necesidad, que puede surgir por impulsos externos o internos;
- en segundo la búsqueda de la información, el comprador debe acopiar toda la información que considera necesaria para fundamentar el análisis y la toma de decisiones,
- en tercer cuarto lugar la formación de alternativas (el comprador determinará las alternativas de compra ante las que se enfrenta)
- en cuarto lugar la evaluación de la alternativa (el comprador determina cuáles son los criterios de selección) respectivamente.
- en quinto lugar, aparece la decisión de compra, en la que deben considerar la evaluación anterior, el esquema de fuerza de los actores de la compra y contemplar además un conjunto de parámetros: el proveedor, la cantidad a comprar, el valor de la compra, la forma de pago, sujeto de transportación, lugar y fecha de entrega, características del producto, envase y embalaje a utilizar y otros elementos.
- por último, se encuentra la ejecución de la compra y el monitoreo post compra.

En el proceso de gestión de compra la demanda mantiene el control del consumo histórico de los productos de mayor impacto. Constituye una premisa para alcanzar la competitividad.^{4, 8, 17} En los almacenes debe existir una cantidad media de artículos que permitan la exigencia del cliente ante una variación en la demanda. Esto determina en qué medida aumentan o disminuyen los recursos financieros inmovilizados. El análisis se complementa con indicadores que establecen la eficiencia con que se utiliza.^{5, 8}

Con respecto a la gestión de los inventarios, es trascendental la decisión sobre el tamaño de los lotes de pedidos de compra. Debe tomarse en cuenta no solo el valor óptimo sino un conjunto de factores: tamaño del pedido de los clientes, equipos, transportes, envases y embalajes, combinación y surtidos de un mismo proveedor y otros.¹⁷

Los proveedores se subestimaban; ahora se entiende que es necesario para el comprador. La gestión de proveedores consiste en la información actual de los productos, mercado, gestión del desempeño y manejo de las relaciones con estos. Se encargan de suministrar los recursos que necesita la organización, presentan novedades a los clientes, informan sobre las nuevas tendencias del mercado, productos, encargados de



ARTÍCULO ORIGINAL CUALITATIVO

mantener viva, activa la organización. Deben ser considerados y tratados socios del negocio.⁴

Las empresas comercializadoras, Unidad Empresarial de Base Comercializadora de artículos ópticos, la implementación de un correcto sistema de gestión, reportará beneficios y mejora continua. Estas se caracterizan por tener un elevado volumen de mercancías en los inventarios de almacén, por lo que un buen sistema de planificación de recursos garantizará una buena gestión de inventario.

La sistematización asociada al proceso de gestión de compra de artículos ópticos y optométricos, permite identificar las siguientes regularidades:

- las compras son las actividades que se realizan para obtener un resultado y un posterior uso,
- deben ser realizadas a los proveedores adecuados, con un buen precio y que lleguen en el momento adecuado,
- el éxito de esta actividad logra elevar la eficiencia de las entidades, con la consiguiente disminución de los recursos y el aumento de los resultados con calidad,
- pone a disposición de la empresa en el momento oportuno, en la cantidad y calidad deseada, todos los productos y materiales necesarios al menor costo posible,
- asegura el proceso productivo al mejorar la efectividad en la comercialización de artículos ópticos y optométricos.

La identificación de las regularidades posibilita proponer una definición operativa del proceso de gestión de compra de artículos ópticos y optométricos como el conjunto de actividades que permiten a la empresa la obtención de los recursos ópticos y optométricos, de una manera oportuna, en cantidad, calidad, plazos de entrega, al mejor proveedor y precio en función de lograr la satisfacción de los clientes.

CONCLUSIONES

Se definió el proceso de gestión de compra de artículos ópticos y optométricos, parte integrante del sistema de gestión basado en procesos, características y componentes. Que enriquece las bases epistémicas del área de la Logística en óptica y optometría.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Oyarvide-Ibarra RT, Rosales-Cortés FS, Bustos-Gámez MM. Proceso de gestión de la relación universidad-empresa en la Universidad Técnica Luis Vargas Torres. Revista de Educación Mendive.[Internet] 2019 [consultado 2022 diciembre 16]; 17(3): 100. Disponible en <https://scielo.sld.cu>
2. Rafaile- Estrada FG. Mejora en el control de inventarios en una empresa de tela sintética para optimizar la gestión de compras. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Perú; 2019.
3. Flores-Soto JY. Mejora en la gestión de compras del proceso de aprovisionamiento de insumos críticos importados por empresas productoras de lácteos. Perú: repositorio.edu.p; 2017
4. Ronald H. Logística. Administración de la cadena de suministros. Edición 5 ta. México: Pearson Educación; 2004.
5. Escrivá-Monzón J, Martínez-García A. Gestión de Compras. Madrid: McGraw Hill Education; 2014.
6. Tipan Figueroa RJ. Diseño de un modelo de Gestión para la optimización de la planificación y compra de los inventarios de productos ópticos de la empresa Activity Distribuciones. Ecuador: dspace.udla.edu.ec; 2018.
7. Chacón J. Monografías. La gestión de compras y el manejo de inventarios como herramienta fundamental en el logro de objetivos corporativos en empresas comercializadoras de vinos [Internet] 2016. [Citado 2022 dic 6] Disponible en <https://www.monografias.com/trabajos61/gestion-compras-manejo-inventarios>
8. Quiroa M. Gestión de compras. Economipedia [Internet] 2021. [Citado 2022 dic 6] Disponible en <https://economipedia.com/gestión>



