

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA. (SECCIONAL BUCARAMANGA)

ESCUELA DE INGENIERIAS Y ADMINISTRACION

FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL

**DISEÑO DEL MODELO DE PERCEPCIÓN DEL PROVEEDOR DENTRO DEL
MODELO DE ABASTECIMIENTO DE ECOPETROL S.A.**

**INFORME DE PRACTICA EMPRESARIAL PARA MERECER AL TITULO DE
INGENIERO INDUSTRIAL A:**

ANDREA KATHERINE ACEVEDO GUERRA

Profesor Guía: Ing. ORLANDO FEDERICO GONZÁLEZ CASALLAS

BUCARAMANGA, COLOMBIA

2010

AGRADECIMIENTOS

Yo ANDREA KATHERINE ACEVEDO GUERRA agradezco a todas los trabajadores de la Empresa Colombiana de Petróleos ECOPETROL S.A, especialmente a la Dirección de Abastecimiento de Bienes y Servicios de Barrancabermeja, que de alguna manara aportaron conocimientos, recomendaciones y bases para la realización del presente estudio, ya que sin la colaboración de estas personas la labor final hubiera sido más tardía y no hubiera significado la importancia que estas personas le dieron al momento de la presentación final.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	28
INTRODUCCIÓN Y DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA.....	30
ANTECEDENTES.....	31
JUSTIFICACIÓN.....	34
OBJETIVOS.....	36
Objetivo General:.....	36
Objetivos Específicos:.....	36
MARCO TEORICO.....	36
CAPITULO I.....	46
MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	46
1.1 Proveedores encuestados de elementos de seguridad. (Total 17 encuestados).....	46
1.2 Respuestas de encuestas a proveedores de elementos de seguridad industrial.....	47
1.2.1 Información y factor estrategia comercial.....	47
1.2.2 Factor relaciones.....	48
1.2.3 Factor nivel de atractivo.....	49
1.2.4 Factor importancia de negociación.....	50
1.2.5 Factor satisfacción.....	51
1.2.6 Factor capacidad.....	52
1.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.....	53
1.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.....	54
1.4.1 Factor estrategia comercial.....	54
1.4.2 Factor relaciones.....	54
1.4.3 Factor nivel de atractivo.....	55
1.4.4 Factor importancia de negociación.....	55
1.4.5 Factor satisfacción.....	56
1.4.6 Factor capacidad.....	56

1.4.7 Evaluación de desempeño	57
1.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.....	57
1.5.1 Criterio de valoración proveedores seguridad industrial.....	57
1.5.2 Criterio de valoración factor capacidad	60
1.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.....	61
1.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores de Seguridad Industrial.....	65
1.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Seguridad Industrial.....	66
CAPITULO II.....	67
MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE QUIMICOS.	67
2.1 Proveedores encuestados de elementos de seguridad. (total 18 encuestados)	67
2.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS QUÍMICOS (18 PROVEEDORES)	68
2.2.1 Información y factor estrategia comercial.	68
2.2.2 Factor relaciones.....	68
2.2.3 Factor nivel de atractivo.....	69
2.2.4 Factor importancia de negociación.....	69
2.2.5 Factor satisfacción.	70
2.2.6 Factor capacidad.....	70
2.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.	72
2.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.	73
2.4.1 Factor estrategia comercial.	73
2.4.2 Factor relaciones.....	73
2.4.3 Factor nivel de atractivo.....	74
2.4.4 Factor importancia de negociación.....	74
2.4.5 Factor satisfacción.	75
2.4.6 Factor capacidad.....	75
2.4.7 Evaluación de desempeño	75
2.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.....	76
2.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES DE ELEMENTOS QUIMICOS.....	76
2.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.	79
2.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.....	80

2.6.1 Explicación para obtener la tabla 30.....	80
2.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Químicos.	82
2.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Químicos.....	83
2.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Seguridad Industrial.....	84
CAPITULO III.....	85
MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE ELÉCTRICO.....	85
3.1 Proveedores encuestados de elementos de eléctrico. (Total 25 encuestados)	85
3.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS ELÉCTRICO (25 PROVEEDORES)	86
3.2.1 Información y factor estrategia comercial.	86
3.2.2 Factor relaciones.....	87
3.2.3 Factor nivel de atractivo.....	88
3.2.4 Factor importancia de negociación.....	89
3.2.5 Factor satisfacción.	89
3.2.6 Factor capacidad.....	90
3.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.	91
3.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.	92
3.4.1 Factor estrategia comercial.	92
3.4.2 Factor relaciones.....	92
3.4.3 Factor nivel de atractivo.....	93
3.4.4 Factor importancia de negociación.....	93
3.4.5 Factor satisfacción.	94
3.4.6 Factor capacidad.....	94
3.4.7 Evaluación de desempeño.	94
3.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.....	95
3.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES DE ELCTRICO.	95
3.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.	98
3.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.....	99
3.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Eléctrico.....	101
3.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Eléctrico.	102
3.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Seguridad Industrial.....	103

CAPITULO IV	104
MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE ESTÁTICO.....	104
4.1 Proveedores encuestados de elementos de estático. (Total 20 encuestados)	104
4.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS ESTÁTICO (20 PROVEEDORES).....	105
4.2.1 Información y factor estrategia comercial.	105
4.2.4 Factor importancia de negociación.....	106
4.2.5 Factor satisfacción.	107
4.2.6 Factor capacidad.....	108
4.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.	109
4.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.	110
4.4.1 Factor estrategia comercial.	110
4.4.2 Factor relaciones.....	110
4.4.3 Factor nivel de atractivo.....	111
4.4.4. Factor importancia de negociación.....	111
4.4.5 Factor satisfacción.	112
4.4.6 Factor capacidad.....	112
4.4.7 Evaluación de desempeño.	112
4.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.....	113
4.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES DE ESTATICO.	113
4.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.	115
4.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.....	116
4.6.1 Explicación para obtener la tabla 62.....	116
4.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Estático.....	118
4.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Estático.	119
4.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Seguridad Industrial.....	120
CAPITULO V	121
MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE PRODUCCIÓN.....	121
5.1 Proveedores encuestados de elementos de producción. (Total 6 encuestados)	121
5.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS PRODUCCIÓN (06 PROVEEDORES).....	121
5.2.1 Información y factor estrategia comercial.	121

5.2.3 Factor nivel de atractivo.....	122
5.2.4 Factor importancia de negociación.....	122
5.2.5 Factor satisfacción.....	122
5.2.6 Factor capacidad.....	123
5.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.....	124
5.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.....	125
5.4.1 Factor estrategia comercial.....	125
5.4.2 Factor relaciones.....	125
5.4.3 Factor nivel de atractivo.....	126
5.4.4 Factor importancia de negociación.....	126
5.4.5 Factor satisfacción.....	127
5.4.6 Factor capacidad.....	127
5.4.7 Evaluación de desempeño.....	127
5.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.....	128
5.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES.....	128
5.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.....	128
5.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.....	129
5.6.1 Explicación para obtener la tabla 73.....	129
5.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Producción.....	131
5.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Producción.....	132
5.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Seguridad Industrial.....	133
CAPITULO VI.....	134
MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE MISCELÁNEOS.....	134
6.1 Proveedores encuestados de elementos de misceláneos. (Total 8 encuestados).....	134
6.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS MISCELÁNEOS (08 PROVEEDORES).....	134
6.2.1 Información y factor estrategia comercial.....	134
6.2.2 Factor relaciones.....	135
6.2.3 Factor nivel de atractivo.....	135
6.2.4 Factor importancia de negociación.....	135
6.2.5 Factor satisfacción.....	136

6.2.6 Factor capacidad.....	136
6.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.	137
6.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.	138
6.4.1 Factor estrategia comercial.	138
6.4.2 Factor relaciones.....	138
6.4.3 Factor nivel de atractivo.....	139
6.4.4 Factor importancia de negociación.....	139
6.4.5 Factor satisfacción.	140
6.4.6 Factor capacidad.....	140
6.4.7 Evaluación de desempeño.	140
6.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.....	141
6.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN DE PROVEEDORES DE MISCELANEOS.....	141
6.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.	142
6.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.....	143
6.6.1 Explicación para obtener la tabla 86.....	143
6.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Misceláneos.	145
6.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Misceláneos.....	146
6.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Misceláneos.....	147
CAPITULO VII.....	148
MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE FERRETERÍA	148
7.1 Proveedores encuestados de elementos de ferretería. (Total 12 encuestados)	148
7.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS DE FERRETERIA (12 PROVEEDORES).....	148
7.2.1 Información y factor estrategia comercial.	148
7.2.2 Factor relaciones.....	149
7.2.5 Factor satisfacción.	150
7.2.6 Factor capacidad.....	150
7.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.	151
7.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.	152
7.4.1 Factor estrategia comercial.	152
7.4.2 Factor relaciones.....	152

7.4.3 Factor nivel de atractivo.....	153
7.4.4 Factor importancia de negociación.....	153
7.4.5 Factor satisfacción.	154
7.4.6 Factor capacidad.	154
7.4.7 Evaluación de desempeño.	154
7.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.....	155
7.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES DE FERRETERIA.	155
7.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.	156
7.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.....	157
7.6.1 Explicación para obtener la tabla 99.....	157
7.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Ferretería.....	159
7.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Ferretería.	160
7.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores.	161
CAPITULO VIII.....	162
MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE ROTATIVO.	162
8.1 PROVEEDORES ENCUESTADOS DE ELEMENTOS DE ROTATIVO. (TOTAL 10 ENCUESTADOS).....	162
8.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS DE FERRETERIA (10 PROVEEDORES).....	162
8.2.1 Información y factor estrategia comercial.	162
8.2.2 Factor relaciones.....	163
8.2.3 Factor nivel de atractivo.....	163
8.2.4 Factor importancia de negociación.....	163
8.2.5 Factor satisfacción.	164
8.2.6 Factor capacidad.....	164
8.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.	165
8.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.	166
8.4.1 Factor estrategia comercial.....	166
8.4.2 Factor relaciones.....	166
8.4.3 Factor nivel de atractivo.....	167
8.4.4 Factor importancia de negociación.....	167
8.4.5 Factor satisfacción.	168

8.4.6 Factor capacidad.....	168
8.4.7 Evaluación de desempeño.	168
8.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.....	169
8.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES DE ROTATIVO.....	169
8.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.	170
8.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.....	171
8.6.1 Explicación para obtener la tabla 112.	171
8.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores de Rotativo.	173
8.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Rotativo.....	174
8.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de ROTATIVO.	175
9. CONCLUSIONES.....	176
9.1 CUADRO DE RANGOS DE VALORACION.	176
9.2 TABLA DE CAPACIDAD DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ECOPETROL S.A.	176
9.3 TABLA DE GENERAL DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ECOPETROL S.A.....	178
9.4 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE PRODUCCION.....	179
9.4.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEDOR DE PRODUCCION.	180
9.4.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE PRODUCCION.	180
9.4.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE PRODUCCION.	181
9.5 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ROTATIVO.	182
9.5.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEDOR DE ROTATIVO.....	183
9.5.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE ROTATIVO.	183
9.5.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE ROTATIVO.....	184
9.6 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE FERRETERIA.....	185
9.6.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEDOR DE FERRETERIA.	186
9.6.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE FERRETERIA.	186
9.6.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE FERRETERIA.	187
9.7 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE MISCELANEO.....	188

9.7.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEDOR DE MISCELANEO.	189
9.7.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE MISCELANEO.....	189
9.7.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE MISCELANEO.	190
9.8 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ESTATICO.....	191
9.8.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEDOR DE ESTATICO.	192
9.8.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE ESTATICO.	192
9.8.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE ESTATICO.	193
9.9 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE SEGURIDAD.....	194
9.9.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEDOR DE SEGURIDAD.....	195
9.9.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE SEGURIDAD.....	195
9.9.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE SEGURIDAD.	196
9.10 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE QUIMICOS.....	197
9.10.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEDOR DE QUIMICOS.....	198
9.10.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE QUIMICOS.	198
9.11 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ELECTRICO.....	200
9.11.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEDOR DE ELECTRICO.	201
9.11.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE ELECTRICO.....	202
9.11.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE ELECTRICO.	203
9.12 CUADRO GENERAL DE RESULTADOS POR CATEGORIA DEL NIVEL DE ATRACTIVO.	204
10. CONECTANDO EL MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR CON EL MODELO DE POSICION DEL SUMINISTRO.....	205
11. CONCLUSIONES CAPACIDAD.....	207
12. CONCLUSIONES GENERALES Y PLAN DE MEJORA.	208
13. OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES	210
13.1 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE ROTATIVO.....	210
13.2 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE ELECTRICO.....	210
13.4 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE SEGURIDAD.....	211

13.5 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE MISCELANEOS.	211
13.6 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE PRODUCCION.....	212
13.7 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE ESTATICO.....	212
13.8 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE FERRETERIA.....	213
14. BIBLIOGRAFIA	214

LISTA DE TABLAS

SEGURIDAD INDUSTRIAL

Tabla 1. Proveedores del área de seguridad industrial encuestados.

Tabla 2. Respuestas información y factor estrategia comercial.

Tabla 3. Respuestas factor relaciones.

Tabla 4. Respuestas factor nivel de atractivo.

Tabla 5. Respuestas factor importancia de negociación.

Tabla 6. Respuestas factor satisfacción.

Tabla 7. Respuestas factor capacidad.

Tabla 8. Información evaluaciones de desempeño.

Tabla 9. Criterio de valoración proveedores de Seguridad 1 -6.

Tabla 10. Criterio de valoración proveedores de Seguridad 7 -12.

Tabla 11. Criterio de valoración de proveedores de Seguridad 13-17.

Tabla 12. Criterio de valoración capacidad proveedores Seguridad 1-6.

Tabla 13. Criterio de valoración capacidad proveedores Seguridad 7-12.

Tabla 14. Criterio de valoración capacidad proveedores Seguridad 13-17.

Tabla 15. Datos obtenidos de proveedores de Seguridad.

QUIMICOS

Tabla 16. Proveedores del área de Químicos encuestados.

Tabla 17. Respuestas información y factor estrategia comercial.

Tabla 18. Respuestas factor relaciones.

Tabla 19. Respuestas factor nivel de atractivo.

Tabla 20. Respuestas factor importancia de negociación.

Tabla 21. Respuestas factor satisfacción.

Tabla 22. Respuestas factor capacidad.

Tabla 23. Información evaluaciones de desempeño.

Tabla 24. Criterio de valoración proveedores de Químicos 1 -6.

Tabla 25. Criterio de valoración proveedores de Químicos 7 -12.

Tabla 26. Criterio de valoración de proveedores de Químicos 13-18.

Tabla 27. Criterio de valoración capacidad proveedores Químicos 1-6.

Tabla 28. Criterio de valoración capacidad proveedores Químicos 7-12.

Tabla 29. Criterio de valoración capacidad proveedores Químicos 13-18.

Tabla 30. Datos obtenidos de proveedores de Químicos.

ELECTRICO

Tabla 31. Proveedores del área de Eléctrico encuestados

Tabla 32. Respuestas información y factor estrategia comercial.

Tabla 33. Respuestas factor relaciones.

Tabla 34. Respuestas factor nivel de atractivo.

Tabla 35. Respuestas factor importancia de negociación.

Tabla 36. Respuestas factor satisfacción.

Tabla 37. Respuestas factor capacidad.

Tabla 38. Información evaluaciones de desempeño.

Tabla 39. Criterio de valoración proveedores de Erétrico 1 -6.

Tabla 40. Criterio de valoración proveedores de Eléctrico 7 -12.

Tabla 41. Criterio de valoración de proveedores de Eléctrico 13-18.

Tabla 42. Criterio de valoración de proveedores de Eléctrico 19-25.

Tabla 43. Criterio de valoración capacidad proveedores Eléctrico 1-6.

Tabla 44. Criterio de valoración capacidad proveedores Eléctrico 7-12.

Tabla 45. Criterio de valoración capacidad proveedores Eléctrico 13-18.

Tabla 46. Criterio de valoración capacidad proveedores Eléctrico 19-25.

Tabla 47. Datos obtenidos de proveedores de Eléctrico.

ESTATICO

Tabla 48. Proveedores del área de Estático encuestados.

Tabla 49. Respuestas información y factor estrategia comercial.

Tabla 50. Respuestas factor relaciones.

Tabla 51. Respuestas factor nivel de atractivo.

Tabla 52. Respuestas factor importancia de negociación.

Tabla 53. Respuestas factor satisfacción.

Tabla 54. Respuestas factor capacidad.

Tabla 55. Información evaluaciones de desempeño.

Tabla 56. Criterio de valoración proveedores de Estático 1 -6.

Tabla 57. Criterio de valoración proveedores de Estático 7 -12.

Tabla 58. Criterio de valoración de proveedores de Estático 13-18.

Tabla 59. Criterio de valoración capacidad proveedores Estático 1-6.

Tabla 60. Criterio de valoración capacidad proveedores Estático 7-12

Tabla 61. Criterio de valoración capacidad proveedores Estático 13-18.

Tabla 62. Datos obtenidos de proveedores de Estático.

PRODUCCION

Tabla 63. Proveedores del área de Producción encuestados.

Tabla 64. Respuestas información y factor estrategia comercial.

Tabla 65. Respuestas factor relaciones.

Tabla 66. Respuestas factor nivel de atractivo.

Tabla 67. Respuestas factor importancia de negociación.

Tabla 68. Respuestas factor satisfacción.

Tabla 69. Respuestas factor capacidad.

Tabla 70. Información evaluaciones de desempeño.

Tabla 71. Criterio de valoración proveedores de Producción 1 -6.

Tabla 72. Criterio de valoración capacidad proveedores Producción 1-6.

Tabla 73. Datos obtenidos de proveedores de Producción.

MISCELANEOS

Tabla 74. Proveedores del área de Misceláneos encuestados.

Tabla 75. Respuestas información y factor estrategia comercial.

Tabla 76. Respuestas factor relaciones.

Tabla 77. Respuestas factor nivel de atractivo.

Tabla 78. Respuestas factor importancia de negociación.

Tabla 79. Respuestas factor satisfacción.

Tabla 80. Respuestas factor capacidad.

Tabla 81. Información evaluaciones de desempeño.

Tabla 82. Criterio de valoración proveedores de Misceláneos 1 -4

Tabla 83. Criterio de valoración proveedores de Misceláneos 5 -8.

Tabla 84. Criterio de valoración capacidad proveedores Misceláneos 1-4.

Tabla 85. Criterio de valoración capacidad proveedores Misceláneos 5-8.

Tabla 86. Datos obtenidos de proveedores de Misceláneos.

FERRETERIA

Tabla 87. Proveedores del área de Ferrería encuestados.

Tabla 88. Respuestas información y factor estrategia comercial.

Tabla 89. Respuestas factor relaciones.

Tabla 90. Respuestas factor nivel de atractivo.

Tabla 91. Respuestas factor importancia de negociación.

Tabla 92. Respuestas factor satisfacción.

Tabla 93. Respuestas factor capacidad.

Tabla 94. Información evaluaciones de desempeño.

Tabla 95. Criterio de valoración proveedores de Ferretería 1 -6

Tabla 96. Criterio de valoración proveedores de Ferretería 7 -12.

Tabla 97. Criterio de valoración capacidad proveedores Ferretería 1-6.

Tabla 98. Criterio de valoración capacidad proveedores Ferretería 5-8.

Tabla 99. Datos obtenidos de proveedores de Ferretería.

ROTATIVO

Tabla 100. Proveedores del área de Rotativo encuestados.

Tabla 101. Respuestas información y factor estrategia comercial.

Tabla 102. Respuestas factor relaciones.

Tabla 103. Respuestas factor nivel de atractivo.

Tabla 104. Respuestas factor importancia de negociación.

Tabla 105. Respuestas factor satisfacción.

Tabla 106. Respuestas factor capacidad.

Tabla 107. Información evaluaciones de desempeño.

Tabla 108. Criterio de valoración proveedores de ROTATIVO 1 -5

Tabla 109. Criterio de valoración proveedores de ROTATIVO 6 -10.

Tabla 110. Criterio de valoración capacidad proveedores ROTATIVO 1-6.

Tabla 111. Criterio de valoración capacidad proveedores ROTATIVO 6-10.

Tabla 112. Datos obtenidos de proveedores de ROTATIVO.

CONCLUSIONES

Tabla 113. Capacidad principales proveedores de ECOPETROL S.A.

Tabla 114. Nivel de atractivo principales proveedores de ECOPETROL S.A.

Tabla 115. Nivel de atractivo principales proveedores de Producción.

Tabla 116. Nivel de atractivo principales proveedores de Rotativo.

Tabla 117. Nivel de atractivo principales proveedores de Ferretería.

Tabla 118. Nivel de atractivo principales proveedores de Misceláneo.

Tabla 119. Nivel de atractivo principales proveedores de Estático.

Tabla 120. Nivel de atractivo principales proveedores de seguridad.

Tabla 121. Nivel de atractivo principales proveedores de Químicos.

Tabla 122. Nivel de atractivo principales proveedores de Eléctrico.

LISTA DE CUADROS

SEGURIDAD INDUSTRIAL

Cuadro 1. Promedio del valor del negocio

Cuadro 2. Sigla indicativo de motivación.

Cuadro 3. Posibles relaciones con los proveedores Seguridad Industrial.

QUIMICOS

Cuadro 4. Promedio del valor del negocio

Cuadro 5. Sigla indicativo de motivación.

Cuadro 6. Posibles relaciones con proveedores químicos.

ELECTRICO

Cuadro 7. Promedio del valor del negocio

Cuadro 8. Sigla indicativo de motivación.

Cuadro 9. Posibles relaciones con proveedores químicos.

ESTATICO

Cuadro 10. Promedio del valor del negocio

Cuadro 11. Sigla indicativo de motivación.

Cuadro 12. Posibles relaciones con proveedores Estático.

PRODUCCION

Cuadro 13. Promedio del valor del negocio

Cuadro 14. Sigla indicativo de motivación.

Cuadro 15. Posibles relaciones con proveedores de Producción.

MISCELANEOS

Cuadro 16. Promedio del valor del negocio

Cuadro 17. Sigla indicativo de motivación.

Cuadro 18. Posibles relaciones con proveedores Misceláneos.

FERRETERIA

Cuadro 19. Promedio del valor del negocio

Cuadro 20. Sigla indicativo de motivación.

Cuadro 21. Posibles relaciones con proveedores Ferretería.

ROTATIVO

Cuadro 22. Promedio del valor del negocio

Cuadro 23. Sigla indicativo de motivación.

Cuadro 24. Posibles relaciones con proveedores Rotativo.

CONCLUSIONES

Cuadro 25. Cuadro de rangos de valoración.

Cuadro 26. Capacidad Producción.

Cuadro 27. Capacidad Rotativo.

Cuadro 28. Capacidad Ferretería.

Cuadro 29. Capacidad Misceláneo.

Cuadro 30. Capacidad Estático.

Cuadro 31. Capacidad Seguridad.

Cuadro 32. Capacidad Químicos.

Cuadro 33.Capacidad Eléctrico.

Cuadro 34.Resultados nivel de atractivo

LISTA DE FIGURAS

SEGURIDAD INDUSTRIAL

Figura 1. Rango factor estrategia comercial.

Figura 2. Rango factor relaciones.

Figura 3. Rango factor nivel de atractivo.

Figura 4. Rango factor importancia de negociación.

Figura 5. Rango factor satisfacción.

Figura 6. Rango factor capacidad.

Figura 7. Rango evaluación de desempeño

Figura 8. Modelo de Posición del suministro.

QUIMICOS

Figura 9. Rango factor estrategia comercial.

Figura 10. Rango factor relaciones.

Figura 11. Rango factor nivel de atractivo.

Figura 12. Rango factor importancia de negociación.

Figura 13. Rango factor satisfacción.

Figura 14. Rango factor capacidad.

Figura 15. Rango evaluación de desempeño.

Figura 16. Modelo de Posición del suministro.

ELECTRICO

Figura 17. Rango factor estrategia comercial.

Figura 18. Rango factor relaciones.

Figura 19. Rango factor nivel de atractivo.

Figura 20. Rango factor importancia de negociación.

Figura 21. Rango factor satisfacción.

Figura 22. Rango factor capacidad.

Figura 23. Rango evaluación de desempeño.

Figura 24. Modelo de Posición del suministro.

ESTATICO

Figura 25. Rango factor estrategia comercial.

Figura 26. Rango factor relaciones

Figura 27. Rango factor nivel de atractivo.

Figura 28. Rango factor importancia de negociación.

Figura 29. Rango factor satisfacción.

Figura 30. Rango factor capacidad.

Figura 31. Rango evaluación de desempeño.

Figura 32. Modelo de Posición del suministro.

PRODUCCION

Figura 33. Rango factor estrategia comercial.

Figura 34. Rango factor relaciones

Figura 35. Rango factor nivel de atractivo.

Figura 36. Rango factor importancia de negociación.

Figura 37. Rango factor satisfacción.

Figura 38. Rango factor capacidad.

Figura 39. Rango evaluación de desempeño.

Figura 40. Modelo de Posición del suministro.

MISCELANEOS

Figura 41. Rango factor estrategia comercial.

Figura 42. Rango factor relaciones

Figura 43. Rango factor nivel de atractivo.

Figura 44. Rango factor importancia de negociación.

Figura 45. Rango factor satisfacción.

Figura 46. Rango factor capacidad.

Figura 47. Rango evaluación de desempeño.

Figura 48. Modelo de Posición del suministro.

FERRETERIA

Figura 49. Rango factor estrategia comercial.

Figura 50. Rango factor relaciones

Figura 51. Rango factor nivel de atractivo.

Figura 52. Rango factor importancia de negociación.

Figura 53. Rango factor satisfacción.

Figura 54. Rango factor capacidad.

Figura 55. Rango evaluación de desempeño.

Figura 56. Modelo de Posición del suministro.

ROTATIVO

Figura 57. Rango factor estrategia comercial.

Figura 58. Rango factor relaciones

Figura 59. Rango factor nivel de atractivo.

Figura 60. Rango factor importancia de negociación.

Figura 61. Rango factor satisfacción.

Figura 62. Rango factor capacidad.

Figura 63. Rango evaluación de desempeño.

Figura 64. Modelo de Posición del suministro.

CONCLUSIONES

Figura 65. Escalera de calcificación de los proveedores de producción.

Figura 66. Escalera de calcificación de los proveedores de Rotativo.

Figura 67. Escalera de calcificación de los proveedores de Ferretería.

Figura 68. Escalera de calcificación de los proveedores de Misceláneo.

Figura 69. Escalera de calcificación de los proveedores de Estático.

Figura 70. Escalera de calcificación de los proveedores de Seguridad.

Figura 71. Escalera de calcificación de los proveedores de Químicos.

Figura 72. Escalera de calcificación de los proveedores de Eléctrico.

OBSERVACIONES

Figura 73. Observaciones proveedores Rotativo.

Figura 74. Observaciones proveedores Eléctrico.

Figura 75. Observaciones proveedores Químicos.

Figura 76. Observaciones proveedores Seguridad.

Figura 77. Observaciones proveedores Misceláneo

Figura 78. Observaciones proveedores Producción.

Figura 79. Observaciones proveedores Estático.

Figura 80. Observaciones proveedores Ferretería.

LISTA DE GRAFICOS

SEGURIDAD INDUSTRIAL

Gráfica 1. Ejemplo de modelo percepción proveedores de Seguridad Industrial.

Grafica 2. Modelo de percepción de proveedores Seguridad Industrial.

Gráfica 3. Gráfica del rendimiento potencial proveedores seguridad Industrial.

QUIMICOS

Gráfica 4. Ejemplo de modelo percepción proveedores Químicos.

Grafica 5. Modelo de percepción de proveedores Químicos.

Gráfica 6. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Químicos.

ELECTRICO

Gráfica 7. Ejemplo de modelo percepción proveedores Eléctrico.

Grafica 8. Modelo de percepción de proveedores Eléctrico.

Gráfica 9. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Eléctrico.

ESTATICO

Gráfica 10. Ejemplo de modelo percepción proveedores Estático.

Grafica 11. Modelo de percepción de proveedores Estático.

Gráfica 12. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Estático.

PRODUCCION

Gráfica 13. Ejemplo de modelo percepción proveedores Producción.

Grafica 14. Modelo de percepción de proveedores Producción.

Gráfica 15. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Producción.

MISCELANEOS

Gráfica 16. Ejemplo de modelo percepción proveedores Misceláneos.

Grafica 17. Modelo de percepción de proveedores Misceláneos.

Gráfica 18. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Misceláneos.

FERRETERIA

Gráfica 19. Ejemplo de modelo percepción proveedores Ferretería.

Gráfica 20. Modelo de percepción de proveedores Ferretería.

Gráfica 21. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Ferretería.

ROTATIVO

Gráfica 22. Ejemplo de modelo percepción proveedores Rotativo.

Gráfica 23. Modelo de percepción de proveedores Rotativo.

Gráfica 24. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Rotativo.

CONCLUSIONES

Gráfica 25. Gráfica de capacidad proveedores de producción.

Gráfica 26. Gráfica de capacidad proveedores de Rotativo.

Gráfica 27. Gráfica de capacidad proveedores de Ferretería.

Gráfica 28. Gráfica de capacidad proveedores de Misceláneo.

Gráfica 29. Gráfica de capacidad proveedores de Estático.

Gráfica 30. Gráfica de capacidad proveedores de Seguridad.

Gráfica 31. Gráfica de capacidad proveedores de Químicos.

Gráfica 32. Gráfica de capacidad proveedores de Eléctrico.

Gráfica 33. Gráfica del modelo de percepción del proveedor conectado con el modelo de posición del suministro.

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. Manual del usuario SICLAR.

ANEXO 2. Encuesta

ANEXO 3. Procedimiento para sacar evaluaciones de desempeño en (SAP).

ANEXO 4. Rendimiento potencial del proveedor

ANEXO 5. Cuadro posibles relaciones con proveedores.

ANEXO 6. Coordinación de gestión de proveedores.

ANEXO 7. Desarrollo de proveedores.

ANEXO 8. Modelo de posición del suministro.

ANEXO 9. Indicativo motivación del proveedor

ANEXO 10. Rendimiento del proveedor.

GENERAL SUMMARY OF WORK OF DEGREE

TITLE: DISEÑO DEL MODELO DE PERCEPCIÓN DEL PROVEEDOR
DENTRO DEL MODELO DE ABASTECIMIENTO DE ECOPETROL S.A

AUTHOR: ANDREA KATHERINE ACEVEDO

FACULTY: INDUSTRIAL ENGINEERING

DIRECTOR: ORLANDO FEDERICO GONZÁLEZ CASALLAS

ABSTRACT

The perception of the provider model to show the company achieved a vision of those who think the suppliers of the company through four quadrants are: Marginal, exploitation, development and core in addition to positioning the leading suppliers in the four quadrants mentioned above, using this model, it is possible to generate an indication of motivation and vendor performance. To ECOPETROL SA is of great importance to know the thoughts of its main suppliers to determine from the model recruitment strategies for providers have little interest or follow up for those who are already interested in the company, achieving determine which of the major suppliers can get benefit relations of cooperation and long or short term, what providers are interested in providing a relationship based on trust and obtain a more suitable crossing the perception of the provider model to the model of the supply position and to determine that relationship should be managed with different groups of items as routine conflicting critical bottlenecks and to thereby achieve the best performance of the supply chain of ECOPETROL SA, based on the results obtained from the supplier's perceptual model .

KEY WORDS: Perception, supply, supply, cooperation, profit, critics, conflicting, routine, bottlenecks, marginal, development, exploitation and nucleus.

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: DISEÑO DEL MODELO DE PERCEPCIÓN DEL PROVEEDOR
DENTRO DEL MODELO DE ABASTECIMIENTO DE ECOPEPETROL S.A

AUTOR: ANDREA KATHERINE ACEVEDO

FACULTAD: INGENIERIA INDUSTRIAL

DIRECTOR: ORLANDO FEDERICO GONZÁLEZ CASALLAS

RESUMEN

El modelo de percepción del proveedor logra mostrar a la empresa una visión de los que piensan los proveedores en general de la empresa a través de cuatro cuadrantes que son: Marginal, explotación, desarrollo y núcleo, además de posicionar a los principales proveedores en los cuatro cuadrantes anteriormente mencionados, mediante este modelo se logra generar un indicativo de motivación y de rendimiento del proveedor. Para ECOPEPETROL S.A es de gran importancia conocer el pensamiento de sus principales proveedores para determinar a partir del modelo estrategias de captación para los proveedores poco interesados o de dar seguimiento para aquellos que ya están interesados en la empresa, lograr determinar con cuales de los principales proveedores se pueden obtener relaciones de cooperación y beneficio a largo o corto plazo, cuales proveedores se encuentran interesados en brindar una relación basada en la confianza y obtener una visión más apropiada cruzando el modelo de percepción del proveedor con el modelo de posición del suministro y poder determinar que relación se debe manejar con los diferentes grupos de artículos como rutinarios, conflictivos, cuellos de botella y críticos, para de esta manera lograr el mejor desempeño de la cadena de suministro de ECOPEPETROL S.A, basado en los resultados obtenidos del modelo de percepción del proveedor.

PALABRAS CLAVES: Percepción, suministro, abastecimiento, cooperación, beneficio, críticos, conflictivos, rutinarios, cuellos de botella, marginal, desarrollo, explotación y núcleo.

INTRODUCCIÓN Y DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA

La Coordinación de Abastecimiento Barrancabermeja, tiene como función principal abastecer en forma estratégica a la organización, los bienes y servicios requeridos para operar en forma eficiente y oportuna, minimizando el impacto social; por esta razón el contacto con los proveedores es de vital importancia para el departamento, el cual está ligado a las compras y la contratación y por ende debe establecer estrechas relaciones con los proveedores ya que de estas relaciones depende el buen funcionamiento de la cadena de abastecimiento de ECOPETROL S.A.

ECOPETROL S.A. con la coordinación de gestión de proveedores la cual tiene como objetivo principal generar las directrices y herramientas por intermedio del Programa Estratégico de Mejoramiento de Proveedores (ver anexo 6.), trata de que ECOPETROL S.A. trabaje con los mejores contratistas del mercado, con el fin de garantizar que los bienes y servicios que se adquieren sean de buena calidad y cuenten con las condiciones generales y específicas apropiadas. De acuerdo con lo anterior ECOPETROL S.A. implementa el desarrollo de proveedores (ver anexo 7.) que se encuentra dentro de la etapa de mejoramiento de la gestión de proveedores la cual tiene como objetivo general, desarrollar proveedores regionales y locales en las zonas de influencia de ECOPETROL S.A, orientados a una gestión comercial competitiva, para atender la demanda del mercado.

Mediante este desarrollo de proveedores se realizan visitas de verificación in situ, que son realizadas al proveedor o contratistas, con el objeto de verificar el cumplimiento de las obligaciones contractuales y en especial, en aspectos relacionados con calidad, HSE, capacidad administrativa, técnica y operativa. Estas se pueden realizar de forma correctiva o preventiva, según la fase de abastecimiento que esté en curso.

Con la ayuda de estas visitas se busca eliminar las causas de los desempeños deficientes de los proveedores y evitar la repetición de las mismas; De cualquier manera, se requiere analizar la percepción de los proveedores de ECOPETROL S.A, ¿tendrá el proveedor interés en desarrollar una relación filial con Ecopetrol?, ¿a corto o largo plazo?, ¿Cómo afecta el interés del proveedor para la negociación? Y finalmente ¿Cómo afecta esta

percepción al proceso de abastecimiento?, ni tampoco se tiene información de la motivación que tienen los proveedores para negociar con ECOPETROL S.A, como ¿está lo suficientemente motivado para satisfacer nuestras necesidades?

Para dar una solución a todas estas preguntas se requiere diseñar, el modelo de percepción del proveedor y conectarlo con el modelo de posición del suministro(ver anexo 8.), y con esto percibir un indicativo de motivación del proveedor(ver anexo 9) y poder obtener un estimado del rendimiento(ver anexo 10) del mismo, ya que de esta manera se podrán recomendar estrategias corporativas que posteriormente ECOPETROL S.A logre implementarlas con respecto a cada proveedor, ya que cada tipo de relación tiene diferentes implicaciones para el tipo de proveedor que la empresa busca.

Gracias al diseño y posteriormente la implementación de las estrategias que realice ECOPETROL S.A, se puede decidir qué estrategia usar para mantener una buena relación con el proveedor, esperar algún interés de su parte, mantener los negocios, ganarse un alto grado de cooperación por parte de ellos y generar negocios mutuos y a futuro (largo plazo).

Este modelo de percepción de la motivación y el rendimiento de los proveedores, estará incluido dentro del modelo de abastecimiento que se está realizando para la regional de Abastecimiento de Bienes y Servicios Barrancabermeja

ANTECEDENTES

ECOPETROL S.A adelanta la realización del modelo de abastecimiento y dentro de este modelo se encuentra el modelo de posición del suministro y el modelo de percepción de proveedores; hasta el momento ECP no ha adelantado nada del modelo de percepción de proveedores, por lo tanto se ve en la necesidad de diseñarlo e implementarlo para poder generar relaciones duraderas y a futuro con sus proveedores, además, para garantizar la creación de las estrategias con las cuales ECP logre definir la forma de negociación con el proveedor.

Muchas empresas pueden estar implementando esta misma teoría de evaluación de proveedores, pero aun no la han documentado en internet ni en ninguna otra base de datos.

En esta práctica se diseñará el modelo de percepción para los proveedores que maneja la Coordinación de Abastecimiento de Barrancabermeja, Santander.

Se encontró un estudio sobre la percepción del los proveedores del sistema electrónico “Chilecompra” en la Xa región – Chile¹, realizado por Francisco Ganga Contreras, administrador público y licenciado en administración, de la universidad de Los Lagos, Magister en administración de empresas de la universidad Austral de Chile, DEA en organización de empresas y Doctor en nuevas tendencias en dirección de empresas en la Universidad de Valladolid, España. Actualmente es académico jornada completa de la universidad de los Lagos, Chile, y por Marcela Águila Sánchez, administradora pública y licenciada en ciencias políticas y administrativas de la universidad de Los Lagos.

En este estudio se explica en resumen, “La incorporación de la tecnología en el quehacer gubernamental ha cambiado la relación del gobierno con sus ciudadanos. La implementación de sistemas basados en la tecnología de internet para hacer más eficiente la labor del sector público, conduce a la sociedad a un proceso de adaptación a estas nuevas tendencias. Es así como el gobierno de Chile ha implementado diversos sistemas para llevar a cabo sus funciones. Uno de ellos es el sistema de compras públicas conocido como Chilecompra, plataforma electrónica donde se congregan las demandas de bienes y servicios del sector público y las ofertas de los proveedores. Conocer la percepción de los proveedores, con respecto a esta nueva modalidad, es el propósito cardinal del estudio. Para esto se exponen antecedentes generales del sistema de compras y se sintetizan las percepciones de los proveedores con respecto a su funcionamiento, después de un año de la puesta en marcha de la ley de bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios No 19.886, más conocida como ley de compras públicas.

Dichas percepciones fueron captadas a través de la aplicación de una encuesta electrónica cuyos resultados permiten exhibir el grado de satisfacción que estos actores manifiestan con

• ¹ Revista venezolana de información, tecnología y conocimiento. Percepción del los proveedores del sistema electrónico “Chilecompra” en la X^a región – Chile. Año 3 : No. 1. Enero – Abril 2006, pp.27-48.

respecto a la implementación del sistema electrónico en la región, lo que contribuye a la toma de decisiones de las respectivas autoridades vinculadas al tema, además de sentar las bases para ulteriores investigaciones en esta materia y otras relacionadas.

En conclusión de este estudio, producto de la masiva incorporación de tecnologías de información y comunicaciones, en las diversas actividades de la vida de los seres humanos, el comercio electrónico se ha transformado en un protagonista indiscutido, a la hora de mejorar las relaciones comerciales entre proveedores, consumidores y viceversa.

Es verdad que estas tecnologías tuvieron en un comienzo muchas dificultades de instrumentalización, pero en el hogaño, se han transformado en un mecanismo vital en el desarrollo de la economía mundial, principalmente gracias a las innumerables ventajas que quedaron nítidamente expuestas en este trabajo.

Ahora bien, contextualizándonos en los resultados obtenidos en esta indagación, se puede extraer que “Chilecompra” es un sistema que brinda beneficios y servicios a los proveedores del Estado, además, contribuye a la manifestación del comercio electrónico y por ende, a una mayor competitividad, logrando con ello un intercambio más abierto y menos discriminatorio, lo que puede traducirse en productos y servicios de calidad, y por supuesto precios más convenientes.

Esta nueva forma de llevar a cabo los procesos de compras, cambia significativamente la relación del Estado con sus proveedores, los acerca a las tecnologías de la información, que son la base de la economía de estos días, consideradas como un capital que apunta a una mayor productividad de las empresas y de toda la economía. Gracias a estas tecnologías se eliminan las fronteras y se pueden optar a mejores posibilidades de negocios y a la generación de nuevos productos, optimizándose a su vez los procesos y mejorando la calidad junto con reducir los costos de transacción

Es claro que el gobierno de Chile, ha percibido oportunamente las señales que se están produciendo en el mercado internacional, captando con mucha certeza la tendencia mundial de dinamizar, mejorar y efficientar la interacción del Estado con las empresas y las personas, a través de la utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Revista venezolana de información, tecnología y conocimiento.

Percepción del los proveedores del sistema electrónico “Chilecompra” en la Xa región – Chile. Año 3 : No. 1. Enero – Abril 2006, pp.27-48.

JUSTIFICACIÓN

El proceso de Abastecimiento de Bienes y Servicios en ECOPETROL S.A se lleva a cabo por medio de la labor de los gestores de compras, los cuales con la experiencia adquirida y el día a día de la labor, hace que cada gestor conozca los principales proveedores que negocian con la empresa y que de una u otra manera se finaliza haciendo relaciones, casi siempre, con el mismo grupo de proveedores históricos; ya que la labor se torna un poco rutinaria y aunque realizan inteligencia de mercados para cada proceso, “la mente humana hace que se tengan en cuenta los mismos proveedores y se manejen el mismo grupo de estrategias rutinarias, por esta razón no se da la oportunidad de tener en cuenta muchos proveedores nuevos o con los que no se retomaban las relaciones de negocio y con los cuales se podría obtener excelentes resultados para el buen funcionamiento de la cadena de Abastecimiento de ECOPETROL S.A”, dice el líder de Abastecimiento(compras) **GERMÁN RÁMIREZ GUINGUE**. Además, gracias a esta rutina se visualizan algunas estrategias rutinarias para cada uno de los proveedores y por consecuencia ECOPETROL S.A no ha realizado un estudio de ¿Cómo perciben los proveedores a la empresa?, por lo tanto los gestores se basan en los datos históricos y recordatorios que los limita a tener una visión apreciativa y no real de la opinión que tienen ellos respecto a la empresa, por esta razón se torna más difícil otorgar una estrategia a desarrollar con cada clase de proveedor, ya que con un modelo de la percepción del proveedor, el gestor obtiene diferentes opciones de negociación con una probabilidad mayor de acertar con el proveedor acorde con las características generales y específicas del negocio y que favorezca a la empresa, además, es de gran impacto para la empresa tener conocimiento de la percepción de los proveedores, de la motivación y del rendimiento, ya que las investigaciones más recientes muestran que el mercado está cambiando; “Los proveedores y clientes cambiaron su orientación y están más enfocados hacia el mercado de las relaciones que al de las transacciones.”

En consecuencia, la razón de generar un modelo de percepción de proveedores y conectarlo con el modelo de posición del suministro es el beneficio de poder obtener relaciones basadas en la confianza con los proveedores, negocios a largo plazo, lograr ser una empresa de alto atractivo para ellos y generar negocios futuros.

OBJETIVOS

Objetivo General: Diseñar el modelo de percepción de los proveedores y conectarlo con el modelo de posición del suministro, para que con ello se pueda deducir un indicativo de motivación y rendimiento, y posteriormente ECOPETROL S.A pueda generar estrategias corporativas que afiancen las relaciones, generar confianza y obtener negociaciones a largo plazo con dichos proveedores.

Objetivos Específicos:

Recolectar los proveedores históricos por las ocho categorías de productos (químicos, estático, eléctrico, producción, misceláneos, rotativo, seguridad y ferretería), basado en los datos del PACC (Plan anual de compras y contratación) del año 2008.

Seleccionar los proveedores con mayor negociación, por medio de gráficas de Pareto.

Diseñar encuesta de percepción y motivación de los proveedores.

Aplicar la encuesta a los proveedores asignados.

Generar resultados de las encuestas aplicadas a los proveedores de ECOPETROL S.A.

Analizar los resultados obtenidos de la encuesta.

Diseñar el modelo de percepción de los proveedores.

Conectar el modelo de percepción de proveedores con el modelo de posición del suministro.

Generar la motivación del proveedor. (Ver anexo 9.)

Generar el rendimiento de los proveedores.

Aprender el proceso de gestión de contratación y de compras, además, de apoyar la labor para la elaboración del modelo de abastecimiento.

MARCO TEORICO

Cómo afectan las percepciones del proveedor y la posición de negociación a la estrategia de suministro de la empresa

Las percepciones probables de los proveedores pueden ser evaluadas utilizando el “modelo de percepción del proveedor” Este se concentra en dos dimensiones:

El valor del negocio que la empresa ofrece al proveedor en relación a sus niveles de facturación.

La combinación de otros factores que determinan el nivel de atractivo del negocio de la empresa para los proveedores, tales como su historial de pagos, la facilidad de hacer negocios con ella, afinidades culturales, potencial de desarrollo de negocios y la imagen obtenida por el proveedor al ser asociado con la empresa.

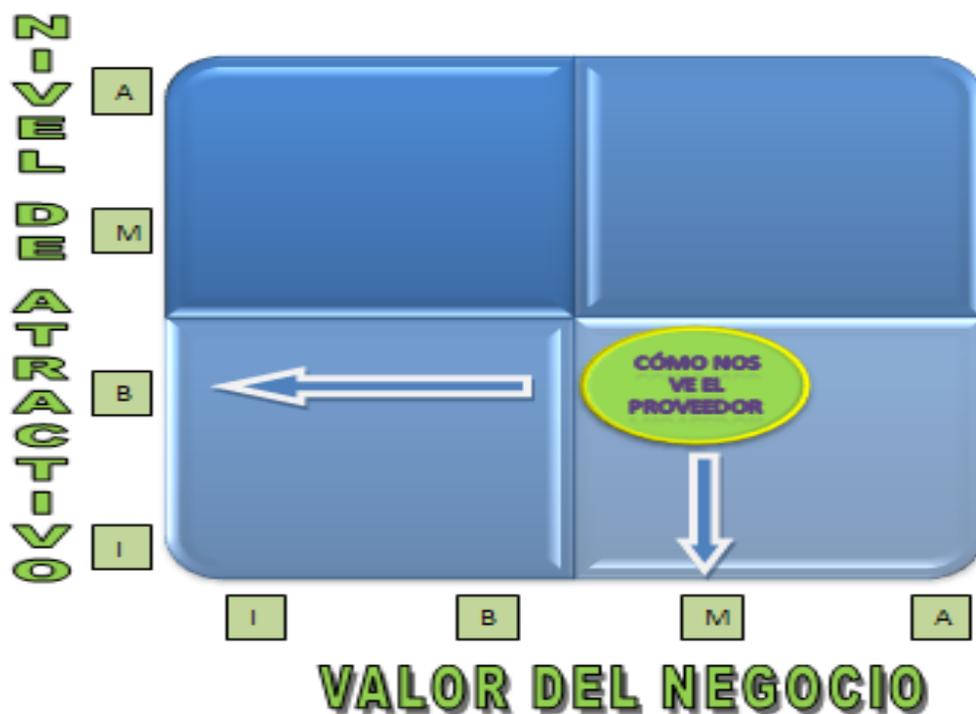
MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR



El modelo de percepción del proveedor, que perite esta evaluación, se presenta en la siguiente figura.

Cada uno de los cuadrantes del modelo anterior implica una visión distinta de la empresa por parte de ciertos tipos de proveedores

COMO NOS VE EL PROVEEDOR



EL CUADRANTE MARGINAL

Si los valores de compra de la empresa son bajos y no hay mucho más que ofrecer para atraer al proveedor, generalmente lo tratarán como negocio marginal.

Si la empresa está en categoría para algún grupo de proveedores, estará en los últimos lugares de sus listas de prioridades.

Tampoco cabe esperar ningún interés de su parte para desarrollar cualquier tipo de cooperación.

A lo sumo, la empresa deberá utilizar a los proveedores de este cuadrante para sus compras puntuales de baja prioridad.

Sin embargo si la compra es de alta prioridad para la empresa y si se puede esperar que todos los proveedores potenciales la consideren como marginal, su posición de negociación será muy débil.

EL CUADRANTE DE EXPLOTACIÓN

En este caso, el nivel de compras de la empresa puede ser importante para los proveedores, pero el negocio por otros motivos (ej., porque el procedimiento de pagos es largo), no es atractivo para ellos.

Algunos proveedores pueden desear mantener el negocio, pero sin realizar ningún esfuerzo especial. Si consideran que el negocio de la empresa es seguro, pueden tratar de explotarla, por ejemplo subiendo los precios.

Puede ser aceptable para la empresa tratar con proveedores en este cuadrante si solo se requiere un pequeño grado de cooperación. No sería apropiado si lo que busca es una relación a largo plazo.

Obviamente, si el nivel de compras de la empresa es alto, debería tratar de promover la máxima competencia entre proveedores, para evitar ser explotada.

EL CUADRANTE DE DESARROLLO

En este caso el negocio de la empresa resulta atractivo para el proveedor, aunque su valor actual es relativamente bajo.

El nivel de atractivo proviene de las percepciones del proveedor sobre el potencial de futuros negocios. Por lo tanto está dispuesto a invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con la empresa con el fin de incrementar en el tiempo sus ventas a ella.

Otros factores como la asociación con un nombre prestigioso o la facilidad de hacer negocios, también puede contribuir a colocar a la empresa en la categoría de desarrollo.

El trato con el proveedor en este cuadrante sería apropiado cuando se requiera un grado relativamente alto de cooperación. Podría ser adecuado para un acuerdo de asociación si hay un verdadero potencial para el desarrollo de negocios mutuos.

EL CUADRANTE DE NÚCLEO DE NEGOCIOS

Si un proveedor se encuentra en este cuadrante, considerara a la empresa parte de su núcleo de negocios. Esto se debe al nivel actual de negocios que ofrece la empresa y a su potencial a largo plazo. Cabe esperar que el proveedor invierta un esfuerzo significativo en retener el negocio de la empresa si se encuentra en este cuadrante.

Por lo tanto es adecuado cuando se requieren altos grados de cooperación y desarrollo mutuo, como en los acuerdos de asociación, es decir, las alianzas que logre hacer Ecopetrol con estos proveedores.

Por otro lado, si el proveedor depende del negocio de la empresa, esta tendrá un papel dominante en la relación, permitiéndole emplear cualquier estrategia que se desee. No obstante, la visión de negocios a largo plazo requiere que la empresa sea siempre justa y fiable, incluso cuando se está en posición de superioridad. Esto siempre debería ser un componente clave de la estrategia de la empresa.

El efecto en las relaciones con los proveedores.

El efecto de las percepciones de los proveedores respecto a la posición de la empresa influirá en las opciones en los términos de los tipos de relaciones que será capaz de desarrollar. Estas ya han sido descritas más arriba, pero se pueden resumir en la (tabla 1).

