



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

**Diseño de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:
MEJORAS PARA EL PROCEDIMIENTO DE COMPRAS DE
PRODUCTOS FARMACEUTICOS PARA LA VENTA EN LA
EMPRESA NEOTHICALS EN EL PERIODO 2019**

Autor:

David Ricardo Mackliff Hidalgo

Tutor:

Ing. Ismelis Castellanos López, MSc.

Guayaquil, Ecuador
2019

DEDICATORIA

Este Trabajo se lo dedico en primer lugar a Dios por darme la fuerza para seguir adelante en los estudios, ymi familia mi esposa y a mis hijos ya que ellos son mi motivación del día a día para seguir adelante en toda mi carrera,

En muy especial dedico este trabajo a mis Padres a mi mama Julia Hidalgo y a mi papa Héctor Mackliff, ya que ellos si han sido siempre mi ejemplo a seguir.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haber estado siempre presente en todas las decisiones que he tomado en toda mi carrera Universitaria agradezco también a la empresa NeoEthicals por haberme dado apertura de realizar este proyecto y darme acceso a toda su información.

Un agradecimiento muy especial al Tutor Ing. Ismelis Castellanos López por haberme compartido conocimientos y haberme guiado en este trabajo.

CARTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del diseño de investigación, nombrado por la comisión de culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el diseño de investigación con el tema: Mejoras para el Procedimiento de Compras de productos Farmacéuticos para la venta en la empresa NeoEthicals Cía. Ltda. Presentado por Mackliff Hidalgo David Ricardo, como requisito previo para optar por el Título de:

TECNÓLOGO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como problema de investigación se refiere a: ¿Cómo influye el procedimiento utilizado en las compras de la empresa NeoEthicals en la disponibilidad de los niveles de adquisición de los productos farmacéuticos para la venta?

El mismo que cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.


Egresado:

Mackliff Hidalgo David Ricardo

Tutor:

Ing. Ismelis Castellanos López, MSc.



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

**CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE
TITULACIÓN**

Yo, MACKLIFF HIDALGO DAVID RICARDO en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación "**MEJORAS PARA EL PROCEDIMIENTO DE COMPRAS DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS PARA LA VENTA EN LA EMPRESA NEOTHICALS**" de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

MACKLIFF HIDALGO DAVID MACKLIFF

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: (0921887287)





CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.**

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Administración de Empresa.

Tema

“Mejoras para el procedimiento de compras de productos Farmacéuticos para la venta en la empresa NeoEthicals en el periodo 2019”

Autora: David Ricardo Mackliff Hidalgo

Tutor: Ing. Ismelis Castellano López, MSC

Resumen

El desarrollo de este trabajo de investigación contiene información acerca de cómo mejorar los procedimientos de compras de productos Farmacéuticos para la venta en la empresa NeoEthicals en el periodo ya que cuenta con falencias en su desarrollo de sus actividades operacionales y efectuar mayores controles sobre las diversas áreas y diseñar procedimientos que permitan mejorar los procesos y disminuir el impacto de los riesgos para poder determinar la eficiencia y la efectividad de las actividades que se realizan en la actualidad. Debido a este proceso se decidió diseñar un plan de mejoras que permitan solucionar todos los problemas que se han identificado en el desarrollo de sus actividades para garantizar un mejoramiento continuo en las actividades. Para el desarrollo de este trabajo se ha dividido en cuatro capítulos: **En el capítulo I** mencionamos el Problema, objetivos de la investigación, Justificación del tema de investigación **En el capítulo II** se trata del desarrollo del Marco Teórico: antecedentes de la investigación, definiciones de compras, importancia de las compras, gestión de compras y procedimientos de compras. **El capítulo III** se trata sobre el marco metodológico y presentación de la empresa y objeto social de la empresa, organigrama de la empresa NeoEthicals, población, muestra y encuesta. **En el capítulo IV** Se trata de los objetivos de la propuesta de procedimientos de **compras**

Proceso de Compra

Compra

ventas

Plan de mejora

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Administración de Empresa.

Tema

“Mejoras para el procedimiento de compras de productos Farmacéuticos para la venta en la empresa NeoEthicals en el periodo 2019”

Autora: David Ricardo Mackliff Hidalgo

Tutor: Ing. Ismelis Castellano López, MSC

Abstract

The development of this research work contains information on how to improve the procedures for the purchase of Pharmaceutical products for sale in the company NeoEthicals in the period since it has flaws in its development of its operational activities and carry out greater controls on the various areas and design procedures to improve processes and reduce the impact of risks in order to determine the efficiency and effectiveness of the activities currently carried out. Due to this process, it was decided to design an improvement plan to solve all the problems that have been identified in the development of its activities to guarantee continuous improvement in the activities. For the development of this work it has been divided into four chapters: In **Chapter I** we mention the Problem, objectives of the research, Justification of the research topic In **Chapter II** it deals with the development of the Theoretical Framework: background of the research, definitions of Purchases, importance of purchases, purchasing management and purchasing procedures. **Chapter III** deals with the methodological framework and presentation of the company and corporate purpose of the company, organization chart of the company NeoEthicals, population, sample and survey. In **Chapter IV** These are the objectives of the proposed procurement procedures

Purchasingprocess

Purchase

Improvement plan

sales

Contenido

TEMA:	1
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO	III
Resumen	IX
Abstract.....	X
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	1
1. PLAN TEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Ubicación del problema en un contexto.....	1
1.1.1. Situación de Conflicto	2
1.1.2. Formulación del problema	3
1.1.3. Delimitación del problema.....	4
1.2. Variables de investigación	4
1.3. Evaluación del Problema.....	4
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. Objetivo General.....	6
1.4.2. Objetivos Específicos.....	6
1.5. Justificación	6
1.5.1. Conveniencia de la investigación	6
1.5.2. Relevancia Social.....	7
1.5.3. Implicaciones prácticas	7
1.5.4. Valor teórico	8
CAPÍTULO II	9
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEORICA.....	9
2.1.1. Antecedentes históricos	9

2.1.2.	Funciones del Marco Teórico	10
2.1.3.	Antecedentes referenciales	33
2.2.	Fundamentación Legal	35
2.2.1.	Principios de la gestión de la calidad	36
2.2.2.	Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar	37
2.2.3.	Ley de consumidor Final	38
2.2.4.	Normas ISO	39
2.3.	Variables de investigación. Conceptualización	40
2.4.	Glosario	41
CAPÍTULO III		43
3.	METODOLOGIA	43
3.1.	Presentación de la Empresa	43
3.2.	Objeto Social de la Empresa	43
3.3.	Misión	44
3.4.	Visión	44
3.5.	Política de Calidad	45
3.6.	Centro de distribución logístico por categoría ocupacional Neoethicals Cía. Ltda.	46
3.7.	Clientes y Proveedores más importante	47
3.8.	Principales Productos	48
3.9.	Descripción de los puestos de trabajo	52
3.10.	Tipos de Investigación	53
3.10.1.	Investigación Descriptiva	53
3.10.2.	Investigación Explicativa	54
3.11.	POBLACIÓN Y MUESTRA	54
3.11.1.	Población:	55
3.11.2.	Determinar población	55
3.11.3.	Muestra:	56
3.12.	Técnicas e Instrumento para la Recolección de Datos.	58
3.12.1.	La Encuesta	58
3.12.2.	La Observación	58