ARTÍCULO ORIGINAL CUALITATIVO

9. Project Management en Supply Chain. ¿Cuáles son los principales objetivos del departamento de compras? Retos en Supply Chain [Internet] 2021 [Citado 2021 dic 6] Disponible en https://retos_operaciones_logística.eae.es
10. Paucar-Cevallos LA. La gestión de las compras como factor determinante en el control de inventarios en el sector deportivo formativo. [Tesis de Maestría en internet]. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador. 2019 [Citado 2021 dic 6] Disponible en <https://repositorio.uta.edu.ec>
11. Jayo-Aybar AG. Selección de proveedores como factor de mejora en la Gestión de compras en la empresa Mercurio Industria y Comercio SAC. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Lima Perú; 2019. [Citado 2021 dic 6] Disponible en <https://repositorio.ucv.edu.pe>
12. Galarza-Alvarado MJ. Importancia de la gestión de compras en la cadena de suministro en la industria ecuatoriana de productos para la higiene del hogar y cuidado personal [Internet]. Quito: Universidad Internacional del Ecuador; 2020. [Citado 2021 dic 6]. Disponible en <https://repositorio.uide.edu.ec>
13. Alcocer-Quinteros PR, Knudsen-González JA. Desempeño integral de los procesos logísticos en una cadena de suministro. Rev Ingeniería Industrial [Internet] 2019 [Citado 2021 dic 6] 40(1):78_87. Disponible en <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=134349309&lang=es&site=ehost-live>
14. Marrero-Hernández R. Modelo de diagnóstico de procesos aplicado a la Comercializadora de artículos ópticos. La Habana: ISPJAE; 2009.
15. Gil-Guzmán KM. Rediseño del proceso de compras de artículos ópticos en la UEB. Comercializadora de Artículos Ópticos [Tesis de Maestría] La Habana. ISPAE; 2010.
16. Acevedo-Gómez J.A. La logística de aprovisionamiento. La Habana : ISPAE; 2009.
17. Rizo-León A. Los sistemas logísticos y las cadenas de suministros. Anuario Ciencia en la UNAH [Internet] 2018 [Citado 2021 dic 6]; 16, 1. Disponible en <https://revistas.unah.edu.cu>



ARTÍCULO ORIGINAL CUALITATIVO


Carta de declaración del autor o de los autores

La Habana, 25 de noviembre del 2021

Dirigido a: Editora Ejecutiva de la RCTS

A continuación, le anexamos los datos relacionados con la declaración del autor o los autores del trabajo titulado:
EL PROCESO DE GESTION DE COMPRA DE ARTICULOS ÓPTICOS Y OPTOMÉTRICOS

Enviado a la sección de la revista: artículo original cualitativo

El trabajo no ha sido enviado simultáneamente a otra revista: Si ___ No <input checked="" type="checkbox"/>	El trabajo es original e inédito: Si <input checked="" type="checkbox"/> No ___
Los autores ceden los derechos de publicación a la Revista Cubana de Tecnología de la Salud: Si <input checked="" type="checkbox"/> No ___	Existe conflicto de interés entre los autores: Si ___ No <input checked="" type="checkbox"/>
Novedad científica, aporte a la ciencia o importancia de esta publicación: se define el proceso de gestión de compra de artículos ópticos y optométricos a partir de las regularidades encontradas en la sistematización de la obra de otros investigadores.	
Cuál es la contribución de esta publicación a las bases epistémicas de Tecnología de la Salud? se enriquecen las bases epistémicas de Tecnología de la Salud. se define el proceso de gestión de compra de artículos ópticos y optométricos para que brinde un producto y/o servicio de calidad a los clientes.	
Esta investigación es una salida de proyecto de investigación: Si <input checked="" type="checkbox"/> No ___	
Contribución como autoría	Nombre de los Autores
Contribuciones sustanciales para la concepción o el diseño del trabajo.	José Antonio Espinosa Guerra
Adquisición, análisis o interpretación de datos.	José Antonio Espinosa Guerra
Creación de nuevo software utilizado en el trabajo.	
Ha redactado el trabajo o ha realizado una revisión sustancial.	Todos los autores
Aprobó el envío de la versión presentada (y cualquier versión sustancialmente modificada que implica la contribución del autor para el estudio).	Todos los autores
Traducción de título y resumen	Elisabeth F. Julião da Rocha
Otras contribuciones (Cuál)	
Todos los autores están de acuerdo con ser personalmente responsables de las propias contribuciones y las de los autores y garantizan que las cuestiones relacionadas con la precisión o integridad de cualquier parte del trabajo, incluso en las cuales el autor no estuvo personalmente involucrado, fueron adecuadamente investigadas, resueltas y la resolución fue documentada en la literatura: Si <input checked="" type="checkbox"/> No ___	
Todos los autores están de acuerdo con la versión final de la publicación: Si <input checked="" type="checkbox"/> No ___	
Todos los autores garantizan el cumplimiento de los aspectos éticos de la investigación y de publicación científica, así como de la bioética: Si <input checked="" type="checkbox"/> No ___	
Fecha de recibido: 25 de noviembre 2021 Fecha de aprobado: 18 de diciembre 2021	
 <p>Este obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.</p>	