IMPLICACIONES DE LAS PEREPCIONES DE LOS PROVEEDORES	
Percepciones del proveedor sobre el negocio que ofrece la empresa	Que hacer como comprador
Bajo	Ser un buen cliente
Medio- alto	Acuerdo de negociación
Muy alto	Dominar la relación, pero siendo justo y fiable.

Si las percepciones de los proveedores del negocio de la empresa son muy bajas, su posición de negociación será débil. La única opción entonces es tratar de mejorar el atractivo de la empresa en cualquier forma posible. La más importante de ellas consiste en hacer un esfuerzo especial por llegar a ser tan buen cliente como sea posible. Ser un buen cliente implica:

Pagar las facturas a tiempo

Tener procesos eficientes y eficaces para gestionar las transacciones de negocios.

Controlar la frecuencia y naturaleza de las interacciones con el proveedor (es decir, evitar ser “molesto”).

Tener un único “responsable de cuenta” del proveedor para facilitarle el tratar con la empresa.

Responder rápidamente a las consultas del proveedor.

Ahorrar al proveedor el esfuerzo de tratar asuntos administrativos externos (ej., requerimientos de bancos, inspección, formalidades y documentación de aduanas, etc.) ofreciendo que la empresa gestione estas cuestiones.

Actuar en general de forma profesional y ética.

Siempre conviene esforzarse en ser un buen cliente, pero si los proveedores tienen poco interés en la empresa, será posible redoblar los esfuerzos.

Mercadeo inverso

Particularmente, cuando se compran artículos restrictivos y críticos (ver anexo 3), es importante que el negocio sea tan atractivo como sea posible para los proveedores. Esto significa tratar de ofrecerles tanto negocio como sea posible y ser tan buen cliente como se pueda.

El mercado inverso es un concepto que implica que un comprador trate de atraer a los proveedores “vendiéndose” el mismo como cliente con tanta fuerza como pueda. Está orientado a desarrollar relaciones positivas con los proveedores cada vez que sea necesario.

En el mercado inverso, en vez de esperar que el proveedor promueva la relación comercial, es el comprador quien toma la iniciativa. El comprador también emplea gran cantidad de persuasión para convencer al proveedor que le venda. Esto es por lo tanto, lo opuesto a la práctica de mercadeo usual comprador/ proveedor.

El grado de iniciativa del comprador determina si el mercado inverso es eficaz o no. En tal situación el comprador es el que recomienda los precios y otros términos y condiciones al proveedor, en vez de evaluar solamente las ofertas de los proveedores. Cuanto más atractivas sean estas condiciones para los proveedores mayor será el interés del proveedor en el negocio.

En el mercado inverso el comprador está generalmente involucrado en el desarrollo del producto con el proveedor, fortalecer y mejorar sus capacidades (así como su motivación) para suministrarle estos productos.

c) Concesiones entre costos de cambio y desarrollo del proveedor.

Una empresa puede desear cambiar de proveedores, bien porque el proveedor no satisface sus requerimientos actuales o porque la evolución de su estrategia ahora requiere pasar a un proveedor más calificado para alcanzar mayores niveles de rendimiento.

En vez de pasar a un nuevo proveedor, una alternativa es trabajar con el proveedor actual para desarrollar sus capacidades y/o motivación y así, suministrar a la empresa; por ejemplo como se describió antes bajo el mercado inverso.

Ambas opciones implican costos. Los costos de cambio están asociados con el cambio de un proveedor a otro. Estos incluyen, por ejemplo, el costo de re-entrenar al personal, cambio de procesos, obsolescencia de existencias, penalización por terminación de contratos, etc. Por otra parte, los costos de desarrollo de proveedor son aquellos requeridos para ayudar al proveedor a alcanzar los niveles de rendimiento necesarios. Estos usualmente involucran la transferencia de conocimiento especializado, sistemas, herramientas y otros recursos.

Con frecuencia los compradores se enfrentan a decisiones estratégicas respecto a la relación con los proveedores – cuando un proveedor no rinde como se esperaba-que involucran escoger entre cambiar de proveedores o desarrollar a los actuales proveedores de la empresa. Al tomar tales decisiones se deben evaluar cuidadosamente el costo de ambas opciones.

d) Vincular el modelo de percepción del proveedor al modelo de posición del suministro.

En términos de estrategia de suministro, debería existir una clara vinculación entre las formas en que una compañía enfoca las distintas categorías de artículos que compra y las percepciones deseables de sus proveedores de tales artículos. Esto se debe a que las estrategias tanto del comprador como del proveedor deben estar necesariamente alineadas para obtener los mejores resultados. Por ejemplo:

La empresa debería asegurar que todos sus proveedores de sus artículos críticos la vean como parte de su núcleo de clientes. Si éste no es el caso, los riesgos de suministro aumentarán sustancialmente y sus posibilidades de desarrollar los acuerdos de asociación necesarios con sus proveedores serán virtualmente nulas.

Los artículos que se consideran restrictivos se deberían comprar a proveedores que la consideran al menos como un cliente de desarrollo. En esta forma, aún si el nivel de

negocios es relativamente limitado en la actualidad, tratarán de todas formas de construir una relación comercial más fuerte en el tiempo.

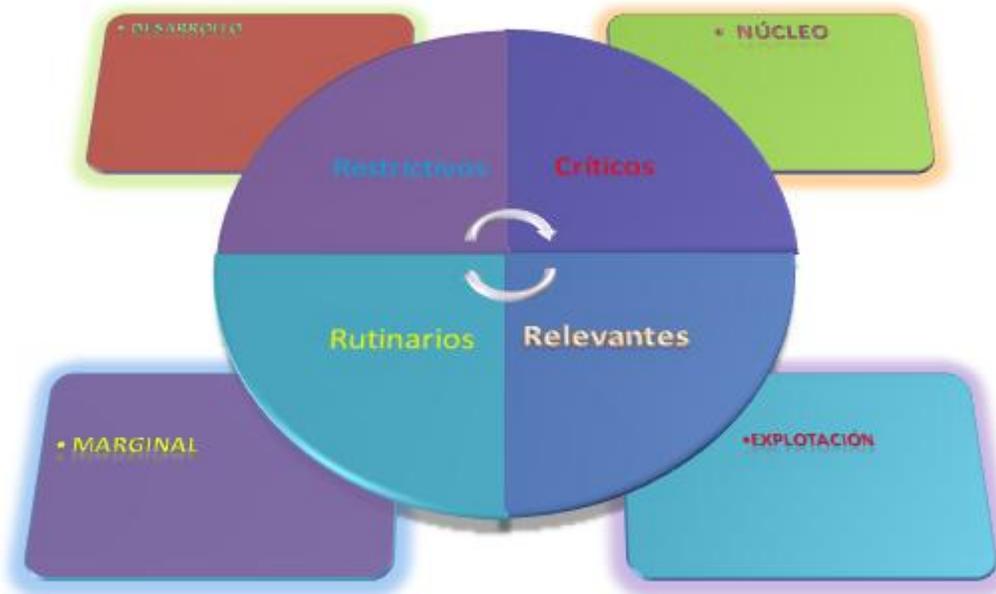
La empresa debería tratar de evitar ser considerada por sus proveedores o bien marginal o un cliente a explotar. Por lo tanto tratará, siempre que sea posible, de llevar la percepción de los proveedores hacia los cuadrantes de desarrollo o, idealmente, de núcleo. Habiendo dicho esto, sin embargo, puede tener que comprar sus artículos relevantes a proveedores que desean solo explotarlo como una oportunidad de negocio inmediato. Esto no sería inusual puesto que, después de todo, ambas empresas estarían compartiendo un enfoque de corto plazo para esta transacción.

De igual manera los artículos rutinarios de la empresa a menudo pueden tenerse que comprar a proveedores que la consideran marginal. Las consecuencias negativas de una relación comercial-superficial con los proveedores serán relativamente menos importantes para la empresa en el caso de artículos rutinarios que en artículos restrictivos y críticos.

Sin embargo, como veremos más adelante, debido a que la orientación de la empresa es reducir los costos administrativos de compra, se debe buscar un proveedor de artículos rutinarios que sea responsable y esté dispuesto a suministrar a la empresa a largo plazo. Por lo tanto, comprar artículos de rutina a un proveedor que busca desarrollar a la empresa como cliente a largo plazo tendría bastante sentido.

El mercado inverso será generalmente más relevante en las primeras dos categorías descritas arriba, es decir, cuando el comprador debe tratar de convencer al proveedor para que lo considere un cliente de núcleo o, al menos un cliente que vale la pena desarrollar. (Ver anexo 8.)

CONECTANDO EL MODELO DE POSICIÓN DEL SUMINISTRO



Y EL MODELO DE PERCEPCIÓN DEL PROVEEDOR.

UniAndes.Facultad de administración. Desarrollo gerencial. Programa compras estrategias y abastecimiento internacional: Bogotá, Ecopetrol, mayo 2007.(Modulo 4).

CAPITULO I

MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE SEGURIDAD INDUSTRIAL.

1.1 Proveedores encuestados de elementos de seguridad. (Total 17 encuestados)

NOMBRE DE LA EMPRESA	
1	PASS LTDA.
2	INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURDAD LTDA
3	PROVEER SURAMERICANA LTDA
4	PRODUCTOS DE SEGURIDAD S.A.
5	EMPAQUETADURAS Y EMPAQUES S.A.
6	SOLMAQ S.A.
7	3M COLOMBIA S.A.
8	INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.
9	OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA
10	PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA
11	ELECTRIFRENOS
12	SURAMEIRCANA DE GUANTES LTDA
13	URIGO LIMITADA
14	ASOPIPATON
15	ESPUMLATEX S.A.
16	C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y
17	MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOCO)

Tabla 1. Proveedores del área de seguridad industrial encuestados.

1.2 Respuestas de encuestas a proveedores de elementos de seguridad industrial.

1.2.1 Información y factor estrategia comercial.

NOMBRE DE LA EMPRESA	VALOR D LAS VENTAS	TIEMPORELACION	FRECUENCIA	SECTOR BASICO	MERCADO APENETRAR	TIPO DE CLIENTE
PASS LTDA.	0 A 4,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURIDAD LTDA	15% A 29%	1 A 3 AÑOS	2 A 3 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
PROVEER SURAMERICANA LTDA	60% A 100%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
PRODUCTOS DE SEGURIDAD S.A.	5% A 14,99%	DE 3 A 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
Empaquetaduras y Empaques S.A.	0 A 4,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	probablemente si	probablemente si
SOLMAQ S.A.	15% A 29%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
3M Colombia S.A.	30% A 59,99%	DE 3 A 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.	0 A 4,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA	5% A 14,99%	DE 3 A 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	probablemente si	Seguro que si	Seguro que si
PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA	15% A 29%	1 A 3 AÑOS	3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
ELECTRIFRENOS	30% A 59,99%	DE 3 A 5 AÑOS	3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
SURAMEIRCANA DE GUANTES LTDA	15% A 29%	MAS DE 5 AÑOS	2 A 3 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
URIGO LIMITADA	30% A 59,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
ASOIPATON	60% A 100%	DE 3 A 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
ESPUMLATEX S.A.	0 A 4,99%	MAS DE 5 AÑOS	3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y	0 A 4,99%	MAS DE 5 AÑOS	3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOCO)	60% A 100%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que no	Seguro que si

Tabla 2. Respuestas información y factor estrategia comercial.

1.2.2 Factor relaciones.

#	NOMBRE DE LA EMPRESA	COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	INVERTIR TIEMPO	NUCLEO DE NEGOCIOS
1	PASS LTDA.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
2	INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURDAD LTDA	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
3	PROVEER SURAMERICANA LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
4	PRODUCTOS DE SEGURIDAD S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
5	Empaquetaduras y Empaques S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
6	SOLMAQ S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
7	3M Colombia S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
8	INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
9	OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
10	PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
11	ELECTRIFRENOS	Interesado	Interesado	Interesado	Interesado
12	SURAMEIRCANA DE GUANTES LTDA	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
13	URIGO LIMITADA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
14	ASOPIPATON	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
15	ESPUMLATEX S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
16	C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
17	MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOCO)	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado

Tabla 3. Respuestas factor relaciones.

1.2.3 Factor nivel de atractivo.

	NOMBRE DE LA EMPRESA	BRIINDAR COOPERACIÓN	MANTENER NEGOCIOS	LARGO PLAZO	NÚCLEO	NIVEL DE ATRACTIVO
1	PASS LTDA.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
2	INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURDAD LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
3	PROVEER SURAMERICANA LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
4	PRODUCTOS DE SEGURIDAD S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
5	Empaquetaduras y Empaques S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
6	SOLMAQ S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
7	3M Colombia S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
8	INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
9	OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
10	PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
11	ELECTRIFRENOS	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
12	SURAMEIRCANA DE GUANTES LTDA	Medio	Alto	Alto	Alto	Alto
13	URIGO LIMITADA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
14	ASOPIPATON	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
15	ESPUMLATEX S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
16	C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y	Medio	Alto	Alto	Alto	Alto
17	MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOCO)	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Tabla 4. Respuestas factor nivel de atractivo.

1.2.4 Factor importancia de negociación.

	NOMBRE DE LA EMPRESA	CALIDAD PROCESO	FACILIDAD PROCESO	PROFESIONALIDAD	IGUALDAD	TRANSPARENCIA	EXIGENCIA DE DOCUMENTOS	PUNTUALIDAD
1	PASS LTDA.	Importante	Importante	Importante	Muy importante	Muy importante	Importante	Importante
2	INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURDAD LTDA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
3	PROVEER SURAMERICANA LTDA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
4	PRODUCTOS DE SEGURIDAD S.A.	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Importante	Muy importante
5	Empaquetaduras y Empaques S.A.	Importante	Importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Importante	Muy importante
6	SOLMAQ S.A.	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
7	3M Colombia S.A.	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
8	INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.	Importante	Muy importante	Importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante
9	OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
10	PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
11	ELECTRIFRENOS	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Importante
12	SURAMEIRCANA DE GUANTES LTDA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
13	URIGO LIMITADA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
14	ASOPIPATON	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
15	ESPUMLATEX S.A.	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
16	C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
17	MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOCO)	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante

Tabla 5. Respuestas factor importancia de negociación.

1.2.5 Factor satisfacción.

	NOMBRE DE LA EMPRESA	GRADO DE SATISFACCION	COMPARACION	RECOMENDACION	NEGOCIAR DE NUEVO
1	PASS LTDA.	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
2	INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURDAD LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
3	PROVEER SURAMERICANA LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
4	PRODUCTOS DE SEGURIDAD S.A.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
5	Empaquetaduras y Empaques S.A.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
6	SOLMAQ S.A.	Completamente insatisfecho	Completamente insatisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
7	3M Colombia S.A.	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
8	INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
9	OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
10	PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
11	ELECTRIFRENOS	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
12	SURAMEIRCANA DE GUANTES LTDA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
13	URIGO LIMITADA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
14	ASOPIPATON	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
15	ESPUMLATEX S.A.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
16	C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
17	MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOCO)	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho

Tabla 6. Respuestas factor satisfacción.

1.2.6 Factor capacidad.

La información financiera se estipuló que no se incluiría en la tabulación, ya que muchos datos eran inconsistentes con la información que ECOPEPETROL S.A posee. Por esta razón se decidió dejar la parte financiera como información para la empresa y que no afectara en los resultados de la encuesta.

	PROVEEDOR	FINANCIERO	CALIDAD	MEDIO AMBIENTE	SEGURIDAD INDUSTRIAL	RUC	RESPONSABILIDAD SOCIAL
1	PASS LTDA	2917,7	SI	NO	NO	NO	10= SI
2	INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURDAD LTDA	500	SI	NO	SI	NO	10=SI
3	PROVEER SURAMERICANA LTDA	2672,1	SI	NO	SI	SI	10=SI
4	PRODESEG S.A.	72711,34	SI	NO	NO	NO	10=SI
5	Empaquetaduras y Empaques S.A.	4509,1	SI	NO	NO	NO	10=SI
6	SOLMAQ S.A.	6815,2	SI	NO	NO	NO	10=SI
7	3M Colombia, S.A	3600	SI	SI	NO	NO	10=SI
8	INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.	4274,6	SI	NO	SI	NO	10=SI
9	OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA	560000	NO	NO	SI	SI	10=SI
10	PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA	N/A	NO	NO	NO	NO	10=SI
11	ELECTRIFRENOS	191,1	NO	NO	SI	NO	10=SI
12	SURAMEIRCAN DE GUANTES LTDA	250	SI	NO	NO	NO	8=SI
13	URIGO LIMITADA	3941,2	NO	NO	SI	SI	10=SI
14	ASOPIPATON	22,9	NO	NO	NO	NO	10=SI
15	ESPUMLATEX S.A.	N/A	SI	SI	NO	NO	10=SI
16	C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y	5233,9	SI	NO	SI	NO	10=SI
17	MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOOCO)	355,2	SI	NO	SI	NO	10=SI

Tabla 7. Respuestas factor capacidad.

La información mostrada en la tabla 7 se obtuvo de los resultados de la encuesta, pero para algunos proveedores que están inscritos en SICLAR (Sistema de Clasificación de Proveedores) que es una base de datos con la que cuenta ECOPEPETROL S.A para obtener información verídica de los proveedores, se obtuvo esta información de SICLAR. Por esta razón se estipuló en la encuesta la pregunta No 18. En la que se expresa lo siguiente :” Se encuentra inscrito en el sistema de clasificación de proveedores (SICLAR)”(ver anexo 1), para verificar si los proveedores encuestados se encuentran inscritos; Si la respuesta es SÍ, el proveedor emite contestar el FACTOR CAPACIDAD de la encuesta y si la respuesta es NO, el proveedor debe contestar el factor capacidad.

Finalmente, si el proveedor se encuentra inscrito en SICLAR y contesta de la encuesta el factor capacidad, se toma la información de SICLAR, es decir, que prevalece la información de SICLAR a la de la encuesta (Ver anexo 2).

1.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.

Evaluación de desempeño: Es el documento expedido por ECOPETROL S.A en el que se consigna el seguimiento y el cumplimiento de las obligaciones que con ocasión de la celebración de un contrato adquiere el contratista.

La evaluación de desempeño es un valor dado en porcentaje y se obtiene del sistema SAP que es el programa integrado que maneja ECOPETROL S.A; el nombre de SAP proviene de: Sistemas, Aplicaciones y Productos en Procesamiento de datos. EL nombre SAP es al mismo tiempo el nombre de una empresa y el de un sistema informático. Este sistema comprende muchos módulos completamente integrados, que abarca prácticamente todos los aspectos de la administración empresarial. Cada módulo realiza una función diferente, pero está diseñado para trabajar con otros módulos. (Ver anexo 3).

	PROVEEDOR	EVALUACION DE DESEMPEÑO
1	PASS LTDA.	95,41%
2	INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURDAD LTDA	95,63%
3	PROVEER SURAMERICANA LTDA	88,00%
4	PRODUCTOS DE SEGURIDAD S.A.	97,18%
5	Empaquetaduras y Empaques S.A.	96,92%
6	SOLMAQ S.A.	91,23%
7	3M Colombia S.A.	98,28%
8	INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.	94,80%
9	OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA	97,00%
10	PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA	99,77%
11	ELECTRIFRENOS	99,62%
12	SURAMEIRCANA DE GUANTES LTDA	99,00%

13	URIGO LIMITADA	96,74%
14	ASOPIPATON	92,31%
15	ESPUMLATEX S.A.	95,00%
16	C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y	92,43%
17	MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOCO)	98,85%

Tabla 8. Información evaluaciones de desempeño.

1.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.

Estos rangos fueron realizados bajo criterios del funcionario autorizado de compras y algunos gestores de compras, buscando la valoración más acertada para los proveedores y que al final los datos sean de importancia, para la realización de las estrategias y la continuación del modelo de abastecimiento estratégico de la Coordinación de Abastecimiento Barrancabermeja.

1.4.1 Factor estrategia comercial.

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
SECTOR BASICO= 4 PUNTOS				MERCADO A PENETRAR= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO	SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
TIPO DE CLIENTE= 4 PUNTOS				TIPO DE CLIENTE= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO	SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 1. Rango factor estrategia comercial.

1.4.2 Factor relaciones.

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
INVERTIR TIEMPO= 4 PUNTOS				NÚCLEO DE NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 2. Rango factor relaciones.

1.4.3 Factor nivel de atractivo.

FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS			
BRINDAR COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS				LARGO PLAZO= 4 PUNTOS			
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS							
NÚCLEO = 4 PUNTOS				NIVEL DE ATRACTIVO = 4 PUNTOS							
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 3. Rango factor nivel de atractivo.

1.4.4 Factor importancia de negociación.

FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACIÓN = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS			
CALIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				FACILIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				PROFESIONALIDAD= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS			
IGUALDAD= 4 PUNTOS				TRANSPARENCIA= 4 PUNTOS				EXIGENCIA DOCUMENTOS= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS			
PUNTUALIDAD= 4 PUNTOS				PUNTUALIDAD= 4 PUNTOS				PUNTUALIDAD= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 4. Rango factor importancia de negociación.

1.4.5 Factor satisfacción.

FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS			
GRADO DE SATISFACCION= 4 PUNTOS				COMPARACION= 4 PUNTOS			
COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO	COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO
4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS			
RECOMENDACION= 4 PUNTOS				NEGOCIAR DE NUEVO= 4 PUNTOS			
SI			NO	SI			NO
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 5. Rango factor satisfacción.

1.4.6 Factor capacidad.

FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS			
CALIDAD= 5 PUNTOS				MEDIO AMBIENTE= 5 PUNTOS				SEGURIDAD INDUSTRIAL= 5 PUNTOS			
SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE	LO ESTÁ IMPLEMENTANDO		NO TIENE
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS							
RUC= 5 PUNTOS				RESPONSABILIDAD SOCIAL= 5 PUNTOS							
SI TIENE			NO TIENE	CUMPLE CON 10	CUMPLE 8-9	CUMPLE 5-7	CUMPLE 0-4				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 6. Rango factor capacidad.

1.4.7 Evaluación de desempeño.

FATOR EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO = 10 PUNTOS				
DESEMPEÑO= 10 PUNTOS				
95% - 100%	90%- 94,99%	85%- 89,99%	80%- 84,99%	0% - 79,99%
4	3	2	1	0

Figura 7. Rango evaluación de desempeño.

1.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.

En las tablas 9,10,11 se observa la respuesta a la pregunta y se mira en los rangos de valoración, que puntaje le corresponde a cada respuesta y ese valor de puntaje se adiciona a la tabla (columna puntos); después se multiplica el valor de la puntuación (columna puntos) por el valor total del factor (columna puntaje) y da como resultado el valor total de puntaje por cada factor para cada proveedor (columna total) y por último la sumatoria del puntaje total por factor (columna total) nos da el puntaje total de cada proveedor(fila final de la tabla).

1.5.1 Criterio de valoración proveedores seguridad industrial.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PASS LTDA			INGENIERIA Y SOPORTE		PROVEER SURAMERICANA		PRODESEG S.A.		Empaquetaduras y Empaques S.A.		SOLMAQ S.A.	
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16				0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	3	12	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	3	12	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	3	12	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
puntualidad en el pago	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16				0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	4	16	3	12	3	12	3	12	3	12	1	4
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	16	3	12	3	12	3	12	3	12	1	4
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			348		356		360		360		340		344

Tabla 9. Criterio de valoración proveedores de Seguridad 1 -6.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	3M Colombia S.A.			INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.		OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA		PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA		ELECTRIFRENOS		SURAMEIRCANA DE GUANTES LTDA	
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	16	4	16	3	12	4	16	3	12	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			368		352		356		368		344		360

Tabla 10. Criterio de valoración proveedores de Seguridad 7 -12.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	URIGO LIMITADA			ASOPIPATON		ESPUMLATEX S.A.		C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y		MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOCO)	
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12										
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	1	4
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	12	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	12	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	12	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	4	16	4	12	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	4	12	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	3	12	4	16	3	12	3	12	4	16
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	3	12	4	16	3	12	3	12	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			360		368		340		352		356

Tabla 11. Criterio de valoración de proveedores de Seguridad 13-17.

1.5.2 Criterio de valoración factor capacidad.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PASS LTDA			INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURIDAD		PROVEER SURAMERICANA LTDA		PRODESEG S.A.		Empaquetaduras y Empaques S.A.		SOLMAQ S.A.	
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25		0		0		0		0		0		0
Calidad	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
Medio ambiente	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	3	15	4	20	3	15	1	5	3	15	1	5
RUC	5	1	5	1	5	4	20	1	5	1	5	1	5
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluacion de desempeño	10	4	40	4	40	2	20	4	40	4	40	3	30
MÁXMA PUNTUACION TOTAL		140		105		110		100		95		105	85

Tabla 12. Criterio de valoración capacidad proveedores Seguridad 1-6.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	3M Colombia S.A.		INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.		OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA		PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA		ELECTRIFRENOS		SURAMEIRCAN DE GUANTES LTDA	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25		0		0		0		0		0		0
Calidad	5	4	20	4	20	1	5	1	5	1	5	4	20
Medio ambiente	5	4	20	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	1	5	3	15	4	20	1	5	3	15	1	5
RUC	5	1	5	1	5	4	20	1	5	1	5	1	5
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluacion de desempeño	10	4	40	3	30	4	40	4	40	4	40	4	40
MÁXMA PUNTUACION TOTAL		140		110		95		110		80		90	95

Tabla 13. Criterio de valoración capacidad proveedores Seguridad 7-12.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	URIGO LIMITADA			ASOIPATON		ESPUMLATEX S.A.		C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y		MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOCO)		
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25		0		0		0		0		0	
Calidad	5	1	5	1	5	4	20	4	20	4	20	
Medio ambiente	5	1	5	1	5	4	20	1	5	1	5	
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	3	15	1	5	1	5	3	15	3	15	
RUC	5	4	20	1	5	1	5	1	5	1	5	
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0	
Evaluacion de desempeño	10	4	40	3	30	4	40	3	30	4	40	
MÁXMA PUNTUACION TOTAL		140		105		70		110		95		105

Tabla 14. Criterio de valoración capacidad proveedores Seguridad 13-17.

1.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.

	PROVEEDOR	VALOR DEL NEGOCIO	PORCENTAJE DE ATRACTIVO	MOTIVACION	CAPACIDAD
1	PASS LTDA.	2,50%	94,57%	M	75,00%
2	INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURDAD LTDA	10,00%	96,74%	M	78,57%
3	PROVEER SURAMERICANA LTDA	80,00%	97,83%	A	71,43%
4	PRODUCTOS DE SEGURIDAD S.A.	10,00%	97,83%	M	67,86%
5	Empaquetaduras y Empaques S.A.	2,50%	92,39%	M	75,00%
6	SOLMAQ S.A.	22,50%	93,48%	M	60,71%
7	3M Colombia S.A.	45,00%	100,00%	M	78,57%
8	INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.	2,50%	95,65%	M	67,86%
9	OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA	10,00%	96,74%	M	78,57%
10	PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA	22,50%	100,00%	M	57,14%
11	ELECTRIFRENOS	45,00%	93,48%	M	64,29%
12	SURAMEIRCANA DE GUANTES LTDA	22,50%	97,83%	M	67,86%
13	URIGO LIMITADA	45,00%	97,83%	M	75,00%
14	ASOPIPATON	80,00%	100,00%	A	50,00%
15	ESPUMLATEX S.A.	2,50%	92,39%	M	78,57%
16	C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y	2,50%	95,65%	M	67,86%
17	MARTHA DOMINGUEZ CORREA(MADOCO)	80,00%	96,74%	A	75,00%

Tabla 15. Datos obtenidos de proveedores de Seguridad.

1.6.1 Explicación para obtener la tabla 15.

En la tabla 15 se muestran los datos obtenidos de las encuestas. La columna VALOR DEL NEGOCIO se obtuvo de la pregunta No 1. De la encuesta (ver anexo 1), estos valores son el promedio de los rangos de la pregunta No 1, que son los siguientes:

RANGO	PROMEDIO
0 A 4,99%	2,50%
5% A 14,99%	10%
15% A 29%	22,50%
30% A 59,99%	45%
60% A 100%	80%

Cuadro 1. Promedio del valor del negocio

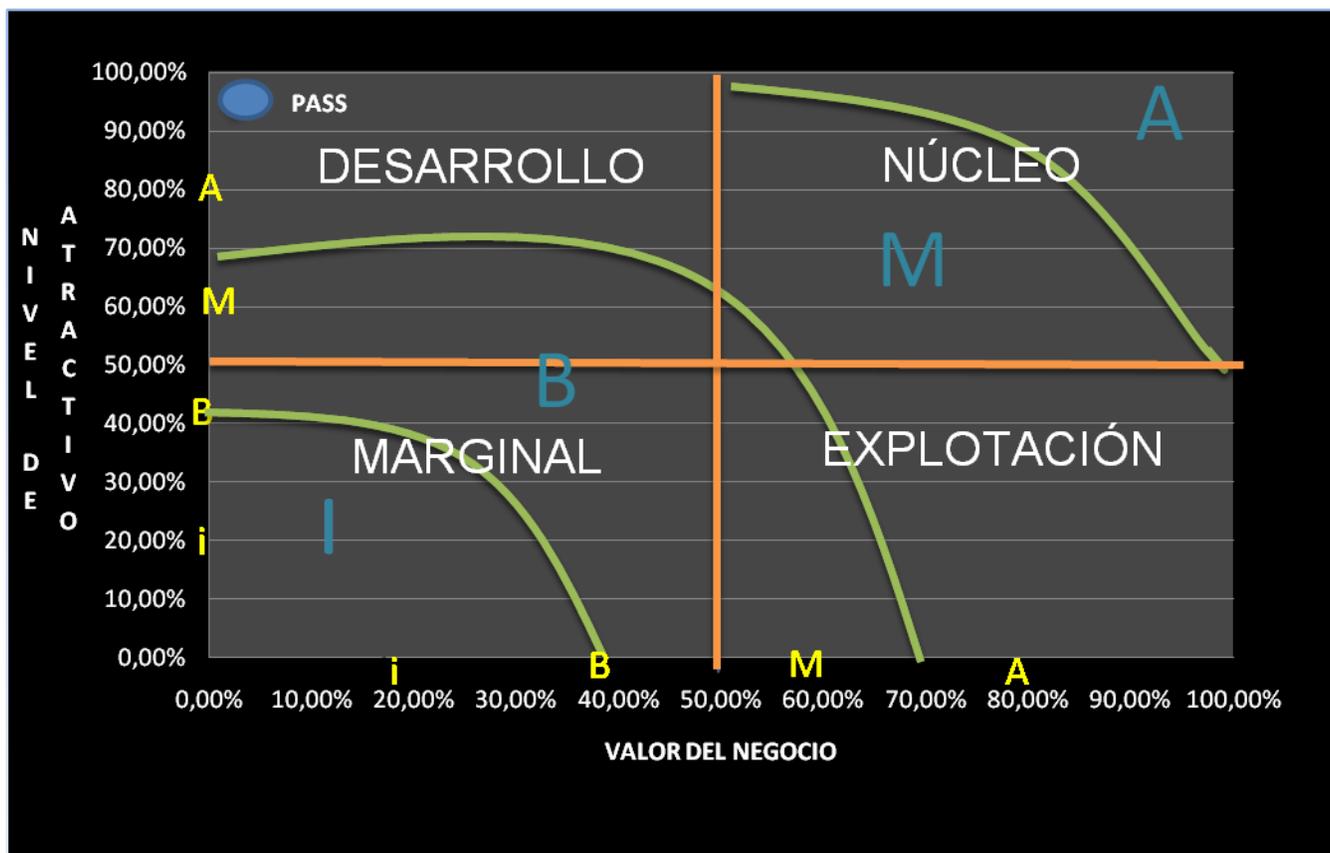
Para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO se divide el puntaje total de cada proveedor sobre la Máxima puntuación total (ver tablas 9,10 y 11).

Ejemplo1: En la tabla 9 el proveedor PASS LTDA obtuvo una puntuación total de 348 puntos y este valor dividido en la máxima puntuación posible que es 368 puntos.

$$PASS LTDA = \frac{348}{368} = 0,94565217 = 94.57\%$$

La columna motivación se obtiene después de obtener la grafica del modelo de percepción del proveedor, de la siguiente manera:

Ejemplo 2:



Gráfica 1. Ejemplo de modelo percepción proveedores de Seguridad Industrial.

Se obtiene que para el proveedor PASS LTDA el índice de motivación el M, es decir, MEDIO según el cuadro 1.

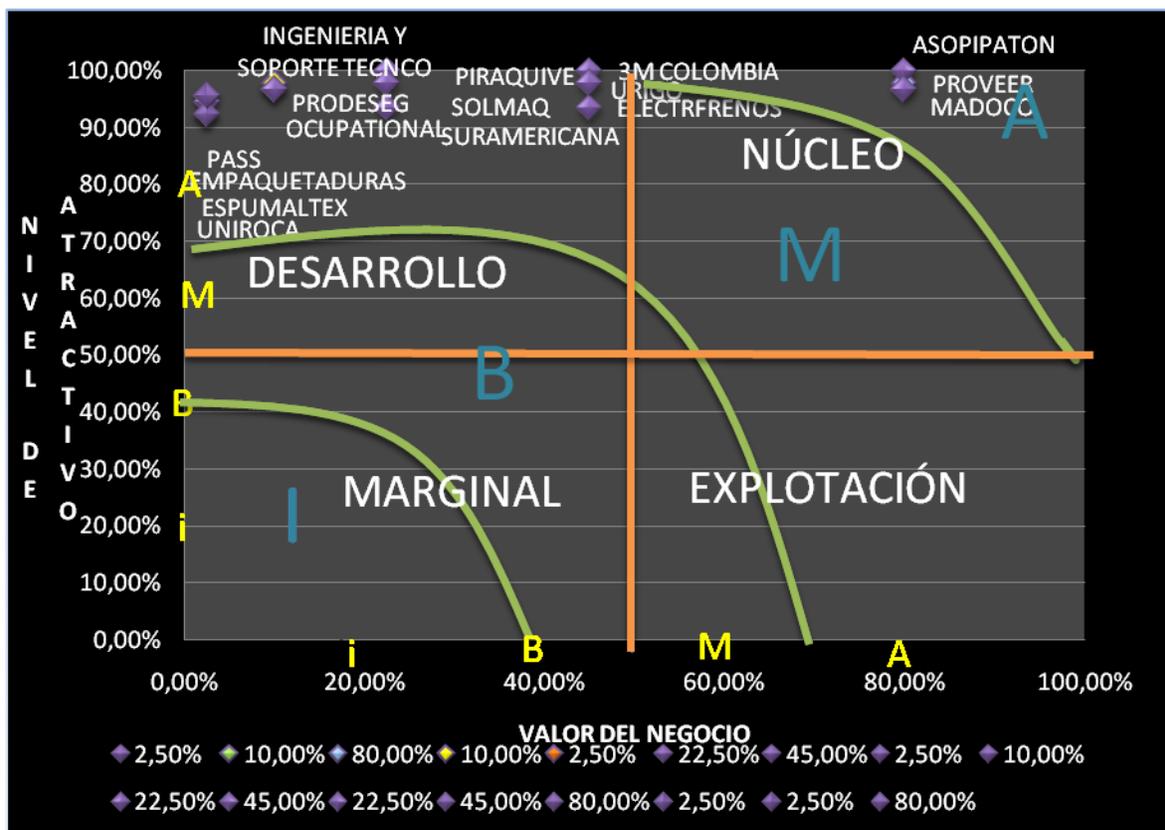
INDIATIVO DE MOTIVACIÓN	SIGLA
Alto	A
Medio	M
Bajo	B
Insuficiente	I

Cuadro 2. Sigla indicativo de motivación.

Para obtener la columna CAPACIDAD se repite el mismo procedimiento que para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO, explicado anteriormente pero con las tablas 12,13 y 14.

Después de obtenidos todos los resultados de la tabla 15 se gráfica el modelo de percepción del proveedor.

1.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores de Seguridad Industrial.



Grafica 2. Modelo de percepción de proveedores Seguridad Industrial.

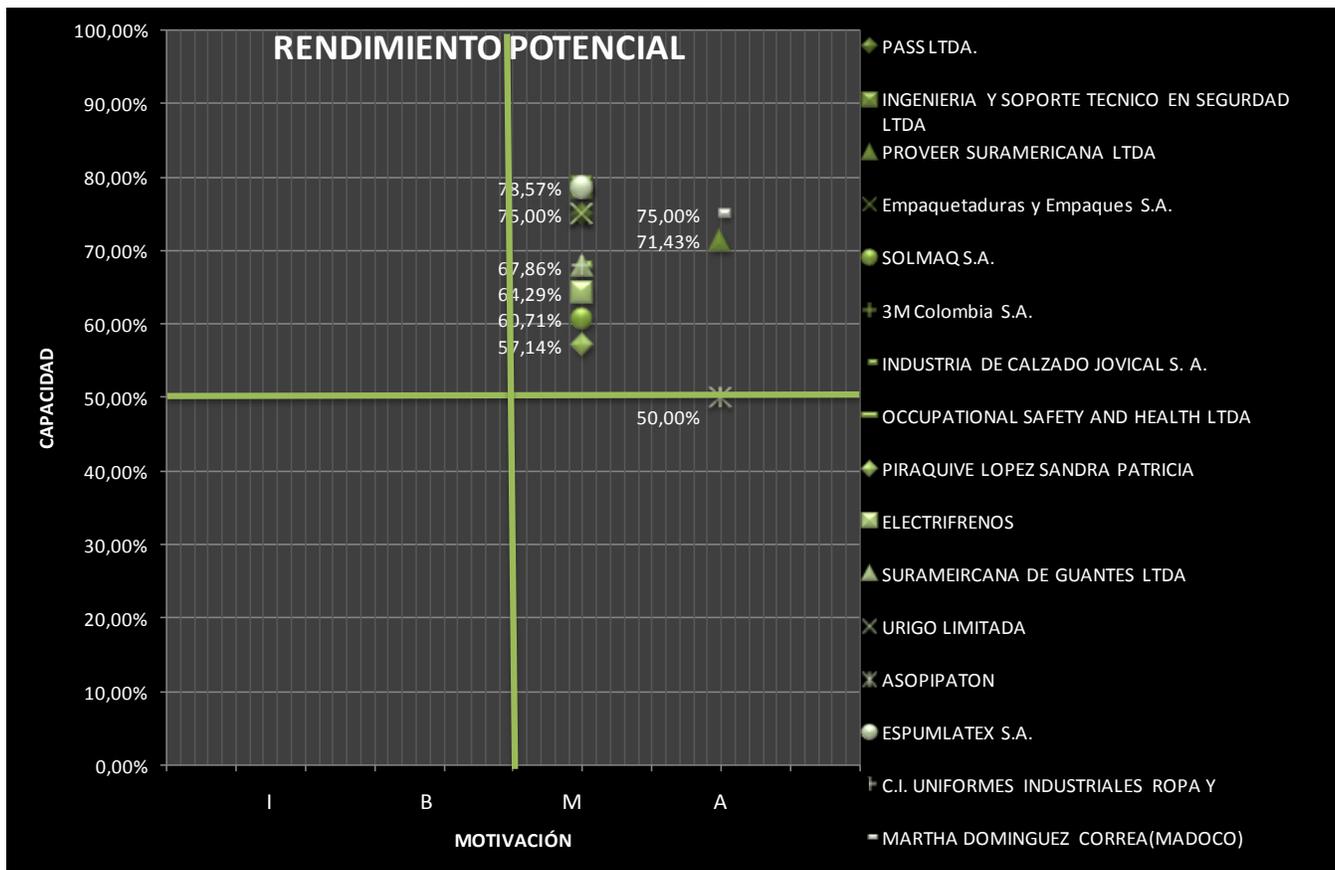
En la gráfica 2, se puede observar que los proveedores *PASS*, *EMPAQUETADURAS* Y *EMPAQUES*, *EXPUMALTEX*, *UNIROCA*, *INGNIERÍA Y SOPORTE TÉCNICO*, *PRODESEG*, *OCUPATIONAL SAFETY*, *PIRAQUIVE*, *SOLMAQ*, *SURAMERICANA DE GUANTES*, *3M COLOMBIA*, *URIGO* Y *ELECTRIFRENOS*, están en el cuadrante de **DESARROLLO** y con una motivación **MEDIA**, es decir, son proveedores para los cuales *ECOPETROL S.A* resulta atractivo ara ellos aunque el valor del negocio e relativamente bajo.

Estos proveedores están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con la empresa con el fin de incrementar con el tiempo sus ventas a *ECOPETROL S.A*, Además, son proveedores con los que podría ser adecuado hacer acuerdos de precios y negocios mutuos.

Los proveedores *ASOPIPATÓN*, *PROVEER* Y *MADOCO*, se encuentran en el cuadrante de **NÚCLEO** y con una motivación **ALTA**, por lo tanto, son proveedores que consideran a *ECOPETROL S.A* parte de su núcleo de negocios, de estos proveedores se puede esperar que inviertan un esfuerzo significativo en retener el negocio con *ECOPETROL S.A*. y pueden ser proveedores con los que se piense en hacer una asociación.

De otra manera si estos proveedores dependen del negocio de ECOPEPETROL S.A, está tendrá un papel dominante en la relación, permitiéndole emplear cualquier estrategia que se desee, considerando ser siempre justa y fiable.

1.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores de Seguridad Industrial.



Gráfica 3. Gráfica del rendimiento potencial proveedores seguridad Industrial.

Según los resultados obtenidos en la gráfica 3 podemos evidenciar que: SURAMERICANA DE GUANTES Y MADOCO, son proveedores IDEALES con una motivación alta y un buen porcentaje de capacidad.

Los demás proveedores son Ideales también, ero la estrategia es trabajar en motivarlos más para que puedan dar lo mejor para ECOPEPETROL S.A.

El proveedor ASOPIPATON tiene una motivación muy ALTA de negociar con ECOPEPETROL S.A, pero es un proveedor que le hace falta invertirlo más en aspectos de certificaciones en calidad, medio ambiente y seguridad industrial. (Ver anexo 4).

1.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Seguridad Industrial.



Figura 8. Modelo de Posición del suministro.

Según la figura 8 el grupo-clase de Seguridad Industrial se encuentra en el cuadrante RUTINARIO.

POSIBLES RELACIONES CON EL PROVEEDOR:VÍNCULOS ENTRE CATEGORÍAS DE ARTICULOS Y LAS PERCEPCIONES DEL PROVEEDOR.				
CATEGORÍAS DE ARTICULOS	MARGINAL	EXPLOTACIÓN	DESARROLLO	NÚCLEO
RUTINARIO			PASS, EMPAQUETADURAS Y EMPAQUES, EXPUMALTEX, UNIROCA, INGNIERÍA Y SOPORTE TÉCNICO, PRODESEG, OCCUPATIONAL SAFETY, PIRAQUIVE, SOLMAQ, SURAMERIANA DE GUANTES, 3M COLOMBIA, URIGO Y ELECTRIFRENOS	ASOPIPATÓN, PROVEER Y MADOCO,
RELEVANTE				
CONFLICTIVO				
CRÍTICO				

Cuadro 3. Posibles relaciones con los proveedores Seguridad Industrial.

Según el anexo 5 para los proveedores que se encuentran en el cuadrante de DESARROLLO es bueno hacer *contratos a largo plazo*.

CAPITULO II

MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE QUIMICOS.

2.1 Proveedores encuestados de elementos de seguridad. (total 18 encuestados)

	PROVEEDOR
1	PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.
2	ANDIA LTDA
3	INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA
4	SUAREZ GALAN OMAR LUIS
5	FLUIDOS Y SERVICIOS LTDA
6	VASELINAS INDUTRIALES DE COLOMBIA. VASELIN S.A
7	BRINSA S.A
8	CRODA
9	C.I CHEMICALS WORLD
10	DW QUIMICA DE COLOMBIA S.A
11	SERVIFRAN LTDA
12	NEVASA COLOMBIANA LTDA
13	ROCSA COLOMBIA S.A.
14	Interquim S.A.
15	PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO
16	BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.
17	HERGRILL Y CIA LTDA
18	WELLQUEM

Tabla 16. Proveedores del área de Químicos encuestados.

2.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS QUÍMICOS (18 PROVEEDORES)

2.2.1 Información y factor estrategia comercial.

NOMBRE DE LA EMPRESA	VALOR D LAS VENTAS	TIEMPO EN RELACION	FRECUENCIA	SECTOR BASICO	MERCADO A PENETRAR	TIPO DE CLIENTE
1 PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.	30% A 59,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
2 ANDIA LTDA	15% A 29%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
3 INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA	0 A 4,99%	MAS DE 5 AÑOS	DE 2 A 3 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
4 SUAREZ GALAN OMAR LUIS	0 A 4,99%	MAS DE 5 AÑOS	3 A 5 VECES	probablemente si	Seguro que si	Seguro que si
5 FLUIDOS Y SERVICIOS LTDA	30% - 59,99%	DE 3 A 5 AÑOS	3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
6 VASELINAS INDUTRIALES DE COLOMBIA. VASELIN S.A	5% - 14,99%	MAS DE 5 AÑOS	DE 2 A 3 VECES	Seguro que si	probablemente si	Seguro que si
7 BRINSA S.A	15% - 29,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
8 CRODA	0 - 4,99%	DE 3 A 5 AÑOS	DE 2 A 3 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
9 C.I CHEMICALS WORLD	5% - 14,99%	DE 1 A 3 AÑOS	DE 3 A 5 VECES	Seguro que si	probablemente si	Seguro que si
10 DW QUIMICA DE COLOMBIA S.A	0 - 4,99%	MAS DE 5 AÑOS	DE 3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
11 SERVIFRAN LTDA	60% A 100%	MAS DE 5 AÑOS	DE 2 A 3 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
12 NEVASA COLOMBIANA LTDA	30% - 59,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
13 ROCSA COLOMBIA S.A.	0 - 4,99%	DE 3 A 5 AÑOS	UNA VEZ AL AÑO	Probablemente no	probablemente si	Seguro que si
14 Interquim S.A.	0 - 4,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que no	probablemente si	probablemente si
15 PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO	5% - 14,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	probablemente si	Seguro que si	Seguro que si
16 BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.	0 - 4,99%	MAS DE 5 AÑOS	DE 3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
17 HERGRILL Y CIA LTDA	5% - 14,99%	MAS DE 5 AÑOS	DE 2 A 3 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
18 WELLQUEM	5% - 14,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si

Tabla 17. Respuestas información y factor estrategia comercial.

2.2.2 Factor relaciones.

NOMBRE DE LA EMPRESA	COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	INVERTIR TIEMPO	NUCLEO DE NEGOCIOS
1 PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
2 ANDIA LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
3 INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
4 SUAREZ GALAN OMAR LUIS	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
5 FLUIDOS Y SERVICIOS LTDA	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
6 VASELINAS INDUTRIALES DE COLOMBIA. VASELIN S.A	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
7 BRINSA S.A	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
8 CRODA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
9 C.I CHEMICALS WORLD	Muy interesado	Interesado	Muy interesado	Muy interesado
10 DW QUIMICA DE COLOMBIA S.A	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Interesado
11 SERVIFRAN LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
12 NEVASA COLOMBIANA LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
13 ROCSA COLOMBIA S.A.	Interesado	Muy interesado	Interesado	Interesado
14 Interquim S.A.	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Interesado
15 PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO	Interesado	Interesado	Interesado	Interesado
16 BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Interesado	Muy interesado
17 HERGRILL Y CIA LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
18 WELLQUEM	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado

Tabla 18. Respuestas factor relaciones.

2.2.3 Factor nivel de atractivo.

	NOMBRE DE LA EMPRESA	BRINDAR COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	LARGO PLAZO	NÚCLEO	NIVEL DE ATRACTIVO
1	PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
2	ANDIA LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
3	INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
4	SUAREZ GALAN OMAR LUIS	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
5	FLUIDOS Y SERVICIOS LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
6	VASELINAS INDUSTRIALES DE COLOMBIA. VASELIN S.A	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
7	BRINSA S.A	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
8	CRODA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
9	C.I CHEMICALS WORLD	Bajo	Bajo	Alto	Bajo	Bajo
10	DW QUIMICA DE COLOMBIA S.A	Medio	Alto	Alto	Medio	Alto
11	SERVIFRAN LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
12	NEVASA COLOMBIANA LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
13	ROCSA COLOMBIA S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
14	Interquim S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Medio
15	PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
16	BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
17	HERGRILL Y CIA LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
18	WELLQUEM	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Tabla 19. Respuestas factor nivel de atractivo.

2.2.4 Factor importancia de negociación.

	NOMBRE DE LA EMPRESA	CALIDAD PROCESO	FACILIDAD PROCESO	PROFESIONALIDAD	IGUALDAD	TRANSPARENCIA	EXIGENCIA DE DOCUMENTOS	PUNTUALIDAD
1	PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
2	ANDIA LTDA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Importante	Muy importante
3	INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
4	SUAREZ GALAN OMAR LUIS	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
5	FLUIDOS Y SERVICIOS LTDA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
6	VASELINAS INDUSTRIALES DE COLOMBIA. VASELIN S.A	Importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
7	BRINSA S.A	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Indiferente	Importante
8	CRODA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
9	C.I CHEMICALS WORLD	Importante	Indiferente	Importante	Indiferente	Muy importante	Muy importante	Importante
10	DW QUIMICA DE COLOMBIA S.A	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
11	SERVIFRAN LTDA	Importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
12	NEVASA COLOMBIANA LTDA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
13	ROCSA COLOMBIA S.A.	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
14	Interquim S.A.	Importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Indiferente	Muy importante
15	PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
16	BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.	Importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Importante	Muy importante
17	HERGRILL Y CIA LTDA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
18	WELLQUEM			Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante

Tabla 20. Respuestas factor importancia de negociación.

2.2.5 Factor satisfacción.

NOMBRE DE LA EMPRESA	CALIDAD PROCESO	FACILIDAD PROCESO	GRADO DE SATISFACCION	COMPARACION	RECOMENDACION	NEGOCIAR DE NUEVO
1 PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.	Muy importante	Muy importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
2 ANDIA LTDA	Muy importante	Muy importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
3 INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA	Muy importante	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
4 SUAREZ GALAN OMAR LUIS	Muy importante	Muy importante	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
5 FLUIDOS Y SERVICIOS LTDA	Muy importante	Muy importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
6 VASELINAS INDUSTRIALES DE COLOMBIA. VASELIN S.A	Importante	Muy importante	Completamente insatisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
7 BRINSA S.A	Muy importante	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
8 CRODA	Muy importante	Muy importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
9 C.I. CHEMICALS WORLD	Importante	Indiferente	Insatisfecho	Insatisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
10 DOW QUIMICA DE COLOMBIA S.A	Muy importante	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
11 SERVIFRAN LTDA	Importante	Importante	Completamente insatisfecho	Completamente insatisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
12 NEVASA COLOMBIANA LTDA	Muy importante	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
13 ROCSA COLOMBIA S.A.	Muy importante	Muy importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
14 Interquim S.A.	Importante	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
15 PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO	Muy importante	Muy importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
16 BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.	Importante	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
17 HERGRILL Y CIA LTDA	Muy importante	Muy importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
18 WELLQUEM			Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho

Tabla 21. Respuestas factor satisfacción.

2.2.6 Factor capacidad.

La información financiera se estipuló que no se incluiría en la tabulación, ya que muchos datos eran inconsistentes con la información que ECOPETROL S.A posee. Por esta razón se decidió dejar la parte financiera como información para la empresa y que no afectara en los resultados de la encuesta.