CAPÍTULO IV	59
4.1. Análisis e Interpretación de los Resultados.....	59
4.1.1. Flujo de proceso de departamento de compras	69
4.1.2. Diagrama de causa y efecto	70
4.1.3. Procedimiento de compras de insumos, materiales y servicios ..	70
4.1.4. Análisis de costo beneficio en el área de compras.....	79
CONCLUSIÓN	80
RECOMENDACIÓN	81
ANEXOS	82
BIBLIOGRAFIA	91

Índice de Cuadro

Cuadro 1: Diferencias entre las funciones de Aprovisionamiento y Compras	13
Cuadro 2: Origen de la información necesaria para compras	20
Cuadro 3: Variable de Investigación	40
Cuadro 4: Cliente y proveedores	47
Cuadro 5: Clientes y proveedores.....	47
Cuadro 6: Principales productos	52
Cuadro 7: Variables de la formula.....	57
Cuadro 8: Usted como Cliente cree que actualmente hay retrasos en las entregas	59
Cuadro 9: Falta de stock en los productos.....	60
Cuadro 10: Stock suficiente para la Venta	61
Cuadro 11: El departamento de compras influye con las ventas	62
Cuadro 12: Atrasos en las entregas de productos	63
Cuadro 13: Porcentajes de ítems entregados oportunamente.....	64
Cuadro 14: Productos en stock.....	65
Cuadro 15: Abastecimiento de productos	66
Cuadro 16: Valoración de producto	67
Cuadro 17: Tiempo mínimo de vencimiento	68

Índice de Grafico

Gráfico 1: Procedimientos de área de compras	26
Gráfico 2: Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar	37
Gráfico 3: Categoría Ocupacional	46
Gráfico 4: Usted como Cliente cree que actualmente hay retrasos en las entregas	59
Gráfico 5: Stock en los productos	60
Gráfico 6: El departamento de compras influye que no haya suficiente stock para la Venta	61
Gráfico 7: El departamento de compras influye con las ventas	62
Gráfico 8: Deficiencia en el área de compras	63
Gráfico 9: Porcentajes de ítems entregados oportunamente	64
Gráfico 10: Productos en stock	65
Gráfico 11: Abastecimiento de productos	66
Gráfico 12: Valoración de producto	67
Gráfico 13: Tiempo mínimo de vencimiento	68
Gráfico 14: Flujo de proceso de departamento de compras	69
Gráfico 15: Diagrama de causa y efecto	70

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Ubicación del problema en un contexto.

En las pequeñas y grandes empresas se vive en la actualidad mucha competencia y exploran nuevas estrategias para mejorar su incremento y productividades para alcanzar un mejor rendimiento.

Hoy en día las empresas realizan convenios con los proveedores para obtener los productos en tiempo exacto de buena calidad y la entrega en tiempo preciso.

En el área de compras es importante que exista un buen procedimiento para no tener problemas con los proveedores y los tiempos de entrega de los productos.

Los procedimientos de compras consisten en analizar sus necesidades de bienes y servicios de la empresa comparando e identificando los proveedores y los abastecimientos que hay en su disponibilidad para negociar con sus abastecedores los cuales acuerdan para un fin de entrega de producto.

Según (Johnson, 2012). Toda empresa necesita de proveedores, por lo tanto, se enfocan en los procesos y políticas de adquisición y buen desempeño y relaciones con los proveedores. Ninguna empresa podría alcanzar el éxito con una base de proveedores calificados tanto a nivel estratégico y operacional en corto y a largo plazo. (P.1)

Según (Johnson, 2012). En todo proceso de compras debe tener una política o procedimientos para las mejoras en los procesos de adquisición.

1. El reconocimiento de la necesidad
2. La conversión de esa necesidad en una descripción útil
3. La búsqueda de proveedores potenciales
4. La selección de una fuente conveniente
5. El acuerdo sobre la orden o los detalles del contrato
6. La entrega de los productos o servicios
7. El pago a los proveedores. (P. 4)

1.1.1. Situación de Conflicto

La empresa NeoEthicals se dedica a la comercialización de productos farmacéuticos, no existe un proceso definido para el departamento de compras ya que recién se está creando y por tal motivo no hay lista de proveedores calificados y por lo cual no existe cuadros comparativos para la verificación de precios en los productos y se está realizando la elección a la azar y por tal causa se retrasa las compras o no son las correctas tanto en las áreas de oficina como de bodega, y así afecta la disponibilidad y por lo tanto hay rotaciones bajas de productos lo cual afecta que no haya ingreso de dinero.

El problema del área de compras de la empresa es que se realizan las operaciones de forma manual delegando responsabilidad a los trabajadores por área, por lo tanto, hay ausencia de lista de proveedores e información de pagos a proveedores, control de pedidos y disponibilidad o existencia de artículos, ya que no hay una adecuada comunicación con los diferentes departamentos.

El tiempo de adquisición de los insumos como cartones, cintas, cajas para envasar productos etc., es demasiado largo el tiempo de entrega de productos y traen grandes consecuencias como el retraso de entrega de la preparación para el despacho de la mercadería.

Los errores actuales que existen en el área de compras es que no hay una planificación de compras y todo se lleva a prisa, ya que la planificación debe estar alineada con el stock de suministros de la empresa. La mala planeación da como resultado que los materiales lleguen con retrasos.

El área de compra es una de las partes más importante ya que se inicia todo el proceso cualquier retraso o falta de calidad paralizara el resto de su funcionamiento. Po lo general toda compañía buscan optimizar el proceso de adquisición.

Una correcta sistematización de compras es hacer que estas obedezcan por lo general a los mismos procedimientos y leyes, que se ajusten a un sistema definido de conocimiento u operación; agregamos la periodicidad uniforme, las excepciones y la presencia de situaciones problemáticas estacionarias o cíclicas. (Morera, pág. 88)

Según. “La Sistematización será más eficiente si existiera un planeamiento y programación de las compras, con instrumento de control que nos permitan detectar la presencia de factores distractores”. (Morera, pág. 88)

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo influye el procedimiento utilizado en las compras de la empresa NeoEthicals en la disponibilidad de los niveles de adquisición de los productos farmacéuticos para la venta?

1.1.3. Delimitación del problema

- **Campo:** Adquisición y logística
- **Aspecto:** Aprovisionamiento y compras
- **Área:** Compras
- **Periodo:** 2019

1.2. Variables de investigación

Variable dependiente: Procedimiento de compras

Variable independiente: Disponibilidad de Productos

1.3. Evaluación del Problema

Delimitado. - Actualmente no hay un proceso en el departamento de compras esto nos indica que hay falla de control que afecta tanto al área administrativa y bodega. Según (Mercado, 2004). Es importante una planeación, pronósticos y objetivos políticas y procedimientos para la empresa en su totalidad, el área de compras deberá pronosticar el volumen requerido antes de iniciar con las demás etapas de adquisición de materiales. (P.31)

Claro. - Si no hay un procedimiento de compras nos conlleva que las adquisiciones de materiales e insumos para la empresa no sean las adecuadas o no estén a tiempo. Si no hay una política o procedimientos existiría errores y fallas ya que es importante que la empresa tenga una política de compras. Según (Mercado, 2004). Es indispensable en toda empresa el establecimiento de políticas como medio de soporte y significación de los objetivos. La elaboración de las políticas y emisión de las

políticas no debe ser estática dado que las condiciones generales de la empresa son cambiantes, lo que va provocar ajustes. (P.35)

Según (Ruiz, 2008). El equipo directivo de la empresa debe distinguir claramente los aspectos vinculados a la organización y en las gestiones de las funciones de compras. (P.54)

Evidente. -La ineficiencia de las operaciones en el área de compra las adquisiciones de materiales no llegan en tiempo oportuno, cantidad ni en buena calidad deseada esto conlleva al incumplimiento de los objetivos de forma eficaz.