PROVEEDOR	FINANCIERO	CALIDAD	MEDIO AMBIENTE	SEGURIDAD INDUSTRIAL	RUC	RESPONSABILIDAD SOCIAL
1 PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.	212,1	SI	NO	IMPLEMENTA	NO	10= SI
2 ANDIA LTDA	531,6	SI	NO	SI	NO	10=SI
3 INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA	35000	SI	SI	NO	NO	10=SI
4 SUAREZ GALAN OMAR LUIS	1500	NO	NO	NO	NO	9=SI
5 FLUIDOS Y SERVICIOS LTDA	371,2	NO	NO	NO	SI	9 = SI
6 VASELINAS INDUSTRIALES DE COLOMBIA. VASELIN S.A	1564,7	NO	NO	SI	NO	10=SI
7 BRINSA S.A	73628,4	SI	NO	SI	NO	10=SI
8 CRODA	3913,8	NO	NO	NO	NO	10=SI
9 C.I. CHEMICAL S WORLD LTDA						
10 DOW QUIMICA DE COLOMBIA S.A	142088,3	NO	NO	IMPLEMENTA	NO	10=SI
11 SERVIFRAN LTDA	105,8	SI	NO	SI	NO	10=SI
12 NEVASA COLOMBIANA LTDA	54,1	NO	NO	NO	NO	10=SI
13 ROCSA COLOMBIA S.A.	9376,7	NO	NO	IMPLEMENTA	NO	10=SI
14 Interquim S.A.	22443,6	NO	NO	IMPLEMENTA	NO	10=SI
15 PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO	501,9	SI	NO	NO	NO	10=SI
16 BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.	8000	SI	SI	SI	NO	10=SI
17 HERGRILL Y CIA LTDA	408,2	SI	NO	IMPLEMENTA	NO	10=SI
18 WELLQUEM	3314	SI	SI	NO	NO	10=SI

Tabla 22. Respuestas factor capacidad.

La información mostrada en la tabla 22 se obtuvo de los resultados de la encuesta, pero para algunos proveedores que están inscritos en SICLAR (Sistema de Clasificación de Proveedores) que es una base de datos con la que cuenta ECOPETROL S.A para obtener información verídica de los proveedores, se obtuvo esta información de SICLAR. Por esta razón se estipuló en la encuesta la pregunta No 18. En la que se expresa lo siguiente :” Se

encuentra inscrito en el sistema de clasificación de proveedores (SICLAR)”(ver anexo 1), para verificar si los proveedores encuestados se encuentran inscritos; Si la respuesta es SÍ, el proveedor emite contestar el FACTOR CAPACIDAD de la encuesta y si la respuesta es NO, el proveedor debe contestar el factor capacidad.

Finalmente, si el proveedor se encuentra inscrito en SICLAR y contesta de la encuesta el factor capacidad, se toma la información de SICLAR, es decir, que prevalece la información de SICLAR a la de la encuesta (Ver anexo 2).

2.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.

Evaluación de desempeño: Es el documento expedido por ECOPETROL S.A en el que se consigna el seguimiento y el cumplimiento de las obligaciones que con ocasión de la celebración de un contrato adquiere el contratista.

La evaluación de desempeño es un valor dado en porcentaje y se obtiene del sistema SAP que es el programa integrado que maneja ECOPETROL S.A; el nombre de SAP proviene de: Sistemas, Aplicaciones y Productos en Procesamiento de datos. EL nombre SAP es al mismo tiempo el nombre de una empresa y el de un sistema informático. Este sistema comprende muchos módulos completamente integrados, que abarca prácticamente todos los aspectos de la administración empresarial. Cada módulo realiza una función diferente, pero está diseñado para trabajar con otros módulos. (Ver anexo 3).

PROVEEDOR	EVALUACION DE DESEMPEÑO
PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.	99,33
ANDIA LTDA	95,96
INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA	100
SUAREZ GALAN OMAR LUIS	100
FLUIDOS Y SERVICIOS LTDA	100
VASELINAS INDUSTRIALES DE COLOMBIA. VASELIN S.A	93,33
BRINSA S.A	98,95
CRODA	100
C.I. CHEMICAL S WORLD LTDA	95
DOW QUIMICA DE COLOMBIA S.A	100
SERVIFRAN LTDA	100
NEVASA COLOMBIANA LTDA	94,44
ROCSA COLOMBIA S.A.	100
Interquim S.A.	100
PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO	99,8
BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.	85,29
HERGRILL Y CIA LTDA	100
WELLQUEM	97,31

Tabla 23. Información evaluaciones de desempeño.

2.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.

Estos rangos fueron realizados bajo criterios del funcionario autorizado de compras y algunos gestores de compras, buscando la valoración más acertada para los proveedores y que al final los datos sean de importancia, para la realización de las estrategias y la continuación del modelo de abastecimiento estratégico de la Coordinación de Abastecimiento Barrancabermeja.

2.4.1 Factor estrategia comercial.

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
SECTOR BASICO= 4 PUNTOS				MERCADO A PENETRAR= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO	SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
TIPO DE CLIENTE= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1

Figura 9. Rango factor estrategia comercial.

2.4.2 Factor relaciones.

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
INVERTIR TIEMPO= 4 PUNTOS				NÚCLEO DE NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 10. Rango factor relaciones.

2.4.3 Factor nivel de atractivo.

FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS			
BRINDAR COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS				LARGO PLAZO= 4 PUNTOS			
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS							
NÚCLEO = 4 PUNTOS				NIVEL DE ATRACTIVO = 4 PUNTOS							
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 11. Rango factor nivel de atractivo.

2.4.4 Factor importancia de negociación.

FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACIÓN = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS			
CALIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				FACILIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				PROFESIONALIDAD= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS			
IGUALDAD= 4 PUNTOS				TRASPARENCIA= 4 PUNTOS				EXIGENCIA DOCUMENTOS= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS											
PUNTUALIDAD= 4 PUNTOS											
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA								
4	3	2	1								

Figura 12. Rango factor importancia de negociación.

2.4.5 Factor satisfacción.

FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS			
GRADO DE SATISFACCION= 4 PUNTOS				COMPARACION= 4 PUNTOS			
COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO	COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO
4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS			
RECOMENDACION= 4 PUNTOS				NEGOCIAR DE NUEVO= 4 PUNTOS			
SI			NO	SI			NO
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 13. Rango factor satisfacción.

2.4.6 Factor capacidad.

FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS			
CALIDAD= 5 PUNTOS				MEDIO AMBIENTE= 5 PUNTOS				SEGURIDAD INDUSTRIAL= 5 PUNTOS			
SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE	LO ESTÁ IMPLEMENTANDO		NO TIENE
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS							
RUC= 5 PUNTOS				RESPONSABILIDAD SOCIAL= 5 PUNTOS							
SI TIENE			NO TIENE	CUMPLE CON 10	CUMPLE 8-9	CUMPLE 5-7	CUMPLE 0-4				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 14. Rango factor capacidad.

2.4.7 Evaluación de desempeño.

FATOR EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO = 10 PUNTOS				
DESEMPEÑO= 10 PUNTOS				
95% - 100%	90%- 94,99%	85%- 89,99%	80%- 84,99%	0% - 79,99%
4	3	2	1	0

Figura 15. Rango evaluación de desempeño.

2.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.

En las tablas 24,25 y 26 se observa la respuesta a la pregunta y se mira en los rangos de valoración, que puntaje le corresponde a cada respuesta y ese valor de puntaje se adiciona a la tabla (columna puntos); después se multiplica el valor de la puntuación (columna puntos) por el valor total del factor (columna puntaje) y da como resultado el valor total de puntaje por cada factor para cada proveedor (columna total) y por último la sumatoria del puntaje total por factor (columna total) nos da el puntaje total de cada proveedor(fila final de la tabla).

2.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES DE ELEMENTOS QUIMICOS.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.		ANDIA LTDA		INFINEUM COLOMBIA		SUAREZ GALAN OMAR LUIS		FLUIDOS Y SERVICIOS		VASELIN S.A	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16				0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	4	16	3	12	3	12	4	16	3	12	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16				0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	1	4
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			368		360		356		360		364		348

Tabla 24. Criterio de valoración proveedores de Químicos 1 -6.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	BRINSA S.A		CRODA		C.I.CHEMICALS WORLD		DOW QUIMICA DE COLOMBIA S.A		SERVIFRAN LTDA		NEVASA COLOMBIANA LTDA	
	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN		0		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	16	4	16	2	8	3	12	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	16	4	16	2	8	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	16	4	16	2	8	3	12	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	16	4	16	2	8	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	16	4	16	3	12	4	16	3	12	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	16	4	16	2	8	4	16	3	12	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	16	4	16	2	8	4	16	3	12	4	16
Transparencia en el proceso	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	2	8	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
puntualidad en el pago	3	12	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN		0		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	3	12	4	16	2	8	3	12	1	4	3	12
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	3	12	4	16	2	8	3	12	1	4	3	12
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MÁXIMA PUNTAJACIÓN POSIBLE= 368 PUNTAJACIÓN TOTAL		348		368		284		344		332		360

Tabla 25. Criterio de valoración proveedores de Químicos 7 -12.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	ROCSA COLOMBIA S.A.		Interquim S.A.		PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO		BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.		HERGRILL Y CIA LTDA		WELLOQUEM	
	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL												
¿Es nuestro sector básico para usted?	2	8	1	4	3	12	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN												
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	3	12	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	3	12	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	3	12	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO												
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACIÓN												
Calidad del proceso de compras	4	16	3	12	4	16	3	12	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	16	2	8	4	16	3	12	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN												
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	16	3	12	4	16	3	12	4	16	4	16
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	16	3	12	4	16	3	12	4	16	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL		344		316		348		348		368		368

Tabla 26. Criterio de valoración de proveedores de **Químicos** 13-18.

2.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.		ANDIA LTDA		INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA		SUAREZ GALAN OMAR LUIS		FLUIDOS Y SERVICIOS		VASELIN S.A	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25		0		0		0		0		0		0
Calidad	5	4	20	4	20	4	20	1	5	1	5	1	5
Medio ambiente	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	3	15	3	15	1	5	1	5	1	5	3	15
RUC	5	1	5	1	5	4	20	1	5	4	20	1	5
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluacion de desempeño	10	4	40	4	40	4	40	4	40	4	40	3	30
PUNTAJE TOTAL	140		105		105		110		80		95		80

Tabla 27. Criterio de valoración capacidad proveedores **Químicos 1-6.**

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	BRINSA S.A		CRODA		C.I CHEMICALS WORLD		DOW QUIMICA DE COLOMBIA S.A		SERVIFRAN LTDA		NEVASA COLOMBIANA LTDA	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25		0		0		0		0		0		0
Calidad	5	4	20	1	5	0	0	1	5	4	20	1	5
Medio ambiente	5	1	5	1	5	0	0	1	5	1	5	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	3	15	1	5	0	0	3	15	4	20	1	5
RUC	5	1	5	1	5	0	0	1	5	1	5	1	5
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	0	0	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluacion de desempeño	10	4	40	4	40	4	160	4	40	4	40	3	30
PUNTAJE TOTAL	140		105		80		160		90		110		70

Tabla 28. Criterio de valoración capacidad proveedores **Químicos 7-12.**

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	ROCSA COLOMBIA S.A.		Interquim S.A.		PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO		BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.		HERGRILL Y CIA LTDA		WELLQUEM	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25		0		0		0		0		0		0
Calidad	5	1	5	1	5	4	20	4	20	4	20	4	20
Medio ambiente	5	1	5	1	5	1	5	4	20	1	5	4	20
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	3	15	3	15	1	5	4	20	3	15	1	5
RUC	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluacion de desempeño	10	4	40	4	40	4	40	2	20	4	40	4	40
PUNTAJE TOTAL	140		90		90		95		105		105		110

Tabla 29. Criterio de valoración capacidad proveedores **Químicos 13-18.**

2.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.

	PROVEEDOR	VALOR DEL NEGOCIO	PORCENTAJE DE ATRACTIVO	MOTIVACION	CAPACIDAD
1	PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.	45,00%	100,00%	M	75,00%
2	ANDIA LTDA	22,50%	97,83%	M	75,00%
3	INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA	2,50%	96,74%	M	78,57%
4	SUAREZ GALAN OMAR LUIS	2,50%	97,83%	M	57,14%
5	FLUIDOS Y SERVICIOS LTDA	45,00%	98,91%	M	67,86%
6	VASELINAS INDUSTRIALES DE COLOMBIA. VASELIN S.A	10,00%	94,57%	M	57,14%
7	BRINSA S.A	22,50%	94,57%	M	75,00%
8	CRODA	2,50%	100,00%	M	57,14%
9	C.I CHEMICALS WORLD	10,00%	77,17%	M	
10	DW QUIMICA DE COLOMBIA S.A	2,50%	93,48%	M	64,29%
11	SERVIFRAN LTDA	80,00%	90,22%	A	78,57%
12	NEVASA COLOMBIANA LTDA	45,00%	97,83%	M	50,00%
13	ROCSA COLOMBIA S.A.	2,50%	93,48%	M	64,29%
14	Interquim S.A.	2,50%	85,87%	M	64,29%
15	PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO	10,00%	94,57%	M	67,86%
16	BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.	2,50%	94,57%	M	75,00%
17	HERGRILL Y CIA LTDA	10,00%	100,00%	M	75,00%
18	WELLQUEM	10,00%	100,00%	M	78,57%

Tabla 30. Datos obtenidos de proveedores de **Químicos**.

2.6.1 Explicación para obtener la tabla 30.

En la tabla 30 se muestran los datos obtenidos de las encuestas. La columna VALOR DEL NEGOCIO se obtuvo de la pregunta No 1. De la encuesta (ver anexo 1), estos valores son el promedio de los rangos de la pregunta No 1, que son los siguientes:

RANGO	PROMEDIO
0 A 4,99%	2,50%
5% A 14,99%	10%
15% A 29%	22,50%
30% A 59,99%	45%
60% A 100%	80%

Cuadro 4. Promedio del valor del negocio

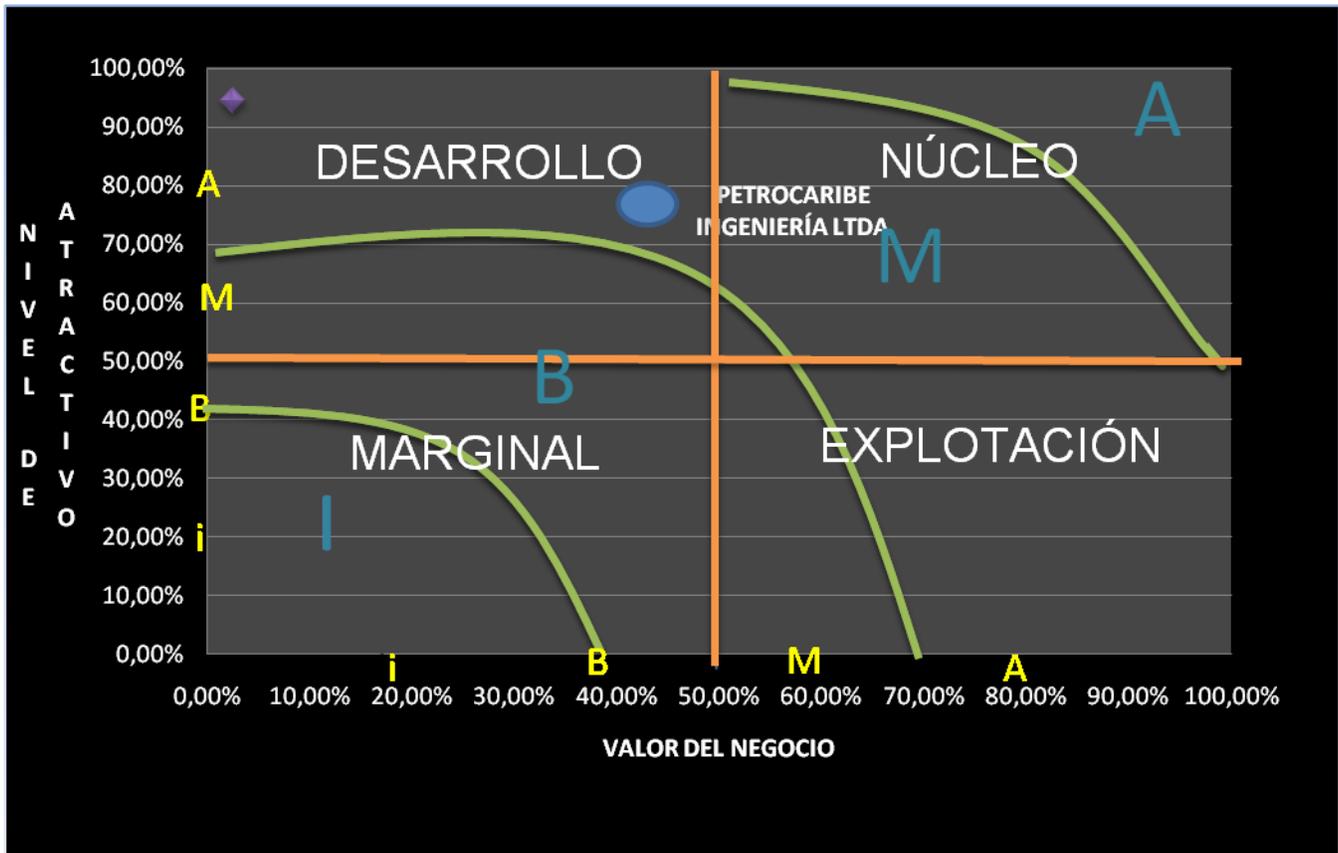
Para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO se divide el puntaje total de cada proveedor sobre la Máxima puntuación total (ver tablas 24,25 y 26).

Ejemplo 3: En la tabla 9 el proveedor PETROCARIBE INGENIERÍA LTDA obtuvo una puntuación total de 368 puntos y este valor dividido en la máxima puntuación posible que es 368 puntos.

$$PETROCARIBE \text{ INGENIERÍA LTDA} = \frac{368}{368} = 1 = 100\%$$

La columna motivación se obtiene después de obtener la grafica del modelo de percepción del proveedor, de la siguiente manera:

Ejemplo 4:



Gráfica 4. Ejemplo de modelo percepción proveedores Químicos.

Se obtiene que para el proveedor PETROCARIBE INGENIERÍA LTDA esté en el cuadrante de DESARROLLO y el índice de motivación el M, es decir, MEDIO según el cuadro 1.

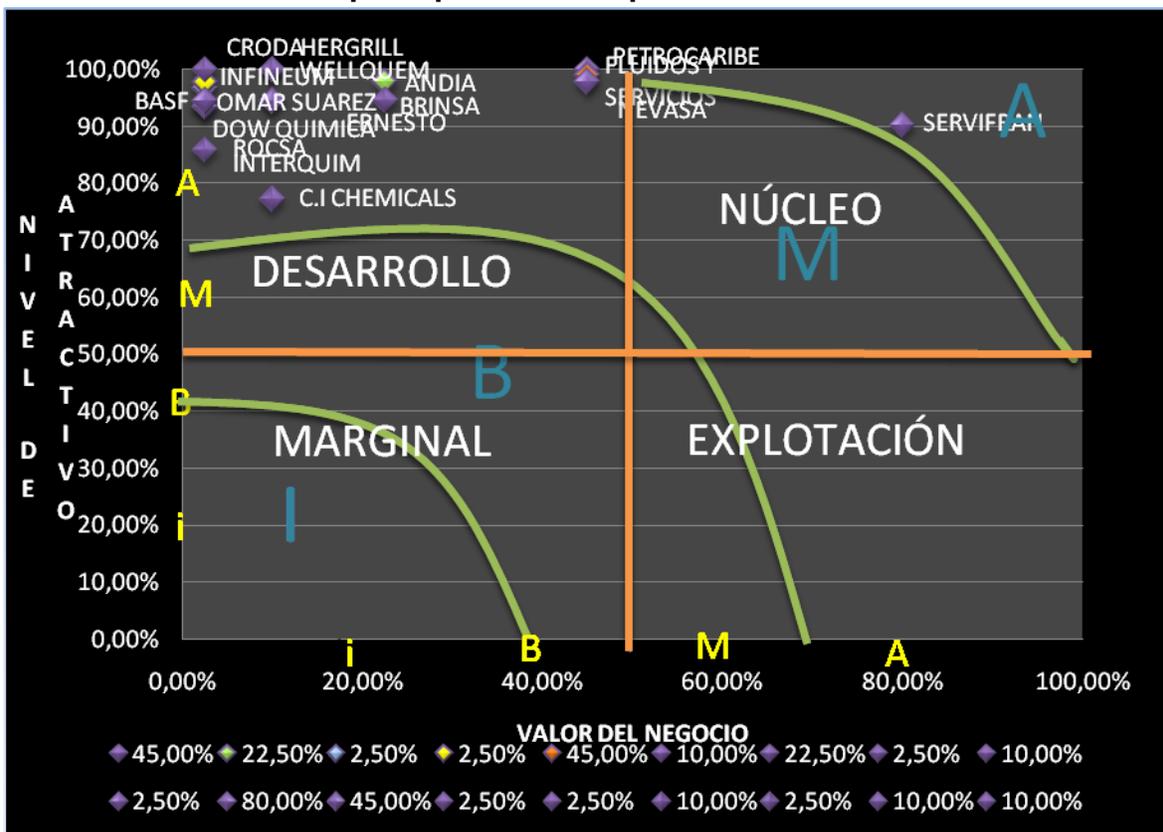
INDIATIVO DE MOTIVACIÓN	SIGLA
Alto	A
Medio	M
Bajo	B
Insuficiente	I

Cuadro 5. Sigla indicativo de motivación.

Para obtener la columna CAPACIDAD se repite el mismo procedimiento que para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO, explicado anteriormente pero con las tablas 27,28 y 29.

Después de obtenidos todos los resultados de la tabla 30, se gráfica el modelo de percepción del proveedor.

2.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Químicos.



Grafica 5. Modelo de percepción de proveedores Químicos.

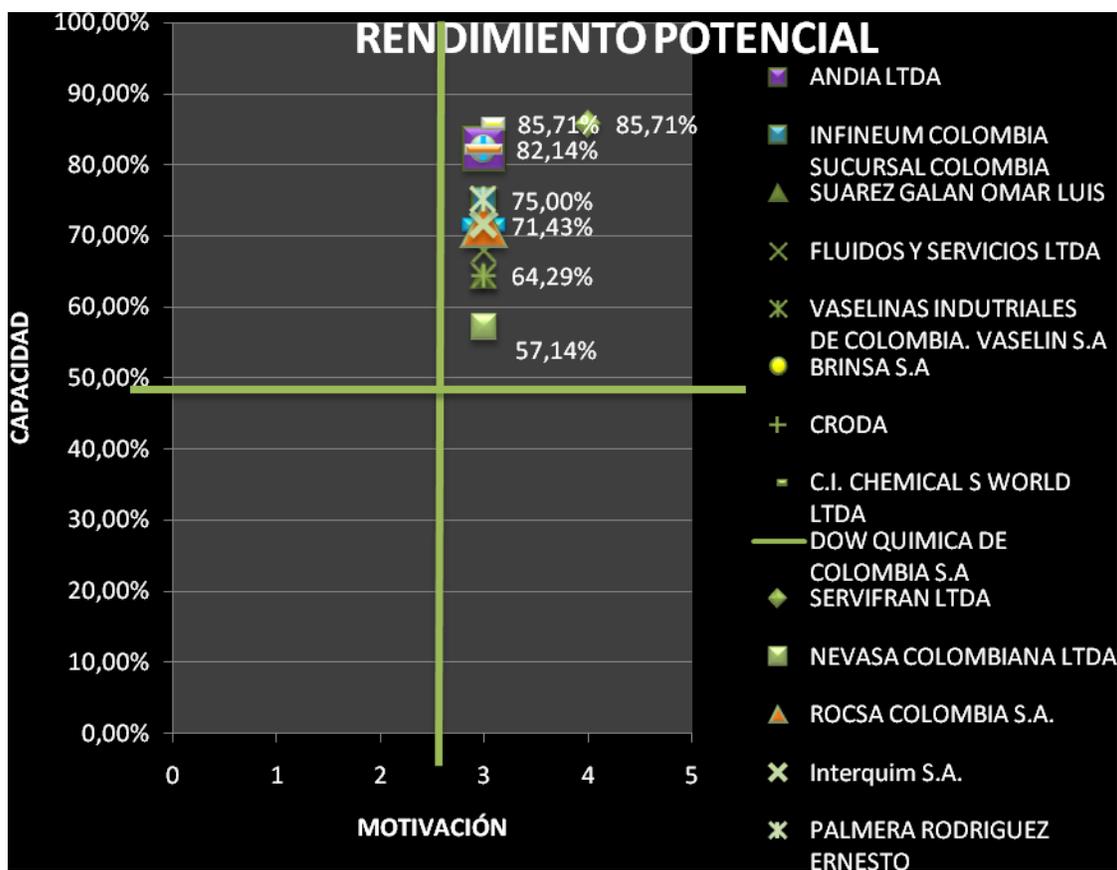
En la gráfica 5, se puede observar que los proveedores *CRODA*, *INFENIUM*, *OMAR SUAREZ*, *DOW QUIMICA*, *ROCSA*, *INTERQUIM*, *WELLQUEM*, *ANDIA*, *BRINSA*, *C.I CHEMICALS*, *PETROCARIBE*, *FLUIDOS*, *SERVICIOS Y NEVASA*, *HERGRILL*, *BASF*, *PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO* Y *VASELINAS INDUSTRIALES*, están en el cuadrante de **DESARROLLO** y con una motivación **MEDIA**, es decir, son proveedores para los cuales *ECOPETROL S.A* resulta atractivo para ellos aunque el valor del negocio es relativamente bajo.

Estos proveedores están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con la empresa con el fin de incrementar con el tiempo sus ventas a *ECOPETROL S.A*. Además, son proveedores con los que podría ser adecuado hacer acuerdos de precios y negocios mutuos.

Los proveedores *SERVIFRAN*, se encuentran en el cuadrante de **NÚCLEO** y con una motivación **ALTA**, por lo tanto, son proveedores que consideran a *ECOPETROL S.A* parte de su núcleo de negocios, de estos proveedores se puede esperar que inviertan un esfuerzo significativo en retener el negocio con *ECOPETROL S.A.* y pueden ser proveedores con los que se piense en hacer una asociación.

De otra manera si estos proveedores dependen del negocio de *ECOPETROL S.A.*, está tendrá un papel dominante en la relación, permitiéndole emplear cualquier estrategia que se desee, considerando ser siempre justa y fiable.

2.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Químicos.



Gráfica 6. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Químicos.

Según los resultados obtenidos en la gráfica 6 podemos evidenciar que: *SERVIFRAN*, es un proveedor IDEAL con una motivación alta y un buen porcentaje de capacidad.

Los demás proveedores son Ideales también, pero la estrategia es trabajar en motivarlos más para que puedan dar lo mejor para *ECOPETROL S.A* (ver anexo 5).

2.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Seguridad Industrial.



Figura 16. Modelo de Posición del suministro.

La figura 16 fue obtenida del modelo de Abastecimiento adelantado por la sección de Compras Barrancabermeja. Según la figura 8 el grupo-clase de QUIMICOS se encuentra en el cuadrante CRÍTICO.

POSIBLES RELACIONES CON EL PROVEEDOR:VÍNCULOS ENTRE CATEGORÍAS DE ARTICULOS Y LAS PERCEPCIONES DEL PROVEEDOR.				
CATEGORÍAS DE ARTICULOS	MARGINAL	EXPLOTACIÓN	DESARROLLO	NÚCLEO
RUTINARIO				
RELEVANTE				
CONFLICTIVO				
CRÍTICO			CRODA, INFENIUM, OMAR SUAREZ, DOW QUIMICA, ROCSA, INTERQUIM, WELLQUEM, ANDIA, BRINSA, C.I CHEMICALS, PETROCARIBE, FLUIDOS, SERVICIOS Y NEVASA, HERGRILL, BASF, PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO Y VASELINAS INDUSTRIALES.	SERVIFRAN

Cuadro 6. Posibles relaciones con proveedores químicos.

Según el anexo 5 para los proveedores que se encuentran en el cuadrante de NÚCLEO es bueno hacer *Acuerdos de asociación*.

CAPITULO III

MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE ELÉCTRICO.

3.1 Proveedores encuestados de elementos de eléctrico. (Total 25 encuestados)

	NOMBRE DE LA EMPRESA
1	PROSERLOG LTDA
2	GRUPO ATLAS S.A.
3	Sewart & Stevenson de Las Americas
4	CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICACIONES S.A.
5	INSERCOR LTDA
6	ITEMS TECNOLOGIA LTDA
7	ELECTROVERA S.A.
8	SIEMENS S.A.
9	IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.
10	COLSEIN LTDA
11	SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA
12	ELECTROVALENCIA E.U.
13	SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.
14	AUTOMATIZACION LTDA
15	EKIP DE COLOMBIA
16	CASA ANDINA
17	ILURAM SA
18	SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA
19	SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA
20	conielec ltda
21	DADE HAMILTON INC
22	INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA
23	Saft Baterias, S.L.
25	BOSCH SECURITY SYSTEMS INC

Tabla 31. Proveedores del área de Eléctrico encuestados

3.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS ELÉCTRICO (25 PROVEEDORES)

3.2.1 Información y factor estrategia comercial.

	INFORMACION				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL		
	NOMBRE DE LA EMPRESA	VALOR D LAS VENTAS	TIEMPO EN RELACION	FRECUENCIA	SECTOR BASICO	MERCADO A PENETRAR	TIPO DE CLIENTE
1	PROSERLOG LTDA	60% - 100%	DE 3 A 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	probablemente si	Seguro que si	Seguro que si
2	GRUPO ATLAS S.A.	30% - 59.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
3	Sewart & Stevenson de Las americas	15% - 29.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
4	CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICAICONES S.A.	0% -4.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
5	INSERCOR LTDA	60% - 100%	MAS DE 5 AÑOS	DE 3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
6	ITEMS TECNOLOGIA LTDA	0% -4.99%	MAS DE 5 AÑOS	DE 2 A 3 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
7	ELECTROVERA S.A.	15% - 29.99%	DE 3 A 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
8	SIEMENS S.A.	15% - 29.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Probablemente
9	IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.	30% - 59.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
10	COLSEIN LTDA	30% - 59.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
11	SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA	5% - 14.99%	MAS DE 5 AÑOS	DE 3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
12	ELECTROVALENCIA E.U.	60% - 100%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
13	SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.	5% - 14.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
14	AUTOMATIZACION LTDA	15% - 29.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
15	EKIP DE COLOMBIA	15% - 29.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	probablemente	probablemente
16	CASA ANDINA	60% - 100%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
17	ILURAM SA	5% - 14.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
18	SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA	60% - 100%	DE TRES A 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
19	SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA	15% - 29.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	probablemente si	probablemente	Seguro que si
20	conielec Ltda	5% - 14.99%	MAS DE 5 AÑOS	DE 2 A 3 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
21	DADE HAMILTON INC	30% - 59.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
22	INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA	60% - 100%	MAS DE 5 AÑOS	DE 2 A 3 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
23	Saft Baterias, S.L.	0% -4.99%	DE 1 A 3 AÑOS	UNA VEZ AL AÑO	Seguro que si	probablemente	Seguro que si
24	BOSCH SECURITY SYSTEMS INC	0% -4.99%	MAS DE 5 AÑOS	UNA VEZ AL AÑO	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
25	INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU)	0% -4.99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si

Tabla 32. Respuestas información y factor estrategia comercial.

3.2.2 Factor relaciones.

INFORMACION		FACTOR RELACIONES			
NOMBRE DE LA EMPRESA		COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	INVERTIR TIEMPO	NUCLEO DE NEGOCIOS
1	PROSERLOG LTDA	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
2	GRUPO ATLAS S.A.	Interesado	Muy interesado	Interesado	Muy interesado
3	Sewart & Stevenson de Las Americas	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
4	CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICACIONES S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
5	INSERCOR LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
6	ITEMS TECNOLOGIA LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
7	ELECTROVERA S.A.	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
8	SIEMENS S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
9	IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
10	COLSEIN LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
11	SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
12	ELECTROVALENCIA E.U.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
13	SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
14	AUTOMATIZACION LTDA	Interesado	Muy interesado	Interesado	Muy interesado
15	EKIP DE COLOMBIA	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Interesado
16	CASA ANDINA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
17	ILURAM SA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
18	SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
19	SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
20	conielec ltda	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
21	DADE HAMILTON INC	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
22	INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
23	Saft Baterias, S.L.	Interesado	Muy interesado	Interesado	Interesado
24	BOSCH SECURITY SYSTEMS INC	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
25	INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU)	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado

Tabla 33. Respuestas factor relaciones.

3.2.3 Factor nivel de atractivo.

	INFORMACION	FACTOR NIVEL DE ATRATIVO				
	NOMBRE DE LA EMPRESA	BRINDAR COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	LARGO PLAZO	NÚCLEO	NIVEL DE ATRACTIVO
1	PROSERLOG LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
2	GRUPO ATLAS S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
3	Sewart & Stevenson de Las americas	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
4	CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICAICONES S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
5	INSERCOR LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
6	ITEMS TECNOLOGIA LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
7	ELECTROVERA S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
8	SIEMENS S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
9	IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
10	COLSEIN LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
11	SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
12	ELECTROVALENCIA E.U.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
13	SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
14	AUTOMATIZACION LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
15	EKIP DE COLOMBIA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
16	CASA ANDINA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
17	ILURAM SA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
18	SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
19	SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
20	conielec Ltda	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
21	DADE HAMILTON INC	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
22	INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
23	Saft Baterias, S.L.	Medio	Alto	Alto	Medio	Medio
24	BOSCH SECURITY SYSTEMS INC	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
25	INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU)	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Tabla 34. Respuestas factor nivel de atractivo.

3.2.4 Factor importancia de negociación.

INFORMACION	FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION						
	NOMBRE DE LA EMPRESA	CALIDAD PROCESO	FACILIDAD PROCESO	PROFESIONALIDAD	IGUALDAD	TRANSPARENCIA	EXIGENCIA DE DOCUMENTOS
1 PROSERLOG LTDA	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Sin importanci	Muy important
2 GRUPO ATLAS S.A.	Importante	Importante	Importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy important
3 Sewart & Stevenson de Las americas	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Importante	Muy important
4 CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICAICONES S.A.	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
5 INSERCOR LTDA	Muy import	Importante	Importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
6 ITEMS TECNOLOGIA LTDA	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
7 ELECTROVERA S.A.	Importante	Muy import	Importante	Muy import	Muy importante	Importante	Muy important
8 SIEMENS S.A.	Importante	Muy import	Importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy important
9 IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
10 COLSEIN LTDA	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Importante	Muy important
11 SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
12 ELECTROVALENCIA E.U.	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
13 SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.	Muy import	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy important
14 AUTOMATIZACION LTDA	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
15 EKIP DE COLOMBIA	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
16 CASA ANDINA	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
17 ILURAM SA	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
18 SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
19 SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Importante
20 conielec ltda	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
21 DADE HAMILTON INC	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
22 INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
23 Saft Baterias, S.L.	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante	Muy important
24 BOSCH SECURITY SYSTEMS INC	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important
25 INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU)	Muy import	Muy import	Muy importante	Muy import	Muy importante	Muy importan	Muy important

Tabla 35. Respuestas factor importancia de negociación.

3.2.5 Factor satisfacción.

INFORMACION	FACTOR SATISFACCION				
	NOMBRE DE LA EMPRESA	GRADO DE SATISFACCION	COMPARACION	RECOMENDACION	NEGOCIAR DE NUEVO
1 PROSERLOG LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
2 GRUPO ATLAS S.A.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
3 Sewart & Stevenson de Las americas	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
4 CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICAICONES S.A.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
5 INSERCOR LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
6 ITEMS TECNOLOGIA LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
7 ELECTROVERA S.A.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
8 SIEMENS S.A.	Insatisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Insatisfecho	Completamente satisfecho
9 IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
10 COLSEIN LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
11 SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
12 ELECTROVALENCIA E.U.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
13 SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
14 AUTOMATIZACION LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
15 EKIP DE COLOMBIA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
16 CASA ANDINA	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
17 ILURAM SA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
18 SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
19 SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
20 conielec ltda	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
21 DADE HAMILTON INC	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
22 INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
23 Saft Baterias, S.L.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
24 BOSCH SECURITY SYSTEMS INC	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
25 INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU)	Completamente satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho

Tabla 36. Respuestas factor satisfacción.

3.2.6 Factor capacidad.

La información financiera se estipuló que no se incluiría en la tabulación, ya que muchos datos eran inconsistentes con la información que ECOPETROL S.A posee. Por esta razón se decidió dejar la parte financiera como información para la empresa y que no afectara en los resultados de la encuesta.

PROVEEDOR	FINANCIERO	CALIDAD	MEDIO AMBIENTE	SEGURIDAD INDUSTRIAL	RUC	RESPONSABILIDAD SOCIAL
1 PROSERLOG LTDA	41,7	NO	NO	NO	NO	SI=10
2 GRUPO ATLAS S.A.	608,6	NO	NO	NO	SI	SI=10
3 Sewart & Stevenson de Las Americas	14264,1	NO	NO	NO	SI	SI=10
4 CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICACIONES S.A.	119145,3	SI	SI	SI3	NO	SI=10
5 INSERCOR LTDA	260,4	SI	NO	NO	SI	SI=10
6 ITEMS TECNOLOGIA LTDA	1000	NO	NO	NO	NO	SI=10
7 ELECTROVERA S.A.	21519,33	NO	NO	NO	NO	SI=10
8 SIEMENS S.A.	1886000	SI	SI	SI	SI	SI=10
9 IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.	348,1	NO	NO	NO	NO	SI=10
10 COLSEIN LTDA	3.664,50	NO	NO	NO	NO	SI=10
11 SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA	9.317,00	SI	NO	NO	NO	SI=9
12 ELECTROVALENCIA E.U.(HECTOR VALENCIA)	1.682,00	SI	SI	SI	NO	SI=10
13 SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.	87.036,00	SI	SI	SI	SI	SI=10
14 AUTOMATIZACION LTDA	1.424,70	NO	NO	SI3	NO	SI=10
15 EKIP DE COLOMBIA	760,00	NO	NO	NO	NO	SI=8
16 CASA ANDINA		SI3	NO	NO	NO	SI=10
17 ILURAM SA		SI	NO	NO	NO	SI=10
18 SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA	2.006.477.231	NO	NO	NO	NO	SI=10
19 SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA	2.331,70	NO	NO	NO	NO	SI=10
20 conielec ltda	8.000.000.000	SI	SI	SI	NO	SI=10
21 DADE HAMILTON INC	200	NO	NO	NO	NO	SI=10
22 INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA		SI	SI	SI	NO	SI=10
23 Saft Baterias, S.L.		SI	SI	SI	NO	SI=10
24 BOSCH SECURITY SYSTEMS INC		SI	NO	NO	NO3	SI
25 INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU)		SI	NO	NO	NO3	SI

Tabla 37. Respuestas factor capacidad.

La información mostrada en la tabla 37 se obtuvo de los resultados de la encuesta, pero para algunos proveedores que están inscritos en SICLAR (Sistema de Clasificación de Proveedores) que es una base de datos con la que cuenta ECOPETROL S.A para obtener información verídica de los proveedores, se obtuvo esta información de SICLAR. Por esta razón se estipuló en la encuesta la pregunta No 18. En la que se expresa lo siguiente :” Se encuentra inscrito en el sistema de clasificación de proveedores (SICLAR)”(ver anexo 1), para verificar si los proveedores encuestados se encuentran inscritos; Si la respuesta es SÍ, el proveedor emite contestar el FACTOR CAPACIDAD de la encuesta y si la respuesta es NO, el proveedor debe contestar el factor capacidad.

Finalmente, si el proveedor se encuentra inscrito en SICLAR y contesta de la encuesta el factor capacidad, se toma la información de SICLAR, es decir, que prevalece la información de SICLAR a la de la encuesta (Ver anexo 2).

3.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.

Evaluación de desempeño: Es el documento expedido por ECOPETROL S.A en el que se consigna el seguimiento y el cumplimiento de las obligaciones que con ocasión de la celebración de un contrato adquiere el contratista.

La evaluación de desempeño es un valor dado en porcentaje y se obtiene del sistema SAP que es el programa integrado que maneja ECOPETROL S.A; el nombre de SAP proviene de: Sistemas, Aplicaciones y Productos en Procesamiento de datos. EL nombre SAP es al mismo tiempo el nombre de una empresa y el de un sistema informático. Este sistema comprende muchos módulos completamente integrados, que abarca prácticamente todos los aspectos de la administración empresarial. Cada módulo realiza una función diferente, pero está diseñado para trabajar con otros módulos. (Ver anexo 3).

	PROVEEDOR	EVALUACION DE DESEMPEÑO
1	PROSERLOG LTDA	90,00%
2	GRUPO ATLAS S.A.	90,36%
3	Sewart & Stevenson de Las americas	96,07%
4	CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICAICONES S.A.	82,43%
5	INSERCOR LTDA	86,25%
6	ITEMS TECNOLOGIA LTDA	100,00%
7	ELECTROVERA S.A.	93,91%
8	SIEMENS S.A.	94,79%
9	IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.	88,63%
10	COLSEIN LTDA	94,62%
11	SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA	98,67%
12	ELECTROVALENCIA E.U.(HECTOR VALENCIA)	99,00%
13	SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.	96,67%
14	AUTOMATIZACION LTDA	89,53%
15	EKIP DE COLOMBIA	96,09%
16	CASA ANDINA	87,27%
17	ILURAM SA	99,52%
18	SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA	87,21%
19	SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA	93,14%
20	conielec ltda	93,33%
21	DADE HAMILTON INC	80,00%
22	INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA	95,78%
23	Saft Baterias, S.L.	100,00%
24	BOSCH SECURITY SYSTEMS INC	92,50%
25	INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU)	100,00%

Tabla 38. Información evaluaciones de desempeño.

3.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.

Estos rangos fueron realizados bajo criterios del funcionario autorizado de compras y algunos gestores de compras, buscando la valoración más acertada para los proveedores y que al final los datos sean de importancia, para la realización de las estrategias y la continuación del modelo de abastecimiento estratégico de la Coordinación de Abastecimiento Barrancabermeja.

3.4.1 Factor estrategia comercial.

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
SECTOR BASICO= 4 PUNTOS				MERCADO A PENETRAR= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO	SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS							
TIPO DE CLIENTE= 4 PUNTOS							
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO				
4	3	2	1				

Figura 17. Rango factor estrategia comercial.

3.4.2 Factor relaciones.

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS							
INVERTIR TIEMPO= 4 PUNTOS				NÚCLEO DE NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 18. Rango factor relaciones.

3.4.3 Factor nivel de atractivo.

FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS			
BRINDAR COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS				LARGO PLAZO= 4 PUNTOS			
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO= 20 PUNTOS							
NÚCLEO = 4 PUNTOS				NIVEL DE ATRACTIVO = 4 PUNTOS							
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 19. Rango factor nivel de atractivo.

3.4.4 Factor importancia de negociación.

FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACIÓN = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS			
CALIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				FACILIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				PROFESIONALIDAD= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS			
IGUALDAD= 4 PUNTOS				TRASPARENCIA= 4 PUNTOS				EXIGENCIA DOCUMENTOS= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS											
PUNTUALIDAD= 4 PUNTOS											
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA								
4	3	2	1								

Figura 20. Rango factor importancia de negociación.

3.4.5 Factor satisfacción.

FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS			
GRADO DE SATISFACCION= 4 PUNTOS				COMPARACION= 4 PUNTOS			
COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO	COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO
4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS			
RECOMENDACION= 4 PUNTOS				NEGOCIAR DE NUEVO= 4 PUNTOS			
SI			NO	SI			NO
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 21. Rango factor satisfacción.

3.4.6 Factor capacidad.

FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS			
CALIDAD= 5 PUNTOS				MEDIO AMBIENTE= 5 PUNTOS				SEGURIDAD INDUSTRIAL= 5 PUNTOS			
SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE	LO ESTÁ IMPLEMENTANDO		NO TIENE
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS							
RUC= 5 PUNTOS				RESPONSABILIDAD SOCIAL= 5 PUNTOS							
SI TIENE			NO TIENE	CUMPLE CON 10	CUMPLE 8-9	CUMPLE 5-7	CUMPLE 0-4				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 22. Rango factor capacidad.

3.4.7 Evaluación de desempeño.

FATOR EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO = 10 PUNTOS				
DESEMPEÑO= 10 PUNTOS				
95% - 100%	90%- 94,99%	85%- 89,99%	80%- 84,99%	0% - 79,99%
4	3	2	1	0

Figura 23. Rango evaluación de desempeño.

3.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.

En las tablas 39,40, 41 y 42 se observa la respuesta a la pregunta y se mira en los rangos de valoración, que puntaje le corresponde a cada respuesta y ese valor de puntaje se adiciona a la tabla (columna puntos); después se multiplica el valor de la puntuación (columna puntos) por el valor total del factor (columna puntaje) y da como resultado el valor total de puntaje por cada factor para cada proveedor (columna total) y por último la sumatoria del puntaje total por factor (columna total) nos da el puntaje total de cada proveedor(fila final de la tabla).

3.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES DE ELCTRICO.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PROSERLOG LTDA			GRUPO ATLAS S.A.		Sewart & Stevenson de		CABLES DE ENERGIA Y DE		INSERCOR LTDA		ITEMS TECNOLOGIA LTDA	
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPELROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPELROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPELROL S.A?	4	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPELROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPELROL S.A?	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPELROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPELROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPELROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPELROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPELROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPELROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	3	12	4	16	4	16	3	12	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	3	12	4	16	4	16	3	12	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	1	4	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPELROL S.A.	4	3	12	3	12	3	12	4	16	3	12	3	12
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPELROL S.A ?	4	3	12	4	16	3	12	4	16	3	12	3	12
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPELROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPELROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			340		336		356		368		352		360

Tabla 39. Criterio de valoración proveedores de Erétrico 1 -6.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	ELECTROVERA S.A.		SIEMENS S.A.		IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.		COLSEIN LTDA		SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA		ELECTROVALENCIA E.U.	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A. esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A. el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	2	8	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A.?	4	3	9	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A.?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A.?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A. parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A. parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A. genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	3	12	3	12	4	16	3	12	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	3	9	2	8	4	16	3	9	4	16	3	12
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A.?	4	4	12	3	12	4	16	3	9	4	16	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	2	8	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			325		324		368		350		368		364

Tabla 40. Criterio de valoración proveedores de Eléctrico 7 -12.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.		AUTOMATIZACION LTDA		EKIP DE COLOMBIA		CASA ANDINA		ILURAM SA		SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
		FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12										
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A.?	4	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A.?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A.?	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	3	12	3	12	3	12	4	16	3	12	4	16
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	3	12	3	12	3	12	4	16	3	12	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			348		352		344		368		360		368

Tabla 41. Criterio de valoración de proveedores de Eléctrico 13-18.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA		conielectda		DADE HAMILTON INC		INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA		Saft Baterías, S.L.		BOSCH SECURITY SYSTEMS INC		INGENIERIA Y REPRESENTACIONES	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
		FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	3	12	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A.?	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A.?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A.?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	3	12	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			356		368		368		328		308		368		368

Tabla 42. Criterio de valoración de proveedores de Eléctrico 19-25.

3.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	PROSERLOG LTDA		GRUPO ATLAS S.A.		Sewart & Stevenson de Las Americas		CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICACIONES		INSERCOR LTDA		ITEMS TECNOLOGIA LTDA	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25												
Calidad	5	1	5	1	5	1	5	4	20	4	20	1	5
Medio ambiente	5	1	5	1	5	1	5	4	20	1	5	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	1	5	1	5	1	5	3	15	1	5	1	5
RUC	5	3	15	4	20	4	20	3	15	4	20	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	3	30	3	30	4	40	1	10	2	20	4	40
PUNTUACION TOTAL		140		80		85		95		100		90	

Tabla 43. Criterio de valoración capacidad proveedores Eléctrico 1-6.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	ELECTROVERA S.A.		SIEMENS S.A.		IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.		COLSEIN LTDA		SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA		ELECTROVALENCIA E.U.(HECTOR VALENCIA)	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25												
Calidad	5	1	5	4	20	1	5	1	5	4	20	4	20
Medio ambiente	5	1	5	4	20	1	5	1	5	1	5	4	20
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	1	5	4	20	1	5	1	5	1	5	4	20
RUC	5	3	15	4	20	3	15	3	15	3	15	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	3	15	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	3	30	3	30	2	20	3	30	4	40	4	40
PUNTUACION TOTAL		140		80		130		70		80		100	

Tabla 44. Criterio de valoración capacidad proveedores Eléctrico 7-12.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.		AUTOMATIZACION LTDA		EKIP DE COLOMBIA		CASA ANDINA		ILURAM SA		SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25												
Calidad	5	4	20	1	5	1	5	3	15	4	20	1	5
Medio ambiente	5	4	20	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	4	20	3	15	3	15	1	5	1	5	1	5
RUC	5	4	20	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	3	15	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	4	40	2	20	4	40	2	20	4	40	2	20
PUNTUACION TOTAL		140		140		80		95		80		105	

Tabla 45. Criterio de valoración capacidad proveedores Eléctrico 13-18.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA		conielec Ltda		DADE HAMILTON INC		INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA		Saft Baterías, S.L		BOSCH SECURITY SYSTEMS INC		INGENIERIA Y REPRESENTACIONES	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25														
Calidad	5	1	5	4	20	1	5	4	20	4	20	4	20	4	20
Medio ambiente	5	1	5	4	20	1	5	4	20	4	20	1	5	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	1	5	4	20	1	5	4	20	4	20	1	5	1	5
RUC	5	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	3	30	3	30	1	10	4	40	4	40	3	30	4	40
PUNTUACION TOTAL		140		80		125		60		135		135		95	

Tabla 46. Criterio de valoración capacidad proveedores Eléctrico 19-25.

3.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.

	PROVEEDOR	VALOR DEL NEGOCIO	PORCENTAJE DE ATRACTIVO	MOTIVACION	CAPACIDAD
1	PROSERLOG LTDA	80,00%	92,39%	A	50,00%
2	GRUPO ATLAS S.A.	45,00%	91,30%	M	60,71%
3	Sewart & Stevenson de Las Americas	22,50%	96,74%	M	67,86%
4	CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICACIONES S.A.	2,50%	100,00%	M	64,29%
5	INSERCOR LTDA	80,00%	95,65%	A	64,29%
6	ITEMS TECNOLOGIA LTDA	2,50%	97,83%	M	0,00%
7	ELECTROVERA S.A.	22,50%	88,32%	M	50,00%
8	SIEMENS S.A.	22,50%	88,04%	M	92,86%
9	IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.	45,00%	100,00%	M	42,86%
10	COLSEIN LTDA	45,00%	95,11%	M	50,00%
11	SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA	10,00%	100,00%	M	64,29%
12	ELECTROVALENCIA E.U.	80,00%	98,91%	A	89,29%
13	SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.	10,00%	94,57%	M	100,00%
14	AUTOMATIZACION LTDA	22,50%	95,65%	M	50,00%
15	EKIP DE COLOMBIA	22,50%	93,48%	M	60,71%
16	CASA ANDINA	80,00%	100,00%	A	50,00%
17	ILURAM SA	10,00%	97,83%	M	67,86%
18	SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA	80,00%	100,00%	A	42,86%
19	SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA	22,50%	96,74%	M	50,00%
20	conielec ltda	10,00%	100,00%	M	82,14%
21	DADE HAMILTON INC	45,00%	100,00%	M	35,71%
22	INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA	80,00%	89,13%	A	96,43%
23	Saft Baterias, S.L.	2,50%	83,70%	M	96,43%
24	BOSCH SECURITY SYSTEMS INC	2,50%	100,00%	M	67,86%
25	INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU)	2,50%	100,00%	M	75,00%

Tabla 47. Datos obtenidos de proveedores de Eléctrico.

3.6.1 Explicación para obtener la tabla 47.

En la tabla 30 se muestran los datos obtenidos de las encuestas. La columna VALOR DEL NEGOCIO se obtuvo de la pregunta No 1. De la encuesta (ver anexo 1), estos valores son el promedio de los rangos de la pregunta No 1, que son los siguientes:

RANGO	PROMEDIO
0 A 4,99%	2,50%
5% A 14,99%	10%
15% A 29%	22,50%
30% A 59,99%	45%
60% A 100%	80%

Cuadro 7. Promedio del valor del negocio

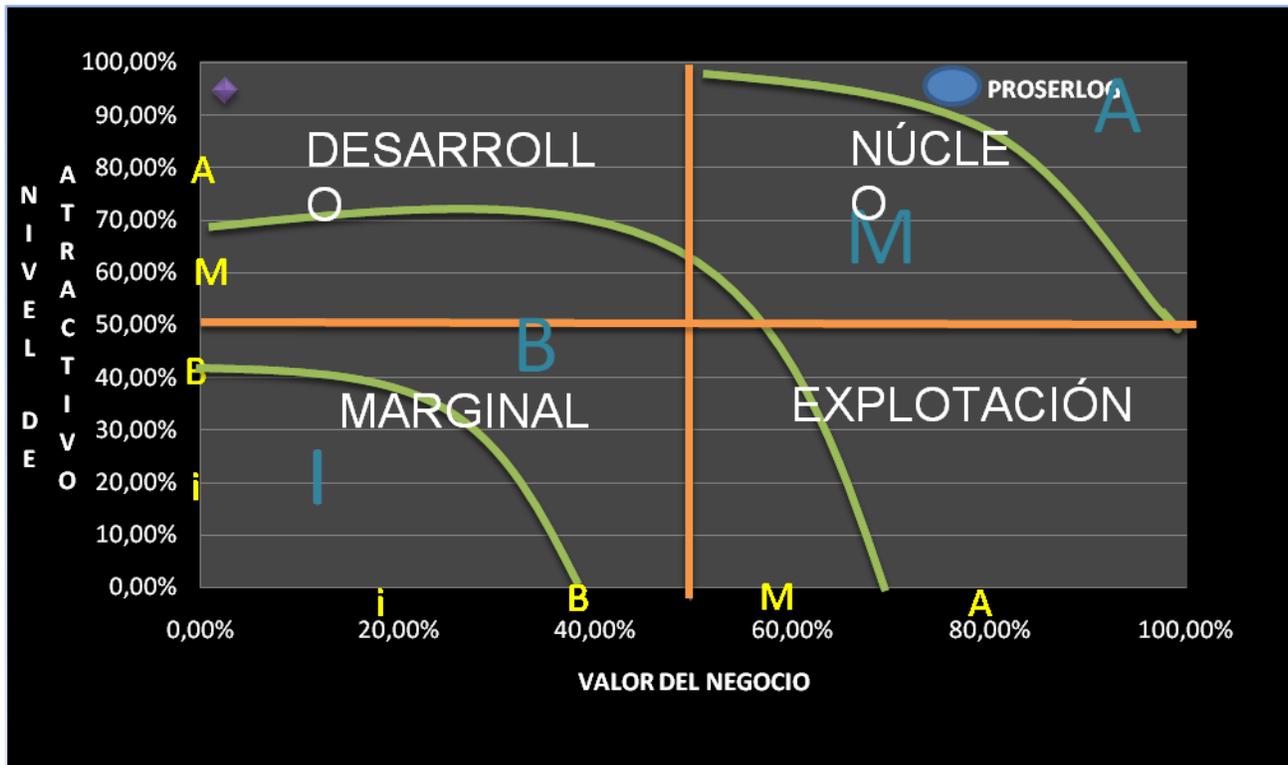
Para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO se divide el puntaje total de cada proveedor sobre la Máxima puntuación total (ver tablas 39,40, 41 y 42).

Ejemplo 5: En la tabla 39 el proveedor PROSERLOG obtuvo una puntuación total de 340 puntos y este valor dividido en la máxima puntuación posible que es 368 puntos.

$$PROSERLOG = \frac{340}{368} = 92.39\%$$

La columna motivación se obtiene después de obtener la grafica del modelo de percepción del proveedor, de la siguiente manera:

Ejemplo 6:



Gráfica 7. Ejemplo de modelo percepción proveedores Eléctrico.

Se obtiene que para el proveedor PROSERLOG esté en el cuadrante de NÚCLEO y el índice de motivación el A, es decir, ALTO según el cuadro 8.

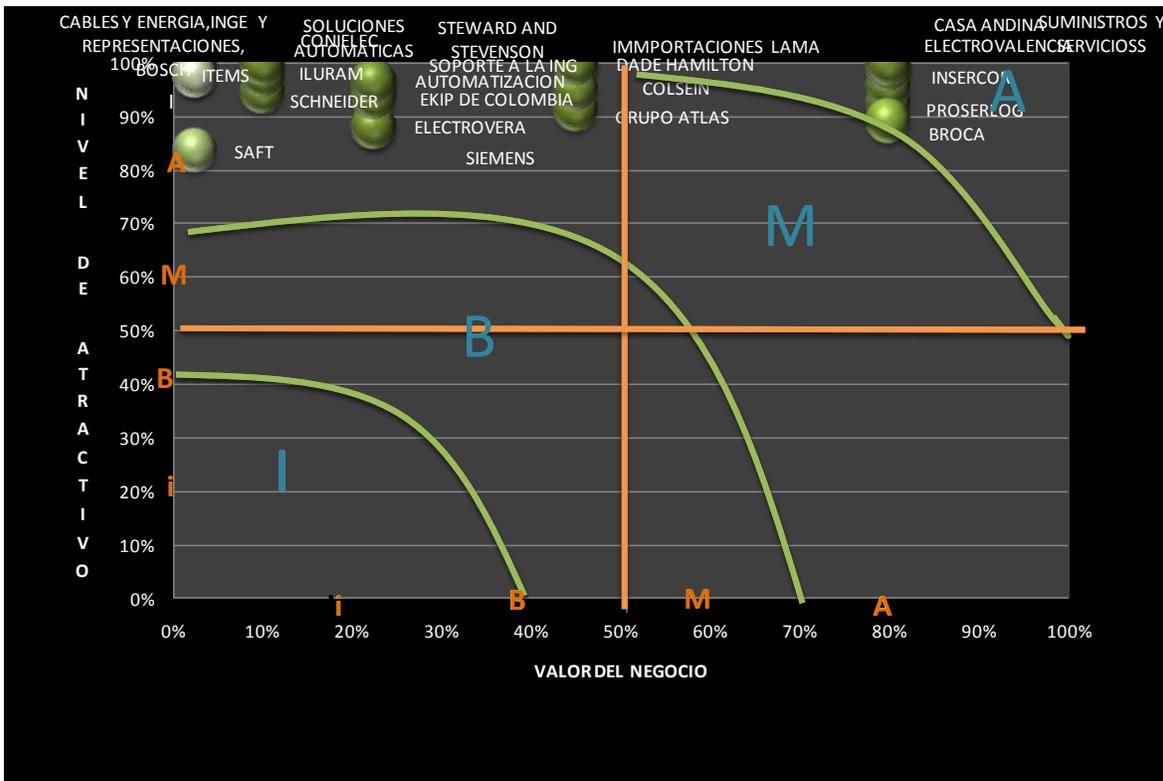
INDIATIVO DE MOTIVACIÓN	SIGLA
Alto	A
Medio	M
Bajo	B
Insuficiente	I

Cuadro 8. Sigla indicativo de motivación.

Para obtener la columna CAPACIDAD se repite el mismo procedimiento que para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO, explicado anteriormente pero con las tablas 43,44, 45 y 46.

Después de obtenidos todos los resultados de la tabla 47, se gráfica el modelo de percepción del proveedor.

3.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Eléctrico.



Grafica 8. Modelo de percepción de proveedores Eléctrico.

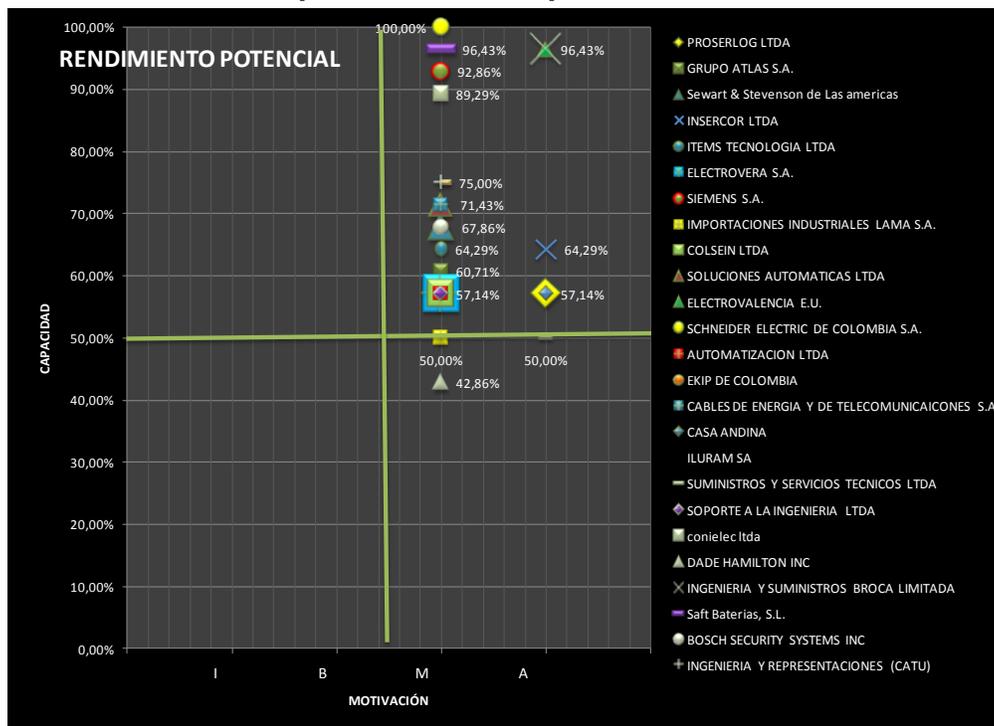
En la gráfica 8, se puede observar que los proveedores GRUPO ATLAS S.A, STEWARD & STEVENSON DE LAS AMÉRICAS, CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICACIONES S.A, ITEMS TECNOLOGIA LTDA, ELECTROVERA S.A, SIEMENS S.A, IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A, COLSEIN LTDA, SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA, SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A, AUTOMATIZACION LTDA, EKIP DE COLOMBIA, ILURAM SA, SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA, CONIELEC LTDA, DADE HAMILTON INC, SAFT BATERIAS, S.L., BOSCH SECURITY SYSTEMS INC, INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU), están en el cuadrante de **DESARROLLO** y con una motivación **MEDIA**, es decir, son proveedores para los cuales ECOPEPETROL S.A resulta atractivo para ellos aunque el valor del negocio es relativamente bajo. Estos proveedores están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con la empresa con el fin de incrementar con el tiempo

sus ventas a ECOJETROL S.A, Además, son proveedores con los que podría ser adecuado hacer acuerdos de precios y negocios mutuos.

Los proveedores *INSERCOR LTDA*, *ELECTROVALENCIA E.U*, *CASA ANDINA*, *SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA*, *INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA*, se encuentran en el cuadrante de **NÚCLEO** y con una motivación **ALTA**, por lo tanto, son proveedores que consideran a ECOJETROL S.A parte de su núcleo de negocios, de estos proveedores se puede esperar que inviertan un esfuerzo significativo en retener el negocio con ECOJETROL S.A. y pueden ser proveedores con los que se piense en hacer una asociación.

De otra manera si estos proveedores dependen del negocio de ECOJETROL S.A, está tendrá un papel dominante en la relación, permitiéndole emplear cualquier estrategia que se desee, considerando ser siempre justa y fiable.

3.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Eléctrico.



Gráfica 9. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Eléctrico.

Según los resultados obtenidos en la gráfica 9 podemos evidenciar que: *INGENIERÍA Y SUMINISTROS BROCA LTDA* Y *ELECTROVALENCIA*, son proveedores IDEALES con una motivación alta y un buen porcentaje de capacidad.

Los demás proveedores son Ideales también, pero la estrategia es trabajar en motivarlos más para que puedan dar lo mejor para ECOJETROL S.A (ver anexo 5).

3.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Seguridad Industrial.



Figura 24. Modelo de Posición del suministro.

La figura 24 fue obtenida del modelo de Abastecimiento adelantado por la sección de Compras Barrancabermeja. Según la figura 24 el grupo-clase de ELÉCTRICO se encuentra en el cuadrante CUELLO DE BOTELLA.

POSIBLES RELACIONES CON EL PROVEEDOR: VÍNCULOS ENTRE CATEGORÍAS DE ARTICULOS Y LAS PERCEPCIONES DEL PROVEEDOR.				
CATEGORÍAS DE ARTICULOS	MARGINAL	EXPLOTACIÓN	DESARROLLO	NÚCLEO
RUTINARIO				
RELEVANTE				
CONFLICTIVO O CUELLO DE BOTELLA			GRUPO ATLAS S.A, STEWARD & STEVENSON DE LAS AMÉRICAS, CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICACIONES S.A, ITEMS TECNOLOGIA LTDA, ELECTROVERA S.A, SIEMENS S.A, IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A, COLSEIN LTDA, SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA, SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A, AUTOMATIZACION LTDA, EKIP DE COLOMBIA, ILURAM SA, SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA, CONIELEC LTDA, DADE HAMILTON INC, SAFT BATERIAS, S.L., BOSCH SECURITY SYSTEMS INC, INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU),	
CRÍTICO				

Cuadro 9. Posibles relaciones con proveedores químicos.

Según el anexo 5 para los proveedores que se encuentran en el cuadrante de DESARROLLO es bueno hacer contratos a largo plazo con ellos, como Acuerdos de precios.

CAPITULO IV

MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE ESTÁTICO.

4.1 Proveedores encuestados de elementos de estático. (Total 20 encuestados)

	NOMBRE DE LA EMPRESA
1	IMFAPART LTDA
2	TUVACOL S.A
3	EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.
4	SOLDADURAS WEST ARCO LTDA
5	INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTA
6	FLOW ENERGY SUPPLY LTDA
7	ALL SERVICE LTDA
8	INTERCOL LTDA.
9	HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION
10	INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA
11	NEUMATICA DEL CARIBE S.A
12	DEPURAR LTDA.
13	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L
14	GAMO LIMITADA
15	FITTING VALVES
16	OVERSEAS USA CORP
17	RAMDE INTERNATIONAL
18	COMPLETION SYSTEMS
19	TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.
20	QUEMVAPOR

Tabla 48. Proveedores del área de Estático encuestados.

4.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS ESTÁTICO (20 PROVEEDORES).

4.2.1 Información y factor estrategia comercial.

	NOMBRE DE LA EMPRESA	VALOR D LAS VENTAS	TIEMPO EN RELACION	FRECUENCIA	SECTOR BASICO	MERCADO A PENETRAR	TIPO DE CLIENTE
1	IMFAPART LTDA	15% - 29.99%	DE 1 A 3 AÑOS	MAS DE 5 VECES	probablemente si	probablemente	probablemente
2	TUVACOL S.A	5% - 14.99%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
3	EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.	30% -59.9%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
4	SOLDADURAS WEST ARCO LTDA	5% - 14.99%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
5	INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTA	60%-100%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
6	FLOW ENERGY SUPPLY LTDA	60%-100%	DE 1 A 3 AÑOS	1 VEZ AL AÑO	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
7	ALL SERVICE LTDA	30% -59.9%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	probablemente si	probablemente	Seguro que si
8	INTERCOL LTDA.	15% - 29.99%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
9	HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION	0%-4,99%	Más de cinco año:	1 VEZ AL AÑO	probablemente si	probablemente	Seguro que si
10	INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA	30% -59.9%	Más de cinco año:	DE 3 A 5 VECES	probablemente si	Seguro que si	Seguro que si
11	NEUMATICA DEL CARIBE S.A	15% - 29.99%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
12	DEPURAR LTDA.	0%-4,99%	Más de cinco año:	1 VEZ AL AÑO	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
13	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L	30% -59.9%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
14	GAMO LIMITADA	60%-100%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
15	FITTING VALVES	15% - 29.99%	DE 1 A 3 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
16	OVERSEAS USA CORP	5% - 14.99%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
17	RAMDE INTERNATIONAL	0%-4,99%	DE 3 A 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
18	COMPLETION SYSTEMS	30% -59.9%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
19	TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.	30% -59.9%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
20	QUEMVAPOR	15% - 29.99%	Más de cinco año:	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si

Tabla 49. Respuestas información y factor estrategia comercial.

4.2.2 Factor relaciones.

	INFORMACION	FACTOR RELACIONES			
		COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	INVERTIR TIEMPO	NUCLEO DE NEGOCIOS
1	IMFAPART LTDA	Interesado	Interesado	Interesado	Interesado
2	TUVACOL S.A	Muy interesado	Muy interes:	Interesado	Muy interes:
3	EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
4	SOLDADURAS WEST ARCO LTDA	Interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
5	INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTA	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
6	FLOW ENERGY SUPPLY LTDA	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
7	ALL SERVICE LTDA	Interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
8	INTERCOL LTDA.	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
9	HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION	Interesado	Interesado	Interesado	Interesado
10	INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA	Interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
11	NEUMATICA DEL CARIBE S.A	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
12	DEPURAR LTDA.	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
13	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
14	GAMO LIMITADA	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
15	FITTING VALVES	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
16	OVERSEAS USA CORP	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
17	RAMDE INTERNATIONAL	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
18	COMPLETION SYSTEMS	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
19	TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:
20	QUEMVAPOR	Muy interesado	Muy interes:	Muy interes:	Muy interes:

Tabla 50. Respuestas factor relaciones.

4.2.3 Factor nivel de atractivo.

INFORMACION		FACTOR NIVEL DE ATRATIVO				
	NOMBRE DE LA EMPRESA	BRINDAR COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	LARGO PLAZO	NÚCLEO	NIVEL DE ATRATIVO
1	IMFAPART LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
2	TUVACOL S.A	Medio	Alto	Alto	Alto	Alto
3	EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
4	SOLDADURAS WEST ARCO LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
5	INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
6	FLOW ENERGY SUPPLY LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
7	ALL SERVICE LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
8	INTERCOL LTDA.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
9	HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION	Medio	Alto	Alto	Medio	Medio
10	INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
11	NEUMATICA DEL CARIBE S.A	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
12	DEPURAR LTDA.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
13	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
14	GAMO LIMITADA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
15	FITTING VALVES	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
16	OVERSEAS USA CORP	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
17	RAMDE INTERNATIONAL	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
18	COMPLETION SYSTEMS	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
19	TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
20	QUEMVAPOR	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Tabla 51. Respuestas factor nivel de atractivo.

4.2.4 Factor importancia de negociación.

INFORMACION		FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION						
	NOMBRE DE LA EMPRESA	CALIDAD PROCESO	FACILIDAD PROCESO	PROFESIONALIDAD	IGUALDAD	TRANSPARENCIA	EXIGENCIA DE DOCUMENTOS	PUNTUALIDAD
1	IMFAPART LTDA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
2	TUVACOL S.A	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Indiferente	Muy important
3	EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
4	SOLDADURAS WEST ARCO LTDA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
5	INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
6	FLOW ENERGY SUPPLY LTDA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
7	ALL SERVICE LTDA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
8	INTERCOL LTDA.	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Importante	Muy important
9	HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION	Muy importe	Importante	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Importante
10	INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
11	NEUMATICA DEL CARIBE S.A	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
12	DEPURAR LTDA.	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Importante	Importante
13	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L	Muy importe	Importante	Importante	Importante	Muy importante	Importante	Indiferente
14	GAMO LIMITADA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
15	FITTING VALVES	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
16	OVERSEAS USA CORP	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
17	RAMDE INTERNATIONAL	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
18	COMPLETION SYSTEMS	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
19	TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Importante	Importante
20	QUEMVAPOR	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important

Tabla 52. Respuestas factor importancia de negociación.

4.2.5 Factor satisfacción.

INFORMACION		FACTOR SATISFACCION			
	NOMBRE DE LA EMPRESA	GRADO DE SATISFACCION	COMPARACION	RECOMENDACION	NEGOCIAR DE NUEVO
1	IMFAPART LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
2	TUVACOL S.A	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
3	EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
4	SOLDADURAS WEST ARCO LTDA	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
5	INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
6	FLOW ENERGY SUPPLY LTDA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
7	ALL SERVICE LTDA	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
8	INTERCOL LTDA.	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
9	HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
10	INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
11	NEUMATICA DEL CARIBE S.A	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
12	DEPURAR LTDA.	Insatisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
13	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
14	GAMO LIMITADA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
15	FITTING VALVES	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
16	OVERSEAS USA CORP	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
17	RAMDE INTERNATIONAL	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
18	COMPLETION SYSTEMS	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
19	TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
20	QUEMVAPOR	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho

Tabla 53. Respuestas factor satisfacción.

4.2.6 Factor capacidad.

La información financiera se estipuló que no se incluiría en la tabulación, ya que muchos datos eran inconsistentes con la información que ECOPETROL S.A posee. Por esta razón se decidió dejar la parte financiera como información para la empresa y que no afectara en los resultados de la encuesta.

	PROVEEDOR	FINANCIERO	CALIDAD	MEDIO AMBIENTE	SEGURIDAD INDUSTRIAL	RUC	RESPONSABILIDAD SOCIAL
1	IMFAPART LTDA	1.000.000.000	NO	NO	NO	NO	SI
2	TUVACOL S.A		SI	NO	SI3	NO	SI
3	EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.		SI	NO	NO	SI	SI
4	SOLDADURAS WEST ARCO LTDA		SI	NO	SI3	NO	SI
5	INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTA		SI	SI	SI	SI	SI
6	FLOW ENERGY SUPPLY LTDA		IMPLE	IMPLE	NO	NO	SI
7	ALL SERVICE LTDA		NO3	NO	NO	NO	SI
8	INTERCOL LTDA.		SI	IMPLE	IMPLE	NO	SI
9	HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION		NO3	NO	NO	NO3	SI
10	INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA		NO3	NO3	NO3	NO3	SI
11	NEUMATICA DEL CARIBE S.A		SI	NO3	NO4	SI	SI
12	DEPURAR LTDA.		NO	NO	NO	NO3	SI
13	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L		NO3	NO	NO	NO3	SI
14	GAMO LIMITADA		NO	NO	NO	NO3	SI
15	FITTING VALVES		NO	NO	NO	NO3	SI
16	OVERSEAS USA CORP		NO3	NO	NO	NO3	SI
17	RAMDE INTERNATIONAL		SI	NO	NO3	NO3	SI
18	COMPLETION SYSTEMS		SI	NO	NO	NO3	SI
19	TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.		SI	SI	NO	NO3	SI
20	QUEMVAPOR		SI	NO	NO	NO3	SI

Tabla 54. Respuestas factor capacidad.

La información mostrada en la tabla 54 se obtuvo de los resultados de la encuesta, pero para algunos proveedores que están inscritos en SICLAR (Sistema de Clasificación de Proveedores) que es una base de datos con la que cuenta ECOPETROL S.A para obtener información verídica de los proveedores, se obtuvo esta información de SICLAR. Por esta razón se estipuló en la encuesta la pregunta No 18. En la que se expresa lo siguiente :” Se encuentra inscrito en el sistema de clasificación de proveedores (SICLAR)”(ver anexo 1), para verificar si los proveedores encuestados se encuentran inscritos; Si la respuesta es SÍ, el proveedor emite contestar el FACTOR CAPACIDAD de la encuesta y si la respuesta es NO, el proveedor debe contestar el factor capacidad.

Finalmente, si el proveedor se encuentra inscrito en SICLAR y contesta de la encuesta el factor capacidad, se toma la información de SICLAR, es decir, que prevalece la información de SICLAR a la de la encuesta (Ver anexo 2).

4.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.

Evaluación de desempeño: Es el documento expedido por ECOPETROL S.A en el que se consigna el seguimiento y el cumplimiento de las obligaciones que con ocasión de la celebración de un contrato adquiere el contratista.

La evaluación de desempeño es un valor dado en porcentaje y se obtiene del sistema SAP que es el programa integrado que maneja ECOPETROL S.A; el nombre de SAP proviene de: Sistemas, Aplicaciones y Productos en Procesamiento de datos. EL nombre SAP es al mismo tiempo el nombre de una empresa y el de un sistema informático. Este sistema comprende muchos módulos completamente integrados, que abarca prácticamente todos los aspectos de la administración empresarial. Cada módulo realiza una función diferente, pero está diseñado para trabajar con otros módulos. (Ver anexo 3).

PROVEEDOR		EVALUACION DE DESEMPEÑO
1	IMFAPART LTDA	100,00%
2	TUVACOL S.A	92,86%
3	EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.	89,78%
4	SOLDADURAS WEST ARCO LTDA	92,29%
5	INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTA	96,59%
6	FLOW ENERGY SUPPLY LTDA	95,00%
7	ALL SERVICE LTDA	97,75%
8	INTERCOL LTDA.	97,14%
9	HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION	85,71%
10	INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA	95,56%
11	NEUMATICA DEL CARIBE S.A	95,63%
12	DEPURAR LTDA.	86,67%
13	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L	97,95%
14	GAMO LIMITADA	97,56%
15	FITTING VALVES	93,57%
16	OVERSEAS USA CORP	100%
17	RAMDE INTERNATIONAL	100%
18	COMPLETION SYSTEMS	96,67%
19	TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.	76,75%
20	QUEMVAPOR	95,72%

Tabla 55. Información evaluaciones de desempeño.

4.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.

Estos rangos fueron realizados bajo criterios del funcionario autorizado de compras y algunos gestores de compras, buscando la valoración más acertada para los proveedores y que al final los datos sean de importancia, para la realización de las estrategias y la continuación del modelo de abastecimiento estratégico de la Coordinación de Abastecimiento Barrancabermeja.

4.4.1 Factor estrategia comercial.

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
SECTOR BASICO= 4 PUNTOS				MERCADO A PENETRAR= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO	SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
TIPO DE CLIENTE= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1

Figura 25. Rango factor estrategia comercial.

4.4.2 Factor relaciones.

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
INVERTIR TIEMPO= 4 PUNTOS				NÚCLEO DE NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 26. Rango factor relaciones

4.4.3 Factor nivel de atractivo.

FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS			
BRINDAR COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS				LARGO PLAZO= 4 PUNTOS			
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO= 20 PUNTOS			
NÚCLEO = 4 PUNTOS				NIVEL DE ATRACTIVO = 4 PUNTOS			
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENTE ATRACTIVO
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 27. Rango factor nivel de atractivo.

4.4.4. Factor importancia de negociación.

FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACIÓN = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS			
CALIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				FACILIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				PROFESIONALIDAD= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1

FACTOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS			
IGUALDAD= 4 PUNTOS				TRASPARENCIA= 4 PUNTOS				EXIGENCIA DOCUMENTOS= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS			
PUNTUALIDAD= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1

Figura 28. Rango factor importancia de negociación.

4.4.5 Factor satisfacción.

FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS			
GRADO DE SATISFACCION= 4 PUNTOS				COMPARACION= 4 PUNTOS			
COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO	COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO
4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS			
RECOMENDACION= 4 PUNTOS				NEGOCIAR DE NUEVO= 4 PUNTOS			
SI			NO	SI			NO
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 29. Rango factor satisfacción.

4.4.6 Factor capacidad.

FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS			
CALIDAD= 5 PUNTOS				MEDIO AMBIENTE= 5 PUNTOS				SEGURIDAD INDUSTRIAL= 5 PUNTOS			
SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE	LO ESTÁ IMPLEMENTANDO		NO TIENE
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS							
RUC= 5 PUNTOS				RESPONSABILIDAD SOCIAL= 5 PUNTOS							
SI TIENE			NO TIENE	CUMPLE CON 10	CUMPLE 8-9	CUMPLE 5-7	CUMPLE 0-4				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 30. Rango factor capacidad.

4.4.7 Evaluación de desempeño.

FATOR EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO = 10 PUNTOS				
DESEMPEÑO= 10 PUNTOS				
95% - 100%	90%- 94,99%	85%- 89,99%	80%- 84,99%	0% - 79,99%
4	3	2	1	0

Figura 31. Rango evaluación de desempeño.

4.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.

En las tablas 56,57 y 58 se observa la respuesta a la pregunta y se mira en los rangos de valoración, que puntaje le corresponde a cada respuesta y ese valor de puntaje se adiciona a la tabla (columna puntos); después se multiplica el valor de la puntuación (columna puntos) por el valor total del factor (columna puntaje) y da como resultado el valor total de puntaje por cada factor para cada proveedor (columna total) y por último la sumatoria del puntaje total por factor (columna total) nos da el puntaje total de cada proveedor(fila final de la tabla).

4.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES DE ESTÁTICO.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	IMFAPART LTDA			TUVACOL S.A		EQUIPOS Y CONTROLES		SOLDADURAS WEST ARCO LTDA		INGENIERIA SUMINISTROS Y		FLOW ENERGY SUPPLY LTDA	
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	3	12	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	2	8	4	16	4	16	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	3	12	3	12	3	12	3	12	4	16	4	16
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	3	12	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			332		344		360		360		368		368

Tabla 56. Criterio de valoración proveedores de Estático 1 -6.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	ALL SERVICE LTDA		INTERCOL LTDA.		HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION		INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA		NEUMATICA DEL CARIBE S.A		DEPURAR LTDA.	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	3	9	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	3	9	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16												
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	3	9	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	12	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	12	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	12	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20												
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
FACTOR INMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28												
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	3	12
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	3	12
FACTOR SATISFACCIÓN	16												
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	3	9	4	16	4	16	3	12	3	12	2	8
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	12	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA Puntuación posible= 368 Puntuación TOTAL			320		364		324		352		364		352

Tabla 57. Criterio de valoración proveedores de Estático 7 -12.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L		GAMO LIMITADA		FITTING VALVES		OVERSEAS USA CORP		RAMDE INTERNACIONAL		COMPLETION SYSTEMS		TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.		QUEMVAPOP	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12																
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16																
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20																
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR INMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28																
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
puntualidad en el pago	4	2	8	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16																
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12	4	16	3	12	3	12
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA Puntuación posible= 368 Puntuación TOTAL			344		368		368		364		360		368		356		364

Tabla 58. Criterio de valoración de proveedores de Estático 13-18.

4.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	IMFAPART LTDA		TUVACOL S.A		EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.		SOLDADURAS WEST ARCO LTDA		INGENIERIA SUMINISTROS Y		FLOW ENERGY SUPPLY LTDA	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25												
Calidad	5	1	5	4	20	4	20	4	20	4	20	3	15
Medio ambiente	5	1	5	1	5	1	5	1	5	4	20	3	15
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	1	5	3	15	1	5	3	15	4	20	1	5
RUC	5	3	15	3	15	4	20	3	15	4	20	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	4	40	3	30	2	20	3	30	4	40	4	40
PUNTUACION TOTAL		140		90		105		90		105		140	

Tabla 59. Criterio de valoración capacidad proveedores **Estático** 1-6.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	ALL SERVICE LTDA		INTERCOL LTDA.		HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION		INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA		NEUMATICA DEL CARIBE S.A		DEPURAR LTDA.	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25												
Calidad	5	3	15	4	20	3	15	3	15	4	20	1	5
Medio ambiente	5	1	5	3	15	1	5	3	15	3	15	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	1	5	3	15	1	5	3	15	3	15	1	5
RUC	5	3	15	3	15	3	15	3	15	4	20	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	1	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	4	40	4	40	2	20	4	40	4	40	2	20
PUNTUACION TOTAL		140		85		125		80		120		130	

Tabla 60. Criterio de valoración capacidad proveedores **Estático** 7-12.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L		GAMO LIMITADA		FITTING VALVES		OVERSEAS USA CORP		RAMDE INTERNACIONAL		COMPLETION SYSTEMS		TENARIS GLOBAL SERVICES S.A		QUEMVAPOP	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25																
Calidad	5	3	15	1	5	1	5	3	15	4	20	4	20	4	20	3	15
Medio ambiente	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	4	20	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	1	5	1	5	1	5	1	5	3	15	1	5	1	5	1	5
RUC	5	3	15	4	20	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	4	40	4	40	3	30	4	40	4	40	4	40	0	0	4	40
PUNTUACION TOTAL		140		100		95		80		100		115		105		80	

Tabla 61. Criterio de valoración capacidad proveedores **Estático** 13-18.

4.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.

	PROVEEDOR	VALOR DEL NEGOCIO	PORCENTAJE DE ATRACTIVO	MOTIVACION	CAPACIDAD
1	IMFAPART LTDA	22,50%	90,22%	M	64,29%
2	TUVACOL S.A	10,00%	93,48%	M	75,00%
3	EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.	45,00%	97,83%	M	64,29%
4	SOLDADURAS WEST ARCO LTDA	10,00%	97,83%	M	75,00%
5	INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTA	80,00%	100,00%	A	100,00%
6	FLOW ENERGY SUPPLY LTDA	80,00%	100,00%	A	78,57%
7	ALL SERVICE LTDA	45,00%	86,96%	M	60,71%
8	INTERCOL LTDA.	22,50%	98,91%	M	89,29%
9	HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION	2,50%	88,04%	M	57,14%
10	INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA	45,00%	95,65%	M	85,71%
11	NEUMATICA DEL CARIBE S.A	22,50%	98,91%	M	92,86%
12	DEPURAR LTDA.	2,50%	95,65%	M	50,00%
13	INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L	45,00%	93,48%	M	71,43%
14	GAMO LIMITADA	80,00%	100,00%	A	67,86%
15	FITTING VALVES	22,50%	100,00%	M	57,14%
16	OVERSEAS USA CORP	10,00%	98,91%	M	71,43%
17	RAMDE INTERNATIONAL	2,50%	97,83%	M	82,14%
18	COMPLETION SYSTEMS	45,00%	100,00%	M	75,00%
19	TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.	45,00%	96,74%	M	57,14%
20	QUEMVAPOR	22,50%	98,91%	M	71,43%

Tabla 62. Datos obtenidos de proveedores de **Estático**.

4.6.1 Explicación para obtener la tabla 62.

En la tabla 62 se muestran los datos obtenidos de las encuestas. La columna VALOR DEL NEGOCIO se obtuvo de la pregunta No 1. De la encuesta (ver anexo 1), estos valores son el promedio de los rangos de la pregunta No 1, que son los siguientes:

RANGO	PROMEDIO
0 A 4,99%	2,50%
5% A 14,99%	10%
15% A 29%	22,50%
30% A 59,99%	45%
60% A 100%	80%

Cuadro 10. Promedio del valor del negocio

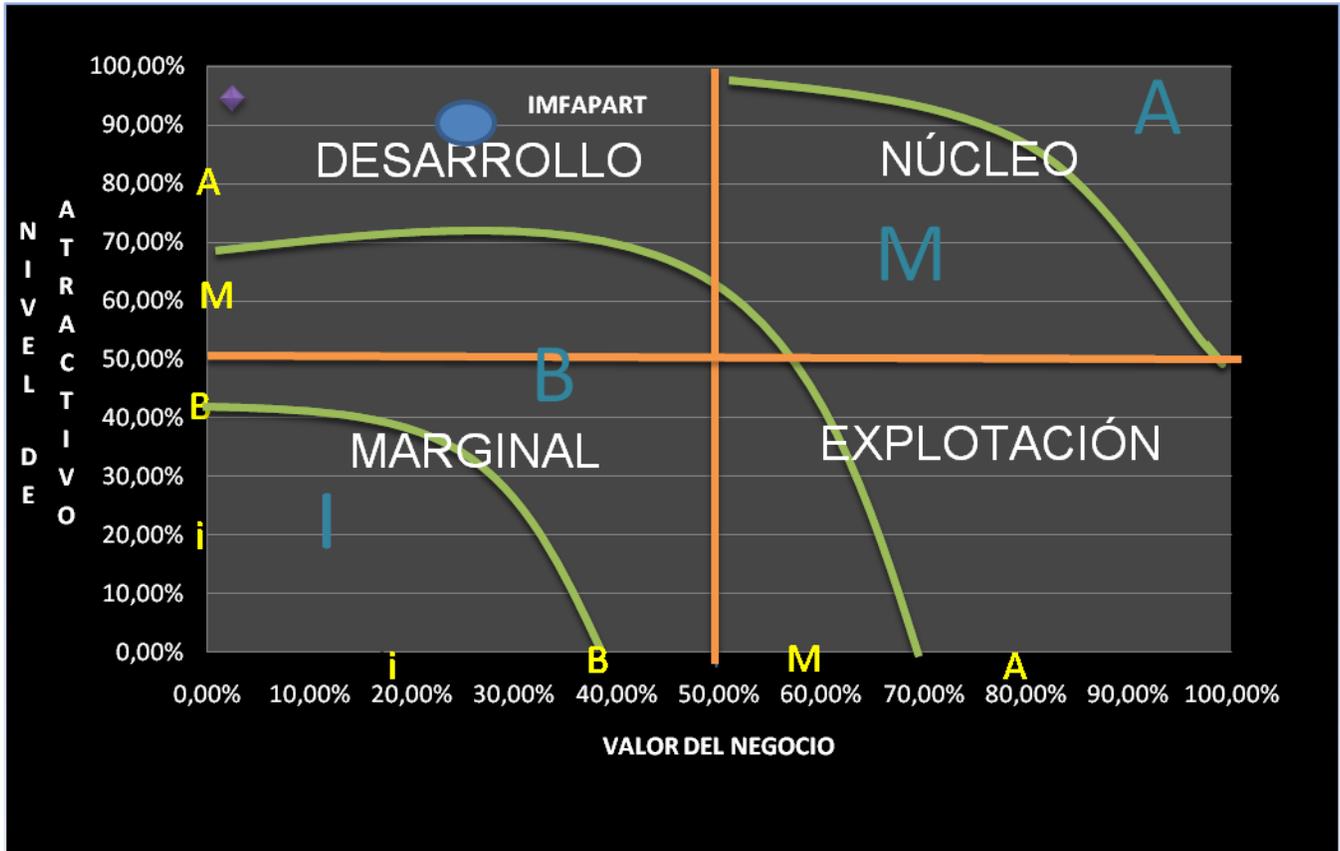
Para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO se divide el puntaje total de cada proveedor sobre la Máxima puntuación total (ver tablas 56, 57 y 58).

Ejemplo 7: En la tabla 56 el proveedor IMFAPART LTDA obtuvo una puntuación total de 340 puntos y este valor dividido en la máxima puntuación posible que es 368 puntos.

$$IMFAPART = \frac{332}{368} = 90.22\%$$

La columna motivación se obtiene después de obtener la grafica del modelo de percepción del proveedor, de la siguiente manera:

Ejemplo 8:



Gráfica 10. Ejemplo de modelo percepción proveedores Estático.

Se obtiene que para el proveedor IMFAPART esté en el cuadrante de DESARROLLO y el índice de motivación el M, es decir, MEDIO según el cuadro 1.

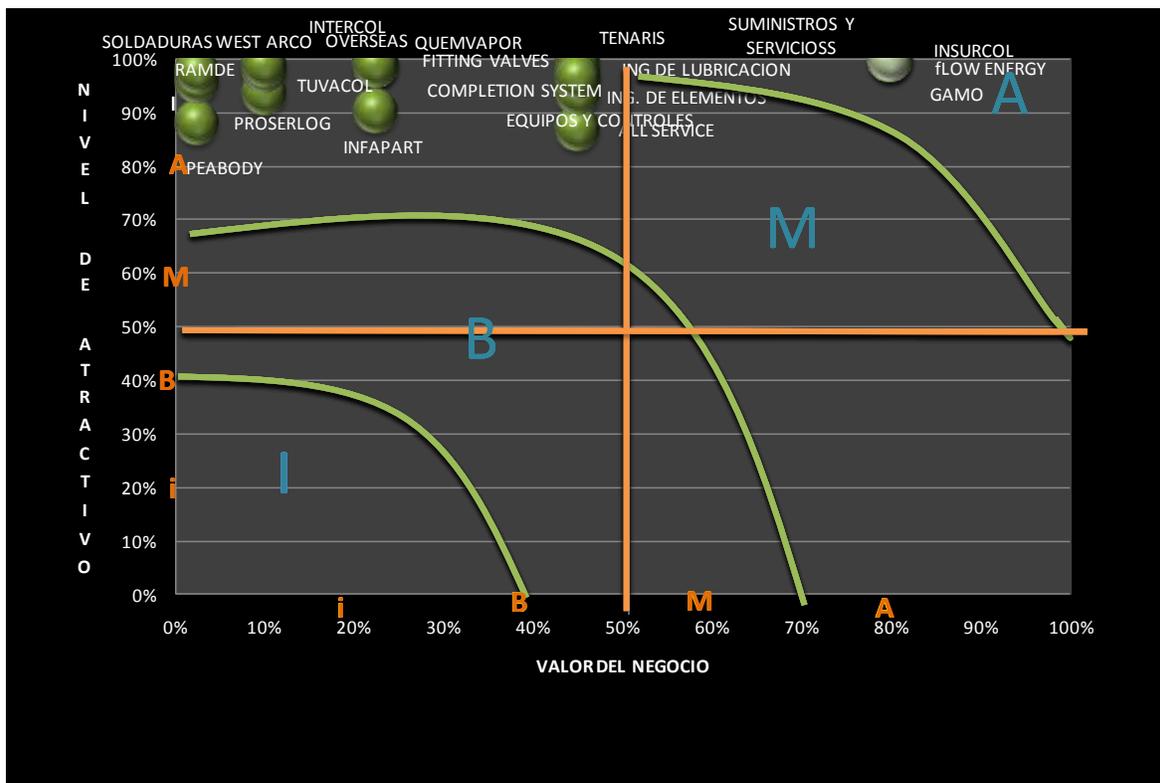
INDIATIVO DE MOTIVACIÓN	SIGLA
Alto	A
Medio	M
Bajo	B
Insuficiente	I

Cuadro11. Sigla indicativo de motivación.

Para obtener la columna CAPACIDAD se repite el mismo procedimiento que para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO, explicado anteriormente pero con las tablas 59,60 y 61.

Después de obtenidos todos los resultados de la tabla 62, se gráfica el modelo de percepción del proveedor.

4.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Estático.



Grafica 11. Modelo de percepción de proveedores Estático.

En la gráfica 11, se puede observar que los proveedores *INFAPART LTDA*, *TUVACOL S.A*, *EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.*, *SOLDADURAS WEST ARCO LTDA*, *ALL SERVICE LTDA*, *INTERCOL LTDA*, *HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION*, *INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA*, *NEUMATICA DEL CARIBE S.A*, *DEPURAR LTDA*, *INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L*, *FITTINGVALVES*, *OVERSEAS USA CORP*, *RAMDE INTERNATIONAL*, *COMPLETION SYSTEMS*, *TENARIS GLOBAL SERVICES S.A*, están en el cuadrante de **DESARROLLO** y con una motivación **MEDIA**, es decir, son proveedores para los cuales *ECOPETROL S.A* resulta atractivo para ellos aunque el valor del negocio es relativamente bajo.

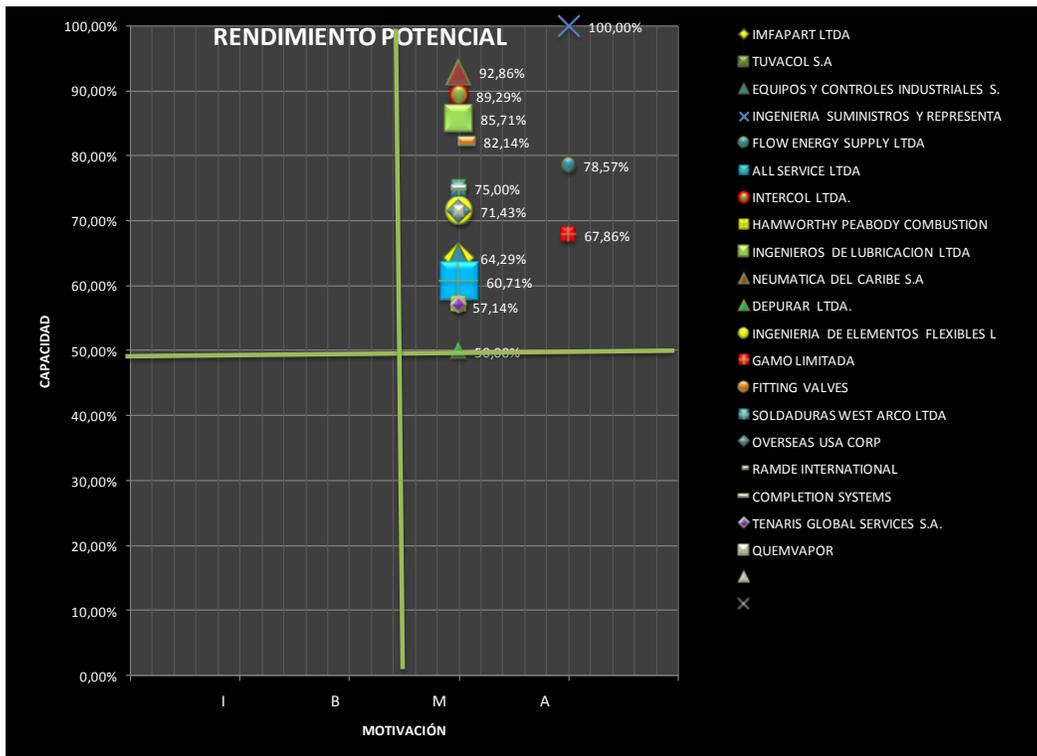
Estos proveedores están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con la empresa con el fin de incrementar con el tiempo sus ventas a

ECOPETROL S.A, Además, son proveedores con los que podría ser adecuado hacer acuerdos de precios y negocios mutuos.

Los proveedores *INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTACIONES*, *FLOW ENERGY SUPPLY LTDA*, *GAMO LTDA*, se encuentran en el cuadrante de **NÚCLEO** y con una motivación **ALTA**, por lo tanto, son proveedores que consideran a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios, de estos proveedores se puede esperar que inviertan un esfuerzo significativo en retener el negocio con ECOPETROL S.A. y pueden ser proveedores con los que se piense en hacer una asociación.

De otra manera si estos proveedores dependen del negocio de ECOPETROL S.A, está tendrá un papel dominante en la relación, permitiéndole emplear cualquier estrategia que se desee, considerando ser siempre justa y fiable.

4.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Estático.



Gráfica 12. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Estático.

Según los resultados obtenidos en la gráfica 12 podemos evidenciar que: *INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTACIONES*, es un proveedor IDEALE con una motivación alta y un buen porcentaje de capacidad del 100%.

El proveedor *DEPURAR LTDA* está EN EL MEDIO DEL CAMINO, es decir, que su capacidad es muy baja aunque tiene una motivación media.

Los demás proveedores son Ideales también, pero la estrategia es trabajar en motivarlos más para que puedan dar lo mejor para ECOPETROL S.A (ver anexo 5)

4.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Seguridad Industrial.



Figura 32. Modelo de Posición del suministro.

La figura 32 fue obtenida del modelo de Abastecimiento adelantado por la sección de Compras Barrancabermeja. Según la figura 32 el grupo-clase de ESTÁTICO se encuentra en el cuadrante CRÍTICO.

POSIBLES RELACIONES CON EL PROVEEDOR: VÍNCULOS ENTRE CATEGORÍAS DE ARTICULOS Y LAS PERCEPCIONES DEL PROVEEDOR.				
CATEGORÍAS DE ARTICULOS	MARGINAL	EXPLOTACIÓN	DESARROLLO	NÚCLEO
RUTINARIO				
RELEVANTE				
CONFLICTIVO O CUELLO DE BOTELLA				
CRÍTICO				INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTACIONES

Cuadro 12. Posibles relaciones con proveedores Estático.

Según el anexo 5 para los proveedores que se encuentran en el cuadrante de NÚCLEO es bueno hacer Acuerdos de asociación.

CAPITULO V

MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE PRODUCCIÓN.

5.1 Proveedores encuestados de elementos de producción. (Total 6 encuestados)

	NOMBRE DE LA EMPRESA
1	T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA
2	PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)
3	CENTURY MARKETING E.U.
4	OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U
5	CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U
6	US TRADING & MFG.CORPORATION

Tabla 63. Proveedores del área de Producción encuestados.

5.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS PRODUCCIÓN (06 PROVEEDORES)

5.2.1 Información y factor estrategia comercial.

	INFORMACION			FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL			
	NOMBRE DE LA EMPRESA	VALOR D LAS VENTAS	TIEMPO EN RELACION	FRECUENCIA	SECTOR BASICO	MERCADO A PENETRAR	TIPO DE CLIENTE
1	T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA	30% - 59,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
2	PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)	30% - 59,99%	DE 3 A 5 AÑOS	DE 3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
3	CENTURY MARKETING E.U.	60% - 100%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
4	OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U	60% - 100%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
5	CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U	30% - 59,99%	MAS DE 5 AÑOS	MAS DE 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
6	US TRADING & MFG.CORPORATION	15% - 29,99%	MAS DE 5 AÑOS	DE 3 A 5 VECES	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si

Tabla 64. Respuestas información y factor estrategia comercial.

5.2.2. Factor relaciones.

	INFORMACION	FACTOR RELACIONES			
		NOMBRE DE LA EMPRESA	COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	INVERTIR TIEMPO
1	T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
2	PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)	Interesado	Muy interesado	Interesado	Muy interesado
3	CENTURY MARKETING E.U.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
4	OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
5	CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
6	US TRADING & MFG.CORPORATION	Interesado	Muy interesado	Interesado	Muy interesado

Tabla 65. Respuestas factor relaciones.

5.2.3 Factor nivel de atractivo.

INFORMACION		FACTOR NIVEL DE ATRATIVO				
NOMBRE DE LA EMPRESA	BRINDAR COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	LARGO PLAZO	NÚCLEO	NIVEL DE ATRACTIVO	
1 T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	
2 PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	
3 CENTURY MARKETING E.U.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	
4 OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	
5 CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	
6 US TRADING & MFG.CORPORATION	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	

Tabla 66. Respuestas factor nivel de atractivo.

5.2.4 Factor importancia de negociación.

INFORMACION		FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION					
NOMBRE DE LA EMPRESA	CALIDAD PROCESO	FACILIDAD PROCESO	PROFESIONALIDAD	IGUALDAD	TRANSPARENCIA	EXIGENCIA DE DOCUMENTOS	PUNTUALIDAD
1 T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
2 PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
3 CENTURY MARKETING E.U.	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Importante	Importante
4 OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
5 CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
6 US TRADING & MFG.CORPORATION	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante

Tabla 67. Respuestas factor importancia de negociación.

5.2.5 Factor satisfacción.

INFORMACION		FACTOR SATISFACCION			
NOMBRE DE LA EMPRESA	GRADO DE SATISFACCION	COMPARACION	RECOMENDACION	NEGOCIAR DE NUEVO	
1 T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	
2 PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	
3 CENTURY MARKETING E.U.	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	
4 OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	
5 CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	
6 US TRADING & MFG.CORPORATION	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	

Tabla 68. Respuestas factor satisfacción.