Según (Ruiz, 2008) Es importante en la función de compras integradas en los procesos de la empresa ya que tradicionalmente es considerado un área secundaria que satisface necesidades de otras áreas, gestionando fuentes de suministros, documentalmente los pedidos y contratos. (P.54)

Concreto. -Errores en las compras por falta de procedimientos y una inadecuada de selección de proveedores.

Relevante. -Con una implantación de procedimientos y normas se podría mejorar y hacer más técnico los procesos de compras, con estrategias y planificación en los procesos con el fin de alcanzar los objetivos. Es importante según (Ruiz, 2008) explica que la revisión fundamental de la función de compras lo cual constituye un desarrollo dentro de la cadena de valor con los dos ejes principal que hay que tener en cuenta de proveedores y clientes como protagonistas del proceso. (P.56)

Factible. -Ayudaría a solucionar el problema y así mejoraría los procesos de la empresa en los restos de departamento cumpliendo los objetivos para alcanzar las metas de la empresa.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Proponer mejoras para el procedimiento de compras de manera que garantice la disponibilidad de productos farmacéuticos en el momento de ser utilizado en la empresa NeoEthicals.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar aspectos teóricos sobre compras.
- Diagnosticar el procedimiento actual de compras y evaluar las incidencias en la disponibilidad de productos farmacéuticos en el momento de su utilización.
- Proponer mejoras para el procedimiento de compras en productos farmacéuticos de la empresa NeoEthicals.

1.5. Justificación

1.5.1. Conveniencia de la investigación

En la propuesta que se realiza va a desarrollarse que la empresa NeoEthicals Cía. Ltda. garantice una mayor rotación de los productos que se comercializan y estén disponibles en tiempo exacto por tanto garantice mayores ingresos y la adecuada selección de los proveedores.

Con esta propuesta del proyecto de investigación se va a cambiar los inconvenientes en las funciones de compras cuyo proceso es irregular, ya que existen retrasos en los insumos para el proceso de la producción de la mercadería para la venta, y se va a enfocarse a reducir las falencias en sus actividades operativas de la empresa NeoEthicals Cía. Ltda.

1.5.2. Relevancia Social

Este proyecto de mejoras en el proceso de compras beneficiara en todos los procesos de la empresa ya que todos los departamentos tanto de oficina y de bodega podrán realizar sus pedidos y llegaran a tiempo, por tal motivo se mejoraría las ventas y habría un mayor ingreso de dinero.

1.5.3. Implicaciones prácticas

Este proyecto va a fomentar formas de optimizar los procesos de negociación de compras de materiales e insumos para la producción, ya sea para vender a precios accesibles, de esta forma se establecerá relaciones comerciales donde exista productos de buena calidad como en la flexibilidad en los pagos, y se establecerá optimización en niveles de abastecimiento de productos de mayor rotación.

Este proyecto se ofrecen mejoras en los procedimientos de compras que va a desarrollar como un instrumento o guía para las actividades del área que va a beneficiar a la empresa NeoEthicals Cía. Ltda., para así lograr resultados eficientes en las mejoras de la compañía estableciendo un alto grado de confiabilidad sobre las operaciones, y procedimientos en la cual servirá de Guía fortaleciendo el crecimiento y avance de la organización.

En el presente proyecto de investigación disminuirá fallas en los registros contables, costos de inventarios variables que se presentan por la falta de un estudio optimizados en los procesos de compra y los pago a proveedores de materia prima de la empresa, por la cual no existe una política definida y procedimientos implantados que permita guiar correctamente al personal del área en las actividades. Cabe indicar que el área en mención realiza compras empíricamente sin conocimiento de las características técnicas que le solicitan y es donde se da la alerta que se atrasen los pedidos o no son de

buena calidad, en poner en práctica este proyecto beneficiaría a la empresa ya que se mejoraría los tiempos en las compras y así habría un mayor abastecimiento de productos de gran importancia.

1.5.4. Valor teórico

El valor teórico de esta investigación tiene 3 categorías que han sido estudiada cada una de ellas: la importancia de las compras, objetivos de las compras, plan de procedimientos de las compras. Sin embargo, el estudio del plan de mejoras de compras ha sido estudiadas de cómo debería estructurarse. Aquí, se parte ya de los resultados que genera, el ordenamiento de dichos resultados y su aplicación y utilidad práctica. De ahí que las principales aportaciones teóricas de esta investigación sean:

- Dar a conocer la importancia de las compras
- Fortalecer los objetivos de las compras
- Proponer un Plan de procedimientos para mejoras en el área de compras

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEORICA

2.1.1. Antecedentes históricos

Según(Mercado, 2004) “Las compras son casi tan antiguas como la historia del hombre. Empezaron cuando el hombre dio en trueque o en cambio alguna de sus propiedades por la posesión de una pertenencia ajena.

La compra ha sido siempre básica para el progreso y la riqueza del hombre y como parte de sus funciones organizadas en grupo” (P.13)

Según (Errasti, 2014)”La compra es aquella operación que involucra todo el proceso de ubicación del proveedor o fuentes de abastecimientos, adquisición de materiales a través de negociaciones de precio y condiciones de pago con el proveedor elegido y la recepción de las mercaderías correspondientes para controlar y garantizar el suministro de adquisición, la función de las compras se relaciona con las distintas áreas de las empresas con los diferentes proveedores externos”.(P.10)

Según (Everett E. Adam, 1991) “Las empresas de manufactura las de mayores y las de ventas al menudeo dependen de la contribución de las compras para asegurar los abastecimientos de materiales y servicios. La mayor parte de las empresas que utilizan MRP confían en proveedores externos para la compra de insumos confiables. Las adquisiciones son muy importantes para que la empresa pueda llevar a cabo todas sus operaciones”. (P.596)

Según (Francisco Javier Lobato Gómez, 2005). “Las empresas de todo el mundo están percibiendo la necesidad de un cambio en el marco de la relación proveedor-cliente. El proveedor debe convertirse en un colaborador o incluso en un socio de la empresa, ello se debe, a la complejidad técnica de los productos actuales que a su vez obliga a una especialización fuerte en los departamentos de compras y aun mejor conocimiento por parte de los proveedores de los productos que ofrecen”. (P.67)

2.1.2. Funciones del Marco Teórico

- **La Importancia de las compras**

Según (Coral, 2014)“atribuye que la importancia de las compras es la clave para el éxito de la empresa, ya que determina la efectividad de la administración de los productos adquiridos. La empresa necesita de insumos, materia prima, componentes y refacciones para sus funcionamientos, sin los cuales no podría lograr la producción y distribución de sus productos.

Las compras bien planeadas deben producir a la empresa liquidez. Bajo un sistema organizado, las compras le representan a la empresa una buena administración, a largo plazo de pago, descuento, oportunidad de uso y otros beneficios.