5.2.6 Factor capacidad.

La información financiera se estipuló que no se incluiría en la tabulación, ya que muchos datos eran inconsistentes con la información que ECOPEPETROL S.A posee. Por esta razón se decidió dejar la parte financiera como información para la empresa y que no afectara en los resultados de la encuesta.

PROVEEDOR	FINANCIERO	CALIDAD	MEDIO AMBIENTE	SEGURIDAD INDUSTRIAL	RUC	RESPONSABILIDAD SOCIAL
1 T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA		NO3	NO3	NO3	NO3	SI
2 PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)		NO3	NO	NO	NO3	SI
3 CENTURY MARKETING E.U.		NO	NO	NO	NO3	SI
4 OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U		NO	NO	NO	NO3	SI
5 CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U		NO	NO	NO	NO3	SI
6 US TRADING & MFG.CORPORATION		SI	NO	NO	NO3	SI

Tabla 69. Respuestas factor capacidad.

La información mostrada en la tabla 69 se obtuvo de los resultados de la encuesta, pero para algunos proveedores que están inscritos en SICLAR (Sistema de Clasificación de Proveedores) que es una base de datos con la que cuenta ECOPEPETROL S.A para obtener información verídica de los proveedores, se obtuvo esta información de SICLAR. Por esta razón se estipuló en la encuesta la pregunta No 18. En la que se expresa lo siguiente :” Se encuentra inscrito en el sistema de clasificación de proveedores (SICLAR)”(ver anexo 1), para verificar si los proveedores encuestados se encuentran inscritos; Si la respuesta es SÍ, el proveedor emite contestar el FACTOR CAPACIDAD de la encuesta y si la respuesta es NO, el proveedor debe contestar el factor capacidad.

Finalmente, si el proveedor se encuentra inscrito en SICLAR y contesta de la encuesta el factor capacidad, se toma la información de SICLAR, es decir, que prevalece la información de SICLAR a la de la encuesta (Ver anexo 2).

5.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.

Evaluación de desempeño: Es el documento expedido por ECOPETROL S.A en el que se consigna el seguimiento y el cumplimiento de las obligaciones que con ocasión de la celebración de un contrato adquiere el contratista.

La evaluación de desempeño es un valor dado en porcentaje y se obtiene del sistema SAP que es el programa integrado que maneja ECOPETROL S.A; el nombre de SAP proviene de: Sistemas, Aplicaciones y Productos en Procesamiento de datos. EL nombre SAP es al mismo tiempo el nombre de una empresa y el de un sistema informático. Este sistema comprende muchos módulos completamente integrados, que abarca prácticamente todos los aspectos de la administración empresarial. Cada módulo realiza una función diferente, pero está diseñado para trabajar con otros módulos. (Ver anexo 3).

	PROVEEDOR	EVALUACION DE DESEMPEÑO
1	T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA	95,83%
2	PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)	90,77%
3	CENTURY MARKETING E.U.	95,80%
4	OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U	90,00%
5	CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U	93,33%
6	US TRADING & MFG.CORPORATION	100,00%

Tabla 70. Información evaluaciones de desempeño.

5.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.

Estos rangos fueron realizados bajo criterios del funcionario autorizado de compras y algunos gestores de compras, buscando la valoración más acertada para los proveedores y que al final los datos sean de importancia, para la realización de las estrategias y la continuación del modelo de abastecimiento estratégico de la Coordinación de Abastecimiento Barrancabermeja.

5.4.1 Factor estrategia comercial.

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
SECTOR BASICO= 4 PUNTOS				MERCADO A PENETRAR= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO	SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
TIPO DE CLIENTE= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1

Figura 33. Rango factor estrategia comercial.

5.4.2 Factor relaciones.

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
INVERTIR TIEMPO= 4 PUNTOS				NÚCLEO DE NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 34. Rango factor relaciones.

5.4.3 Factor nivel de atractivo.

FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS			
BRINDAR COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS				LARGO PLAZO= 4 PUNTOS			
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS							
NÚCLEO = 4 PUNTOS				NIVEL DE ATRACTIVO = 4 PUNTOS							
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 35. Rango factor nivel de atractivo.

5.4.4 Factor importancia de negociación.

FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACIÓN = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS			
CALIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				FACILIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				PROFESIONALIDAD= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS			
IGUALDAD= 4 PUNTOS				TRANSPARENCIA= 4 PUNTOS				EXIGENCIA DOCUMENTOS= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS											
PUNTUALIDAD= 4 PUNTOS											
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA								
4	3	2	1								

Figura 36. Rango factor importancia de negociación.

5.4.5 Factor satisfacción.

FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS			
GRADO DE SATISFACCION= 4 PUNTOS				COMPARACION= 4 PUNTOS			
COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO	COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO
4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS			
RECOMENDACION= 4 PUNTOS				NEGOCIAR DE NUEVO= 4 PUNTOS			
SI			NO	SI			NO
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 37. Rango factor satisfacción.

5.4.6 Factor capacidad.

FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS			
CALIDAD= 5 PUNTOS				MEDIO AMBIENTE= 5 PUNTOS				SEGURIDAD INDUSTRIAL= 5 PUNTOS			
SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE	LO ESTÁ IMPLEMENTANDO		NO TIENE
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS							
RUC= 5 PUNTOS				RESPONSABILIDAD SOCIAL= 5 PUNTOS							
SI TIENE			NO TIENE	CUMPLE CON 10	CUMPLE 8-9	CUMPLE 5-7	CUMPLE 0-4				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 38. Rango factor capacidad.

5.4.7 Evaluación de desempeño.

FATOR EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO = 10 PUNTOS				
DESEMPEÑO= 10 PUNTOS				
95% - 100%	90%- 94,99%	85%- 89,99%	80%- 84,99%	0% - 79,99%
4	3	2	1	0

Figura 39. Rango evaluación de desempeño.

5.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.

En las tablas 71 se observa la respuesta a la pregunta y se mira en los rangos de valoración, que puntaje le corresponde a cada respuesta y ese valor de puntaje se adiciona a la tabla (columna puntos); después se multiplica el valor de la puntuación (columna puntos) por el valor total del factor (columna puntaje) y da como resultado el valor total de puntaje por cada factor para cada proveedor (columna total) y por último la sumatoria del puntaje total por factor (columna total) nos da el puntaje total de cada proveedor(fila final de la tabla).

5.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA		PROVEEDORA DE SERVICIOS		CENTURY MARKETING E.U.		OILFIELD PRODUCTS		CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U		US TRADING & MFG.CORPORATION	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	3	12
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	3	12
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			368		352		360		368		368		360

Tabla 71. Criterio de valoración proveedores de Producción 1 -6.

5.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA		PROVEEDORA DE SERVICIOS		CENTURY MARKETING E.U.		OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U		CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U		US TRADING & MFG.CORPORATION	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25						0						
Calidad	5	3	15	3	15	1	5	1	5	1	5	4	20
Medio ambiente	5	3	15	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	3	15	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
RUC	5	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	4	40	3	30	4	40	3	30	3	30	4	40
PUNTUACION TOTAL		140	120		90		90		80		80		105

Tabla 72. Criterio de valoración capacidad proveedores Producción 1-6.

5.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.

	PROVEEDOR	VALOR DEL NEGOCIO	PORCENTAJE DE ATRACTIVO	MOTIVACION	CAPACIDAD
1	T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA	45,00%	100,00%	M	85,71%
2	PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)	45,00%	95,65%	M	64,29%
3	CENTURY MARKETING E.U.	80,00%	97,83%	A	64,29%
4	OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U	80,00%	100,00%	A	57,14%
5	CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U	45,00%	100,00%	M	57,14%
6	US TRADING & MFG.CORPORATION	22,50%	97,83%	M	75,00%

Tabla 73. Datos obtenidos de proveedores de **Producción**.

5.6.1 Explicación para obtener la tabla 73.

En la tabla 73 se muestran los datos obtenidos de las encuestas. La columna VALOR DEL NEGOCIO se obtuvo de la pregunta No 1. De la encuesta (ver anexo 1), estos valores son el promedio de los rangos de la pregunta No 1, que son los siguientes:

RANGO	PROMEDIO
0 A 4,99%	2,50%
5% A 14,99%	10%
15% A 29%	22,50%
30% A 59,99%	45%
60% A 100%	80%

Cuadro 13. Promedio del valor del negocio

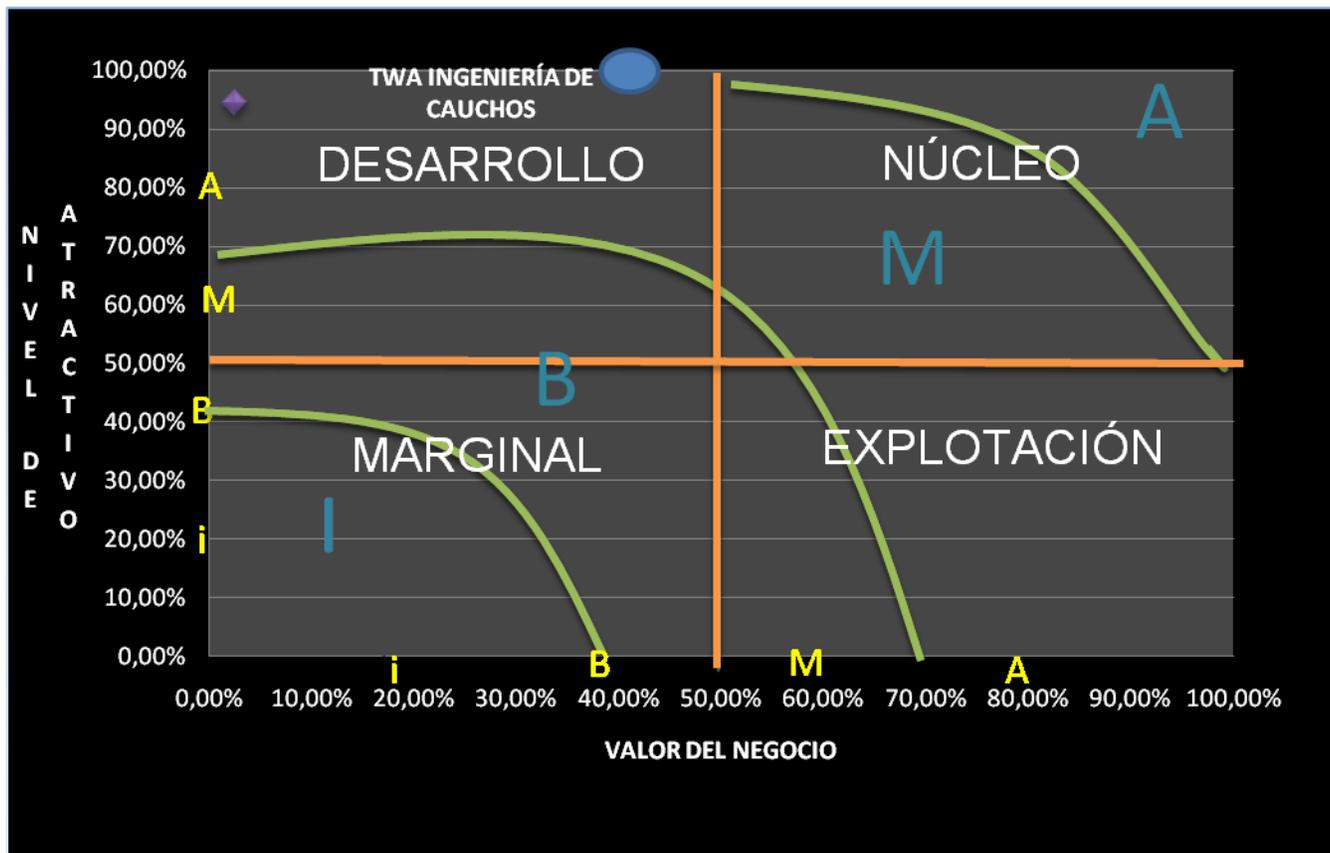
Para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO se divide el puntaje total de cada proveedor sobre la Máxima puntuación total (ver tabla 71).

Ejemplo 9: En la tabla 71 el proveedor TWA INGENIERÍA DE CAUCHOS obtuvo una puntuación total de 368 puntos y este valor dividido en la máxima puntuación posible que es 368 puntos.

$$TWA \text{ ingeniería de cauchos} = \frac{368}{368} = 100\%$$

La columna motivación se obtiene después de obtener la grafica del modelo de percepción del proveedor, de la siguiente manera:

Ejemplo 10:



Gráfica 13. Ejemplo de modelo percepción proveedores Producción.

Se obtiene que para el proveedor IMFAPART esté en el cuadrante de DESARROLLO y el índice de motivación el M, es decir, MEDIO según el cuadro 14.

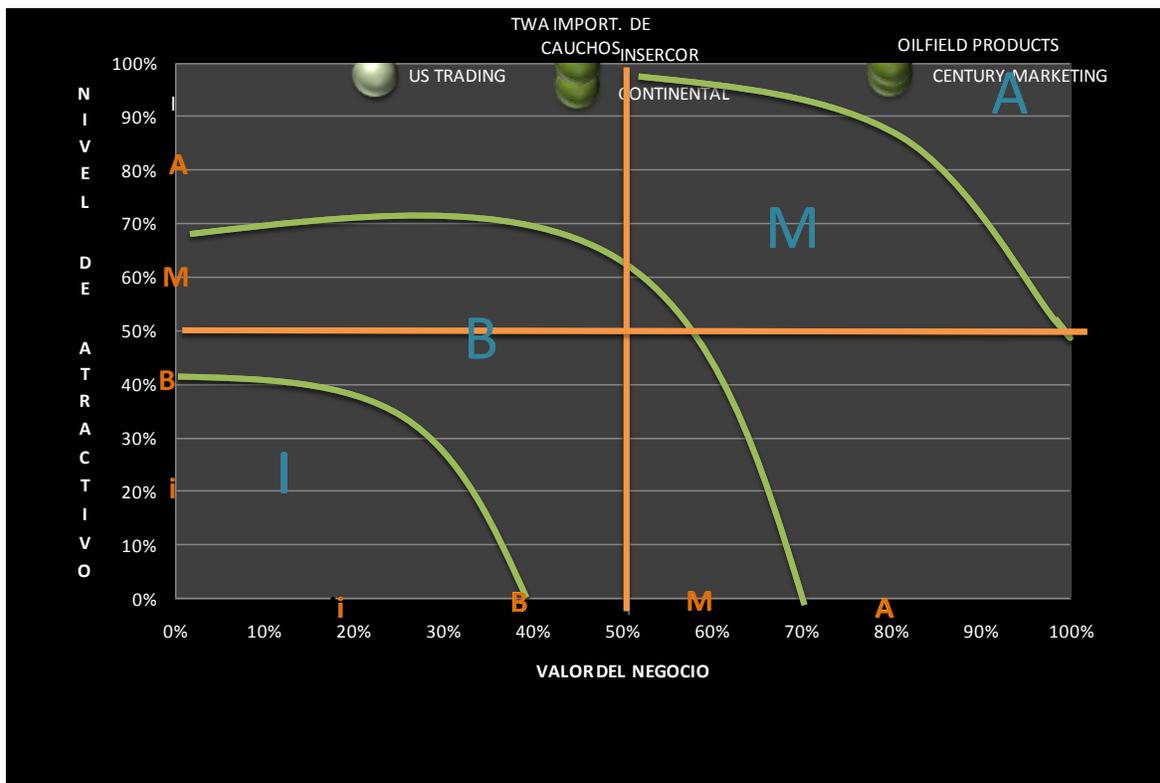
INDIATIVO DE MOTIVACIÓN	SIGLA
Alto	A
Medio	M
Bajo	B
Insuficiente	I

Cuadro 14. Sigla indicativo de motivación.

Para obtener la columna CAPACIDAD se repite el mismo procedimiento que para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO, explicado anteriormente pero con la tabla 72.

Después de obtenidos todos los resultados de la tabla 73, se gráfica el modelo de percepción del proveedor.

5.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Producción.



Grafica 14. Modelo de percepción de proveedores Producción.

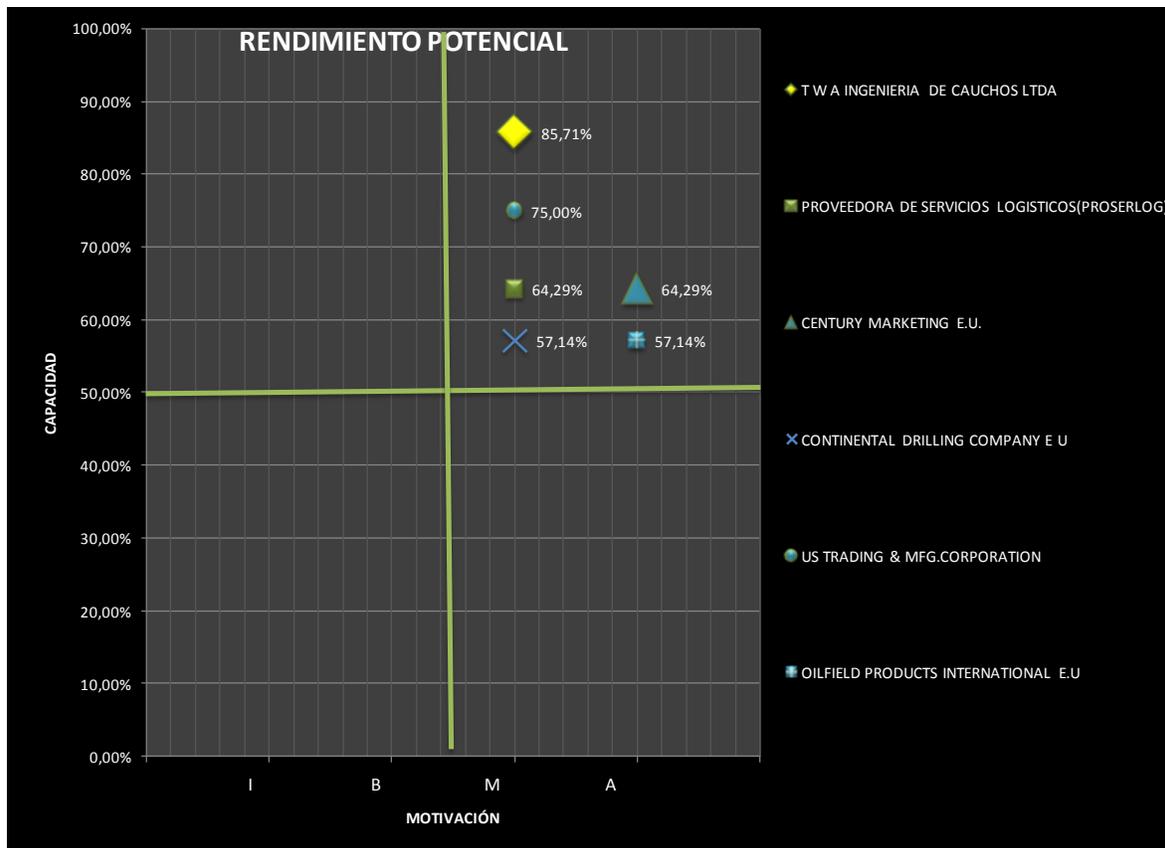
En la gráfica14, se puede observar que los proveedores *T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA*, *PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)* , *CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U*, *US TRADING & MFG.CORPORATION*, están en el cuadrante de **DESARROLLO** y con una motivación **MEDIA**, es decir, son proveedores para los cuales *ECOPETROL S.A* resulta atractivo para ellos aunque el valor del negocio es relativamente bajo.

Estos proveedores están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con la empresa con el fin de incrementar con el tiempo sus ventas a *ECOPETROL S.A*, Además, son proveedores con los que podría ser adecuado hacer acuerdos de precios y negocios mutuos.

Los proveedores *CENTURY MARKETING E.U*, *OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E*, se encuentran en el cuadrante de **NÚCLEO** y con una motivación **ALTA**, por lo tanto, son proveedores que consideran a *ECOPETROL S.A* parte de su núcleo de negocios, de estos proveedores se puede esperar que inviertan un esfuerzo significativo en retener el negocio con *ECOPETROL S.A.* y pueden ser proveedores con los que se piense en hacer una asociación.

De otra manera si estos proveedores dependen del negocio de *ECOPETROL S.A*, está tendrá un papel dominante en la relación, permitiéndole emplear cualquier estrategia que se desee, considerando ser siempre justa y fiable.

5.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Producción.



Gráfica 15. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Producción.

Según los resultados obtenidos en la gráfica 15 podemos evidenciar que los proveedores analizados en esta categoría son proveedores que se encuentran en el camino para poder ser IDEALES para *ECOPETROL S.A*

El proveedor CONTINENTAL DRILLING COMPANY E.U que hace falta invertirle tiempo en aspectos de certificaciones de sistemas de gestión para que sea más competitivo. Por lo tanto es un proveedor EN MEDIO DEL CAMINO.

5.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Seguridad Industrial.



Figura 40.

Modelo de Posición del suministro.

La figura 40 fue obtenida del modelo de Abastecimiento adelantado por la sección de Compras Barrancabermeja. Según la figura 40 el grupo-clase de PRODUCCIÓN se encuentra en el cuadrante CUELLO DE BOTELLA.

POSIBLES RELACIONES CON EL PROVEEDOR: VÍNCULOS ENTRE CATEGORÍAS DE ARTICULOS Y LAS PERCEPCIONES DEL PROVEEDOR.				
CATEGORÍAS DE ARTICULOS	MARGINAL	EXPLOTACIÓN	DESARROLLO	NÚCLEO
RUTINARIO				
RELEVANTE				
CONFLICTIVO O CUELLO DE BOTELLA			T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA, PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG), CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U, US TRADING & MFG.CORPORATION	
CRÍTICO				

Cuadro 15. Posibles relaciones con proveedores de Producción.

Según el anexo 5 para los proveedores que se encuentran en el cuadrante de NÚCLEO es bueno hacer Acuerdos de asociación.

CAPITULO VI

MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE MISCELÁNEOS.

6.1 Proveedores encuestados de elementos de misceláneos. (Total 8 encuestados)

	NOMBRE DE LA EMPRESA
1	DAVID WILCHES LTDA.
2	LITODISEÑOS
3	Stewart & Stevenson de las Américas Colombia
4	TODO ASEO LIMITADA
5	AUTOFAX S.A.
6	RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)
7	DISMACOR S.A.
8	TRIENERGY S.A.

Tabla 74. Proveedores del área de Misceláneos encuestados.

6.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS MISCELÁNEOS (08 PROVEEDORES).

6.2.1 Información y factor estrategia comercial.

	NOMBRE DE LA EMPRESA	VALOR D LAS VENTAS	TIEMPO EN RELACION	FRECUENCIA	SECTOR BASICO	MERCADO A PENETRAR	TIPO DE CLIENTE
1	DAVID WILCHES LTDA.	30% - 59.99%	Más de cinco años	Más de cinco veces	Seguro que sí	Seguro que sí	Seguro que sí
2	LITODISEÑOS	30% - 59.99%	Más de cinco años	Más de cinco veces	Seguro que sí	Seguro que sí	Seguro que sí
3	Stewart & Stevenson de las americas Colombia	30% - 59.99%	Más de cinco años	Más de cinco veces	Seguro que sí	Seguro que sí	Seguro que sí
4	TODO ASEO LIMITADA	15% - 29.99%	Más de cinco años	Más de cinco veces	Seguro que sí	Seguro que sí	Seguro que sí
5	AUTOFAX S.A.	0%-4,99%	Más de cinco años	Más de cinco veces	Seguro que sí	Seguro que sí	Seguro que sí
6	RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)	30% - 59.99%	Más de cinco años	Más de cinco veces	Seguro que sí	Seguro que sí	Seguro que sí
7	DISMACOR S.A.	15% - 29.99%	Más de cinco años	Más de cinco veces	probablemente si	Seguro que sí	Seguro que sí
8	TRIENERGY S.A.	30% - 59.99%	Más de cinco años	Más de cinco veces	Seguro que sí	Seguro que sí	Seguro que sí

Tabla 75. Respuestas información y factor estrategia comercial.

6.2.2 Factor relaciones.

INFORMACION		FACTOR RELACIONES			
NOMBRE DE LA EMPRESA		COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	INVERTIR TIEMPO	NUCLEO DE NEGOCIOS
1	DAVID WILCHES LTDA.	Muy interesado	Muy interesada	Muy interesada	Muy interesada
2	LITODISEÑOS	Muy interesado	Muy interesada	Muy interesada	Muy interesada
3	Stewart & Stevenson de las Americas Colombia	Muy interesado	Muy interesada	Muy interesada	Muy interesada
4	TODO ASEO LIMITADA	Muy interesado	Muy interesada	Muy interesada	Muy interesada
5	AUTOFAX S.A.	Muy interesado	Muy interesada	Muy interesada	Muy interesada
6	RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)	Muy interesado	Muy interesada	Muy interesada	Muy interesada
7	DISMACOR S.A.	Muy interesado	Muy interesada	Muy interesada	Muy interesada
8	TRIENERGY S.A.	Muy interesado	Muy interesada	Muy interesada	Muy interesada

Tabla 76. Respuestas factor relaciones.

6.2.3 Factor nivel de atractivo.

INFORMACION		FACTOR NIVEL DE ATRATIVO				
NOMBRE DE LA EMPRESA		BRINDAR COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	LARGO PLAZO	NÚCLEO	NIVEL DE ATRATIVO
1	DAVID WILCHES LTDA.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
2	LITODISEÑOS	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
3	Stewart & Stevenson de las Americas Colombia	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
4	TODO ASEO LIMITADA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
5	AUTOFAX S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
6	RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
7	DISMACOR S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
8	TRIENERGY S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Tabla 77. Respuestas factor nivel de atractivo.

6.2.4 Factor importancia de negociación.

INFORMACION		FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION						
NOMBRE DE LA EMPRESA		CALIDAD PROCESO	FACILIDAD PROCESO	PROFESIONALIDAD	IGUALDAD	TRANSPARENCIA	EXIGENCIA DE DCUMENTOS	PUNTUALIDAD
1	DAVID WILCHES LTDA.	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
2	LITODISEÑOS	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
3	Stewart & Stevenson de las Americas Colombia	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
4	TODO ASEO LIMITADA	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
5	AUTOFAX S.A.	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Indiferente	Muy importante
6	RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Importante	Muy importante
7	DISMACOR S.A.	Importante	Importante	Importante	Importante	Muy importante	Importante	Importante
8	TRIENERGY S.A.	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante

Tabla 78. Respuestas factor importancia de negociación.

6.2.5 Factor satisfacción.

INFORMACION	FACTOR SATISFACCION			
NOMBRE DE LA EMPRESA	GRADO DE SATISFACCION	COMPARACION	RECOMENDACION	NEGOCIAR DE NUEVO
1 DAVID WILCHES LTDA.	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
2 LITODISEÑOS	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
3 Stewart & Stevenson de las americas Colombia	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
4 TODO ASEO LIMITADA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
5 AUTOFAX S.A.	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
6 RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
7 DISMACOR S.A.	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
8 TRIENERGY S.A.	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho

Tabla 79. Respuestas factor satisfacción.

6.2.6 Factor capacidad.

La información financiera se estipuló que no se incluiría en la tabulación, ya que muchos datos eran inconsistentes con la información que ECOPETROL S.A posee. Por esta razón se decidió dejar la parte financiera como información para la empresa y que no afectara en los resultados de la encuesta.

PROVEEDOR	FINANCIERO	CALIDAD	MEDIO AMBIENTE	SEGURIDAD INDUSTRIAL	RUC	RESPONSABILIDAD SOCIAL
1 DAVID WILCHES LTDA.	2439375500	imple	NO	NO	NO	SI
2 LITODISEÑOS	122,5	imple	imple	imple	NO	SI
3 Stewart & Stevenson de las americas Colombia	14.264,10	imple	NO	imple	SI	SI
4 TODO ASEO LIMITADA		SI	NO	NO	NO	SI
5 AUTOFAX S.A.		SI	NO3	NO3	NO	SI
6 RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)		NO	NO	imple	NO	SI
7 DISMACOR S.A.		SI	SI	NO	NO3	SI
8 TRIENERGY S.A.		SI	NO	NO3	NO3	SI

Tabla 80. Respuestas factor capacidad.

La información mostrada en la tabla 22 se obtuvo de los resultados de la encuesta, pero para algunos proveedores que están inscritos en SICLAR (Sistema de Clasificación de Proveedores) que es una base de datos con la que cuenta ECOPETROL S.A para obtener información verídica de los proveedores, se obtuvo esta información de SICLAR. Por esta razón se estipuló en la encuesta la pregunta No 18. En la que se expresa lo siguiente :” Se encuentra inscrito en el sistema de clasificación de proveedores (SICLAR)”(ver anexo 1), para verificar si los proveedores encuestados se encuentran inscritos; Si la respuesta es SÍ, el proveedor emite contestar el FACTOR CAPACIDAD de la encuesta y si la respuesta es NO, el proveedor debe contestar el factor capacidad.

Finalmente, si el proveedor se encuentra inscrito en SICLAR y contesta de la encuesta el factor capacidad, se toma la información de SICLAR, es decir, que prevalece la información de SICLAR a la de la encuesta (Ver anexo 2).

6.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.

Evaluación de desempeño: Es el documento expedido por ECOPETROL S.A en el que se consigna el seguimiento y el cumplimiento de las obligaciones que con ocasión de la celebración de un contrato adquiere el contratista.

La evaluación de desempeño es un valor dado en porcentaje y se obtiene del sistema SAP que es el programa integrado que maneja ECOPETROL S.A; el nombre de SAP proviene de: Sistemas, Aplicaciones y Productos en Procesamiento de datos. EL nombre SAP es al mismo tiempo el nombre de una empresa y el de un sistema informático. Este sistema comprende muchos módulos completamente integrados, que abarca prácticamente todos los aspectos de la administración empresarial. Cada módulo realiza una función diferente, pero está diseñado para trabajar con otros módulos. (Ver anexo 3).

	PROVEEDOR	EVALUACION DE DESEMPEÑO
1	DAVID WILCHES LTDA.	94,17%
2	LITODISEÑOS	100,00%
3	Stewart & Stevenson de las americas Colombia	96,19%
4	TODO ASEO LIMITADA	98,10%
5	AUTOFAX S.A.	99,83%
6	RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)	99,57%
7	DISMACOR S.A.	99,52%
8	TRIENERGY S.A.	95,70%

Tabla 81. Información evaluaciones de desempeño.

6.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.

Estos rangos fueron realizados bajo criterios del funcionario autorizado de compras y algunos gestores de compras, buscando la valoración más acertada para los proveedores y que al final los datos sean de importancia, para la realización de las estrategias y la continuación del modelo de abastecimiento estratégico de la Coordinación de Abastecimiento Barrancabermeja.

6.4.1 Factor estrategia comercial.

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
SECTOR BASICO= 4 PUNTOS				MERCADO A PENETRAR= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO	SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
TIPO DE CLIENTE= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1

Figura 41. Rango factor estrategia comercial.

6.4.2 Factor relaciones.

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
INVERTIR TIEMPO= 4 PUNTOS				NÚCLEO DE NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 42. Rango factor relaciones.

6.4.3 Factor nivel de atractivo.

FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS			
BRINDAR COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS				LARGO PLAZO= 4 PUNTOS			
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS							
NÚCLEO = 4 PUNTOS				NIVEL DE ATRACTIVO = 4 PUNTOS							
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 43. Rango factor nivel de atractivo

6.4.4 Factor importancia de negociación.

FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACIÓN = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS			
CALIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				FACILIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				PROFESIONALIDAD= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS			
IGUALDAD= 4 PUNTOS				TRANSPARENCIA= 4 PUNTOS				EXIGENCIA DOCUMENTOS= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS											
PUNTUALIDAD= 4 PUNTOS											
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA								
4	3	2	1								

Figura 44. Rango factor importancia de negociación.

6.4.5 Factor satisfacción.

FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS			
GRADO DE SATISFACCION= 4 PUNTOS				COMPARACION= 4 PUNTOS			
COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO	COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO
4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS			
RECOMENDACION= 4 PUNTOS				NEGOCIAR DE NUEVO= 4 PUNTOS			
SI			NO	SI			NO
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 45. Rango factor satisfacción.

6.4.6 Factor capacidad.

FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS			
CALIDAD= 5 PUNTOS				MEDIO AMBIENTE= 5 PUNTOS				SEGURIDAD INDUSTRIAL= 5 PUNTOS			
SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE	LO ESTÁ IMPLEMENTANDO		NO TIENE
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS							
RUC= 5 PUNTOS				RESPONSABILIDAD SOCIAL= 5 PUNTOS							
SI TIENE			NO TIENE	CUMPLE CON 10	CUMPLE 8-9	CUMPLE 5-7	CUMPLE 0-4				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 46. Rango factor capacidad.

6.4.7 Evaluación de desempeño.

FATOR EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO = 10 PUNTOS				
DESEMPEÑO= 10 PUNTOS				
95% - 100%	90%- 94,99%	85%- 89,99%	80%- 84,99%	0% - 79,99%
4	3	2	1	0

Figura 47. Rango evaluación de desempeño.

6.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.

En las tablas 82 y 83 se observa la respuesta a la pregunta y se mira en los rangos de valoración, que puntaje le corresponde a cada respuesta y ese valor de puntaje se adiciona a la tabla (columna puntos); después se multiplica el valor de la puntuación (columna puntos) por el valor total del factor (columna puntaje) y da como resultado el valor total de puntaje por cada factor para cada proveedor (columna total) y por último la sumatoria del puntaje total por factor (columna total) nos da el puntaje total de cada proveedor(fila final de la tabla).

6.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN DE PROVEEDORES DE MISCELANEOS.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	DAVID WILCHES LTDA.		LITODISEÑOS		STEWART AND STEWENSON		TODO ASEO LIMITADA	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12								
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	4	16	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0
Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	3	12	4	16	3	12	4	16
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	16	4	16	3	12	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			364		368		360		368

Tabla 82. Criterio de valoración proveedores de Misceláneos 1 -4

CRITERIO DE EVALUACIÓN	AUTOFAX S.A.			RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)		DISMACOR S.A.		TRIENERGY S.A.	
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12								
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	3	12	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	3	12	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	3	12	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	3	12	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	3	12	4	16	3	12	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	2	8	3	12	3	12	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	3	12	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0
Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	4	16	4	16	3	12	3	12
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	16	4	16	4	16	3	12
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16
MÁXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACIÓN TOTAL			356		364		336		360

Tabla 83. Criterio de valoración proveedores de Misceláneos 5 -8.

6.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	DAVID WILCHES LTDA.		LITODISEÑOS		Sewart & Stevenson de Las Americas		TODO ASEO LIMITADA		
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25						0			
Calidad	5	3	15	3	15	3	15	4	20	
Medio ambiente	5	1	5	3	15	1	5	1	5	
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	1	5	3	15	3	15	1	5	
RUC	5	3	15	3	15	4	20	3	15	
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0	
Evaluación de desempeño	10	3	30	4	40	4	40	4	40	
PUNTUACIÓN TOTAL		140		90		120		115		105

Tabla 84. Criterio de valoración capacidad proveedores Misceláneos 1-4.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	AUTOFAX S.A.			RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)		DISMACOR S.A.		TRIENERGY S.A.	
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25								
Calidad	5	4	20	1	5	4	20	4	20
Medio ambiente	5	3	15	1	5	4	20	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	3	15	3	15	1	5	3	15
RUC	5	3	15	3	15	3	15	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	4	40	4	40	4	40	4	40
PUNTUACIÓN TOTAL		140		125		100		120	

Tabla 85. Criterio de valoración capacidad proveedores **Misceláneos** 5-8.

6.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.

	PROVEEDOR	VALOR DEL NEGOCIO	PORCENTAJE DE ATRACTIVO	MOTIVACION	CAPACIDAD
1	DAVID WILCHES LTDA.	45,00%	98,91%	M	64,29%
2	LITODISEÑOS	45,00%	100,00%	M	85,71%
3	Stewart & Stevenson de las Americas Colombia	45,00%	97,83%	M	82,14%
4	TODO ASEO LIMITADA	22,50%	100,00%	M	75,00%
5	AUTOFAX S.A.	2,50%	96,74%	M	89,29%
6	RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)	45,00%	98,91%	M	71,43%
7	DISMACOR S.A.	22,50%	91,30%	M	85,71%
8	TRIENERGY S.A.	45,00%	97,83%	M	82,14%

Tabla 86. Datos obtenidos de proveedores de **Misceláneos**.

6.6.1 Explicación para obtener la tabla 86.

En la tabla 86 se muestran los datos obtenidos de las encuestas. La columna VALOR DEL NEGOCIO se obtuvo de la pregunta No 1. De la encuesta (ver anexo 1), estos valores son el promedio de los rangos de la pregunta No 1, que son los siguientes:

RANGO	PROMEDIO
0 A 4,99%	2,50%
5% A 14,99%	10%
15% A 29%	22,50%
30% A 59,99%	45%
60% A 100%	80%

Cuadro 16. Promedio del valor del negocio

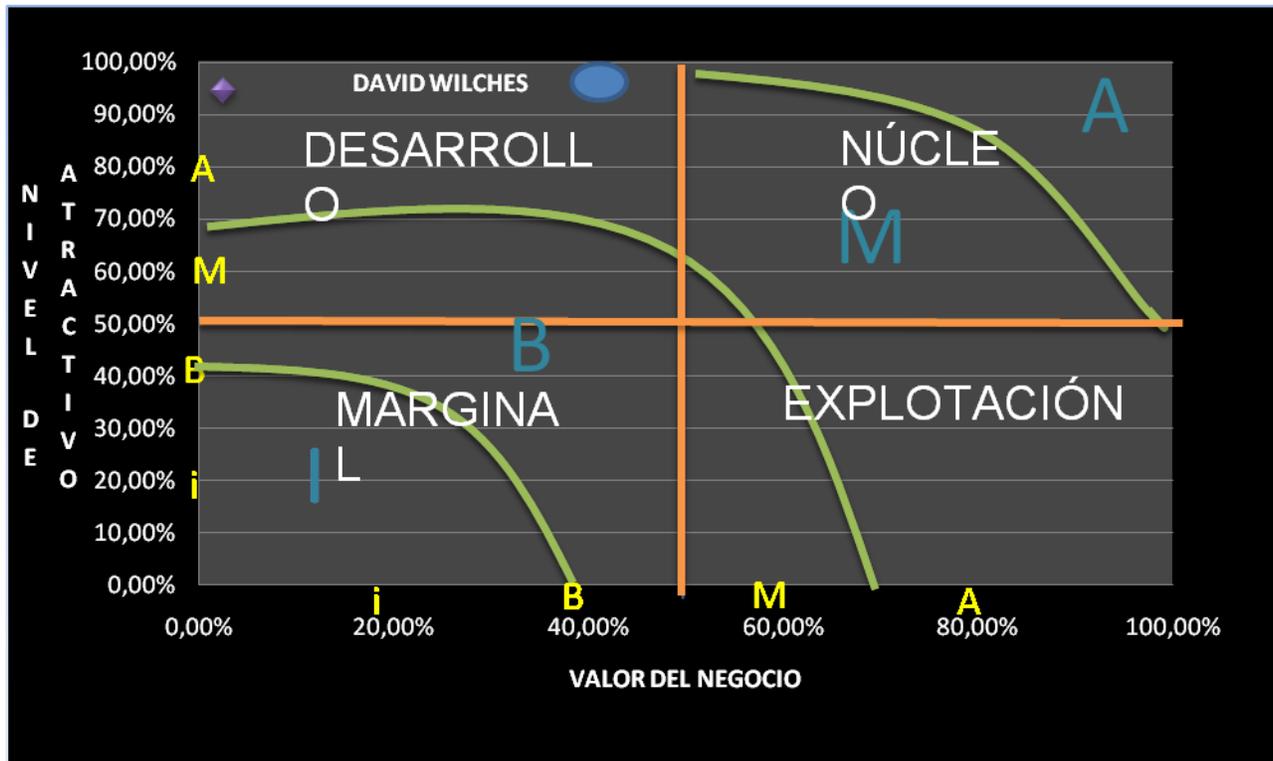
Para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO se divide el puntaje total de cada proveedor sobre la Máxima puntuación total (ver tablas 82 y 83).

Ejemplo 11: En la tabla 82 el proveedor DAVID WILCHES obtuvo una puntuación total de 364 puntos y este valor dividido en la máxima puntuación posible que es 368 puntos.

$$DAVID WILCHES = \frac{364}{368} = 98.91\%$$

La columna motivación se obtiene después de obtener la grafica del modelo de percepción del proveedor, de la siguiente manera:

Ejemplo 12:



Gráfica 16. Ejemplo de modelo percepción proveedores Misceláneos.

Se obtiene que para el proveedor IMFAPART esté en el cuadrante de DESARROLLO y el índice de motivación el M, es decir, MEDIO según el cuadro 17.

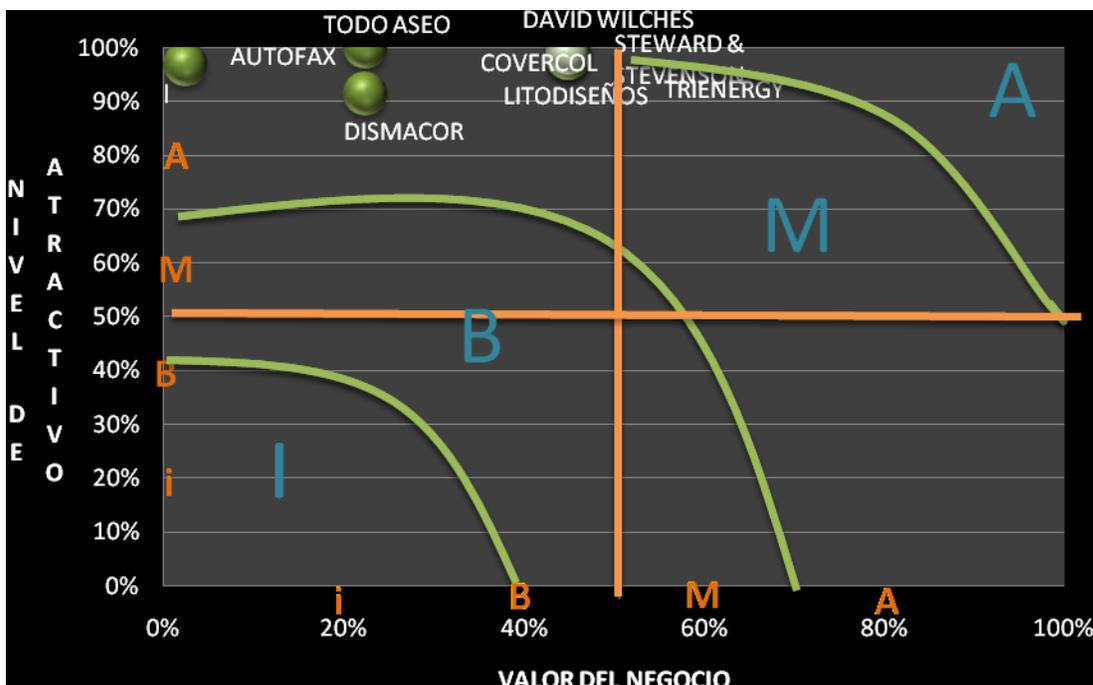
INDIATIVO DE MOTIVACIÓN	SIGLA
Alto	A
Medio	M
Bajo	B
Insuficiente	I

Cuadro 17. Sigla indicativo de motivación.

Para obtener la columna CAPACIDAD se repite el mismo procedimiento que para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO, explicado anteriormente pero con las tablas 84 y 85.

Después de obtenidos todos los resultados de la tabla 86, se gráfica el modelo de percepción del proveedor.

6.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Misceláneos.



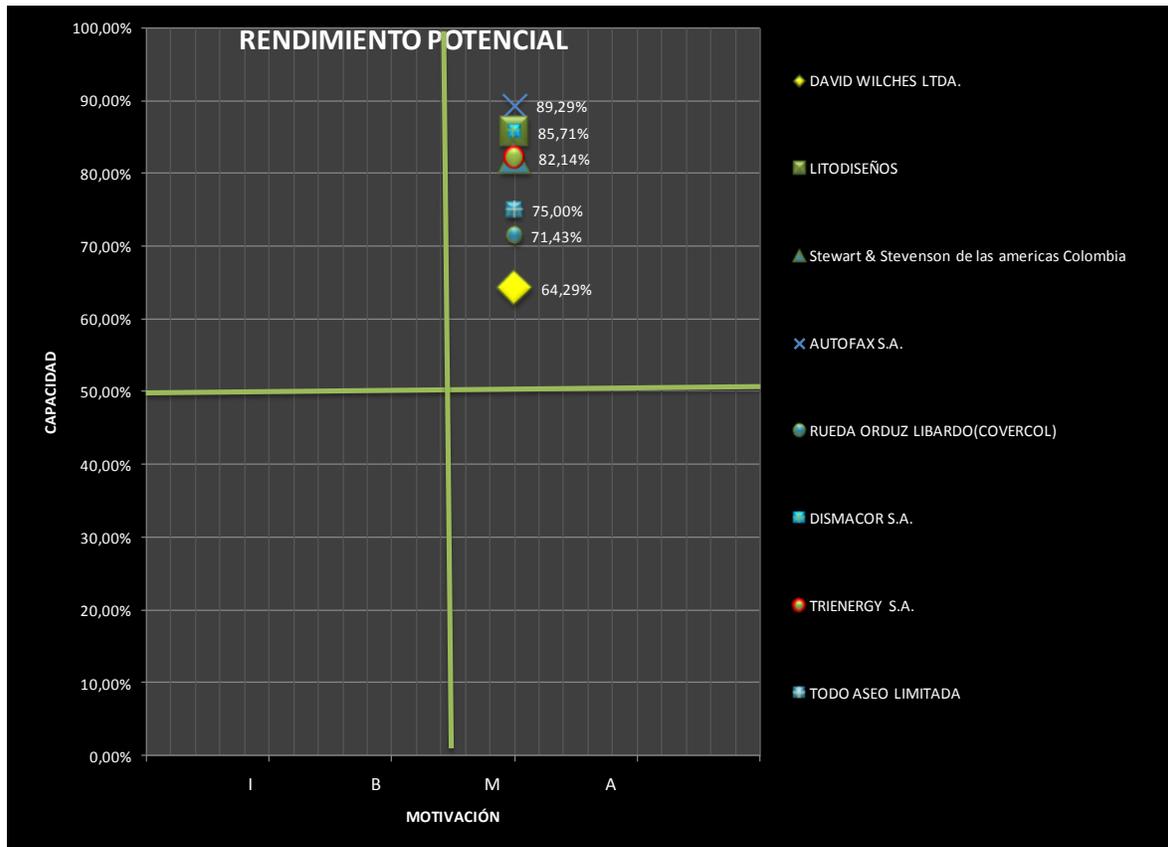
Grafica 17. Modelo de percepción de proveedores Misceláneos.

En la gráfica 17, se puede observar que los proveedores *DAVID WILCHES LTDA*, *LITODISEÑOS*, *STEWART & STEVENSON DE LAS AMERICAS COLOMBIA*, *TODO ASEO LIMITADA*, *AUTOFAX S.A*, *RUEDA ORDUZ LIBARDO (COVERCOL)*, *DISMACOR S.A*, *TRIENERGY S.A*, están en el cuadrante de **DESARROLLO** y con una motivación **MEDIA**, es decir, son proveedores para los cuales *ECOPETROL S.A* resulta atractivo para ellos aunque el valor del negocio es relativamente bajo.

Estos proveedores están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con la empresa con el fin de incrementar con el tiempo sus ventas a *ECOPETROL S.A*, Además, son proveedores con los que podría ser adecuado hacer acuerdos de precios y negocios mutuos.

Ningún proveedor se encuentra en el cuadrante de **NÚCLEO** y con una motivación **ALTA**, por lo tanto, en la célula de MISCELANEOS no hay proveedores que consideren a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.

6.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Misceláneos.



Gráfica 18. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Misceláneos.

Según los resultados obtenidos en la gráfica 18 podemos evidenciar que los proveedores analizados en esta categoría son proveedores que se encuentran en el camino para poder ser IDEALES para ECOPETROL S.A, aunque están mediamente motivados la capacidad no supera las expectativas para lograr ser un proveedor IDEAL.

6.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de Misceláneos.



Figura 48.

Modelo de Posición del suministro.

La figura 48 fue obtenida del modelo de Abastecimiento adelantado por la sección de Compras Barrancabermeja. Según la figura 48 el grupo-clase de MISCELÁNEOS se encuentra en el cuadrante RUTINARIO.

POSIBLES RELACIONES CON EL PROVEEDOR: VÍNCULOS ENTRE CATEGORÍAS DE ARTICULOS Y LAS PERCEPCIONES DEL PROVEEDOR.				
CATEGORÍAS DE ARTICULOS	MARGINAL	EXPLOTACIÓN	DESARROLLO	NÚCLEO
RUTINARIO RELEVANTE			DAVID WILCHES LTDA, LITODISEÑOS, STEWART & STEVENSON DE LAS AMERICAS COLOMBIA, TODO ASEO LIMITADA, AUTOFAX S.A, RUEDA ORDUZ LIBARDO (COVERCOL), DISMACOR S.A	
CONFLICTIVO O CUELLO DE BOTELLA				
CRÍTICO				

Cuadro 18. Posibles relaciones con proveedores Misceláneos.

Según el anexo 5 para los proveedores que se encuentran en el cuadrante de DESARROLLO es bueno hacer contratos a largo plazo, como por ejemplo Acuerdos de Precios.

CAPITULO VII

MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE FERRETERÍA

7.1 Proveedores encuestados de elementos de ferretería. (Total 12 encuestados)

	NOMBRE DE LA EMPRESA
1	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOABLES
2	FERRETERIA INDUSTRIAL S A
3	C.I. SEALCO S.A.
4	INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E
5	PROVETECMAR S.A.
6	SUPPLYTEC S.A
7	CARTON DE COLOMBIA S A
8	FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA
9	ELECTRA S A
10	C . I . MULTISERVICIOS DE INGENIERI
11	REDIMA LTDA
12	FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA

Tabla 87. Proveedores del área de Ferretería encuestados.

7.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS DE FERRETERIA (12 PROVEEDORES)

7.2.1 Información y factor estrategia comercial.

	INFORMACION				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL		
	NOMBRE DE LA EMPRESA	VALOR D LAS VENTAS	TIEMPO EN RELACION	FRECUENCIA	SECTOR BASICO	MERCADO A PENETRAR	TIPO DE CLIENTE
1	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOABLES	0% - 4.99%	Más de cinco años	De tres a cinco ve	A	A	A
2	FERRETERIA INDUSTRIAL S A	15% - 29.99%	Más de cinco años	MAS DE 5 VECES	A	A	A
3	C.I. SEALCO S.A.	15% - 29.99%	De tres a cinco añ	De tres a cinco ve	A	A	A
4	INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E	5% - 14.99%	Más de cinco años	MAS DE 5 VECES	A	A	A
5	PROVETECMAR S.A.	60% - 100%	Más de cinco años	MAS DE 5 VECES	A	A	A
6	SUPPLYTEC S.A	60% - 100%	Más de cinco años	MAS DE 5 VECES	A	A	A
7	CARTON DE COLOMBIA S A	0% - 4.99%	Más de cinco años	DE 2 A 3 VECES	A	A	A
8	FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA	5% - 14.99%	Más de cinco años	MAS DE 5 VECES	A	A	A
9	ELECTRA S A	15% - 29.99%	Más de cinco años	MAS DE 5 VECES	A	A	A
10	C . I . MULTISERVICIOS DE INGENIERI	60% - 100%	Más de cinco años	MAS DE 5 VECES	B	A	A
11	REDIMA LTDA	15% - 29.99%	Más de cinco años	MAS DE 5 VECES	A	A	A
12	FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA	60% - 100%	Más de cinco años	MAS DE 5 VECES	A	A	A

Tabla 88. Respuestas información y factor estrategia comercial.

7.2.2 Factor relaciones.

INFORMACION		FACTOR RELACIONES			
NOMBRE DE LA EMPRESA		COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	INVERTIR TIEMPO	NUCLEO DE NEGOCIOS
1	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOCABLES	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
2	FERRETERIA INDUSTRIAL S A	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
3	C.I. SEALCO S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
4	INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
5	PROVETECMAR S.A.	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
6	SUPPLYTEC S.A	Interesado	Muy interesado	Interesado	Muy interesado
7	CARTON DE COLOMBIA S A	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
8	FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
9	ELECTRA S A	Interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
10	C . I . MULTISERVICIOS DE INGENIERI	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
11	REDIMA LTDA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado
12	FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado	Muy interesado

Tabla 89. Respuestas factor relaciones.

7.2.3 Factor nivel de atractivo.

INFORMACION		FACTOR NIVEL DE ATRATIVO				
NOMBRE DE LA EMPRESA		BRINDAR COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	LARGO PLAZO	NÚCLEO	NIVEL DE ATRATIVO
1	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOCABLES	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
2	FERRETERIA INDUSTRIAL S A	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
3	C.I. SEALCO S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
4	INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
5	PROVETECMAR S.A.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
6	SUPPLYTEC S.A	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
7	CARTON DE COLOMBIA S A	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
8	FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
9	ELECTRA S A	Medio	Alto	Alto	Alto	Alto
10	C . I . MULTISERVICIOS DE INGENIERI	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
11	REDIMA LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
12	FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Tabla 90. Respuestas factor nivel de atractivo.

7.2.4 Factor importancia de negociación.

INFORMACION		FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION						
NOMBRE DE LA EMPRESA		CALIDAD PROCESO	FACILIDAD PROCESO	PROFESIONALIDAD	IGUALDAD	TRANSPARENCIA	EXIGENCIA DE DCUMENTOS	PUNTUALIDAD
1	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOCABLES	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importa	Muy importante	Muy important	Muy important
2	FERRETERIA INDUSTRIAL S A	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importa	Muy importante	Importante	Importante
3	C.I. SEALCO S.A.	Importante	Muy importa	Muy importante	Muy importa	Muy importante	Importante	Importante
4	INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importa	Muy importante	Muy important	Muy important
5	PROVETECMAR S.A.	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importa	Muy importante	Muy important	Muy important
6	SUPPLYTEC S.A	Importante	Importante	Muy importante	Muy importa	Muy importante	Muy important	Muy important
7	CARTON DE COLOMBIA S A	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importa	Muy importante	Muy important	Muy important
8	FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante	Muy important
9	ELECTRA S A	Importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Muy important	Muy important
10	C . I . MULTISERVICIOS DE INGENIERI	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importa	Muy importante	Muy important	Muy important
11	REDIMA LTDA	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importa	Muy importante	Muy important	Muy important
12	FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Muy importa	Muy importante	Muy important	Muy important

Tabla 91. Respuestas factor importancia de negociación.

7.2.5 Factor satisfacción.

	INFORMACION			FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION				FACTOR SATISFACCION		
	NOMBRE DE LA EMPRESA	CALIDAD PROCESO	FACILIDAD PROCESO	PROFESIONALIDAD	GRADO DE SATISFACCION	COMPARACION	RECOMENDACION	NEGOCIAR DE NUEVO		
1	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOCABLES	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
2	FERRETERIA INDUSTRIAL S A	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
3	C.I. SEALCO S.A.	Importante	Muy importa	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
4	INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
5	PROVETECMAR S.A.	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
6	SUPPLYTEC S.A	Importante	Importante	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
7	CARTON DE COLOMBIA S A	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
8	FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA	Importante	Importante	Importante	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
9	ELECTRA S A	Importante	Importante	Muy importante	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
10	C . I . MULTISERVICIOS DE INGENIERI	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
11	REDIMA LTDA	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		
12	FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA	Muy importa	Muy importa	Muy importante	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho		

Tabla 92. Respuestas factor satisfacción.

7.2.6 Factor capacidad.

La información financiera se estipuló que no se incluiría en la tabulación, ya que muchos datos eran inconsistentes con la información que ECOPETROL S.A posee. Por esta razón se decidió dejar la parte financiera como información para la empresa y que no afectara en los resultados de la encuesta.

PROVEEDOR	FINANCIERO	CALIDAD	MEDIO AMBIENTE	SEGURIDAD INDUSTRIAL	RUC	RESPONSABILIDAD SOCIAL
1 EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOCABLES		SI	IMPLE	NO	NO3	SI
2 FERRETERIA INDUSTRIAL S A		SI	NO	NO	NO3	SI
3 C.I. SEALCO S.A.		SI	NO	NO	SI3	SI
4 INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E		SI	NO	NO	SI3	SI
5 PROVETECMAR S.A.		NO3	NO	NO	NO3	SI
6 SUPPLYTEC S.A		SI	NO3	NO	SI	SI
7 CARTON DE COLOMBIA S A		SI	SI	SI	NO3	SI
8 FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA		SI	NO	NO	NO3	SI
9 ELECTRA S A		SI	NO	NO	NO3	SI
10 C . I . MULTISERVICIOS DE INGENIERI		SI	NO	SI	NO3	SI
11 REDIMA LTDA		SI3	NO	NO	NO3	SI
12 FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA		NO3	NO	NO	NO3	SI

Tabla 93. Respuestas factor capacidad.

La información mostrada en la tabla 93 se obtuvo de los resultados de la encuesta, pero para algunos proveedores que están inscritos en SICLAR (Sistema de Clasificación de Proveedores) que es una base de datos con la que cuenta ECOPETROL S.A para obtener información verídica de los proveedores, se obtuvo esta información de SICLAR. Por esta razón se estipuló en la encuesta la pregunta No 18. En la que se expresa lo siguiente :” Se encuentra inscrito en el sistema de clasificación de proveedores (SICLAR)”(ver anexo 1), para verificar si los proveedores encuestados se encuentran inscritos; Si la respuesta es SÍ, el proveedor emite contestar el FACTOR CAPACIDAD de la encuesta y si la respuesta es NO, el proveedor debe contestar el factor capacidad.

Finalmente, si el proveedor se encuentra inscrito en SICLAR y contesta de la encuesta el factor capacidad, se toma la información de SICLAR, es decir, que prevalece la información de SICLAR a la de la encuesta (Ver anexo 2).

7.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.

Evaluación de desempeño: Es el documento expedido por ECOPETROL S.A en el que se consigna el seguimiento y el cumplimiento de las obligaciones que con ocasión de la celebración de un contrato adquiere el contratista.

La evaluación de desempeño es un valor dado en porcentaje y se obtiene del sistema SAP que es el programa integrad que maneja ECOPETROL S.A; el nombre de SAP proviene de: Sistemas, Aplicaciones y Productos en Procesamiento de datos. EL nombre SAP es al mismo tiempo el nombre de una empresa y el de un sistema informático. Este sistema comprende muchos módulos completamente integrados, que abarca prácticamente todos los aspectos de la administración empresarial. Cada módulo realiza una función diferente, pero está diseñado para trabajar con otros módulos. (Ver anexo 3).

PROVEEDOR		EVALUACION DE DESEMPEÑO
1	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCO CABLES	99,43%
2	FERRETERIA INDUSTRIAL S A	87,35%
3	C.I. SEALCO S.A.	100%
4	INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E	93,87%
5	PROVETECMAR S.A.	91,70%
6	SUPPLYTEC S.A	97,12%
7	CARTON DE COLOMBIA S A	100%
8	FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA	91,89%
9	ELECTRA S A	94,69%
10	C . I . MULTISERVICIOS DE INGENIERI	98,00%
11	REDIMA LTDA	96,94%
12	FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA	100,00%

Tabla 94. Información evaluaciones de desempeño.

7.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.

Estos rangos fueron realizados bajo criterios del funcionario autorizado de compras y algunos gestores de compras, buscando la valoración más acertada para los proveedores y que al final los datos sean de importancia, para la realización de las estrategias y la continuación del modelo de abastecimiento estratégico de la Coordinación de Abastecimiento Barrancabermeja.

7.4.1 Factor estrategia comercial.

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
SECTOR BASICO= 4 PUNTOS				MERCADO A PENETRAR= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO	SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
TIPO DE CLIENTE= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1

Figura 49. Rango factor estrategia comercial.

7.4.2 Factor relaciones.

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
INVERTIR TIEMPO= 4 PUNTOS				NÚCLEO DE NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 50. Rango factor relaciones.

7.4.3 Factor nivel de atractivo.

FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS			
BRINDAR COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS				LARGO PLAZO= 4 PUNTOS			
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS							
NÚCLEO = 4 PUNTOS				NIVEL DE ATRACTIVO = 4 PUNTOS							
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 51. Rango factor nivel de atractivo.

7.4.4 Factor importancia de negociación.

FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACIÓN = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS			
CALIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				FACILIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				PROFESIONALIDAD= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS			
IGUALDAD= 4 PUNTOS				TRANSPARENCIA= 4 PUNTOS				EXIGENCIA DOCUMENTOS= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS							
PUNTUALIDAD= 4 PUNTOS											
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA								
4	3	2	1								

Figura 52. Rango factor importancia de negociación.

7.4.5 Factor satisfacción.

FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS			
GRADO DE SATISFACCION= 4 PUNTOS				COMPARACION= 4 PUNTOS			
COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO	COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO
4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS			
RECOMENDACION= 4 PUNTOS				NEGOCIAR DE NUEVO= 4 PUNTOS			
SI			NO	SI			NO
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 53. Rango factor satisfacción.

7.4.6 Factor capacidad.

FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS			
CALIDAD= 5 PUNTOS				MEDIO AMBIENTE= 5 PUNTOS				SEGURIDAD INDUSTRIAL= 5 PUNTOS			
SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE	LO ESTÁ IMPLEMENTANDO		NO TIENE
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS							
RUC= 5 PUNTOS				RESPONSABILIDAD SOCIAL= 5 PUNTOS							
SI TIENE			NO TIENE	CUMPLE CON 10	CUMPLE 8-9	CUMPLE 5-7	CUMPLE 0-4				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 54. Rango factor capacidad.

7.4.7 Evaluación de desempeño.

FATOR EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO = 10 PUNTOS				
DESEMPEÑO= 10 PUNTOS				
95% - 100%	90%- 94,99%	85%- 89,99%	80%- 84,99%	0% - 79,99%
4	3	2	1	0

Figura 55. Rango evaluación de desempeño.

7.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.

En las tablas 95 y 96 se observa la respuesta a la pregunta y se mira en los rangos de valoración, que puntaje le corresponde a cada respuesta y ese valor de puntaje se adiciona a la tabla (columna puntos); después se multiplica el valor de la puntuación (columna puntos) por el valor total del factor (columna puntaje) y da como resultado el valor total de puntaje por cada factor para cada proveedor (columna total) y por último la sumatoria del puntaje total por factor (columna total) nos da el puntaje total de cada proveedor(fila final de la tabla).

7.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES DE FERRETERIA.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	EMPRESA COLOMBIANA DE		FERRETERIA INDUSTRIAL S		C.I. SEALCO S.A.		INCLICOL VALVULAS Y		PROVETECMAR S.A.		SUPPLYTEC S.A		
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios. ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	3	12
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	3	12	4	16	3	12	4	16	3	12	3	12
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	3	12	4	16	3	12	4	16	3	12	3	12
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			360		360		348		368		360		344

Tabla 95. Criterio de valoración proveedores de Ferretería 1 -6

CRITERIO DE EVALUACIÓN	CARTON DE COLOMBIA S A			FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA		ELECTRA S A		C. I. MULTISERVICIOS DE INGENIERI		REDIMA LTDA		FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA	
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12												
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	3	12	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	3	12	3	12	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	4	12	4	16	3	12	3	12	3	12	3	12
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	12	4	16	3	12	4	16	4	16	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			356		344		340		360		364		364

Tabla 96. Criterio de valoración proveedores de Ferretería 7 -12.

7.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A		FERRETERIA INDUSTRIAL S A		C. I. SEALCO S.A.		INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E		PROVETECMAR S.A.		SUPPLYTECS.A	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTIÓN	25						0						
Calidad	5	4	20	4	20	4	20	4	20	3	15	3	15
Medio ambiente	5	3	15	1	5	1	5	1	5	1	5	3	15
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
RUC	5	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15	4	20
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	4	40	2	20	4	40	3	30	3	30	4	40
PUNTUACION TOTAL		140	115		85		105		95		90		115

Tabla 97. Criterio de valoración capacidad proveedores Ferretería 1-6.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	CARTON DE COLOMBIA S A		FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA		ELECTRA S A		C. I. MULTISERVICIOS DE INGENIERI		REDIMA LTDA		FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTIÓN	25												
Calidad	5	4	20	4	20	4	20	4	20	3	15	3	15
Medio ambiente	5	4	20	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	4	20	1	5	1	5	4	20	1	5	1	5
RUC	5	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	4	40	3	30	3	30	4	40	4	40	4	40
PUNTUACION TOTAL		140	135		95		95		120		100		100

Tabla 98. Criterio de valoración capacidad proveedores Ferretería 5-8.

7.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.

	PROVEEDOR	VALOR DEL NEGOCIO	PORCENTAJE DE ATRACTIVO	MOTIVACION	CAPACIDAD
1	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOCABLES	2,50%	97,83%	M	82,14%
2	FERRETERIA INDUSTRIAL S A	22,50%	97,83%	M	60,71%
3	C.I. SEALCO S.A.	22,50%	94,57%	M	75,00%
4	INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E	10,00%	100,00%	M	67,86%
5	PROVETECMAR S.A.	80,00%	97,83%	A	64,29%
6	SUPPLYTEC S.A	80,00%	93,48%	A	82,14%
7	CARTON DE COLOMBIA S A	2,50%	96,74%	M	96,43%
8	FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA	10,00%	93,48%	M	67,86%
9	ELECTRA S A	22,50%	92,39%	M	67,86%
10	C . I . MULTISERVICIOS DE INGENIERI	80,00%	97,83%	A	85,71%
11	REDIMA LTDA	22,50%	98,91%	M	71,43%
12	FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA	80,00%	98,91%	A	71,43%

Tabla 99. Datos obtenidos de proveedores de **Ferretería**.

7.6.1 Explicación para obtener la tabla 99.

En la tabla 99 se muestran los datos obtenidos de las encuestas. La columna VALOR DEL NEGOCIO se obtuvo de la pregunta No 1. De la encuesta (ver anexo 1), estos valores son el promedio de los rangos de la pregunta No 1, que son los siguientes:

RANGO	PROMEDIO
0 A 4,99%	2,50%
5% A 14,99%	10%
15% A 29%	22,50%
30% A 59,99%	45%
60% A 100%	80%

Cuadro 19. Promedio del valor del negocio

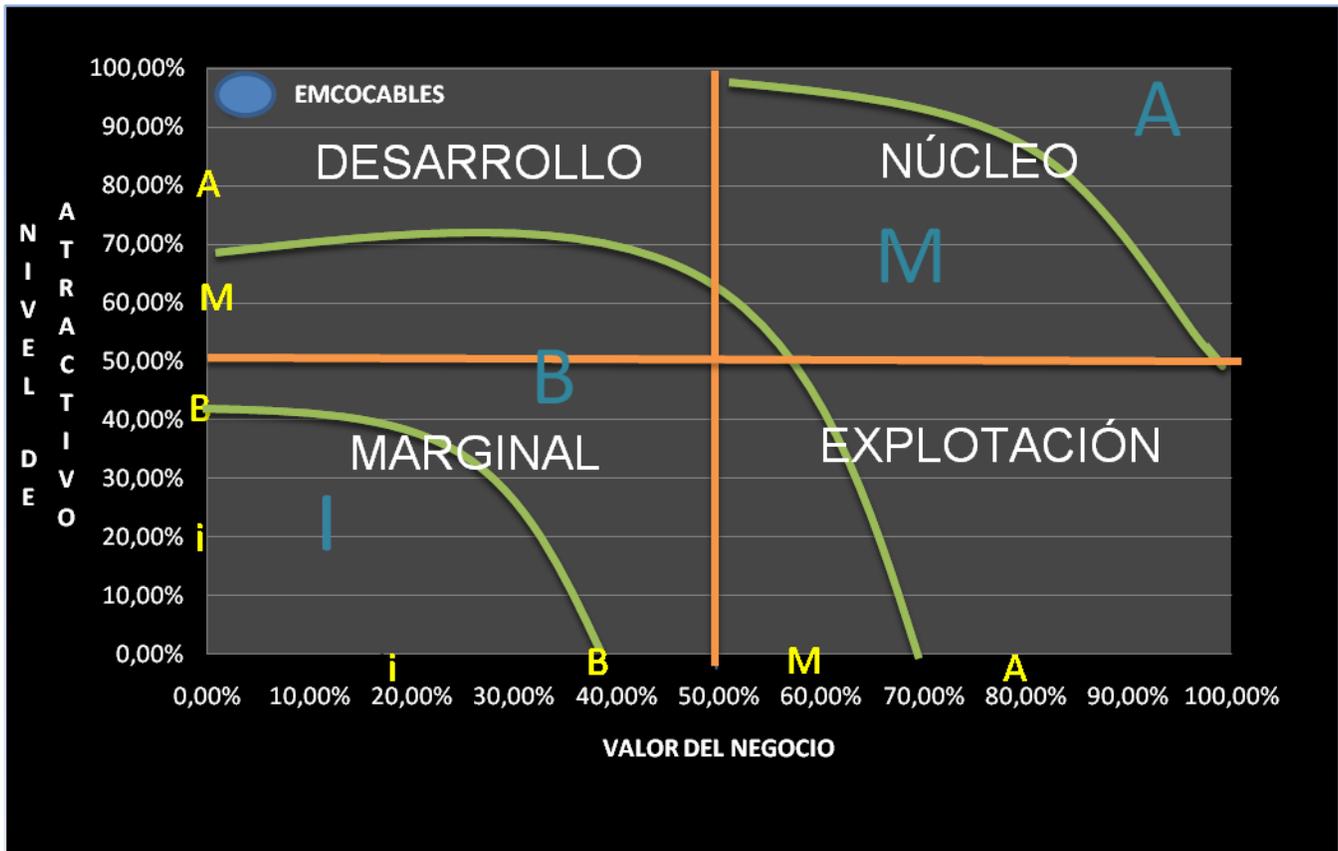
Para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO se divide el puntaje total de cada proveedor sobre la Máxima puntuación total (ver tablas 95 y 96).

Ejemplo 13: En la tabla 95 el proveedor EMCOCABLES obtuvo una puntuación total de 360 puntos y este valor dividido en la máxima puntuación posible que es 368 puntos.

$$EMCOCABLES = \frac{360}{368} = 97.83\%$$

La columna motivación se obtiene después de obtener la grafica del modelo de percepción del proveedor, de la siguiente manera:

Ejemplo 1 4:



Gráfica 19. Ejemplo de modelo percepción proveedores Ferretería.

Se obtiene que para el proveedor IMFAPART esté en el cuadrante de DESARROLLO y el índice de motivación el M, es decir, MEDIO según el cuadro 1.

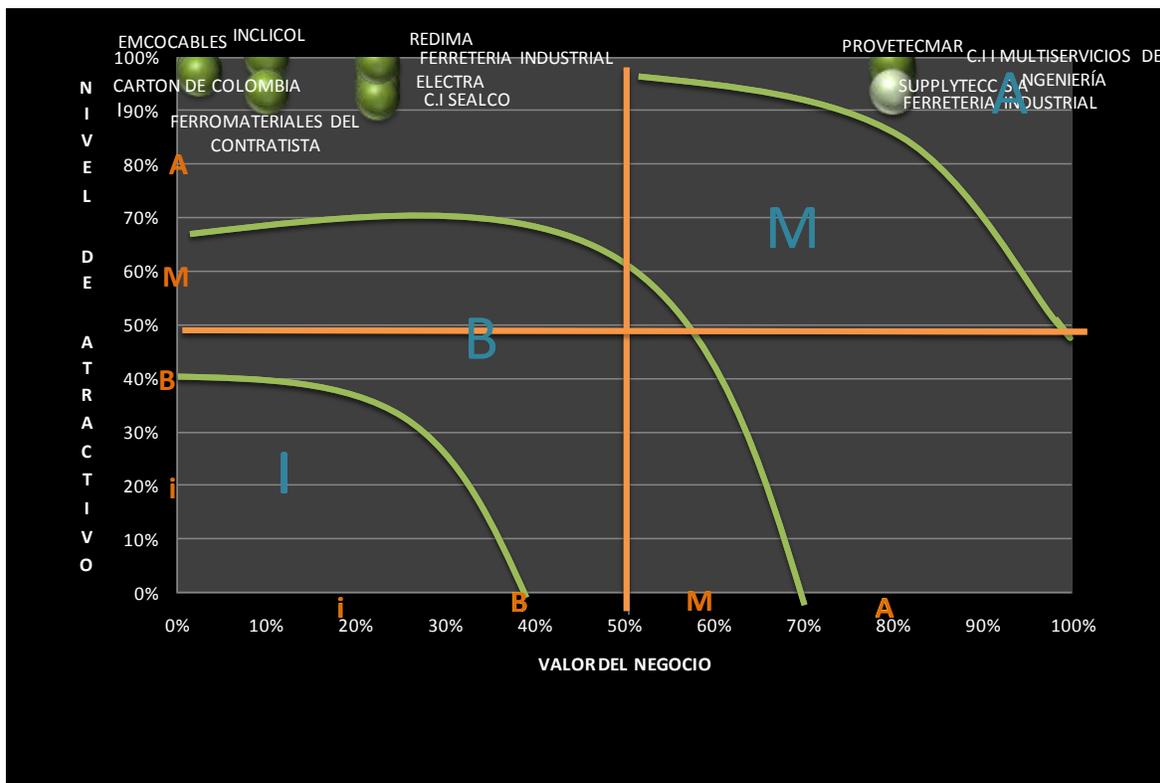
INDIATIVO DE MOTIVACIÓN	SIGLA
Alto	A
Medio	M
Bajo	B
Insuficiente	I

Cuadro 20. Sigla indicativo de motivación.

Para obtener la columna CAPACIDAD se repite el mismo procedimiento que para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO, explicado anteriormente pero con las tablas 97 y 98.

Después de obtenidos todos los resultados de la tabla 99, se gráfica el modelo de percepción del proveedor.

7.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores Ferretería.



Grafica 20. Modelo de percepción de proveedores Ferretería.

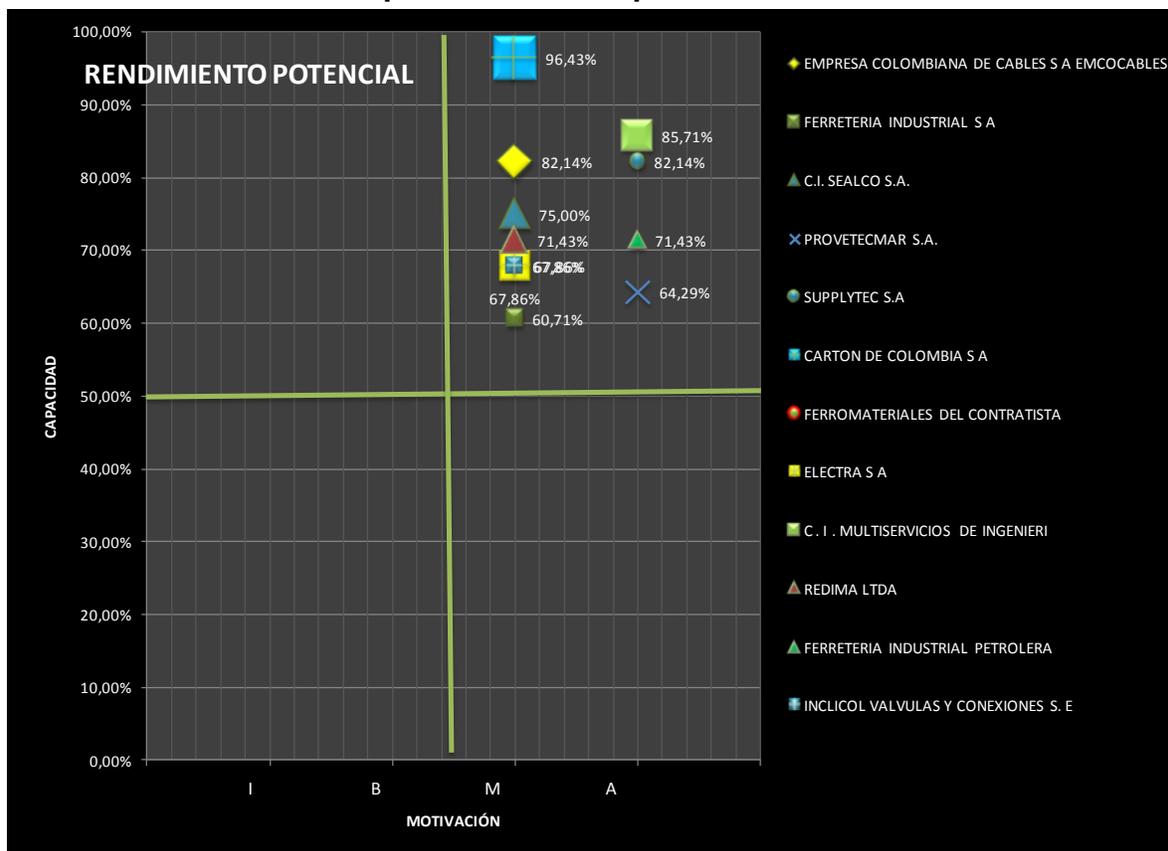
En la gráfica 20, se puede observar que los proveedores EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOCABLES, FERRETERIA INDUSTRIAL S A,C.I. SEALCO S.A. INCLICOL, VALVULAS Y CONEXIONES S. E, CARTON DE COLOMBIA S A, FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA, ELECTRA S. A, REDIMA LTDA, están en el cuadrante de **DESARROLLO** y con una motivación **MEDIA**, es decir, son proveedores para los cuales ECOPEPETROL S.A resulta atractivo para ellos aunque el valor del negocio es relativamente bajo.

Estos proveedores están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con la empresa con el fin de incrementar con el tiempo sus ventas a ECOPEPETROL S.A, Además, son proveedores con los que podría ser adecuado hacer acuerdos de precios y negocios mutuos.

Los proveedores PROVETECMAR S.A, SUPPLYTEC S.A, C. I. MULTISERVICIOS DE INGENIERIA, FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA, se encuentran en el cuadrante de **NÚCLEO** y con una motivación **ALTA**, por lo tanto, son proveedores que consideran a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios, de estos proveedores se puede esperar que inviertan un esfuerzo significativo en retener el negocio con ECOPETROL S.A. y pueden ser proveedores con los que se piense en hacer una asociación.

De otra manera si estos proveedores dependen del negocio de ECOPETROL S.A, está tendrá un papel dominante en la relación, permitiéndole emplear cualquier estrategia que se desee, considerando ser siempre justa y fiable.

7.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Ferretería.



Gráfica 21. Gráfica del rendimiento potencial proveedores Ferretería.

Según los resultados obtenidos en la gráfica 21 podemos evidenciar que: C. I. MULTISERVICIOS DE INGENIERIA, tiende a ser un proveedor IDEAL con una motivación alta y un buen porcentaje de capacidad.

El proveedor Ferreteria industrial S.A está EN MEDIO DEL CAMINO, lo que quiere decir que es un proveedor al que hay que invertirle más en aspectos de sistemas de gestión.

Los demás proveedores son Ideales también, pero la estrategia es trabajar en motivarlos más para que puedan dar lo mejor para ECOPETROL S.A (ver anexo 5).

7.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores.



Figura 56. Modelo de Posición del suministro.

La figura 56 fue obtenida del modelo de Abastecimiento adelantado por la sección de Compras Barrancabermeja. Según la figura 56 el grupo-clase de FERRETERÍA se encuentra en el cuadrante RUTINARIO.

POSIBLES RELACIONES CON EL PROVEEDOR:VÍNCULOS ENTRE CATEGORÍAS DE ARTICULOS Y LAS PERCEPCIONES DEL PROVEEDOR.				
CATEGORÍAS DE ARTICULOS	MARGINAL	EXPLOTACIÓN	DESARROLLO	NÚCLEO
RUTINARIO			EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOCABLES, FERRETERIA INDUSTRIAL S A, C.I. SEALCO S.A. INCLICOL, VALVULAS Y CONEXIONES S. E, CARTON DE COLOMBIA S A, FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA, ELECTRA S. A, REDIMA LTDA	
RELEVANTE				
CONFLICTIVO O CUELLO DE BOTELLA				
CRÍTICO				

Cuadro 21. Posibles relaciones con proveedores Ferrería.

Según el anexo 5 para los proveedores que se encuentran en el cuadrante de DESARROLLO es bueno hacer contratos a largo plazo, como por ejemplo Acuerdos de Precios.

CAPITULO VIII

MODELO DE PERCEPCIÓN PROVEEDORES DE ROTATIVO.

8.1 PROVEEDORES ENCUESTADOS DE ELEMENTOS DE ROTATIVO. (TOTAL 10 ENCUESTADOS)

	NOMBRE DE LA EMPRESA
1	BOLLAND Y CIA S.A
2	FLOWSERVE COLOMBIA LTDA
3	ELECTROTECNICOS LIMITADA
4	PHILADELPHIA GEAR CORPORATION
5	ELLIOTT COMPANY
6	ITT COLOMBIA LTDA
7	INTEMAQ LTDA
8	TapcoEnpro
9	REXCOL INDUSTRIAL LTDA
10	Nuovo Pignone SPA

Tabla 100. Proveedores del área de Rotativo encuestados.

8.2 RESPUESTAS DE ENCUESTAS A PROVEEDORES DE ELEMENTOS DE FERRETERIA (10 PROVEEDORES)

8.2.1 Información y factor estrategia comercial.

	INFORMACION	FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL		
		SECTOR BASICO	MERCADO A PENETRAR	TIPO DE CLIENTE
1	BOLLAND Y CIA S.A	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
2	FLOWSERVE COLOMBIA LTDA	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
3	ELECTROTECNICOS LIMITADA	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
4	PHILADELPHIA GEAR CORPORATION	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
5	ELLIOTT COMPANY	probablemente si	Seguro que si	Seguro que si
6	ITT COLOMBIA LTDA	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
7	INTEMAQ LTDA	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
8	TapcoEnpro	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
9	REXCOL INDUSTRIAL LTDA	Seguro que si	Seguro que si	Seguro que si
10	Nuovo Pignone SPA	probablemente si	Seguro que si	Seguro que si

Tabla 101. Respuestas información y factor estrategia comercial.

8.2.2 Factor relaciones.

INFORMACION		FACTOR RELACIONES			
	NOMBRE DE LA EMPRESA	COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	INVERTIR TIEMPO	NUCLEO DE NEGOCIOS
2	FLOWSERVE COLOMBIA LTDA	Muy interesado	Muy interes	Muy interes	Muy interes
3	ELECTROTECNICOS LIMITADA	Muy interesado	Muy interes	Muy interes	Muy interes
4	PHILADELPHIA GEAR CORPORATION	Muy interesado	Muy interes	Muy interes	Muy interes
5	ELLIOTT COMPANY	Muy interesado	Muy interes	Muy interes	Muy interes
6	ITT COLOMBIA LTDA	Muy interesado	Muy interes	Muy interes	Muy interes
7	INTEMAQ LTDA	Muy interesado	Muy interes	Muy interes	Muy interes
8	TapcoEnpro	Muy interesado	Muy interes	Muy interes	Muy interes
9	REXCOL INDUSTRIAL LTDA	Muy interesado	Interesado	Interesado	Poco interes
10	Nuovo Pignone SPA	Muy interesado	Muy interes	Muy interes	Muy interes

Tabla 102. Respuestas factor relaciones.

8.2.3 Factor nivel de atractivo.

INFORMACION		FACTOR NIVEL DE ATRATIVO				
	NOMBRE DE LA EMPRESA	BRINDAR COOPERACION	MANTENER NEGOCIOS	LARGO PLAZO	NÚCLEO	NIVEL DE ATRATIVO
2	FLOWSERVE COLOMBIA LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
3	ELECTROTECNICOS LIMITADA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
4	PHILADELPHIA GEAR CORPORATION	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
5	ELLIOTT COMPANY	Medio	Alto	Alto	Alto	Alto
6	ITT COLOMBIA LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
7	INTEMAQ LTDA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
8	TapcoEnpro	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
9	REXCOL INDUSTRIAL LTDA	Bajo	Alto	Alto	Alto	Bajo
10	Nuovo Pignone SPA	Medio	Alto	Alto	Alto	Alto

Tabla 103. Respuestas factor nivel de atractivo.

8.2.4 Factor importancia de negociación.

INFORMACION		FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION						
	NOMBRE DE LA EMPRESA	CALIDAD PROCESO	FACILIDAD PROCESO	PROFESIONALIDAD	IGUALDAD	TRANSPARENCIA	EXIGENCIA DE DCUMENTOS	PUNTUALIDAD
2	FLOWSERVE COLOMBIA LTDA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
3	ELECTROTECNICOS LIMITADA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
4	PHILADELPHIA GEAR CORPORATION	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
5	ELLIOTT COMPANY	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Importante	Muy importante	Indiferente	Muy important
6	ITT COLOMBIA LTDA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
7	INTEMAQ LTDA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
8	TapcoEnpro	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
9	REXCOL INDUSTRIAL LTDA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Muy importe	Muy importante	Muy importante	Muy important
10	Nuovo Pignone SPA	Muy importe	Muy importe	Muy importante	Importante	Muy importante	Indiferente	Muy important

Tabla 104. Respuestas factor importancia de negociación.

8.2.5 Factor satisfacción.

	INFORMACION	FACTOR SATISFACCION			
		GRADO DE SATISFACCION	COMPARACION	RECOMENDACION	NEGOCIAR DE NUEVO
1	BOLLAND Y CIA S.A	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
2	FLOWSERVE COLOMBIA LTDA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
3	ELECTROTECNICOS LIMITADA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
4	PHILADELPHIA GEAR CORPORATION	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
5	ELLIOTT COMPANY	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
6	ITT COLOMBIA LTDA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
7	INTEMAQ LTDA	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
8	TapcoEnpro	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
9	REXCOL INDUSTRIAL LTDA	Satisfecho	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho
10	Nuovo Pignone SPA	Satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho	Completamente satisfecho

Tabla 105. Respuestas factor satisfacción.

8.2.6 Factor capacidad.

La información financiera se estipuló que no se incluiría en la tabulación, ya que muchos datos eran inconsistentes con la información que ECOPELROL S.A posee. Por esta razón se decidió dejar la parte financiera como información para la empresa y que no afectara en los resultados de la encuesta.

	PROVEEDOR	CALIDAD	MEDIO AMBIENTE	SEGURIDAD INDUSTRIAL	RUC	RESPONSABILIDAD SOCIAL
1	BOLLAND Y CIA S.A	SI	SI	SI	SI	SI
2	FLOWSERVE COLOMBIA LTDA	NO3	NO	SI	NO	SI
3	ELECTROTECNICOS LIMITADA	NO3	NO	no3	NO	SI
4	PHILADELPHIA GEAR CORPORATION	SI	SI	SI	NO3	SI
5	ELLIOTT COMPANY	SI	NO	no3	NO3	SI
6	ITT COLOMBIA LTDA	NO	NO	no	NO3	SI
7	INTEMAQ LTDA	SI	NO	NO3	NO	SI
8	TapcoEnpro	SI	NO	NO	SI	SI
9	REXCOL INDUSTRIAL LTDA	SI	NO	NO3	NO	SI
10	Nuovo Pignone SPA	SI	NO	NO	SI	SI

Tabla 106. Respuestas factor capacidad.

La información mostrada en la tabla 93 se obtuvo de los resultados de la encuesta, pero para algunos proveedores que están inscritos en SICLAR (Sistema de Clasificación de Proveedores) que es una base de datos con la que cuenta ECOPELROL S.A para obtener información verídica de los proveedores, se obtuvo esta información de SICLAR. Por esta razón se estipuló en la encuesta la pregunta No 18. En la que se expresa lo siguiente :” Se encuentra inscrito en el sistema de clasificación de proveedores (SICLAR)”(ver anexo 1), para verificar si los proveedores encuestados se encuentran inscritos; Si la respuesta es SÍ, el proveedor emite contestar el FACTOR CAPACIDAD de la encuesta y si la respuesta es NO, el proveedor debe contestar el factor capacidad.

Finalmente, si el proveedor se encuentra inscrito en SICLAR y contesta de la encuesta el factor capacidad, se toma la información de SICLAR, es decir, que prevalece la información de SICLAR a la de la encuesta (Ver anexo 2).

8.3 INFORMACIÓN DE LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES.

Evaluación de desempeño: Es el documento expedido por ECOPETROL S.A en el que se consigna el seguimiento y el cumplimiento de las obligaciones que con ocasión de la celebración de un contrato adquiere el contratista.

La evaluación de desempeño es un valor dado en porcentaje y se obtiene del sistema SAP que es el programa integrad que maneja ECOPETROL S.A; el nombre de SAP proviene de: Sistemas, Aplicaciones y Productos en Procesamiento de datos. EL nombre SAP es al mismo tiempo el nombre de una empresa y el de un sistema informático. Este sistema comprende muchos módulos completamente integrados, que abarca prácticamente todos los aspectos de la administración empresarial. Cada módulo realiza una función diferente, pero está diseñado para trabajar con otros módulos. (Ver anexo 3).

PROVEEDOR		EVALUACION DE DESEMPEÑO
1	BOLLAND Y CIA S.A	70,00%
2	FLOWSERVE COLOMBIA LTDA	88,52%
3	ELECTROTECNICOS LIMITADA	87,18%
4	PHILADELPHIA GEAR CORPORATION	61,00%
5	ELLIOTT COMPANY	77,50%
6	ITT COLOMBIA LTDA	91,11%
7	INTEMAQ LTDA	95,28%
8	TapcoEnpro	96,14%
9	REXCOL INDUSTRIAL LTDA	83,94%
10	Nuovo Pignone SPA	81,54%

Tabla 107. Información evaluaciones de desempeño.

8.4 RANGO PARA DAR PUNTAJE A LOS FACTORES DE LA ENCUESTA.

Estos rangos fueron realizados bajo criterios del funcionario autorizado de compras y algunos gestores de compras, buscando la valoración más acertada para los proveedores y que al final los datos sean de importancia, para la realización de las estrategias y la continuación del modelo de abastecimiento estratégico de la Coordinación de Abastecimiento Barrancabermeja.

8.4.1 Factor estrategia comercial.

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS				FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
SECTOR BASICO= 4 PUNTOS				MERCADO A PENETRAR= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO	SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR ESTRATEGIA COMERCIAL = 12 PUNTOS			
TIPO DE CLIENTE= 4 PUNTOS			
SEGURO QUE SI	PROBABLEMENTE SI	PROBABLEMENTE NO	SEGURO QUE NO
4	3	2	1

Figura 57. Rango factor estrategia comercial.

8.4.2 Factor relaciones.

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS				FATOR RELACIONES = 16 PUNTOS			
INVERTIR TIEMPO= 4 PUNTOS				NÚCLEO DE NEGOCIOS= 4 PUNTOS			
MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES	MUY INTERESADO	INTERESADO	POCO INTERESADO	SIN NINGUN INTERES
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 58. Rango factor relaciones

8.4.3 Factor nivel de atractivo.

FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS			
BRINDAR COOPERACION= 4 PUNTOS				MANTENER NEGOCIOS= 4 PUNTOS				LARGO PLAZO= 4 PUNTOS			
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS				FATOR NIVEL DE ATRACTIVO = 20 PUNTOS							
NÚCLEO = 4 PUNTOS				NIVEL DE ATRACTIVO = 4 PUNTOS							
ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO	ALTO ATRACTIVO	MEDIO ATRACTIVO	BAJO ATRACTIVO	INSUFICIENT E ATRACTIVO				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 59. Rango factor nivel de atractivo.

8.4.4 Factor importancia de negociación.

FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACIÓN = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS			
CALIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				FACILIDAD PROCESO= 4 PUNTOS				PROFESIONALIDAD= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS				FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION= 28 PUNTOS			
IGUALDAD= 4 PUNTOS				TRASPARENCIA= 4 PUNTOS				EXIGENCIA DOCUMENTOS= 4 PUNTOS			
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACION = 28 PUNTOS											
PUNTUALIDAD= 4 PUNTOS											
MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE	SIN IMPORTANCIA								
4	3	2	1								

Figura 60. Rango factor importancia de negociación.

8.4.5 Factor satisfacción.

FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION = 16 PUNTOS			
GRADO DE SATISFACCION= 4 PUNTOS				COMPARACION= 4 PUNTOS			
COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO	COMPLETAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO	COMPLETAMENTE INSATISFECHO
4	3	2	1	4	3	2	1
FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS				FACTOR SATISFACCION =16 PUNTOS			
RECOMENDACION= 4 PUNTOS				NEGOCIAR DE NUEVO= 4 PUNTOS			
SI			NO	SI			NO
4	3	2	1	4	3	2	1

Figura 61. Rango factor satisfacción.

8.4.6 Factor capacidad.

FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS			
CALIDAD= 5 PUNTOS				MEDIO AMBIENTE= 5 PUNTOS				SEGURIDAD INDUSTRIAL= 5 PUNTOS			
SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE			NO TIENE	SI TIENE	LO ESTÁ IMPLEMENTANDO		NO TIENE
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS				FATOR SISTEMAS DE GESTIÓN = 25 PUNTOS							
RUC= 5 PUNTOS				RESPONSABILIDAD SOCIAL= 5 PUNTOS							
SI TIENE			NO TIENE	CUMPLE CON 10	CUMPLE 8-9	CUMPLE 5-7	CUMPLE 0-4				
4	3	2	1	4	3	2	1				

Figura 62. Rango factor capacidad.

8.4.7 Evaluación de desempeño.

FATOR EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO = 10 PUNTOS				
DESEMPEÑO= 10 PUNTOS				
95% - 100%	90%- 94,99%	85%- 89,99%	80%- 84,99%	0% - 79,99%
4	3	2	1	0

Figura 63. Rango evaluación de desempeño.

8.5 CRITERIO DE VALORACIÓN.

En las tablas 108 y 109 se observa la respuesta a la pregunta y se mira en los rangos de valoración, que puntaje le corresponde a cada respuesta y ese valor de puntaje se adiciona a la tabla (columna puntos); después se multiplica el valor de la puntuación (columna puntos) por el valor total del factor (columna puntaje) y da como resultado el valor total de puntaje por cada factor para cada proveedor (columna total) y por último la sumatoria del puntaje total por factor (columna total) nos da el puntaje total de cada proveedor (fila final de la tabla).

8.5.1 CRITERIO DE VALORACIÓN PROVEEDORES DE ROTATIVO.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	BOLLAND Y CIA S.A			FLOWSERVE COLOMBIA		ELECTROTECNICOS LIMITADA		PHILADELPHIA GEAR		ELLIOTT COMPANY	
	PUNTAJE	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12										
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	3	12
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	3	12	4	16	4	16	4	16	3	12
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	3	12	4	16	4	16	4	16	2	8
puntualidad en el pago	4	3	12	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0
Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	4	16	4	16	4	16	3	12	3	12
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	4	4	16	4	16	4	16	3	12	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			348		368		368		360		344

Tabla 108. Criterio de valoración proveedores de ROTATIVO 1 -5

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	ITT COLOMBIA LTDA		INTEMAQ LTDA		TapcoEnpro		REXCOL INDUSTRIAL LTDA		Nuovo Pignone SPA	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR ESTRATEGIA COMERCIAL	12										
¿Es nuestro sector básico para usted?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR RELACIONES DE NEGOCIACIÓN	16		0		0		0		0		0
¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A.?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A.?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A.?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR NIVEL DE ATRACTIVO	20		0		0		0		0		0
Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Mantener negocios con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR IMPORTANCIA DE NEGOCIACIÓN	28		0		0		0		0		0
Calidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Facilidad del proceso de compras	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Profesionalidad en la ejecución del proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Transparencia en el proceso	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Exigencia de documentos	4	4	16	4	16	4	16	2	8	4	16
puntualidad en el pago	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
FACTOR SATISFACCIÓN	16		0		0		0		0		0
Por favor, indiquenos su grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A. ?	4	4	16	4	16	3	12	4	16	4	16
Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	4	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
MAXIMA PUNTUACION POSIBLE= 368 PUNTUACION TOTAL			368		368		360		360		368

Tabla 109. Criterio de valoración proveedores de ROTATIVO 6 -10.

8.5.2 CRITERIO DE VALORACIÓN FACTOR CAPACIDAD.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S.A		FERRETERIA INDUSTRIAL S.A		C.I. SEALCO S.A.		INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E		PROVETECMAR S.A.		SUPPLYTECS.A	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25												
Calidad	5	4	20	4	20	4	20	4	20	3	15	3	15
Medio ambiente	5	3	15	1	5	1	5	1	5	1	5	3	15
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
RUC	5	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15	4	20
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	4	40	2	20	4	40	3	30	3	30	4	40
PUNTUACION TOTAL		140	115	85	105	95	90	115					

Tabla 110. Criterio de valoración capacidad proveedores ROTATIVO 1-6.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE	CARTON DE COLOMBIA S.A		FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA		ELECTRA S.A		C. I. MULTISERVICIOS DE INGENIERI		REDIMA LTDA		FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA	
		PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL	PUNTOS	TOTAL
FACTOR SISTEMAS DE GESTION	25												
Calidad	5	4	20	4	20	4	20	4	20	3	15	3	15
Medio ambiente	5	4	20	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Seguridad industrial y salud ocupacional	5	4	20	1	5	1	5	4	20	1	5	1	5
RUC	5	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15
Responsabilidad social empresarial	5	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20	4	20
FACTOR EVALUACION DE DESEMPEÑO	10		0		0		0		0		0		0
Evaluación de desempeño	10	4	40	3	30	3	30	4	40	4	40	4	40
PUNTUACION TOTAL		140	135	95	95	120	100	100					

Tabla 111. Criterio de valoración capacidad proveedores ROTATIVO 6-10.

8.6 MODELO DE PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROVEEDOR.

	PROVEEDOR	VALOR DEL NEGOCIO	PORCENTAJE DE ATRACTIVO	MOTIVACION	CAPACIDAD
1	BOLLAND Y CIA S.A	10,00%	94,57%	M	71,43%
2	FLWSERVE COLOMBIA LTDA	80,00%	100,00%	A	67,86%
3	ELECTROTECNICOS LIMITADA	80,00%	100,00%	A	64,29%
4	PHILADELPHIA GEAR CORPORATION	2,50%	97,83%	M	67,86%
5	ELLIOTT COMPANY	10,00%	93,48%	M	46,43%
6	ITT COLOMBIA LTDA	80,00%	100,00%	A	57,14%
7	INTEMAQ LTDA	80,00%	100,00%	A	92,86%
8	TapcoEnpro	10,00%	97,83%	M	78,57%
9	REXCOL INDUSTRIAL LTDA	22,50%	97,83%	M	42,86%
10	Nuovo Pignone SPA	45,00%	97,96%	M	71,43%

Tabla 112. Datos obtenidos de proveedores de ROTATIVO.

8.6.1 Explicación para obtener la tabla 112.

En la tabla 99 se muestran los datos obtenidos de las encuestas. La columna VALOR DEL NEGOCIO se obtuvo de la pregunta No 1. De la encuesta (ver anexo 1), estos valores son el promedio de los rangos de la pregunta No 1, que son los siguientes:

RANGO	PROMEDIO
0 A 4,99%	2,50%
5% A 14,99%	10%
15% A 29%	22,50%
30% A 59,99%	45%
60% A 100%	80%

Cuadro 22. Promedio del valor del negocio

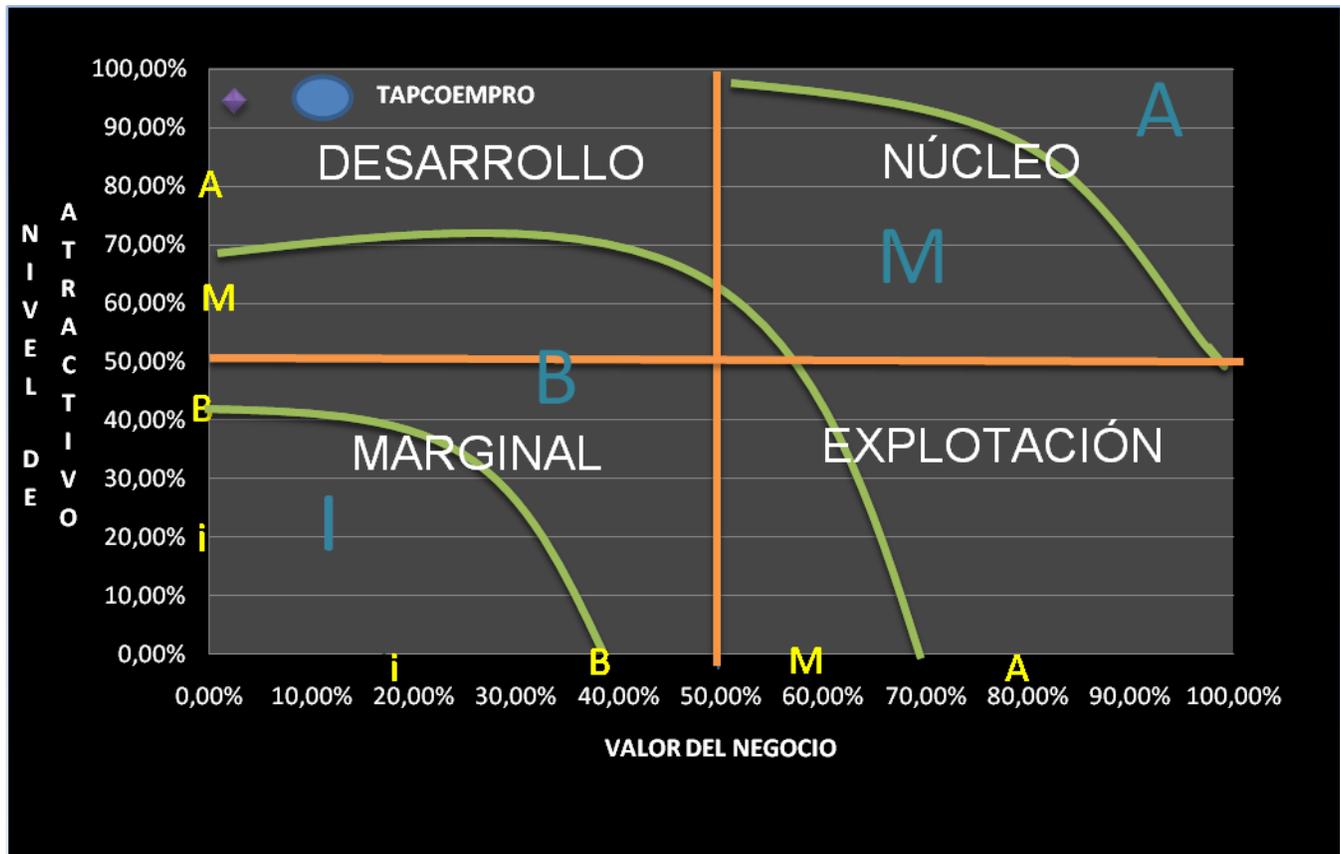
Para la columna PORCENTAJE DE ATRACTIVO se divide el puntaje total de cada proveedor sobre la Máxima puntuación total (ver tablas 108 y 109).