Es vital para adquisición de las materias primas y los recursos necesarios, involucrando los elementos que determinan la coordinación de las áreas de la empresa que requieren de materiales y/o insumos para su eficaz funcionamiento”. (P. 5)

Según (Galindo, 2007)“Esta importancia es bien conocida por el moderno comercio, que constantemente desarrolla innovaciones en los tres tipos de impulsos de marketing que aplica en el punto de venta: las técnicas

ypromociones, la influencia del personal de ventas. También esta importancia es reconocida por el consumidor, que se ve en la compra no planeada una amenaza a su economía y, en buena medida, considerada que estas prácticas comerciales son “trucos del supermercado”. (P.139)

Según (White, 2015) Las materias primas son el producto básico para la fabricación del producto final. Su calidad, precio y forma de entrega constituyen una gran importancia de suministros. Un retraso, una mala calidad o una incidencia en su aprovisionamiento pueden afectar gravemente a toda la empresa y por tanto al cliente final, por medio de un producto deficiente, un retraso en su entrega o cualquier otro aspecto que influya directamente en la decisión de compra de los clientes. (P.14)

- **Objetivos del área de compras**

Según(Coral, 2014)“para empezar a planear los objetivos del área es necesario recopilar toda aquella información del entorno tanto dentro de la empresa como fuera de ella”.

- Que los artículos adquiridos cumplan con las especificaciones y condiciones de calidad que se requieren.
- Evitar riesgo y/o pérdida al realizar el pedido.
- Evaluar el servicio.
- Mantener buenas relaciones con los proveedores.
- Coordinar con las relaciones con los departamentos a los que le da servicio.
- Ser eficiente y eficaz y oportuno.
- Anticiparse a los sucesos.

Según (Mercado, 2004). “Los objetivos de las compras es obtener las partes necesarias para la integración de la producción al mejor precio, calidad en las mejores condiciones de pago y entrega en el volumen requerido, tiempo oportuno y lugar adecuado”. (P.32)

Según (Mercado, 2004). “Las planeaciones comprenden los pronósticos, objetivos y políticas, programas, procedimientos y presupuestos, bien sea para la empresa en su totalidad”.(P.31)

Según (Escudero Serrano, 2014) “Lo principales objetivos del departamento de compras son:

- Buscar proveedores competitivos en la consiste en localizar fuentes de suministros que ofrezcan ventajas para los productos. La característica principal es operar con el proveedor apropiado, que nos facilite los materiales de mejor calidad y nos asegure el plazo de entrega.
- Adquirir material con la mejor calidad adecuada para los fines a los que se destinan.
- Conseguir la mejor relación calidad-precio. Cuando la calidad es el criterio principal de elección, es preciso de negociar con el proveedor las facilidades de pago.

- **Plan de aprovisionamiento en el área de compras**

- a. Identificación de las necesidades**

Según (Escudero Serrano, 2014) “Ubicar las necesidades de material y disponibilidad para el funcionamiento. El aprovisionamiento de materiales y productos está estrechamente relacionado con su almacenaje; pero hay que

tener en cuenta que durante tiempo que el producto está almacenado no aumenta de valor y, en cambio, en la empresa se genera unos costes que encarecen el coste total de producto; cabe preguntarnos ¿cuáles son las razones que nos impulsan a aprovisionar la mercadería? La necesidad de aprovisionar es una consecuencia de la organización del almacén, la producción y la demanda”. (P.8)

Diferencias entre las funciones de Aprovisionamiento y Compras	
<p>Aprovisionamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predecir las necesidades. • Planificación y gestión de las compras. • Minimizar la inversión en stocks. • Gestionar los stocks al menor coste posible. • Establecer un sistema de información eficiente sobre el inventario. <p>Cooperar con el departamento de compras.(Escudero Serrano, 2014)</p>	<p>Compras</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar proveedores competitivos. • Adquirir los materiales con la calidad necesaria. • Conseguir la mejor relación calidad-precio. • Conseguir los suministros a tiempo para que los materiales estén disponibles cuando se necesitan. • Adquirir materiales estándar para reducir los costes de adquisición. • Cooperar con las otras áreas de las empresas.(Escudero Serrano, 2014)

Cuadro 1: Diferencias entre las funciones de Aprovisionamiento y Compras
Fuente: Elaboración propia

b. Selección de proveedores

Seleccionar y comparar a los proveedores en distintos criterios, como precios, plazo de entrega, descuento, calidades, costos transporte y seguridad.

Según (Vertice, 2008) “Es conveniente tener varios proveedores por la competencia entre ellos podemos obtener mejores condiciones de compras,

también disminuye el riesgo por parte de alguno. Un solo proveedor estaría indicado en los siguientes casos:

- Que nuestro volumen de compra fuese pequeño.
- Que la calidad que éste nos ofrece fuese superior a la de otros proveedores con precios similares
- Que tuviésemos otras ventajas en las condiciones de pago, entrega, etc.

Según (Ayala, 2016) “La Gestión de proveedores es la encargada de generar un clima adecuado entre la empresa y los proveedores. Para las empresas el poder tener una relación de confianza con los consumidores les reporta grandes ventajas y les facilita mucho el proceso de compras”.

c. Gestión de Compras

Según (Escudero Serrano, 2014) “La gestión de compras cumple las funciones de recibir las solicitudes de los materiales necesarios, buscar los proveedores y realizar las gestiones necesarias para que los productos adquiridos lleguen a los inventarios de la empresa. Realización de pedidos, recepción de materiales, validación de la operación y pago. La gestión de compras es una función administrativa que pertenece a la cadena de suministros y es la primera actividad en la logística de aprovisionamiento en la cual se proceden los procesos que inician desde la selección de proveedores hasta la entrega de los productos”. (P.6)

Según (Iglesias, 2016) “Comprar y aprovisionar son dos términos empleados con frecuencia para describir funciones empresariales similares, que en realidad significan acciones diferentes. La gestión de compras persigue los siguientes objetivos, dentro de la gestión empresarial:

- Apoyar a los objetivos estratégicos
- Minimizar el coste total de la gestión de compras de acuerdo con el plan de negocio de la compañía.
- Mejorar la calidad y el flujo de los bienes y servicios.
- Encontrar una fuente de suministros competente y fiable.
- Responder a los cambios de la demanda de los clientes
- Minimizar el riesgo de aprovisionamiento o fluctuación de los precios
- Gestionar a los proveedores para reducir gastos y mejorar la calidad de los productos.
- Establecer relaciones con los proveedores
- Optimizar los costos

La gestión de compras engloba a todas las actividades que van encaminadas a que la empresa disponga en el tiempo oportuno, y en la cantidad y calidad que desee, los artículos que necesite para satisfacer la demanda de sus clientes.

Según (Emprendedores, 2019) “La optimización en la gestión de compras constituye en:

1. Suministros, a tiempo. La premisa básica es obtener los materiales y servicios adecuados con la calidad, en la cantidad y al precio correctos, y del proveedor apropiado. Pero si no se asegura el flujo a tiempo del suministro, todo lo anterior carece de sentido.
2. Inventarios, al mínimo. Es fácil ordenar grandes cantidades para compras son una parte –junto a gestión de stocks y de almacenes– de un sector más amplio: aprovisionamientos.