Ejemplo 15: En la tabla 95 el proveedor TAPCOEMPRO obtuvo una puntuación total de 360 puntos y este valor dividido en la máxima puntuación posible que es 368 puntos.

$$TAPCOEMPRO = \frac{360}{368} = 97.83\%$$

La columna motivación se obtiene después de obtener la grafica del modelo de percepción del proveedor, de la siguiente manera:

Ejemplo 16:



Gráfica 22. Ejemplo de modelo percepción proveedores **ROTATIVO**.

Se obtiene que para el proveedor TAPCOEMPRO esté en el cuadrante de **DESARROLLO** y el índice de motivación el **M**, es decir, **MEDIO** según el cuadro 1.

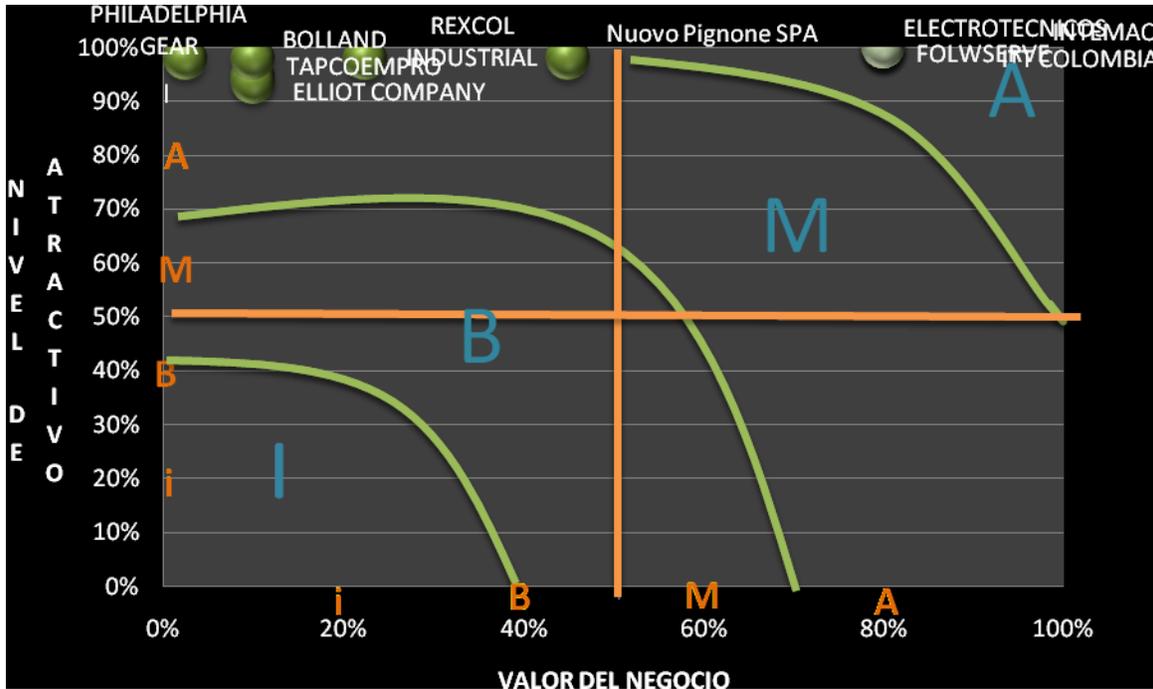
INDIATIVO DE MOTIVACIÓN	SIGLA
Alto	A
Medio	M
Bajo	B
Insuficiente	I

Cuadro 23. Sigla indicativo de motivación.

Para obtener la columna **CAPACIDAD** se repite el mismo procedimiento que para la columna **PORCENTAJE DE ATRACTIVO**, explicado anteriormente pero con las tablas 97 y 98.

Después de obtenidos todos los resultados de la tabla 99, se gráfica el modelo de percepción del proveedor.

8.6.2 Gráfica del modelo de percepción de los proveedores de Rotativo.



Grafica 23. Modelo de percepción de proveedores ROTATIVO.

En la gráfica 20, se puede observar que los proveedores PHILADELPHIA GEAR, BOLLAND, TAPCOEMPRO, ELLIOT COMPANY, REXCOL INDUSTRIAL Y NUOVO, están en el cuadrante de **DESARROLLO** y con una motivación **MEDIA**, es decir, son proveedores para los cuales ECOPETROL S.A resulta atractivo para ellos aunque el valor del negocio es relativamente bajo.

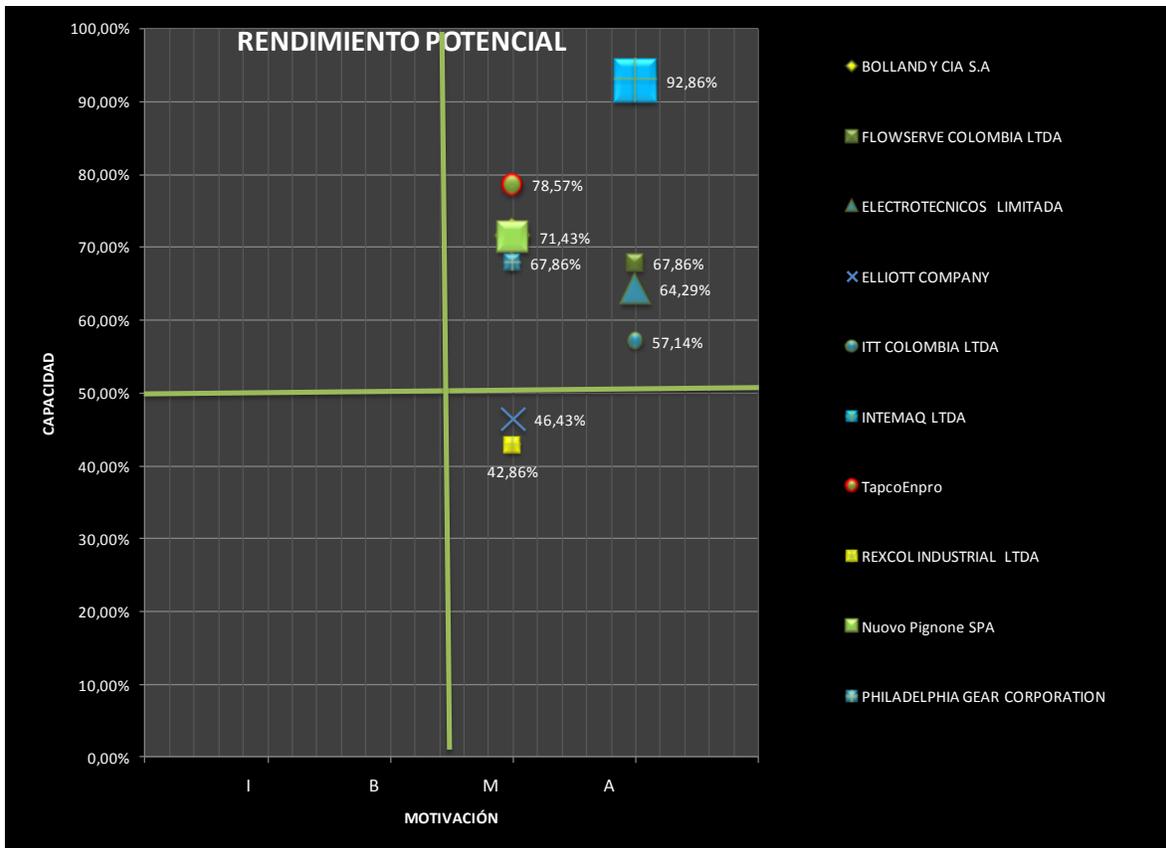
Estos proveedores están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con la empresa con el fin de incrementar con el tiempo sus ventas a ECOPETROL S.A, Además, son proveedores con los que podría ser adecuado hacer acuerdos de precios y negocios mutuos.

Los proveedores ELECTROTECNICOS, INTEMAQ, ITT COLOMBIA Y FLOWSERVE COLOMBIA, se encuentran en el cuadrante de **NÚCLEO** y con una motivación **ALTA**, por lo tanto, son proveedores que consideran a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios, de estos proveedores se puede esperar que inviertan un esfuerzo significativo en retener el

negocio con ECOPETROL S.A. y pueden ser proveedores con los que se piense en hacer una asociación.

De otra manera si estos proveedores dependen del negocio de ECOPETROL S.A, está tendrá un papel dominante en la relación, permitiéndole emplear cualquier estrategia que se desee, considerando ser siempre justa y fiable.

8.6.3 Gráfica del rendimiento potencial de los proveedores Rotativo.



Gráfica 24. Gráfica del rendimiento potencial proveedores ROTATIVO.

Según los resultados obtenidos en la gráfica 21 podemos evidenciar que: INTEMAQ, tiende a ser un proveedor IDEAL con una motivación alta y un buen porcentaje de capacidad.

El proveedor

Los demás proveedores son Ideales también, pero la estrategia es trabajar en motivarlos más para que puedan dar lo mejor para ECOPETROL S.A (ver anexo 5).

8.6.4 Conectar el modelo de posición del suministro con el modelo de percepción de proveedores de ROTATIVO.



Figura 64. Modelo de Posición del suministro.

La figura 56 fue obtenida del modelo de Abastecimiento adelantado por la sección de Compras Barrancabermeja. Según la figura 56 el grupo-clase de FERRETERÍA se encuentra en el cuadrante RUTINARIO.

POSIBLES RELACIONES CON EL PROVEEDOR: VÍNCULOS ENTRE CATEGORÍAS DE ARTICULOS Y LAS				
CATEGORÍAS DE ARTICULOS	MARGINA	EXPLOTACIÓN	DESARROLLO	NÚCLEO
RUTINARIO				
RELEVANTE				
CONFLICTIVO O CUELLO DE BOTELLA				
CRÍTICO				ELECTROTECNICOS, INTEMAQ, FLOWSERVE,ITT COLOMBIA

Cuadro 24. Posibles relaciones con proveedores ROTATIVO.

Según el anexo 5 para los proveedores que se encuentran en el cuadrante de NUCLEO es bueno hacer contratos a largo plazo, como por ejemplo Acuerdos de Precios.

9. CONCLUSIONES.

Según la información recopilada de las encuestas practicadas se concluye lo siguiente.

9.1 CUADRO DE RANGOS DE VALORACION.

Valoración	Rango
Excelente	96% a 100%
Bueno	81% y 95%
Aceptable	61% y 80%
Regular	51% y 60%
Malo	Menor de 50%

Cuadro 25. Cuadro de rangos de valoración.

9.2 TABLA DE CAPACIDAD DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ECOPETROL S.A.

Los principales criterios utilizados en el presente estudio fueron los siguientes:

CALIDAD, MEDIO AMBIENTE, SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD OCUPACIONAL, RUC, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EVALUACION DE DESEMPEÑO.

Aunque estos criterios suelen ser muy exigentes para la calificación de los proveedores fueron incluidos ya que se encontraban en la herramienta SICLAR y por lo tanto se consideraron aspectos importantes para el presente estudio.

MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR	ELECTRICO	ESTATICO	FERRETERIA	PRODUCCION	QUIMICOS	ROTATIVO	SEGURIDAD	MISCELANEOS	PROMEDIO	Valoración	
SISTEMAS DE GESTION											
	CALIDAD	48%	45%	67%	17%	50%	50%	70%	50%	50%	Malo
	MEDIO AMBIENTE	28%	10%	8%	0%	12%	20%	12%	13%	13%	Malo
	SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD OCUPACIONAL	24%	5%	17%	0%	12%	40%	12%	0%	14%	Malo
	RUC	20%	20%	8%	0%	6%	20%	18%	13%	13%	Malo
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	92%	95%	100%	100%	100%	100%	100%	88%	97%	Excelente	
EVALUACION DE DESEMPEÑO											
		90%-95%	90%-95%	90%-95%	90%-95%	95% -100%	85%-90%	95% -100%	90%-95%	90%-95%	bueno
Apreciación General										Malo	

Tabla 113. Capacidad principales proveedores de ECOPETROL S.A.

Según los resultados obtenidos la valoración general de la capacidad de los proveedores de ECOPETROL S.A es mala, pero con lo anteriormente dicho los criterios utilizados para este estudio son muy exigentes, por lo tanto muchos de los proveedores no tienen el RUC y no es un requisito indispensable para realizar un proceso de compra, igualmente para algunas categorías como misceláneos no es tan indispensable por ejemplo seguridad industrial y

salud ocupacional, pero igualmente son criterios que a largo plazo deberán tener todos los proveedores para lograr ser competitivos en el entorno.

9.3 TABLA DE GENERAL DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ECOPETROL S.A.

MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR		%	%	%	%	Valoración
ESTRATEGIA COMERCIAL		Seguro que si	probabl si	probable no	seguro que no	
	¿Es nuestro sector básico para usted?	88%	11%	1%	0%	Bueno
	¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	92%	7%	1%	0%	Bueno
	Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	96%	3%	1%	0%	Excelente
RELACIONES DE NEGOCIACION	¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	muy interesado	Interesado	poco interesado	sin interes	
		79%	21%	0%	0%	Excelente
	¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	93%	8%	0%	0%	Bueno
	¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	87%	13%	0%	0%	Bueno
	Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	93%	6%	3%	0%	Bueno
NIVEL DE ATRACTIVO		Alto	Medio	Bajo	Insuficiente	
	Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	91%	7%	3%	0%	Bueno
	Mantener negocios con ECOPETROL S.A	99%	0%	1%	0%	Excelente
	Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	97%	3%	1%	0%	Excelente
	ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	96%	3%	3%	0%	Excelente
IMPORTANCIA DE NEGOCIACION		Muy importante	imortante	indiferente	sin importancia	
	Calidad del proceso de compras	85%	16%	0%	0%	Bueno
	Facilidad del proceso de compras	86%	11%	1%	0%	Bueno
	Profesionalidad en la ejecucion del proceso	92%	8%	0%	0%	Bueno
	Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	86%	13%	1%	0%	Bueno
	Transparencia en el proceso	98%	2%	0%	0%	Excelente
	Exigencia de documentos	72%	20%	8%	0%	Aceptable
	puntualidad en el pago	87%	13%	1%	0%	Bueno
SATISFACCION		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
	Grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	49%	47%	2%	2%	Excelente
	En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	63%	35%	1%	2%	Excelente
	Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	99%	1%	0%	0%	Excelente
	Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	100%	0%	0%	0%	Excelente
Apreciación General						Bueno

Tabla 114. Nivel de atractivo principales proveedores de ECOPETROL S.A.

9.4 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE PRODUCCION.

MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR		%	%	%	%	Valoración
ESTRATEGIA COMERCIAL		Seguro que si	probabl si	probable no	seguro que no	
	¿Es nuestro sector básico para usted?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	100%	0%	0%	0%	Excelente
RELACIONES DE NEGOCIACION	¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	muy interesado	Interesado	poco interesado	sin interes	
		67%	33%	0%	0%	Aceptable
	¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	67%	33%	0%	0%	Aceptable
	Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	100%	0%	10%	0%	Excelente
NIVEL DE ATRACTIVO		Alto	Medio	Bajo	Insuficiente	
	Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	100%	0%	10%	0%	Excelente
	Mantener negocios con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	100%	0%	0%	0%	Excelente
	ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	100%	0%	10%	0%	Excelente
IMPORTANCIA DE NEGOCIACION		Muy importante	imortante	indiferente	sin importancia	
	Calidad del proceso de compras	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Facilidad del proceso de compras	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Profesionalidad en la ejecucion del proceso	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Transparencia en el proceso	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Exigencia de documentos	83%	17%	20%	0%	Bueno
	puntualidad en el pago	83%	17%	0%	0%	Bueno
SATISFACCION		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
	Grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	83%	17%	0%	0%	Bueno
	En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	83%	17%	0%	0%	Bueno
	Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	100%	0%	0%	0%	Excelente
Apreciación General						Excelente

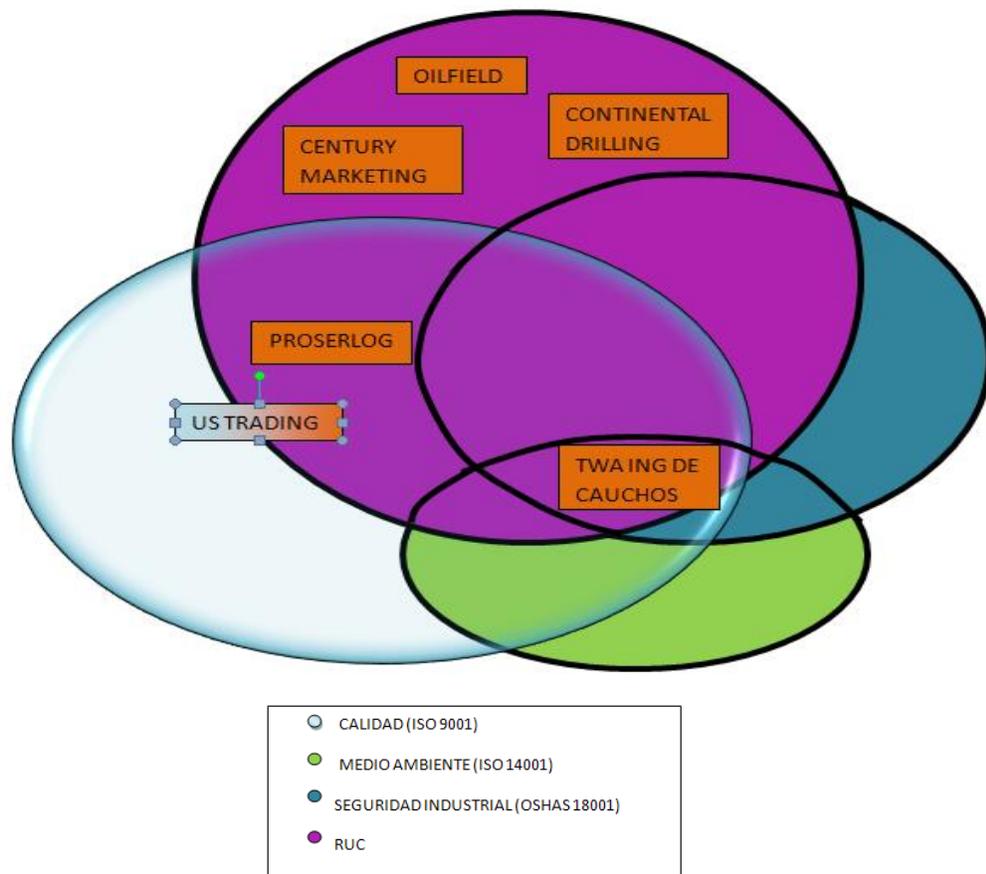
Tabla 115. Nivel de atractivo principales proveedores de Producción.

9.4.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEEDOR DE PRODUCCION.

CAPACIDAD	RANGO	PROVEEDOR
MUY BUENA	91% - 100%	
BUENA	81% - 90%	T W A INGENIERIA DE CAUCHOS LTDA
ACEPTABLE	61% - 80%	PROVEEDORA DE SERVICIOS LOGISTICOS(PROSERLOG)
		CENTURY MARKETING E.U.
		US TRADING & MFG.CORPORATION
POR MEJORAR	51% -60%	OILFIELD PRODUCTS INTERNATIONAL E.U
		CONTINENTAL DRILLING COMPANY E U
CRITICOS	0- 50%	

Cuadro 26. Capacidad Producción.

9.4.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE PRODUCCION.



Gráfica 25. Gráfica de capacidad proveedores de producción.

9.4.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE PRODUCCION.



Figura 65. Escalera de calcificación de los proveedores de producción.

9.5 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ROTATIVO.

MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR		%	%	%	%	Valoración
ESTRATEGIA COMERCIAL		Seguro que si	probabl si	probable no	seguro que no	
	¿Es nuestro sector básico para usted?	80%	20%	0%	0%	Aceptable
	¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	100%	0%	0%	0%	Excelente
RELACIONES DE NEGOCIACION	¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	muy interesado	Interesado	poco interesado	sin interes	
		100%	0%	0%	0%	Excelente
	¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	90%	10%	0%	0%	Bueno
	¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	90%	10%	0%	0%	Bueno
	Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	90%	0%	10%	0%	Bueno
NIVEL DE ATRACTIVO		Alto	Medio	Bajo	Insuficiente	
	Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	70%	20%	10%	0%	Aceptable
	Mantener negocios con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	100%	0%	0%	0%	Excelente
	ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	90%	0%	10%	0%	Bueno
IMPORTANCIA DE NEGOCIACION		Muy importante	imortante	indiferente	sin importancia	
	Calidad del proceso de compras	90%	10%	0%	0%	Bueno
	Facilidad del proceso de compras	90%	10%	0%	0%	Bueno
	Profesionalidad en la ejecucion del proceso	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	70%	30%	0%	0%	Excelente
	Transparencia en el proceso	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Exigencia de documentos	70%	10%	20%	0%	Aceptable
	puntualidad en el pago	90%	10%	0%	0%	Bueno
SATISFACCION		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
	Grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	50%	50%	0%	0%	Excelente
	En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	70%	30%	0%	0%	Excelente
	Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	100%	0%	0%	0%	Excelente
Apreciación General						Excelente

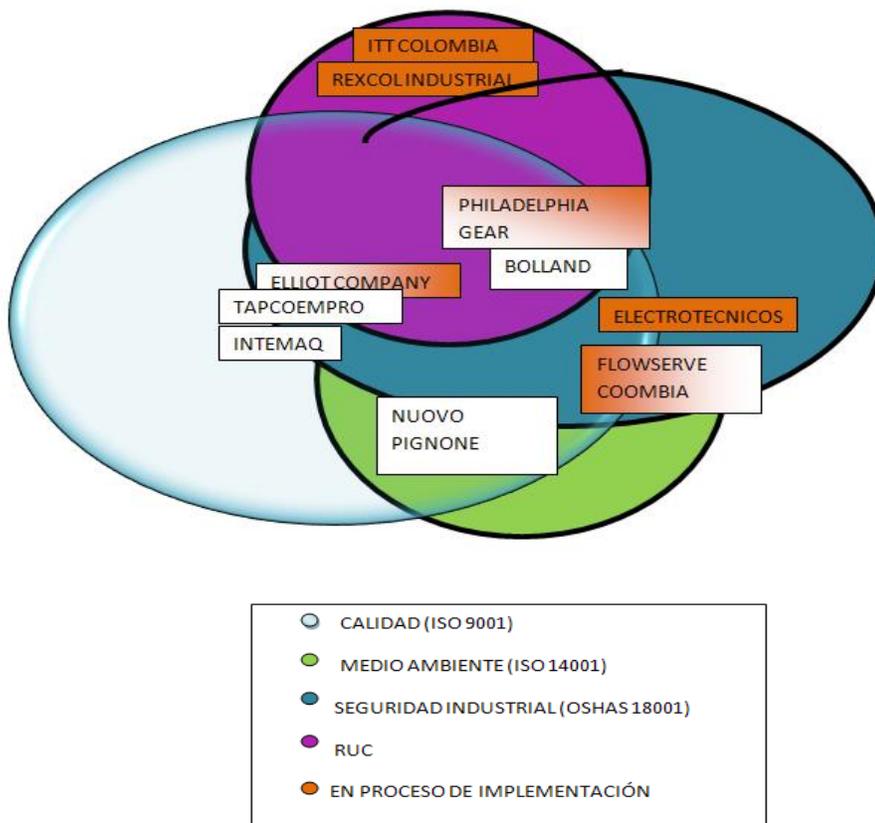
Tabla 116. Nivel de atractivo principales proveedores de Rotativo.

9.5.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEEDOR DE ROTATIVO.

CAPACIDAD	RANGO	PROVEEDOR
MUY BUENA	91% - 100%	INTEMAQ LTDA
BUENA	81% - 90%	
ACEPTABLE	61% - 80%	BOLLAND Y CIA S.A
		FLOWSERVE COLOMBIA LTDA
		ELECTROTECNICOS LIMITADA
		PHILADELPHIA GEAR CORPORATION
		TapcoEnpro
		Nuovo Pignone SPA
POR MEJORAR	51% - 60%	ITT COLOMBIA LTDA
CRITICOS	0- 50%	ELLIOTT COMPANY
		REXCOL INDUSTRIAL LTDA

Cuadro 27.Capacidad Rotativo.

9.5.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE ROTATIVO.



Gráfica 26. Gráfica de capacidad proveedores de Rotativo.

9.5.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE ROTATIVO.

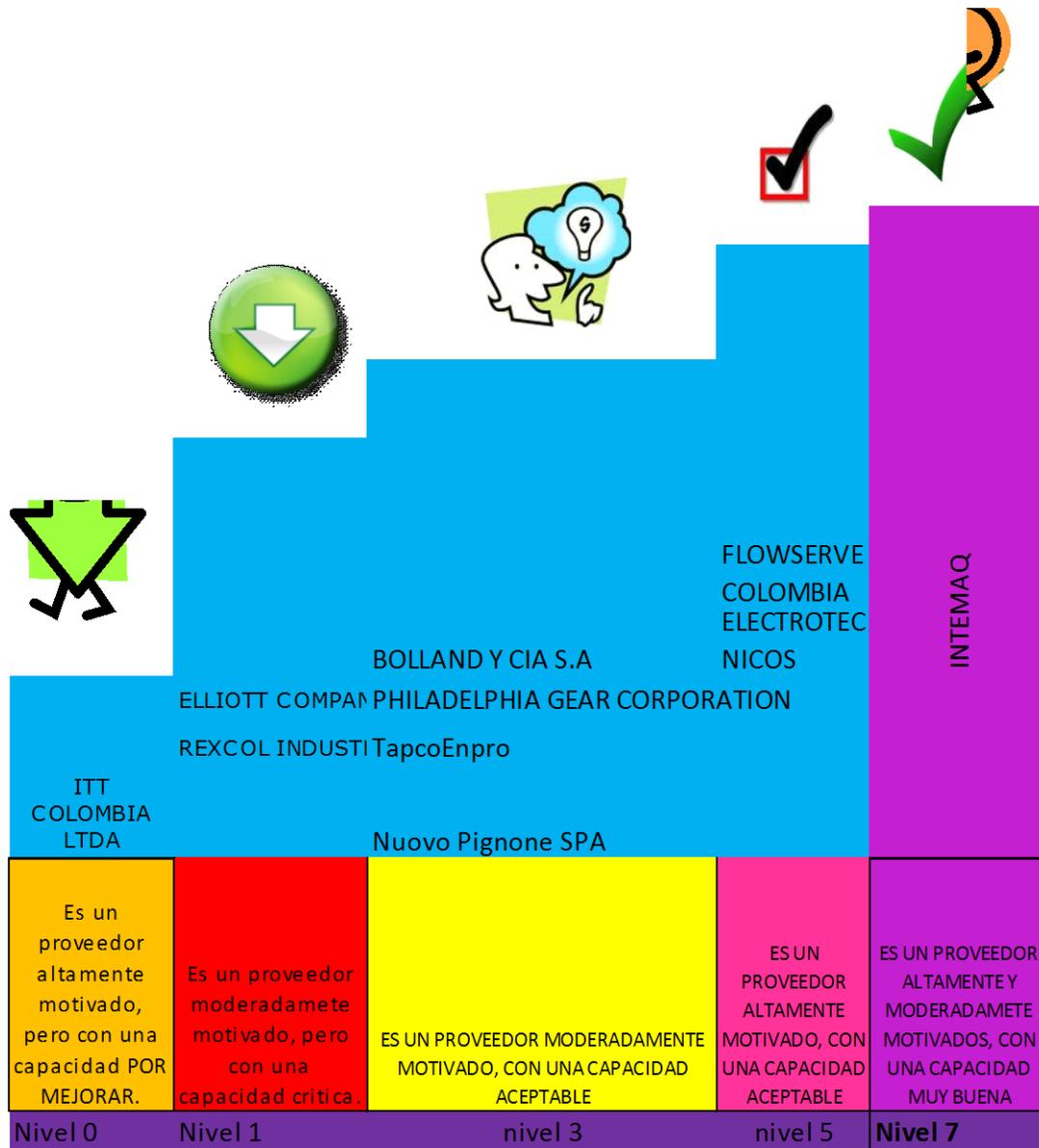


Figura 66. Escalera de calcificación de los proveedores de Rotativo.

9.6 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE FERRETERIA.

MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR		%	%	%	%	Valoración
ESTRATEGIA COMERCIAL		Seguro que si	probabl si	probable no	seguro que no	
	¿Es nuestro sector básico para usted?	92%	8%	0%	0%	Excelente
	¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	100%	0%	0%	0%	Excelente
RELACIONES DE NEGOCIACION	¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	muy interesado	Interesado	poco interesado	sin interes	
		75%	25%	0%	0%	Excelente
	¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	92%	8%	0%	0%	Bueno
	Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	100%	0%	0%	0%	Excelente
NIVEL DE ATRACTIVO		Alto	Medio	Bajo	Insuficiente	
	Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	92%	8%	0%	0%	Bueno
	Mantener negocios con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	100%	0%	0%	0%	Excelente
	ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	100%	0%	0%	0%	Excelente
IMPORTANCIA DE NEGOCIACION		Muy importante	imortante	indiferente	sin importancia	
	Calidad del proceso de compras	67%	37%	0%	0%	Excelente
	Facilidad del proceso de compras	75%	25%	0%	0%	Excelente
	Profesionalidad en la ejecucion del proceso	92%	8%	0%	0%	Bueno
	Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	83%	17%	0%	0%	Bueno
	Transparencia en el proceso	92%	8%	0%	0%	Bueno
	Exigencia de documentos	75%	25%	0%	0%	Bueno
	puntualidad en el pago	83%	17%	0%	0%	Bueno
SATISFACCION		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
	Grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	33%	67%	0%	0%	Excelente
	En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	58%	42%	0%	0%	Excelente
	Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	100%	0%	0%	0%	Excelente
Apreciación General						Excelente

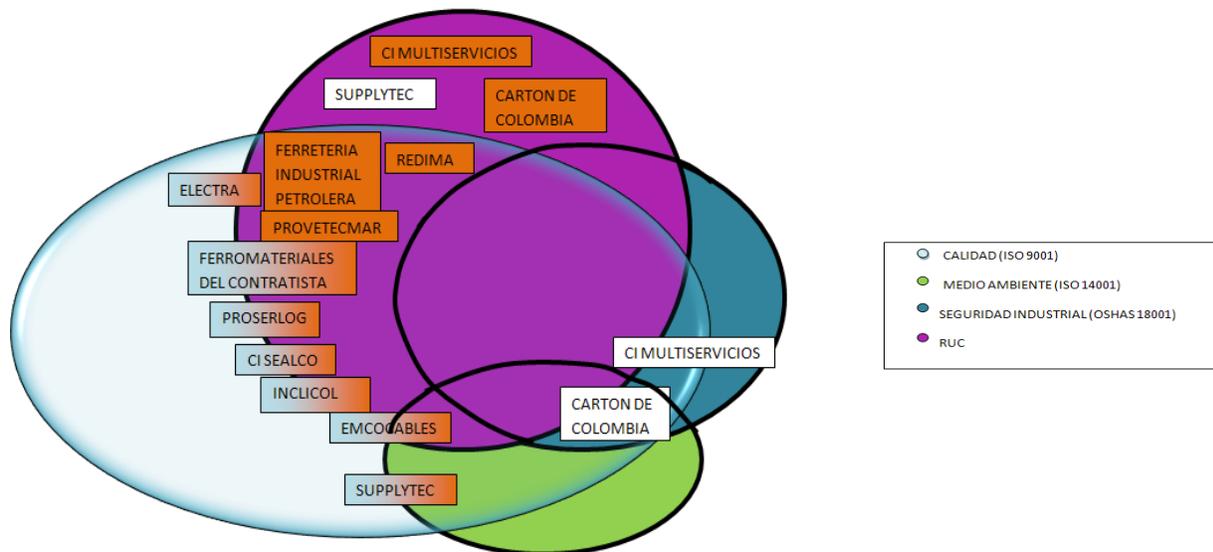
Tabla 117. Nivel de atractivo principales proveedores de Ferretería.

9.6.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEEDOR DE FERRETERIA.

CAPACIDAD	RANGO	PROVEEDOR
MUY BUENA	91% - 100%	CARTON DE COLOMBIA S A
BUENA	81% - 90%	EMPRESA COLOMBIANA DE CABLES S A EMCOABLES
		SUPPLYTEC S.A
		C . I . MULTISERVICIOS DE INGENIERI
ACEPTABLE	61% - 80%	C.I. SEALCO S.A.
		INCLICOL VALVULAS Y CONEXIONES S. E
		FERROMATERIALES DEL CONTRATISTA
		ELECTRA S A
		REDIMA LTDA
		FERRETERIA INDUSTRIAL PETROLERA
		PROVETECMAR S.A.
POR MEJORAR	51% -60%	FERRETERIA INDUSTRIAL S A
CRITICOS	0- 50%	

Cuadro 28.Capacidad Ferretería.

9.6.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE FERRETERIA.



Gráfica 27. Gráfica de capacidad proveedores de Ferretería.

9.6.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE FERRETERIA.

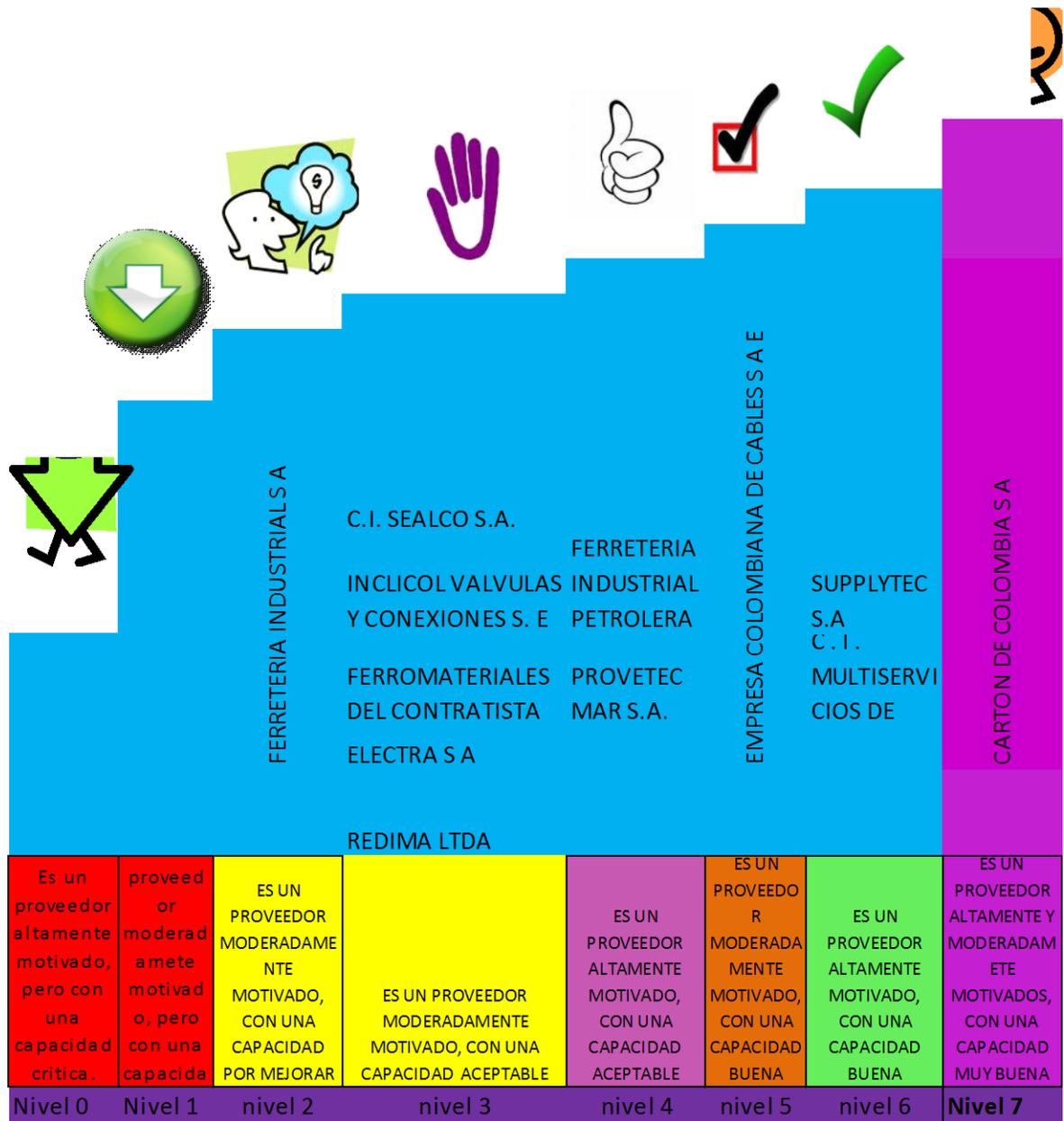


Figura 67. Escalera de calificación de los proveedores de Ferretería.

9.7 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE MISCELANEO.

MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR		%	%	%	%	Valoración
ESTRATEGIA COMERCIAL		Seguro que si	probabl si	probable no	seguro que no	
	¿Es nuestro sector básico para usted?	88%	12%	0%	0%	Bueno
	¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	100%	0%	0%	0%	Excelente
RELACIONES DE NEGOCIACION	¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	muy interesado	Interesado	poco interesado	sin interes	
		100%	0%	0%	0%	Excelente
	¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	100%	0%	0%	0%	Excelente
NIVEL DE ATRACTIVO		Alto	Medio	Bajo	Insuficiente	
	Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Mantener negocios con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	100%	0%	0%	0%	Excelente
	ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	100%	0%	0%	0%	Excelente
IMPORTANCIA DE NEGOCIACION		Muy importante	imortante	indiferente	sin importancia	
	Calidad del proceso de compras	88%	12%	0%	0%	Bueno
	Facilidad del proceso de compras	88%	12%	0%	0%	Bueno
	Profesionalidad en la ejecucion del proceso	88%	12%	0%	0%	Bueno
	Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	75%	25%	0%	0%	Bueno
	Transparencia en el proceso	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Exigencia de documentos	63%	25%	12%	0%	Regular
	puntualidad en el pago	88%	12%	0%	0%	Bueno
SATISFACCION		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
	Grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	50%	50%	0%	0%	Excelente
	En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	75%	25%	0%	0%	Excelente
	Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	100%	0%	0%	0%	Excelente
Apreciación General						Excelente

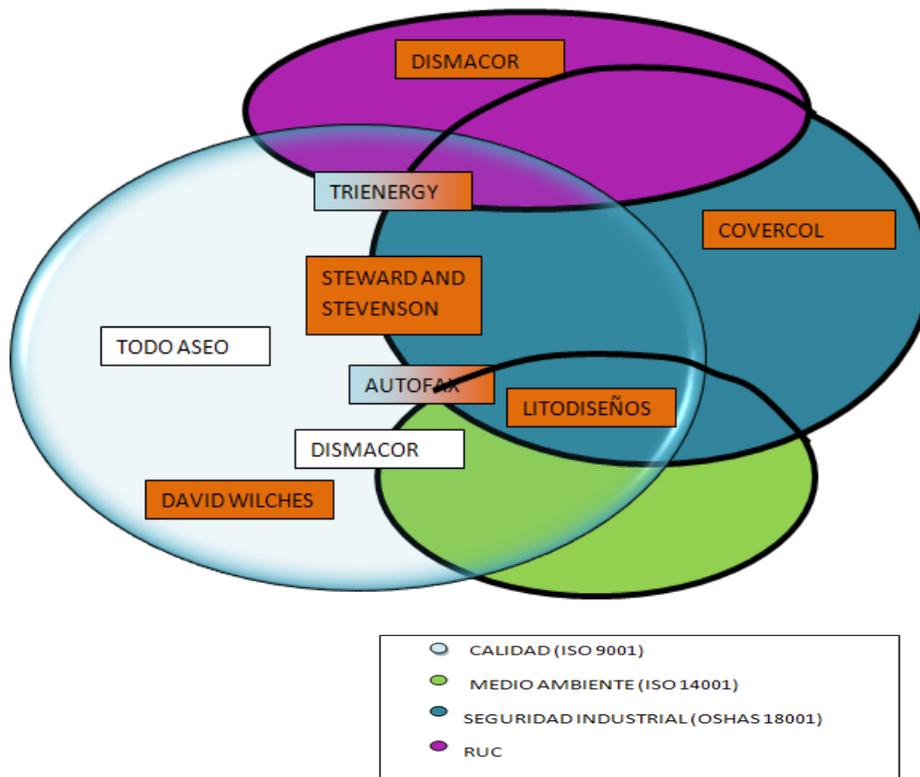
Tabla 118. Nivel de atractivo principales proveedores de Misceláneo.

9.7.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEEDOR DE MISCELANEO.

CAPACIDAD	RANGO	PROVEEDOR
MUY BUENA	91% - 100%	
BUENA	81% - 90%	LITODISEÑOS
		Stewart & Stevenson de las Americas Colombia
		AUTOFAX S.A.
		DISMACOR S.A.
ACEPTABLE	61% - 80%	TRIENERGY S.A.
		DAVID WILCHES LTDA.
		TODO ASEO LIMITADA
POR MEJORAR	51% - 60%	RUEDA ORDUZ LIBARDO(COVERCOL)
CRITICOS	0- 50%	

Cuadro 29.Capacidad Misceláneo.

9.7.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE MISCELANEO.



Gráfica 28. Gráfica de capacidad proveedores de Misceláneo.

9.7.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE MISCELANEO.

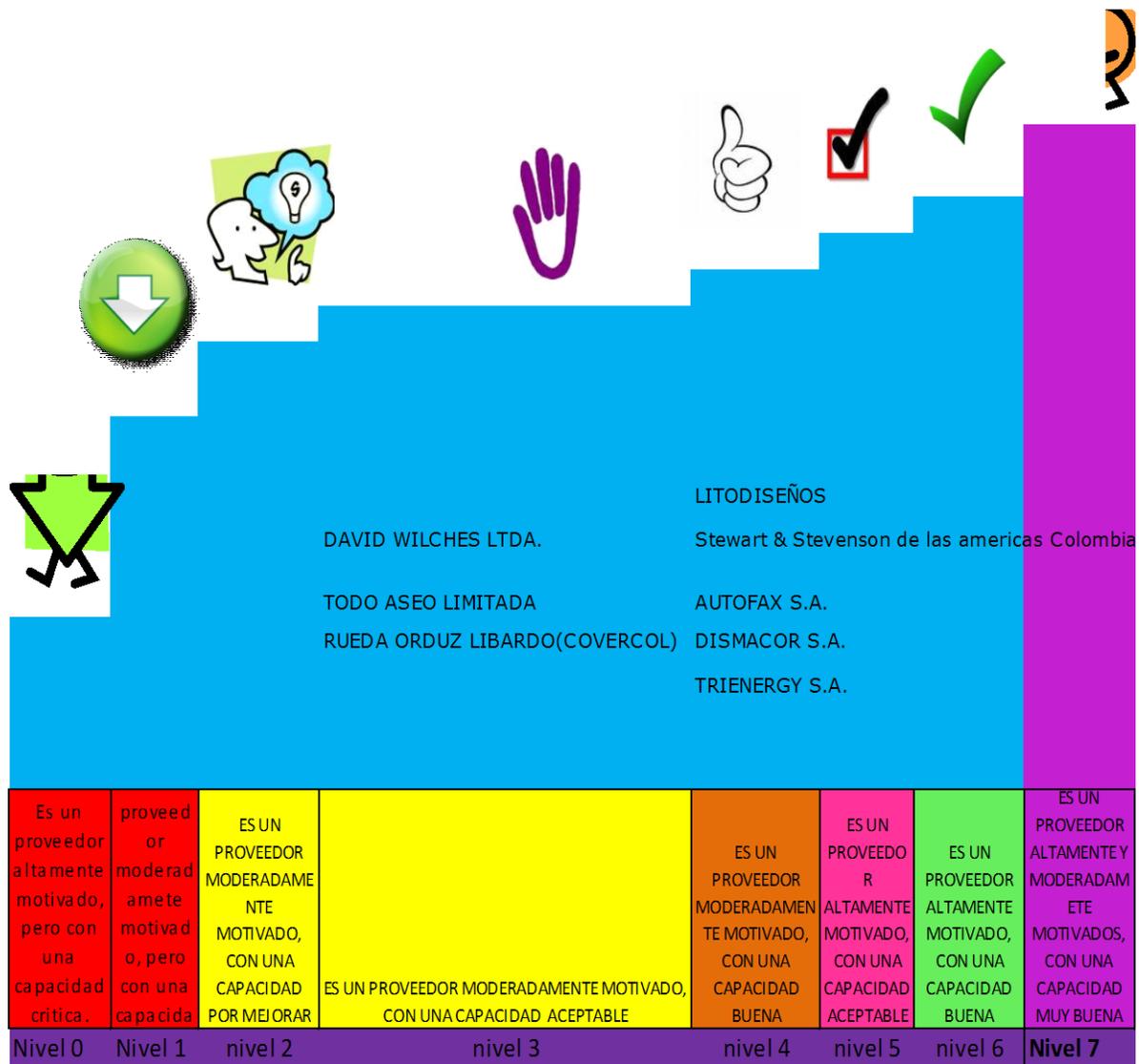


Figura 68. Escalera de calcificación de los proveedores de Misceláneo.

9.8 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ESTATICO.

MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR		%	%	%	%	Valoración
ESTRATEGIA COMERCIAL		Seguro que si	probabl si	probable no	seguro que no	
	¿Es nuestro sector básico para usted?	80%	20%	0%	0%	Bueno
	¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	85%	15%	0%	0%	Bueno
	Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	95%	5%	4%	0%	Bueno
RELACIONES DE NEGOCIACION	¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	muy interesado	Interesado	poco interesado	sin interes	
		75%	25%	0%	0%	Bueno
	¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	72%	28%	0%	0%	Bueno
	¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	85%	15%	0%	0%	Bueno
	Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	90%	10%	0%	0%	Bueno
NIVEL DE ATRACTIVO		Alto	Medio	Bajo	Insuficiente	
	Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	90%	10%	0%	0%	Bueno
	Mantener negocios con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	95%	15%	0%	0%	Bueno
	ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	95%	15%	0%	0%	Bueno
IMPORTANCIA DE NEGOCIACION		Muy importante	imortante	indiferente	sin importancia	
	Calidad del proceso de compras	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Facilidad del proceso de compras	90%	10%	0%	0%	Bueno
	Profesionalidad en la ejecucion del proceso	95%	5%	0%	0%	Bueno
	Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	95%	5%	0%	0%	Bueno
	Transparencia en el proceso	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Exigencia de documentos	75%	20%	5%	0%	Aceptable
	puntualidad en el pago	80%	15%	5%	0%	Aceptable
SATISFACCION		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
	Grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	40%	55%	5%	0%	Bueno
	En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	75%	25%	0%	0%	Excelente
	Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	100%	0%	0%	0%	Excelente
Apreciación General						Bueno

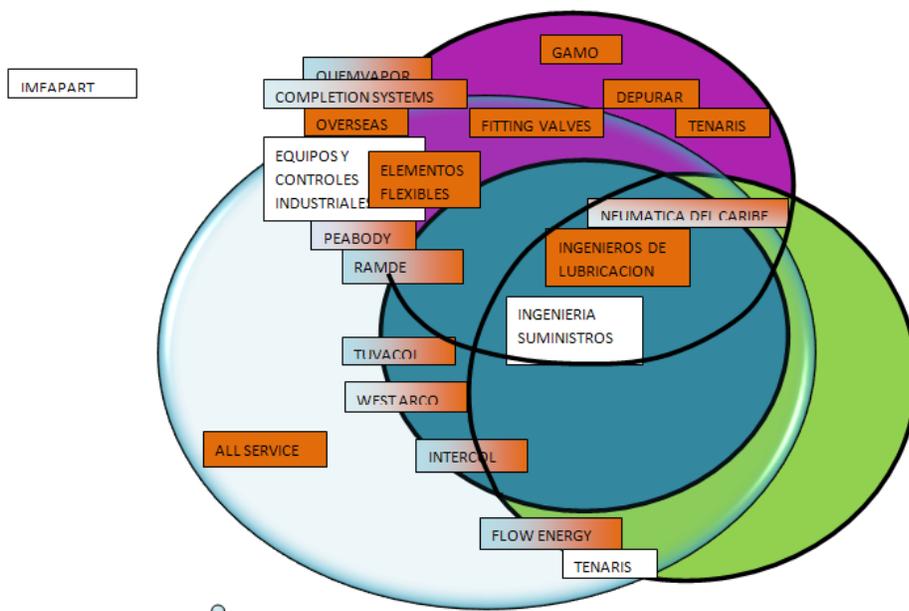
Tabla 119. Nivel de atractivo principales proveedores de Estático.

9.8.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEEDOR DE ESTATICO.

CAPACIDAD	RANGO	PROVEEDOR
MUY BUENA	91% - 100%	INGENIERIA SUMINISTROS Y REPRESENTA
		NEUMATICA DEL CARIBE S.A
BUENA	81% - 90%	INTERCOL LTDA.
		INGENIEROS DE LUBRICACION LTDA
		RAMDE INTERNATIONAL
ACEPTABLE	61% - 80%	IMFAPART LTDA
		TUVACOL S.A
		EQUIPOS Y CONTROLES INDUSTRIALES S.
		SOLDADURAS WEST ARCO LTDA
		FLOW ENERGY SUPPLY LTDA
		INGENIERIA DE ELEMENTOS FLEXIBLES L
		GAMO LIMITADA
		OVERSEAS USA CORP
		QUEMVAPOR
		COMPLETION SYSTEMS
POR MEJORAR	51% - 60%	ALL SERVICE LTDA
		FITTING VALVES
		TENARIS GLOBAL SERVICES S.A.
		HAMWORTHY PEABODY COMBUSTION
CRITICOS	0- 50%	DEPURAR LTDA.

Cuadro 30.Capacidad Estático.

9.8.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE ESTATICO.



Gráfica 29. Gráfica de capacidad proveedores de Estático.

9.8.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE ESTATICO.