La gestión de compras no queda al margen en la búsqueda de la calidad total. Los productos contarán con la calidad que exigen los clientes, lo que

implica que el comprador debe encontrar fuentes de suministros competitivas y desarrollarlas. Si el comprador adquiere productos de calidad, elimina o reduce al mínimo sus costes de control de calidad. Otra tendencia

- ✓ Muy implantada en empresas de automoción
- ✓ Es el tiempo justo: reducir al mínimo el stock, consiguiendo que los proveedores sirvan las cantidades pedidas en un corto espacio de tiempo, en función de la demanda. Ambas tendencias suponen un ahorro de costes, pero requieren unos acuerdos muy concretos con los proveedores, que se convierten en nuestros socios. Con esa integración es mayor. (Emprendedores, 2019)

d. Gestión Stock

Según (Escudero Serrano, 2014) “Realización y control de operaciones de almacenaje, así como la entrada y salida de productos. El stock almacenado representa una inversión de capital inmovilizado por eso desde el punto de vista económico, conviene tener un nivel de existencia que guarde equilibrio con el ritmo de ventas o las cantidades de cada producto necesiten la empresa. Un stock excesivo resulta caro de mantener (coste de espacio, almacenaje, mantenimiento y manipulación), y disminuye la competitividad de la empresa, por el contrario, un stock insuficiente puede suponer perder ventas, insatisfacción de los clientes o la pérdida de éstos. (P.6)

e. Evaluación y Control

(Iglesias, 2016) “Medición de los resultados. Analizar que los proveedores traen adecuadamente la mercancía, así como las cantidades solicitada, comprobando también que cumplen todas las condiciones económicas que se había acordado dentro de la empresa.

La tarea del área de compras es asegurar mediante negociaciones los recursos necesarios para que la organización esté en condiciones de cumplir con su misión, de ahí que sea relevante el ejercicio cotidiano de un control interno del área.

- **Función de Compras**

La función de las compras tiene un papel fundamental para satisfacer la demanda de los materiales, componente y suministros de la empresa. Para que esta demanda sea satisfecha convenientemente, a la hora de comprar se debe perseguir los siguientes objetivos:

- Que el precio de adquisición sea lo más bajo posible.
- Que la entrega sea en el momento justo y en la calidad adecuada.
- Que se mantengan los niveles de calidad definidos.

Según(Roger Perrotin, 2007) “La función de compras ha adquirido un lugar decisivo en la empresa; a menudo depende de las direcciones generales, lo que le asegura los medios de hacer realidad sus ambiciones: convertirse en un centro de beneficio para la empresa, la gestión de las compras es, por tanto, capital, ya que cada punto ganado representa un margen neto. La función de las compras tiene la misión de controlar la parte comprada por la empresa: debe comportarse como centro de beneficio en el plano administrativo, finalmente, debe:

- Establecer una gestión de órdenes de pedidos, de entrega, de facturaciones, etc., compatible con el sistema de gestión de producción de la empresa, no solo para los proveedores, sino también para los departamentos internos.

- Establecer hojas de control que permitan el seguimiento de la consecución de los objetivos que se ha fijado.

Los objetivos de las funciones de compras son:

- Mantener un flujo interrumpido de materiales y servicios
- Mantener el nivel del stock en sus niveles más bajos posible
- Mantener los bajos posibles los precios de compras.
- Mantener los niveles de calidad necesarios en los insumos y productos terminados que se adquieran
- Mantener una continua búsqueda de nuevos proveedores y fuentes alternas de aprovisionamiento.
- Estandarizar, en lo posible, los productos de servicios adquiridos.
- Participar activamente en la creación de ventajas competitivas sostenibles.
- Mantener una actitud de armonía, cooperación y productividad con los demás departamentos de la empresa.
- Coadyuvar a que la empresa alcance niveles óptima de tesorería.
- Generar información válida y fiable.(Santos, 1996)

- **Fases del ciclo de compras**

Según(Marchena, 2015) “El ciclo de compras es un ciclo de etapas o fases que se han de cumplir de forma obligatoria y repetida, poniéndose en funcionamiento en el momento que se tenga la necesidad de adquirir un material determinado. Las cinco etapas del ciclo de compras son:

- Análisis de las solicitudes de compras
- Investigación y selección de proveedores
- Negociación con el proveedor

- Acompañamiento del pedido
- Control de material

Ciclo de compras para Selección de Proveedores.

- La experiencia pasada con el proveedor
- La calidad del producto
- El plazo de entrega
- Que el precio sea justo y competitivo
- Garantías que se le ofrece
- **Departamento de Compras**

Según (Escudero Serrano, 2014) “El departamento de compras es el encargado de adquirir los productos y gestionar los servicios necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, para que ésta pueda conseguir los objetivos. Los productos y servicios necesarios están en función, la organización debe permitir la coordinación de las tareas a realizar y la conexión con los otros departamentos de la empresa”. (P.4)

La información necesaria para el departamento de compras.

Departamento	Información
Departamento de Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Históricos de compras ✓ Precio unitario por proveedor ✓ Volumen de compras por proveedor ✓ Condiciones de Pago
Departamento de Compras	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informe. Proveedores actuales y antiguos. ✓ Precios Unitarios ✓ Formula de Precio ✓ Características de Proveedores <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad

	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Situación ✓ Condiciones de Pago ✓ Limitaciones ✓ Especificaciones del producto ✓ Proveedores potenciales
--	---

Cuadro 2: Origen de la información necesaria para compras
Fuente: Elaboración propia

Las Funciones de compras del departamento de compras:

- Asegurar en primer lugar el flujo continuo de compras.
- Desarrollar e implementar fuentes principales y secundarias de suministros de materias primas.
- Establecer relaciones con los distintos proveedores.
- Reducir los costes de las materias adquiridas a los proveedores.
- Indicar al departamento de Recursos Humanos la formación adecuada del personal contratado en el Departamento de Compras o del tipo de perfil profesional para nuevas contrataciones.
- Establecer una base de datos en constante actualización de los distintos proveedores a nivel nacional e internacional.

Por lo tanto, según (Nogueras, 2017) “Todas las decisiones que el departamento de compras toma son de vital importancia para el correcto funcionamiento de la empresa hay que dichas decisiones, de una forma u otra va a terminar repercutiendo en el producto final o servicio”.

Negociar Mejor con los Proveedores

Los proveedores de una empresa, también son sus clientes. Forman parte de la cadena logística. Por eso es tan importante el tener muy bien documentada la información acerca de ellos, tener bien constituidas las

bases de datos tener muy claras las políticas de compras y conocer la cadena logística de la empresa.

El tener fuentes de abastecimiento acordes con el objeto social de la empresa, garantiza eficiencia y efectividad en los procesos.

Muchas veces los proveedores, de empresas medianas y pequeñas, funcionan de manera informal, a veces lo hacen por la proximidad geográfica. Sin especializar sus fuentes de abastecimiento. (<http://virtualnet2.umb.edu.co>)

Tipos de Proveedores

- Fabricantes o distribuidores
- Pequeños o grandes
- Proveedores locales o alejados
- Proveedores que son a la vez clientes
- Proveedor único o varios proveedores

Selección de Proveedores

Es importante una vez que se han identificado los proveedores, conocer su historia, sus clientes, su posicionamiento en el mercado y en el sector sobre el cual se especializa, sus relaciones con otras empresas y con otros proveedores. Para la selección de los proveedores se valoran en las ofertas, se agrupan de acuerdo con factores económicos, factores de calidad y factores de servicio.