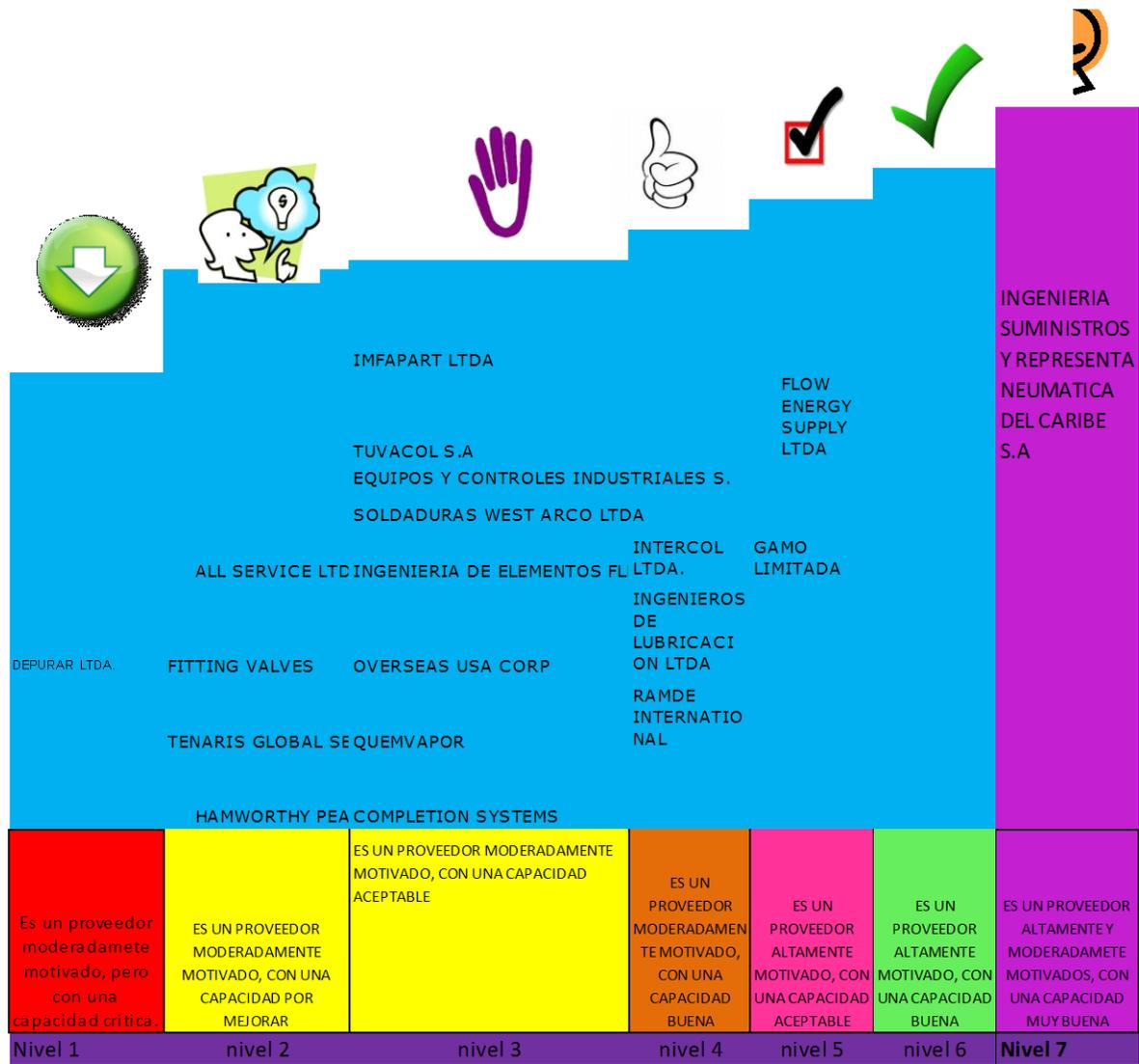


Figura 69. Escalera de calificación de los proveedores de Estático.

9.9 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE SEGURIDAD.

MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR		%	%	%	%	Valoración
ESTRATEGIA COMERCIAL		Seguro que si	probabl si	probable no	seguro que no	
	¿Es nuestro sector básico para usted?	94%	6%	0%	0%	Bueno
	¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	88%	6%	6%	0%	Bueno
	Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	94%	6%	0%	0%	Bueno
RELACIONES DE NEGOCIACION	¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	muy interesado	Interesado	poco interesado	sin interes	
		76%	24%	0%	0%	Bueno
	¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	94%	6%	0%	0%	Bueno
	¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	94%	6%	0%	0%	Bueno
	Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	94%	6%	0%	0%	Bueno
NIVEL DE ATRACTIVO		Alto	Medio	Bajo	Insuficiente	
	Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	96%	4%	0%	0%	Excelente
	Mantener negocios con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	96%	4%	0%	0%	Excelente
	ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	96%	4%	0%	0%	Excelente
IMPORTANCIA DE NEGOCIACION		Muy importante	imortante	indiferente	sin importancia	
	Calidad del proceso de compras	80%	20%	0%	0%	Bueno
	Facilidad del proceso de compras	72%	12%	0%	0%	Bueno
	Profesionalidad en la ejecucion del proceso	76%	24%	0%	0%	Bueno
	Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	80%	20%	0%	0%	Bueno
	Transparencia en el proceso	92%	8%	0%	0%	Bueno
	Exigencia de documentos	64%	32%	0%	4%	Bueno
puntualidad en el pago	92%	8%	0%	0%	Bueno	
SATISFACCION		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
	Grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	40%	56%	4%	0%	Bueno
	En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	52%	48%	0%	6%	Excelente
	Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	96%	4%	0%	0%	Excelente
	Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	100%	0%	0%	0%	Excelente
Apreciación General						Bueno

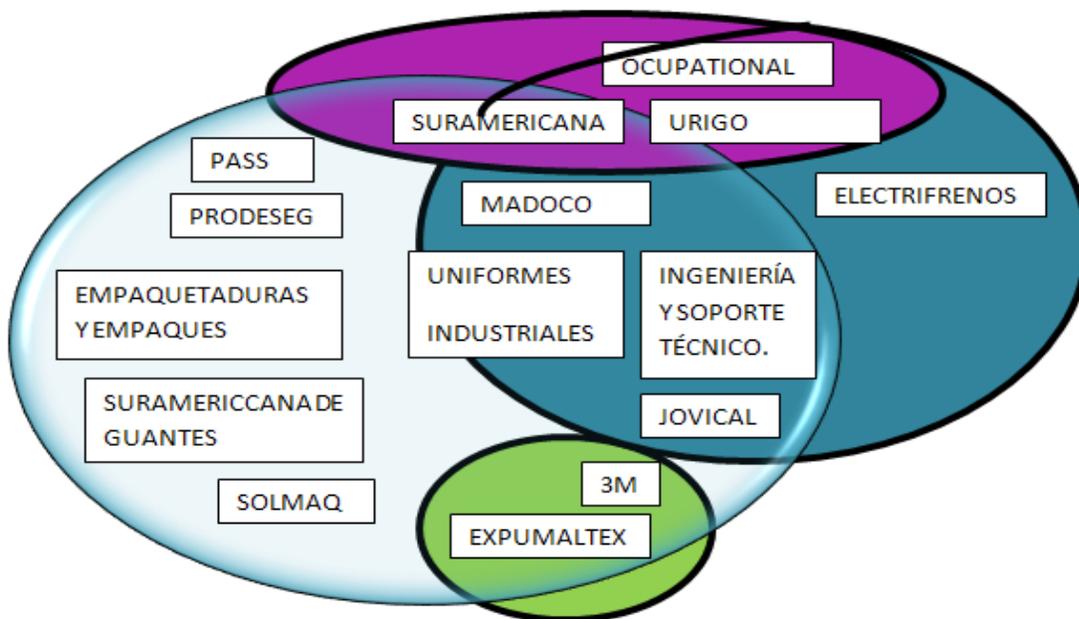
Tabla 120. Nivel de atractivo principales proveedores de seguridad.

9.9.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEEDOR DE SEGURIDAD.

CAPACIDAD	RANGO	PROVEEDOR
MUY BUENA	91% - 100%	
BUENA	81% - 90%	PASS LTDA.
		INGENIERIA Y SOPORTE TECNICO EN SEGURDAD LTDA
		Empaquetaduras y Empaques S.A.
		MADOCO
		3M Colombia S.A.
ACEPTABLE	61% - 80%	ESPUMLATEX S.A.
		PROVEER SURAMERICANA LTDA
		PRODUCTOS DE SEGURIDAD S.A.
		SOLMAQ S.A.
		INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S. A.
		OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH LTDA
		PIRAQUIVE LOPEZ SANDRA PATRICIA
		ELECTRIFRENOS
		SURAMEIRCANA DE GUANTES LTDA
		URIGO LIMITADA
C.I. UNIFORMES INDUSTRIALES ROPA Y		
POR MEJORAR	51% -60%	ASOPIPATON
CRITICOS	0- 50%	

Cuadro 31.Capacidad Seguridad.

9.9.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE SEGURIDAD.



Gráfica 30. Gráfica de capacidad proveedores de Seguridad.

9.9.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE SEGURIDAD.



Figura 70. Escalera de calcificación de los proveedores de Seguridad.

9.10 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE QUIMICOS.

MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR		%	%	%	%	Valoración
ESTRATEGIA COMER		Seguro que si	probabl si	probable no	seguro que no	
	¿Es nuestro sector básico para usted?	78%	11%	6%	6%	Aceptable
	¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	78%	22%	0%	0%	Bueno
	Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	94%	6%	0%	0%	Bueno
RELACIONES DE NEGOCIACION	¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	muy interesado	interesado	poco interesado	sin interes	
		67%	33%	0%	0%	Bueno
	¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	89%	11%	0%	0%	Bueno
	¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	83%	17%	0%	0%	Bueno
	Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	78%	22%	0%	0%	Bueno
NIVEL DE ATRACTIVO		Alto	Medio	Bajo	Insuficiente	
	Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	89%	6%	6%	0%	Bueno
	Mantener negocios con ECOPETROL S.A	94%	0%	6%	0%	Bueno
	Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	89%	6%	6%	0%	Bueno
	ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	89%	6%	6%	0%	Bueno
IMPORTANCIA DE NEGOCIACION		Muy importante	imortante	indiferente	sin importancia	
	Calidad del proceso de compras	72%	28%	0%	0%	Bueno
	Facilidad del proceso de compras	89%	6%	6%	0%	Bueno
	Profesionalidad en la ejecución del proceso	94%	6%	0%	0%	Bueno
	Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	89%	6%	6%	0%	Bueno
	Transparencia en el proceso	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Exigencia de documentos	78%	11%	11%	0%	Aceptable
puntualidad en el pago	89%	11%	0%	0%	Bueno	
SATISFACCION		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
	Grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	50%	33%	6%	11%	Bueno
	En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	50%	39%	6%	6%	Bueno
	Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	100%	0%	0%	0%	Excelente
Apreciación General						Bueno

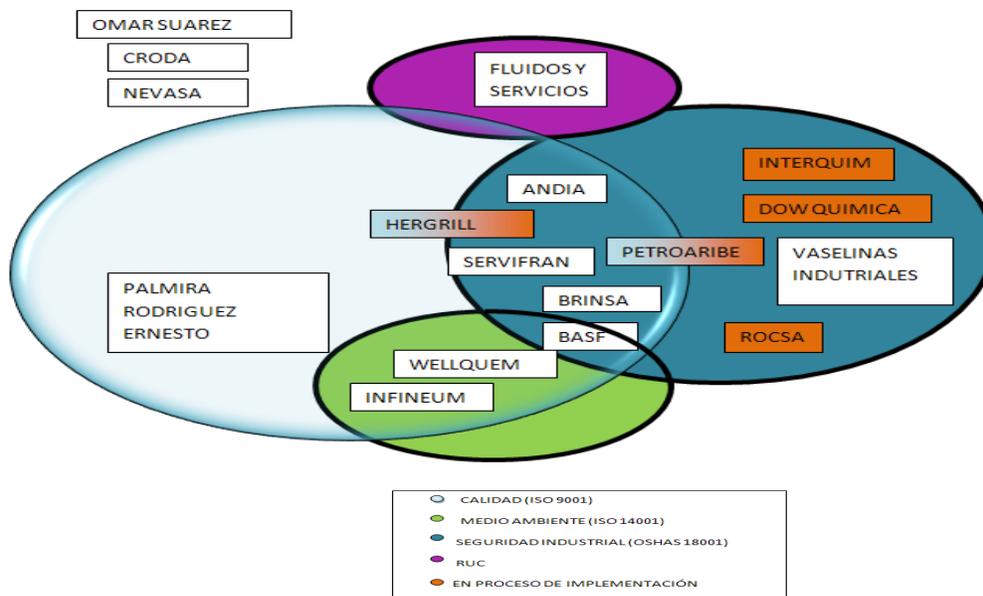
Tabla 121. Nivel de atractivo principales proveedores de Químicos.

9.10.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEEDOR DE QUIMICOS.

CAPACIDAD	RANGO	PROVEEDOR
MUY BUENA	91% - 100%	
BUENA	81% - 90%	PETROCARIBE INGENIERIA LTDA.
		ANDIA LTDA
		BRINSA S.A
		SERVIFRAN LTDA
		BASF - QUIMICA COLOMBIANA S.A.
		WELLQUEM
ACEPTABLE	61% - 80%	HERGRILL Y CIA LTDA
		INFINEUM COLOMBIA SUCURSAL COLOMBIA
		SUAREZ GALAN OMAR LUIS
		FLUIDOS Y SERVICIOS LTDA
		VASELINAS INDUTRIALES DE COLOMBIA. VASELIN S.A
		CRODA
		DOW QUIMICA DE COLOMBIA S.A
		ROCSA COLOMBIA S.A.
		Interquim S.A.
PALMERA RODRIGUEZ ERNESTO		
POR MEJORAR	51% - 60%	NEVASA COLOMBIANA LTDA
CRITICOS	0- 50%	

Cuadro 32.Capacidad Químicos.

9.10.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE QUIMICOS.



Gráfica 31. Gráfica de capacidad proveedores de Químicos.

9.11 TABLA DE DEL NIVEL DE ATRACTIVO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ELECTRICO.

MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR		%	%	%	%	Valoración
ESTRATEGIA COMERCIAL		Seguro que si	probabl si	probable no	seguro que no	
	¿Es nuestro sector básico para usted?	92%	8%	0%	0%	Bueno
	¿ECOPETROL S.A esta posicionada en un mercado que usted está tratando de penetrar?	88%	12%	0%	0%	Bueno
	Es ECOPETROL S.A el tipo de cliente con el que prefiere hacer negocios?	92%	4%	4%	0%	Bueno
RELACIONES DE NEGOCIACION	¿Está usted interesado en brindar algún tipo de cooperación a ECOPETROL S.A?	muy interesado	Interesado	poco interesado	sin interes	
		72%	28%	0%	0%	Bueno
	¿Está usted interesado en mantener los negocios con ECOPETROL S.A?	100%	6%	0%	0%	Bueno
	¿Está usted interesado en invertir tiempo y esfuerzo en desarrollar una relación a largo plazo con ECOPETROL S.A?	88%	12%	0%	0%	Bueno
	Esta usted interesado en considerar a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios?, y si ya lo considera parte de él ¿estaría interesado en seguirlo considerando así?	92%	8%	0%	0%	Bueno
NIVEL DE ATRACTIVO		Alto	Medio	Bajo	Insuficiente	
	Brindar cooperación a ECOPETROL S.A	88%	12%	0%	0%	Bueno
	Mantener negocios con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Relación a largo plazo con ECOPETROL S.A	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Hacer a ECOPETROL S.A parte de su núcleo de negocios.	100%	0%	0%	0%	Excelente
	ECOPETROL S.A genera para usted un nivel de atractivo:	100%	0%	0%	0%	Excelente
IMPORTANCIA DE NEGOCIACION		Muy importante	imortante	indiferente	sin importancia	
	Calidad del proceso de compras	82%	18%	0%	0%	Bueno
	Facilidad del proceso de compras	88%	12%	0%	0%	Bueno
	Profesionalidad en la ejecucion del proceso	88%	12%	0%	0%	Bueno
	Igualdad de condiciones entre las empresas participantes	94%	6%	0%	0%	Bueno
	Transparencia en el proceso	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Exigencia de documentos	76%	24%	0%	0%	Bueno
	puntualidad en el pago	88%	12%	0%	0%	Bueno
SATISFACCION		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
	Grado de satisfacción general con ECOPETROL S.A.	47%	47%	0%	6%	Bueno
	En comparación con otras alternativas, ¿está satisfecho de negociar con ECOPETROL S.A ?	41%	53%	0%	6%	Bueno
	Recomendaría usted realizar negocios con ECOPETROL S.A a otras empresas?	100%	0%	0%	0%	Excelente
	Negociaría usted con ECOPETROL S.A de nuevo?	100%	0%	0%	0%	Excelente
Apreciación General						Bueno

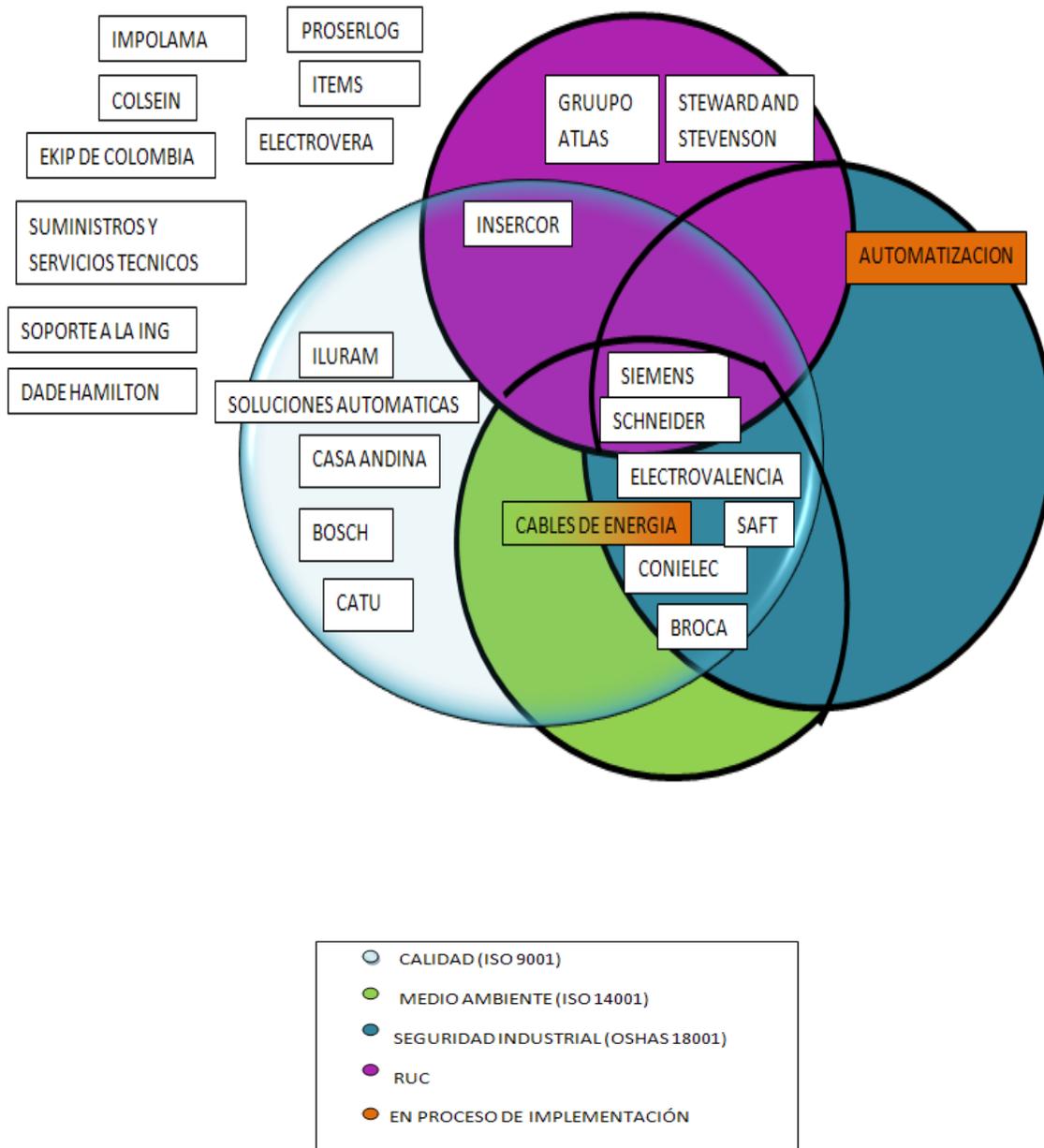
Tabla 122. Nivel de atractivo principales proveedores de Eléctrico.

9.11.1 CUADRO DE CAPACIDAD POR PROVEEDOR DE ELECTRICO.

CAPACIDAD	RANGO	PROVEEDOR
MUY BUENA	91% - 100%	INGENIERIA Y SUMINISTROS BROCA LIMITADA
		Saft Baterias, S.L.
		SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.
		SIEMENS S.A.
BUENA	81% - 90%	ELECTROVALENCIA E.U.
		conielec ltda
ACEPTABLE	61% - 80%	Sewart & Stevenson de Las americas
		CABLES DE ENERGIA Y DE TELECOMUNICAICONES S.A.
		INSERCOR LTDA
		ITEMS TECNOLOGIA LTDA
		SOLUCIONES AUTOMATICAS LTDA
		ILURAM SA
		BOSCH SECURITY SYSTEMS INC
INGENIERIA Y REPRESENTACIONES (CATU)		
POR MEJORAR	51% -60%	GRUPO ATLAS S.A.
		EKIP DE COLOMBIA
CRITICOS	0- 50%	IMPORTACIONES INDUSTRIALES LAMA S.A.
		PROSERLOG LTDA
		ELECTROVERA S.A.
		COLSEIN LTDA
		AUTOMATIZACION LTDA
		CASA ANDINA
		SOPORTE A LA INGENIERIA LTDA
		DADE HAMILTON INC
SUMINISTROS Y SERVICIOS TECNICOS LTDA		

Cuadro 33.Capacidad Eléctrico.

9.11.2 GRAFICA DE CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES DE ELECTRICO.



Gráfica 32. Gráfica de capacidad proveedores de Eléctrico.

9.11.3 ESCALERA DE CALSIFICACION DE LOS PROVEEDORES DE ELECTRICO.

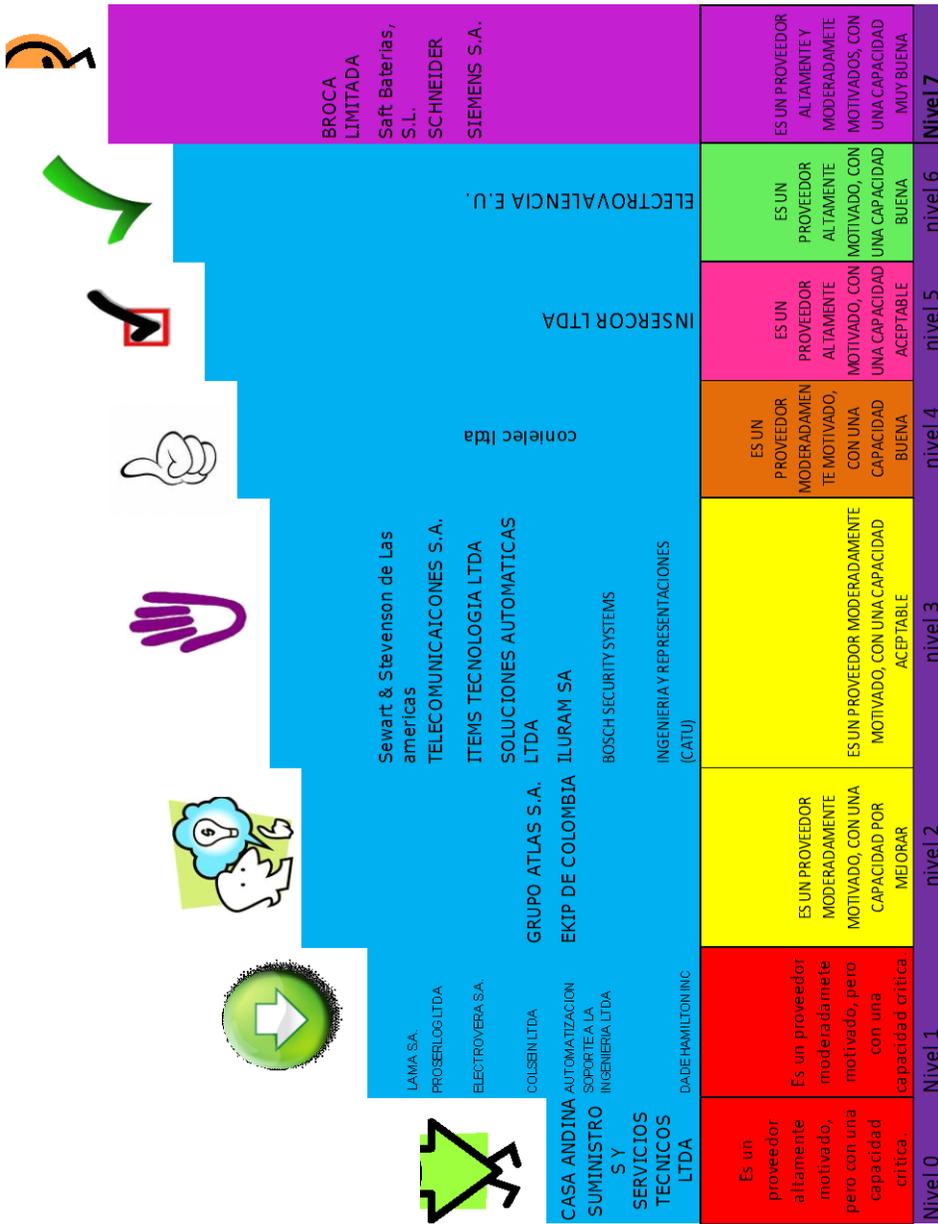


Figura 72. Escalera de calificación de los proveedores de Eléctrico.

9.12 CUADRO GENERAL DE RESULTADOS POR CATEGORIA DEL NIVEL DE ATRACTIVO.

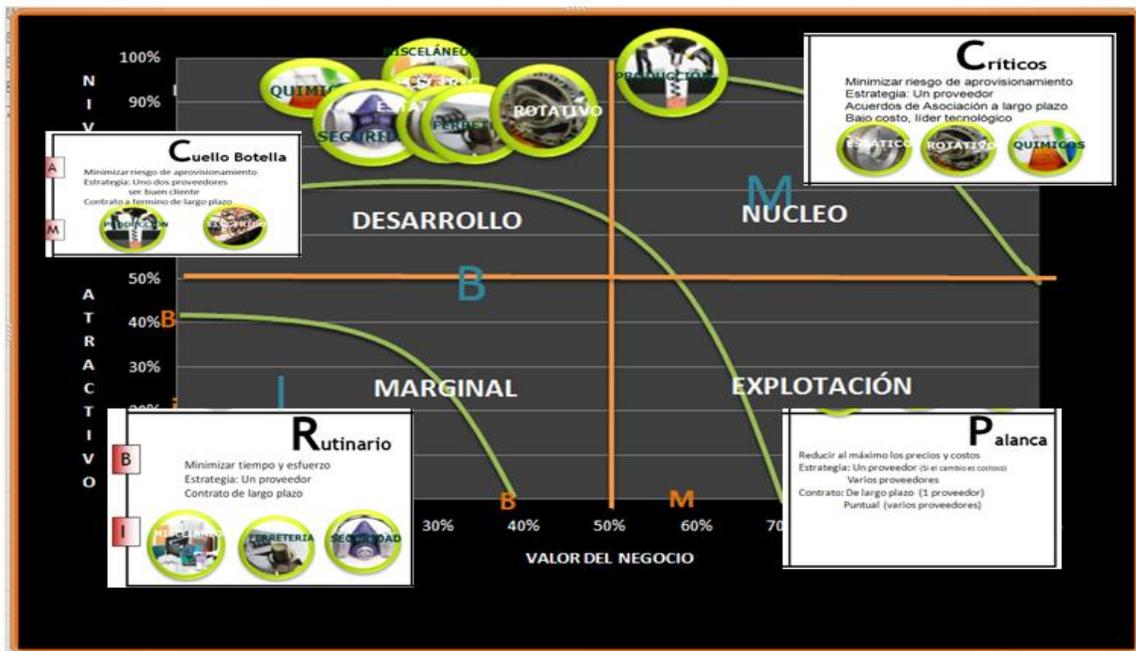
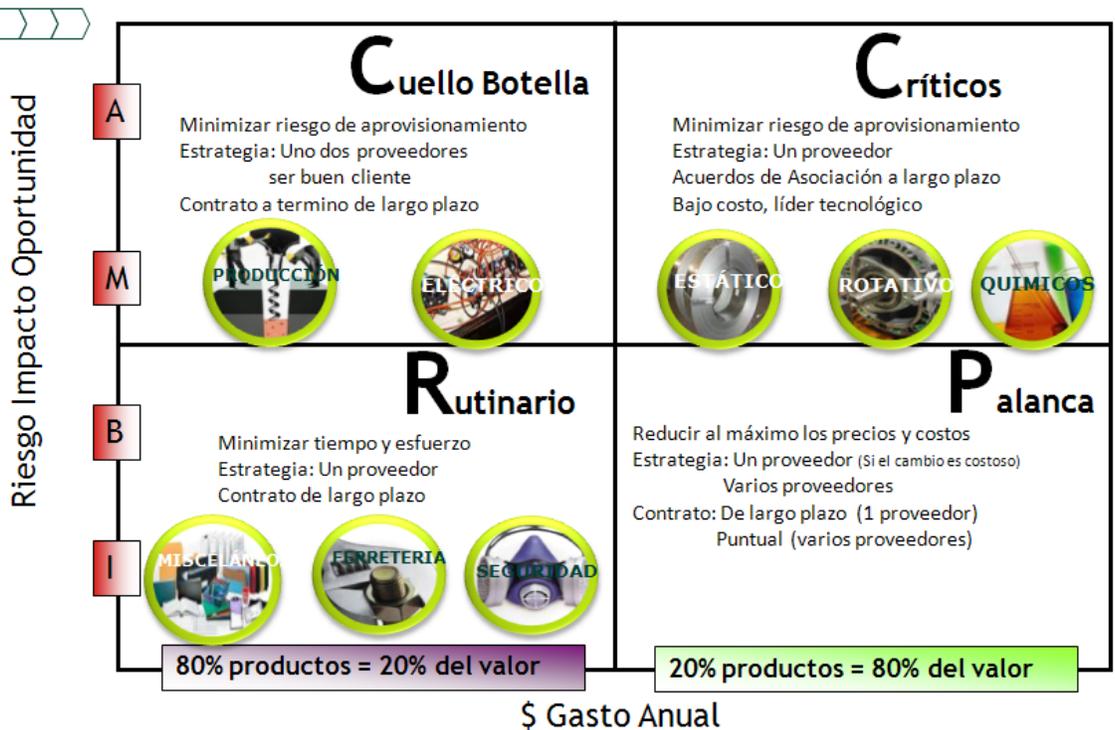
CATEGORIA	VALORACION
Producción	Excelente
Rotativo	Excelente
Ferretería	Excelente
Misceláneo	Excelente
Estático	Bueno
Seguridad	Bueno
Químicos	Bueno
Eléctrico	Bueno

Cuadro 34.Resultados nivel de atractivo..

Según los resultados obtenidos por cada categoría del nivel de atractivo de los proveedores de ECOPETROL S.A, las categorías PRODUCCION, ROTATIVO, FERRETERIA Y MISCELANEO, tienen una valoración de EXCELENTE lo cual suponemos que algunos proveedores de estas categorías ven a ECOPETROL S.A como una muy buena empresa, una empresa con grandes metas, muy bien proyectada y una empresa con la cual cualquier proveedor se sentiría orgulloso de poder hacer negocios con ella.

Las categorías de ESTATICO, SEGRIDAD, QUIMICOS Y ELECTRICO tienen una valoración BUENA con respecto a ECOPETROL S.A, lo cual conlleva a pensar que también es un proveedor que se siente orgulloso de hacer negocios con ella y ve a ECOPETROL S.A como una gran empresa, pero por algunas razones no identificadas que se supone podrían ser algunos inconvenientes en los procesos de compra, con algunas entregas del material, algunos inconvenientes con el recibo del material en bodega, inconvenientes en la entrada a ECOPETROL S.A , inconvenientes con el transporte de la mercancía que afectan de laguna u otra manera la evaluación de desempeño, hacen que la apreciación del atractivo hacia ECOPETROL S.A no logre ser del 100% que se espera sea la meta lograda.

10. CONECTANDO EL MODELO DE PERCEPCION DEL PROVEEDOR CON EL MODELO DE POSICION DEL SUMINISTRO.



Gráfica 33. Gráfica del modelo de percepción del proveedor conectado con el modelo de posición del suministro.

- ✓ Las categorías de se encuentran en la categoría de **artículos críticos** del modelo de posición del suministro,



Deberían ver a ECOPETROL S.A como parte de su núcleo de clientes, de acuerdo al modelo de percepción del proveedor estas categorías se encuentran en el cuadrante de desarrollo por lo tanto se incrementa los riesgos de suministro y las posibilidades de realizar acuerdos de precios.

- ✓ Las categorías de se encuentran en **artículos restrictivos o cuello de botella** del modelo de posición del suministro,



deberían ver a ECOPETROL S.A como parte de su núcleo de clientes o al menos como un cliente en desarrollo, de acuerdo al modelo de percepción del proveedor la categoría de eléctrico se encuentran en el cuadrante de desarrollo por lo tanto en la actualidad se está tratando de construir una relación comercial más fuerte en el tiempo, la categoría de producción se encuentra en el cuadrante núcleo ,es decir, con los proveedores de esta categoría se debe construir una relación a largo plazo .

- ✓ Las categorías que se encuentran en **artículos rutinarios** del modelo de posición del suministro,



Deberían tenerse que comprar a proveedores que se encuentren en el cuadrante de marginal, de acuerdo al modelo de percepción del proveedor estas categorías se encuentran en el cuadrante de desarrollo por lo tanto en la actualidad son

proveedores responsables y que están dispuestos a suministrar a la empresa a largo plazo.

11. CONCLUSIONES CAPACIDAD.

Categoría	Proveedor IDEAL	Proveedor EN EL CAMINO
Estático	Ingeniería suministros y representaciones.	Depurar Ltda.
Eléctrico	Ingeniería suministros Broca Ltda. y Electrovalencia	Soporte a la ingeniería Ltda Automatización Ltda. Colsein Ltda Impolama S.A
Químicos	Servifran	Nevasa colombiana Ltda.
Producción	N/A	Continental drilling company E.U
Misceláneos	N/A	N/A
Seguridad	Suramericana de guantes Madoco	Asopipaton
Ferretería	C.I Multiservicios de ingeniería	Ferretería industrial S.A
Rotativo	Intemaq	Rexcol industrial Elliot company

Cuadro 35. Conclusiones capacidad.

	DESCRIPCION
Proveedor IDEAL	Son proveedores altamente motivados y con un alto porcentaje de capacidad.
Proveedor EN EL CAMINO	Son proveedores mediamente motivados con un porcentaje bajo de capacidad.

Cuadro 35. Resultados descripción proveedor.

12. CONCLUSIONES GENERALES Y PLAN DE MEJORA.

El total de proveedores de ECOPETROL S:A encuestados fue de 116 clasificados en 8 grupos los cuales son: Seguridad industrial (17), Químicos (18), Eléctrico (25), Estático (20), Producción (6), Misceláneos (8), Ferretería (12) y Rotativo (10).

Después de realizado el presente estudio se concluye que en general la percepción que se aprecia de los proveedores de ECOPETROL S.A es buena a lo cual conlleva a dictaminar que la labor realizada hasta el presente momento por ECOPETROL S.A para con sus proveedores es buena la que estos tiene una buena valoración de la empresa, pero a pesar de esto ECOPETROL S.A busca que sus proveedores tengan una percepción excelente, con lo cual se recomienda trabajar más en el servicio al cliente, en los procesos de recibo de mercancía, en la exigencia de documentos repetitivos para proveedores antiguos, entre otros.

Los proveedores de SERVIFRAN, CASA ANDINA, ELECTROVALENCIA, SUMINISTROS Y SERVICIOS DE TECNOLOGIA, INSERCOR, PROSERLOG, BROCA LTDA, ASOPIPATON, PROVEER SURAMERICANA, MADOCO, ELECTROTECNICOS, FLOWSERVE COLOMBIA, INTEMAQ, ITT COLOMBIA, INSURCOL, FLOWENERGY,GAMO LTDA, OILFIELD PRODUCTS, CENTURY MARKETING, PROVETECMAR, FERRETERIA INDUSTRIAL, SUPPLYTEC Y MULTISERVICIOS DE INGENIERIA se encuentran en el cuadrante de núcleo por el potencial que ECOPETROL S.A les ofrece a largo plazo y el nivel actual de negocios que les ofrece es amplio, por lo cual todas estas empresas consideran a ECOPETROL S.A como parte de su núcleo de negocios.

La estrategia a utilizar con estos proveedores es lograr desarrollos mutuos, relaciones a largo plazo y supondríamos que estarían dispuestos a brindar cualquier tipo de cooperación a ECOPETROL S.A, y lograr generar cualquier tipo de acuerdos de asociación, como acuerdos de precios.

Se podría suponer que estos proveedores podrían estar dependiendo básicamente de los negocios con ECOPETROL S.A por lo tanto se podría interpretar una posición en la relación comercial que puede ser dominante por parte de ECOPETROL S.A aunque no se debe abusar de esta situación solo aprovechar una estrecha relación y obtener el mejor provecho de ella.

Los demás proveedores encuestados se situaron en el cuadrante de desarrollo tienen una apreciación de ECOPETROL S.A de algún futuro negocio potencial , en consecuencia estarían dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo para generar una relación comercial a largo plazo con el objetivo de ir aumentando sus ventas con el tiempo; hacer negocios con un proveedor situado en este cuadrante sería conveniente si solo se requiere un grado de

cooperación moderado, si se da el potencial necesario para fomentar el negocio, podría llegar a ser conveniente realizar acuerdos de precios.

El presente proyecto fue plasmado para ECOPETROL S.A como un modelo para futuras replicas con una muestra más amplia que abarque más información de los proveedores y por lo tanto llegue a ser más acertado y el margen e error se reduzca, ya que el presente estudio fue realizado con una muestra de 116 proveedores de una población de 1065 proveedores, por lo tanto las conclusiones anteriormente presentadas, pueden no reflejar la realidad sino un supuesto o hipótesis.

13. OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES

13.1 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE ROTATIVO.

OBSERVACIONES
AGILIZAR LA VELOCIDAD DE RESPUESTA A ALGUNAS ACCIONES CORRECTIVAS ENFOCADAS A MEJORAR LA CALIDAD DE LOS PROCESOS DE COMPRA Y MANEJO DE ALMACENES
MEJORAR SISTEMA DE CONTRATACION DE SERVICIOS Y REPARACIONES DE EQUIPO ROTATIVO.
ME PARECE QUE POR EL MOMENTO LAS COSAS ESTAN FUNCIONANDO BIEN.
Ecopetrol es y sigue siendo una empresa de alto atractivo para nosotros. Como observaciones tengo las siguientes:
-Ayudaría bastante tener en cuenta algunas restricciones que tienen las empresas extranjeras para validar la experiencia con montos, órdenes de compra, facturas u otros datos de tipo confidencial. Inclusive con Ecopetrol se firman cláusulas para evitar usar esta información.
La página de internet de los procesos en curso brinda la información requerida durante una licitación. Pero a la hora de hacer seguimiento a Adendos y nuevos comunicados no resulta tan amable con el proveedor, quien debe estar ingresando continuamente a verificar si hubo algún cambio. Sería bueno poder inscribirse en algún lado para obtener por correo una notificación de algún cambio durante el proceso.

Figura 73. Observaciones proveedores Rotativo.

13.2 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE ELECTRICO.

OBSERVACIONES
QUE NOS ENVIEN REGULARMENTE MUCHOS PROCESOS DE COMPRAS EN EL SECTOR DE NUESTRO INTERES
Seguir cumpliendo a cabalidad su Código de Ética Empresarial.
En el avance del mejoramiento de los procesos a proveedores reconocidos nacional e internacionalmente nos permite ser un socio estratégico con productos y servicios de alta calidad.
SIEMPRE HA SIDO DE ALTO ATRACTIVO PARA NOSOTROS
QUE SE PUEDA TENER MAS INFORMACION DE LOS PROCESOS DE COMPRA QUE SE ESTAN GENERANDO A DIARIO.
Para pequeñas compras y para todos los procesos exige los mismos requisitos de grandes contratos
PODER TENER UN SISTEMA DE CONSULTA DE TODOS LOS PROYECTOS EN LOS QUE SE INVOLUCRA ECOPEPTROL A NIVEL NACIONAL PARA PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN ELLOS
Garantizar la transparencia en los procedimientos de compras, específicamente en el momento de generar especificaciones técnicas que no sesguen la participación de un solo proveedor si no que permitan la participación de varias empresas generando un espectro comparativo de empresas que compitan en el mismo ramo.
Establecer nuevos medios para la publicación de ofertas públicas, o subirlas todas al portal www.ecopetrol.com.co , ya que no todas las veces es factible dirigirse hasta las carteleras de las diferentes oficinas de Ecopetrol S.A.
Que sea una Empresa unificada en todas sus Gerencias. Actualmente no se manejan las mismas exigencias, especificaciones de suministros y calidad del Proveedor.
Facilitar la participación de los proveedores en los procesos de ofertas.
Mayor ampliación en la comunicación
FLEXIBILIDAD EN LA CALIFICACION DE PROVEEDORES CUANDO SE ARGUMENTE COMO CORRESPONDE EL RETRASO Y/O DEMORA EN EL SUMINISTRO DE ALGUN BIEN.
Ofrecer información de proyectos existentes. Ofrecer información de productos solicitados antes de sacar la licitación o invitación a participar. Eliminar el concepto de compras por distritos de tal manera que sea global y no bajo criterio individual del distrito correspondiente.
HASTA EL MOMENTO NOS PARECE UNA EXCELENTE COMPAÑIA Y ESPERAMOS QUE SIGA ASI.
Antes de realizar compras el realizar pruebas a los equipos para así garantizar que lo que se compra cumple con todos los aspectos técnicos requeridos y evitar que Ecopetrol pierda millones de pesos en equipos que no cumplen
DEFINICION DE PROCESOS DE COMPRA EN MENOR TIEMPO.
Poder realizar las cotizaciones a través de una página web.

Figura 74. Observaciones proveedores Eléctrico.

13.3 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE QUIMICOS.

OBSERVACIONES
Facilitar acercamiento del proveedor con la Empresa, mayor participación en procesos de contratación.
Capacitar a los proveedores, Desarrollar en Conjunto una relaciond de gana-gana, fomentar contratos marco de precios anuales
Seguir mejorando aún mas sus procesos de evaluación , compras , menos documentación , etc . Ser una compañía de clase mundial y ejemplar en todo sentido
Mayor flexibilidad en los tramites, si ya se esta como proveedor de ecopetrol porque se debe hacer tanto papeleo.
queremos mantener relaciones duraderas con usd.
dar mas valor a los valores agregados por nosotros y hacer contratos a mediano y largo plazo.
recomendaria que disminuyeran el nivel de exigencias en la dcumentacion requerida para licitar, asi como poder entregar las fertas en Bogota en lugar de barranca.
La verdad siempre nos hemos sentido sattsfechos de prestar nuestros servicios a ecopetrol, que nos ha eritado mejorar y crecer com empresa. Gracias ecopetrol
Cuidar que los contratistas apliquen las mismas políticas definidas para Ecopetrol.
Poder conocer todas sus necesidades de productos químicos
Sencillez en los procesos
TENER EN CUENTA NO SOLO LOS PRECIOS PARA REALIZAR UNA ORDEN DE COMPRA SI NO TAMBIEN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS
Mas apertura para la introduccion de nuevas tecnologías en sus procesos, mas receptividad cuando los proveedores les presentamos soluciones innovadoras para los procesos de refineria
A NIVEL DE IMPORTACION DIRECTA MEJORAR LA FORMA DE PAGO A LOS PROVEEDORES DEL EXTERIOR.
Mantener su actual politica de compras con alta transparencia e igualdad de oportunidad para todos los proponentes.

Figura 75. Observaciones proveedores Químicos.

13.4 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE SEGURIDAD.

OBSERVACIONES
Unificar el Catalogo de Elementos de Proteccion Personal que utilizan en sus diferentes operaciones a nivel nacional, para evitar duplicidad de codigos asi como solicitud de referencias y marcas especificas cuando existen otras alternativas en el mercado.
LICITACIONES DIRECTAS DE EQUIPOS QUE ESTEN HOLOGADOS
PLANEACION O INFORMACION AL PROVEEDOR DE FUTURAS CANTIDADES DE COMPRAS EN LOS PRODUCTOS, PARA QUE ASI NO SE PRESENTEN DEMORAS EN LAS ENTREGAS
Apoyar y desarrollar los inversionistas Colombianos en temas de lata tecnología
Los elementos solicitados no se limiten a la marca, sino que se rijan a los cumplimientos de los estadares de seguridad.
SEGUIR CON EL PROFESIONALISMO QUE LA HA CARACTERIZADO.
Mas oportunidad a los nuevos productos, hay un marco de continuidad a desfavorecer las evaluaciones de alternativas
ESTOY SATISFECHA CON ECOPETROL POR SUS BUENOS RESULTADOS:
LA VERDAD NO RECOMENDARIA NADA YA QUE ECOPETROL ES UNA EMPRESA CON ALTO ATRACTIVO Y SE TIENEN MUY BUENA RALACIONES COMERCIALIES CON ESTA
MAYOR COMUNICACION ENTRE LAS DIFERENTES BASES DE ECOPETROL ACERCA DE LOS COMPROMISOS Y ACUERDOS QUE SE TIENEN CON LA EMPRESA.
ES FUNDAMENTAL PARA NOSOTROS SEGUIR CONTANDO CON SU APOYO Y QUE SIGAN DANDO LA PRIORIDAD Y LA IMPORTANCIA A PEQUEÑAS EMPRESAS BARRANQUEÑAS COMO LO HAN HECHO HASTA AHORA.

Figura 76. Observaciones proveedores Seguridad.

13.5 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE MISCELANEOS.

OBSERVACIONES
PARA LA COMPAÑIA YA ES ECOPETROL UNA EMPRESA DE ALTO ATRACTIVO
Que siga apoyando a las empresas de la región ya que nosotros también generamos un número de empleos directos importante y contribuimos al desarrollo social de nuestro entorno
PROCESOS DE CONTRATACION Y CUMPLIMIENTO DE PAGOS POR LOS CONSIGUIENTE ES UNA EMPRESA DE ALTO ATRACTIVO PARA NOSOTROS.
SE DEBEN UNIFICAR LOS CATALOGOS, Y MEJORAR LA ENTRADA ARA LA ENTREGA DE MATERIALES.
Que hubiera mas oportunidad en otros campos para poder participar en otras licitaciones de las cuales uno no tiene la experiencia pero si la capacidad economica como por ejemplo en el alquiler de vehiculos para transporte de personal
Acceso online a plataforma de calificacion de proveedores

Figura 77. Observaciones proveedores Misceláneo

13.6 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE PRODUCCION.

OBSERVACIONES
ECOPETROL S.A SIEMPRE HA SIDO UNA EMPRESA DE ALTO ATRACTIVO PARA NUESTRA COMPAÑIA, Y ESPERAMOS SEGUIR CONTANDO CON ECOPETROL S.A COMO UNO DE NUESTROS MEJORES CLIENTES.
Ecopetrol ya es una empresa de alto atractivo para nosotros, simplemente nos gustaria tener mas oportunidades de ofertar, colocando mas procesos en su pagina.
LA EMPRESA YA ES DE ALTO ATRACTIVO PARA NOSOTROS
la oportunidad de participar en sus procesos y concursos abiertos y privados de licitación
Tener la oportunidad de participar en la mayoría de sus procesos para suministros de materiales y equipos industriales y petroleros.

Figura 78. Observaciones proveedores Producción.

13.7 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE ESTATICO.

OBSERVACIONES
MEJORAR EL RECIBO DE MERCANCIA EN EL ALMACEN Y PUNTUALIDAD EN LOS REPORTE DE ENTREGA DE MATERIAL EN TODOS LOS DISTRITOS.
QUE UTILICE EN PRIMERA INSTANCIA LA INDUSTRIA NACIONAL PARA TODOS LOS
continuar en la politica actual de crecimiento, la cual consideramos muy acertada.
DARLE MAYOR PARTICIPACION A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE ECOPETROL ES UN EJEMPLO PARA LAS PYMES, EL DESARROLLO Y LA IMPLEMENTACION DE PROCESOS TRANSPARENTES COMO LOS SABEN LLEVAR DENTRO DE LA ORGANIZACION
Ecopetrol es una empresa de alto atractivo para nuestra empresa.
EN LA FORMA QUE SE TRABAJA ACTUALMENTE, EN EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA PETROLERA EN TODAS SUS FORMAS, ES COMPLETAMENTE SATISFACTORIO PARA NOSOTROS, TENIENDO EN CUENTA LAS LIMITACIONES ECONÓMICAS DEL PAIS.
COMO LO EXPESAMOS EN UN NUMERAL ANTERIOR ECOPETROL S.A YA ES UNA EMPRESA DE ALTO ATRACTIVO PARA NUESTRA EMPRESA.
EN ESTOS LO ES, ES SUMAMENTE ATRACTIVO HACER NEGOCIOS CON ECOPETROL
SIGA INVERTIENDO EN PERFORACION PARA EL BENEFICIO DE COLOMBIA
La oportunidad de participar en sus procesos y concursos abiertos y privados de licitación.
Ecopetrol es una empresa de alto atractivo para la organización Tenaris. La única recomendación que podría sugerir es la de agilizar los procesos internos con el fin de evitar demoras en los cierres de contrato (pagos, recepción de materiales, etc).
Que nos de mayores posibilidad de participar a las empresas nacionales que contribuimos con todos los sistemas legales, como proveedores y no siempre contraten directamente con fabricantes, pues cierran posibilidades a nacionales

Figura 79. Observaciones proveedores Estático.

13.8 ALGUNAS OBSERVACIONES PARA TENER EN CUENTA DE LOS PROVEEDORES DE FERRETERIA.

OBSERVACIONES
TRANSPARENCIA EN SUS PROCESOS.
CONTINUAR CON SU MODELO DE CRECIMIENTO Y TRANSFORMACION.
En general nuestras relaciones con ECOPETROL han sido muy buenas, son una excelente empresa muy cumplida con los pagos y transparente en los procesos de negociación.
Ecopetrol es actualmente muy atractiva para nosotros , nos sentimos orgullosos de ser uno de sus proveedores estrategicos a largo plazo.
QUE SIGA TRABAJANDO DE LA MISMA FORMA.
<p>Para Redima,Ecopetrol siempre ha sido de alto atractivo comercial para realizar negocios.</p> <p>Participamos en diferentes procesos en los que a veces por precios y condiciones somos favorecidos con la orden correspondiente.</p> <p>Cosidero que son prcedimientoss normales y transparentes,por lo que no tendria ninguna recomendacion en especial,dado que no hemos tenido problemas.</p> <p>nuestra unica recomenndacion seria el dar mayor agilidad en el reporte de la recepcion de las mercancías para no afectar la calificacion y el tiempo de pago al proveedor</p>

Figura 80. Observaciones proveedores Ferretería.

14. BIBLIOGRAFIA

- UniAndes. Facultad de administración. Desarrollo gerencial. Programa compras estrategias y abastecimiento internacional: Bogotá, Ecopetrol, mayo 2007.(Modulo 4).
- INTRANET ECOPETROL. [Sitio en internet]. Disponible en <http://iris/portal/index.html>. Acceso el 25 de Agosto de 2009.
- Gestión de proveedores: María Isabel Camero Duque. Líder del programa gestión de proveedores. ECOPETROL S.A [Diapositivas]. Barrancabermeja, Colombia; 2009. [67 diapositivas].
- <http://www.monografias.com/trabajos73/imagen-corporativa-percibidos-proveedores-desechos/imagen-corporativa-percibidos-proveedores-desechos2.shtml>
- <http://www.channelplanet.com/?idcategoria=19940>
- Revista venezolana de información, tecnología y conocimiento.
- Percepción del los proveedores del sistema electrónico “Chilecompra” en la X^a región – Chile. Año 3 : No. 1. Enero – Abril 2006, pp.27-48.
- <http://www.eumed.net/libros/2006a/cag2/19.htm>

ANEXOS