- Los factores económicos como precio unitario, descuentos comerciales; gastos de transporte, embalaje, carga y descarga, etc.

- Los factores de calidad cuando el producto, es lo que espera el cliente, las características técnicas, las pruebas de funcionamiento, muestras enviadas valor agregado a la entrega.
- Los factores de servicio comprenden aspectos comerciales, el plazo de entrega, el servicio postventa, asistencia técnica y atención al cliente, período de garantía, prestigio del proveedor, aceptación del producto en el mercado, etc.

Bases de Datos

En la identificación y registro de proveedores, las bases de datos juegan un papel importante.

- **El personal de las compras**

Según (Escudero Serrano, 2014) “Las necesidades y el tamaño de la empresa son factor muy importante a la hora de establecer los recursos humanos necesarios en el departamento de compras. Generalmente, el personal de compras está formado por el jefe de compras y el equipo de compradores que actúan bajo sus órdenes”. (P.5)

Según (Iglesias, 2016) “Las responsabilidades del área de compras:

- Recibir a los representantes y proveedores
- Seleccionar al proveedor, al cual se le va a realizar el pedido.
- Pedir ofertas y negociar con los proveedores
- Analizar cantidades necesarias y solicitar al proveedor
- Vigilar el cumplimiento de fechas de entrega y de todo los acuerdos y condiciones establecidas con el proveedor.
- Controlar los rechazos de la mercancía

La persona encargada de las compras en la empresa deberá estar organizada en forma tal que se pueda sistematizar y racionalizar al máximo las tareas que deben realizarse a fin de conseguir la mejor gestión al mínimo coste posible.

- **Misión del área de compra**

La misión del área de compras es proponer buena calidad, en el momento preciso y en el lugar adecuado, a un precio justo, que el consumidor pueda pagar y recomendar.

- Materia prima de buena calidad, que cumplan con las especificaciones.
- Que las cantidades de compras sean necesarias para la empresa NeoEthicals.
- Que sean entregada justo a tiempo.
- Que lo adquirido sea un precio exacto y de acuerdo a la calidad.
- Que los insumos necesarios de los productos estén siempre a tiempo.

- **Organización del área de compras.**

La organización del área de compras de la empresa NeoEthicals tendrá como mínimo un comprador y un jefe. Las funciones principales que desarrollan los departamentos involucrados en cada una de ellas comprenden:

- Solicitud de información y justificación de las compras.
- Elaboración y requisición de las compras.
- Análisis de la requisición.

(Ardura, 2006) “Las organizaciones suelen contar con un comité, departamento o centro de compras dedicado a realizar las acciones

necesarias para adquirir productos para la empresa. Suele estar formado por representantes de distintos de departamento de la organización, los papeles o roles que pueden desarrollar las personas que intervienen en el proceso de decisión de compras se pueden resumir lo siguientes: - Los iniciadores detectan la necesidad en la empresa, y con el fin de resolverla, plantean la adquisición del producto”. (P.176)

Según (Marchena, 2015)En toda empresa en el área de compras deben proyectar las acciones en los siguientes pasos:

- a) Crear presupuesto de compras
- b) Elaborar el plan de pedidos.
- c) Generar pedidos. En función de las fechas que se configuren en la elaboración de pedidos.

Según (Iglesias, 2016) “La organización del proceso de compras de las empresas es un factor muy importante, con el fin de ejercer la función de una forma eficaz esta tarea debería ser realizada en todas las ocasiones por la misma persona del establecimiento”.

El control interno operativo en el área de compras

Según (Hernandez, 2005) “El área de compras es un área muy sensible a los problemas de control interno, tanto por el importe comprometido en la misma como por las dificultades propias de la gestión.

- La gestión de proveedores y las cuentas a pagar, en el sentido de efectuar una selección de proveedores competitivos y proteger la función financiera, con acciones tendentes a la búsqueda del equilibrio entre las cuentas a pagar y la gestión del disponible. (Hernandez, 2005)

- Establecer un proceso operativo acorde con la estructura departamental que indique las actividades y tareas, los centros de control y los documentos soportes de las compras, incidiendo en las fases de autorización y ejecución que caracterizan el control interno operativo. (Hernandez, 2005)
- Suministrar información contable fiable y relevante para el ejercicio del presupuesto, para la formulación de la contabilidad analítica y para la toma de decisiones a través de análisis del capital circulante y la rotación de existencias, donde el volumen de compras y el saldo de proveedores constituyen viables básicas. (Hernandez, 2005)
- Favorecer el conocimiento, formación y adaptabilidad del personal a la implantación de sistemas integrados de gestión.(Hernandez, 2005)
- El control interno constituye una disciplina integral al servicio de la dirección, constituyendo su propósito la implementación de instrumentos, técnicas y medidas útiles y relevantes para mantener o modificar determinadas pautas en las actividades de la organización y que coadyuven a proporcionar a la dirección la convicción objetiva y eficaz y eficiente; lo que facilitara el control de gestión y competitividad en el mercado. (Hernandez, 2005)

- **Procedimientos del área de compras**



Gráfico 1: Procedimientos de área de compras
Fuente:(Coral, 2014)

- 1. Solicitar cotizaciones:** En esta fase del proceso de las compras, es donde se les solicitan a los diferentes proveedores la cotización de lo que se requiere en la empresa, especificando todos los datos necesarios para poder seleccionar a la mejor cotización de acuerdo con nuestros requerimientos.
- 2. Cuadro Comparativo:** Con base en las cotizaciones que entregan los proveedores, se elabora el cuadro comparativo, que es un documento válido para efectuar un análisis de las órdenes de compra, y así poder tomar la decisión de a qué proveedor se le entregará el pedido, el análisis se basa en la calidad, precio, garantía y fechas de pago.

3. **Factores al decidir:** Todo lo relativo a la decisión de quién será el seleccionado se basará en las políticas de la empresa, en la necesidad de pago en un tiempo alargado, del disponible de efectivo, a la urgencia, a los servicios que proporcione el proveedor, eso ya depende de quién tome la decisión.
4. **Seguimiento a la orden de compra:** Es quizá una de las obligaciones más importantes del comprador, ya que en ella radica que el o los artículos adquiridos lleguen a tiempo y no se tenga que recurrir a pedidos de emergencia, entre las que se destacan ciertas variables que le darán a esta fase el carácter importante:
 - a. Cumplir con las fechas y condiciones de entrega
 - b. Reservar lo adquirido
 - c. Informar a contabilidad, cuentas por pagar y solicitante que llegara lo solicitado
 - d. Avisar a control de calidad el día y la hora que llegara lo solicitado, para su inspección.
5. **Recibir e inspeccionar lo recibido:** Esta fase del proceso de compras nos indica lo necesario que es recibir e inspeccionar lo solicitado, se realiza en coordinación con el departamento de control de calidad y almacén, la responsabilidad es de compras, pero si el producto recibido no pasa las especificaciones solicitadas, será rechazado.
6. **Verificar documentos de cobro:** Las facturas a revisión son recibidas por la empresa, generalmente es cuentas por pagar la que se encarga de esta función, pero es responsabilidad de compras dar el visto bueno de qué es lo que se pidió y que ya se recibió, y que la factura contenga los datos y los documentos que se solicitaron en la orden de compra o el pedido, asimismo, es obligación del área de

compras ver que el cheque salga a tiempo y se le entregue al proveedor.

7. **Autorizar el pago:** Como resultado de todas las labores administrativas la obligación del comprador es estar al pendiente de que el cheque del proveedor salga y se le entregue a tiempo, esto con el fin de que en la siguiente compra que se haga al proveedor, sea rápida y expedita.
8. **Controlar lo adquirido:** Esta fase del proceso de compras no es su obligación, pero existe la variable en algunas empresas de que el comprador lleva los controles de inventarios, para que nunca falten las materias primas o los insumos. Es el comprador que de manera constante vigila los inventarios y ordena el requerimiento.
9. **Efectuar devoluciones al proveedor si es el caso:** Cuando los artículos adquiridos no cubren las especificaciones, o se reciben en mal estado, la obligación del área de compras es devolver al proveedor lo que llegó fuera de especificaciones, tomando nota de lo sucedido para tomar medidas para en lo sucesivo no solicitar al proveedor de referencia nuevos insumos o las materias primas necesarias para el funcionamiento de la empresa.

- **Disponibilidad de Producto**

Calidad: Se dice que deben respetarse las características técnicas y las especificaciones, y la buena conjunción de las materias primas y/o componentes, amén de su proceso de producción. Esta regla debe observar cinco variables:

Conveniencia: “Calidad mínima aceptable que va de acuerdo al comprador que busca precios bajos, financiamiento y una rápida entrega”. (Coral, 2014)

Según (Ardura, 2006)“Invertir el mínimo tiempo y esfuerzo en adquirir el producto.

Disponibilidad:“Además de las especificaciones técnicas en esta regla, la rapidez en el uso es primordial, es decir, su entrega y su utilización debe ser casi inmediata”. (Coral, 2014)

Según(Doncel, 2008) “El balance necesario entre distribución y disponibilidad es un componente muy importante del posicionamiento del producto” (P.142)

Costo y/o precio:“Esta característica es de suma importancia, tanto para el comprador que exige un precio lo más barato posible, y de acuerdo a la calidad del producto, como para el vendedor que debe sacrificar en algunas ocasiones la utilidad con tal de tener el satisfactor en manos del consumidor final”. (Coral, 2014)

Sistematización o conjugación:“La calidad, el precio, la garantía, y la disponibilidad son básicos para que el comprador pueda tomar una decisión de adquisición, tomando como base todo este conjunto como mínimo”. (Coral, 2014)

Control de calidad:“Esta variable de la regla de calidad marca que toda compra debe de pasar por un riguroso control de las especificaciones técnicas y de calidad, con las que fueron solicitadas y aceptadas por ambas partes”.(Coral, 2014)

CANTIDAD: Muchas veces la mejor manera de adquirir un artículo para la empresa, lo representa la cantidad, ya que esta es básica para determinar el costo de lo adquirido, y el cual se basa en varios factores.

- Tipo de artículo y tiempo de entrega.

- Precio unitario y/o precio por cantidades de compra.
- Periodo de compra, promedio y frecuencia de compra.
- Máximos y mínimos, lote mínimo de compra y/o submúltiplos.
- Recepción, almacenaje y caducidad.

La cantidad del producto comprado ha de ser la necesaria para la empresa. Se deben ajustar al plan comercial han de preverse con anterioridad. (Vertice, 2008)

PRECIO: Esta variable en algunas ocasiones es la más importante, el precio, ya sea por unidad o por grandes volúmenes, debe ser “el precio exacto” a fin de que se efectúen las compras siguientes, debe basarse en los siguientes términos:

- Que se pueda negociar

El principal objetivo del área de compras es negociar el precio con relación a los tiempos de entrega y los mayores tiempos de pago.

- Que se conozcan los precios de la competencia

El área de compras, debe conocer los precios de los productos de la competencia, para tomar la decisión y darle al proveedor la orden de compra o pedido, para lo cual se necesita por lo menos tener tres cotizaciones de los proveedores.

- Que sean los normales o el de las ofertas

El precio nunca se debe de aceptar con cambios, lo legal es que el proveedor siempre entregue el pedido en base al precio negociado en la orden de compra.

- Que sea el del proveedor adecuado

Para que el precio sea el acordado no se debe de cambiar al proveedor, ni a uno pedirle una cantidad y a otro una distinta, puede haber diferencia en calidad y en precio y eso afecta el buen funcionamiento del área de compras.

Según(Moya, 2011) “El nivel de servicios de las empresas es el porcentaje de pedidos que pueden darse inmediatamente de las existencias, por lógica los niveles superiores de servicio requerirán una mayor inversión en los stocks”.(p. 91)

Los aprovisionamientos suelen consumir alrededor del cincuenta por ciento de los fondos que ingresan las empresas como producto de sus ventas lo que nos alerta de su importancia económica. Pero la función del aprovisionamiento tiene también una poderosa influencia en la calidad. En efecto la calidad de las materias primas y de los componentes comprados índice de la calidad de los productos. La información que puedan ofrecer los proveedores tiene una gran importancia para la función del diseño.(Moya, 2011), (p. 90)

Controlar los materiales e inventario existe la variable en algunas empresas de que el comprador lleva los controles de inventario, para que nunca falten las materias prima o insumos. Es el comprador que vigila los inventarios y ordena los requerimientos.(Moya, 2011), (p. 205)

Se decidiera si se entregara oportunamente o se esperara un tiempo razonable, bajo la modalidad justo a tiempo.

Esta característica reviste cinco variables que hacen de esta un punto muy importante de decisión:

- Hay en existencia de una manera uniforme.
- Hay varios tamaños.
- Hay varias presentaciones.
- Son de fabricación especial o sobre pedido
- Son de mayor o menor demanda.

Según (Vertice, 2008) “El precio ha de ser justo en relación de la calidad, condiciones de pago, y plazo de entrega estipulado. El plazo de entrega debe ser el apropiado, de forma que se halle disponible en el momento oportuno”.

- **Adquisición y Logística**

“La función de la logística es la encargada de poner a disposición de la empresa los materiales y productos necesarios para su funcionamiento es a lo que se denomina aprovisionamiento”. (Rodrigo López, 2014), (p. 26)

“La logística tiene como objetivo principal satisfacer la demanda en las mejores condiciones de servicios, coste y calidad. Garantizar la calidad del producto o servicio es una ventaja competitiva y reducir costes que permitan aumentar los beneficios de la empresa, por lo tanto, la logística se encarga de gestionar los medios necesarios y conseguir los recursos humanos (personal cualificado) y financieros más adecuados”.(Escudero Serrano, 2014),(p.2)

- **Aprovisionamiento de compras**

“Consiste en seleccionar a los proveedores y abastecer al centro de producción de las materias primas y otros elementos para garantizar el ritmo y volumen de producción con el mínimo costes.(Escudero Serrano, 2014), (p.4)

“La función de aprovisionamiento es la encargada de cubrir las necesidades de materiales y productos que la empresa necesita para su funcionamiento, teniendo en cuenta sus prioridades competitivas en lo que se refiere calidad, coste y tiempo.

La gestión de aprovisionamiento incluye dos funciones

- **Compras:** Es la parte de la gestión del aprovisionamiento encargada de adquirir los bienes y servicios a los proveedores. Una de las áreas más importantes para gestionar en un establecimiento comercial es el área de compras, ya que de ella dependen el resto de las demás actividades. La gestión de compras debe recibir un mayor grado de atención, interés y participación activa por parte de los máximos responsables de las pequeñas empresas.
- **Gestión de Stocks:** La gestión de los inventarios o stocks supone tomar decisiones sobre los niveles de artículos que se deben almacenar, las cantidades que tenemos que pedir al proveedor en cada pedido” (Rodrigo López, 2014)(p.26)

2.1.3. Antecedentes referenciales

Título: Diseño de propuesta para la mejora de la gestión de compras de materiales

Autores: Kristel Arguello Fernández, Morales Vistin Luis

Año: 2018

“Nos indica que en las medianas y pequeñas empresas tienen la problemática de gestiones de compras, debido a su complejidad, factores externos que cambian constantemente, la dinámica y la constantemente

proactividad que deben de tener en todos sus procesos para ser más competitivas en el actual mundo de los negocios. Unas de las soluciones y alternativas es mejorar los procedimientos en las gestiones de compras a través de la elaboración e implementación de un manual de compras con el que cuentan para así optimizar sus recursos humanos, materiales y monetarios”.

Título:Plan de Mejoras en el proceso de compras y suministros

Autor: Anyulli Osorio

Año: 2017

“Nos indica que toda empresa debería tener un manual de compras como una Guía oficial para la estructura orgánica de la empresa y su funcionamiento del área de compras. El manual de compras de compras es un compendio particular a diferencia del general, pues comprende a la organización del área de compras, así como las definiciones de las operaciones de las mismas. Por tal razón el manual de compras no se opondrá al manual general establecido en la empresa y así se someterá a sus disposiciones generales”.

Título: Diseños de los manuales de procedimientos para las áreas de compras y venta de mercaderías.

Autores: Erika Beatriz Falquez León, Evelyn Anabel Paredes Hidalgo

Año: 2012

“Nos refiere que la elaboración de una manual, contempla informar y capacitar a las personas sobre sus funciones, pasos a seguir, relaciones y políticas de una organización y se determina claramente las

responsabilidades de todas las personas que participan en un proceso, los manuales propician la uniformidad en el trabajo, sirven como medio de integración y orientación al personal”.

Los proyectos antes investigados están fundamentados y guiados para lograr una eficaz administración empresarial y un crecimiento en la productividad por lo tanto es un componente de suma importancia dentro de toda la empresa, y un elemento eficiente en la gestión de compras, procedimientos que en las empresas tienen su departamento determinado que solo se dedican realizar esta actividad.

Todas las empresas pymes deben de tener un correcto manual de procedimiento de compras, ya que el área de compras se puede considerar uno de los motores principales de la empresa, debido a que es la que inicia el proceso de las operaciones al adquirir los materiales e insumos para la producción y el correcto funcionamiento de diversas áreas.

2.2. Fundamentación Legal

Las (ISO 9001, 2015) “La organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de la calidad, incluidos los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional.

La organización debe determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización, y debe:

- a. Determinar las entradas requeridas y las salidas esperadas de estos procesos;
- b. Determinar la secuencia e interacción de estos procesos;

- c. Determinar y aplicar los criterios y los métodos (incluyendo el seguimiento, las mediciones y los indicadores del desempeño relacionados) necesarios para asegurarse de la operación eficaz y el control de estos procesos;
- d. Determinar los recursos necesarios para estos procesos y asegurarse de su disponibilidad;
- e. Asignar las responsabilidades y autoridades para estos procesos;
- f. Mejoras en los procesos y el sistema de gestión de calidad.

El proceso de compras tiene como función la adquisición de las materias primas o insumos con los cuales la empresa funciona, De ahí su importancia en la gestión de calidad, pues el departamento de compras desde la ISO 9001, es una entrada para muchos procesos como apoyo en toda la organización. Su gestión impacta directamente en los resultados que busca la empresa”.

2.2.1. Principios de la gestión de la calidad

(ISO 9001, 2015) “Esta Norma Internacional se basa en los principios de la gestión de la calidad descritos en la Norma ISO 9001.Las descripciones incluyen una declaración de cada principio, una base racional de por qué el principio es importante para la organización, algunos ejemplos de los beneficios asociados con el principios y ejemplos de acciones típicas para mejorar el desempeño de la organización cuando se aplique el principio. Los principios de la gestión de la calidad son:

- a) Enfoque al cliente;
- b) Liderazgo;
- c) Compromiso de las personas;
- d) Enfoque a procesos;

e) Mejoras

2.2.2. Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar

(ISO 9001, 2015) “El ciclo PHVA puede aplicarse a todos los procesos y al sistema de gestión de la calidad como un todo”.

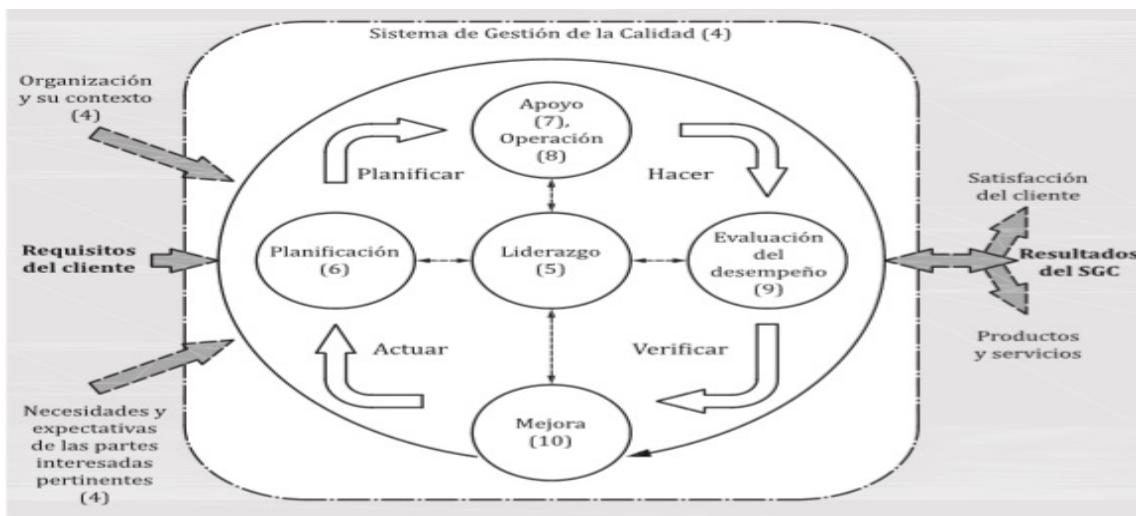


Gráfico 2: Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar
Fuente: Normas ISO 9001

El ciclo PHVA puede describirse brevemente como sigue:

- **Planificar:** establecer los objetivos del sistema y sus procesos, y los recursos necesarios para generar y proporcionar resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización, e identificar y abordar los riesgos y las oportunidades;
- **Hacer:** implementar lo planificado;
- **Verificar:** realizar el seguimiento y (cuando sea aplicable) la medición de los procesos y los productos y servicios resultantes respecto a las políticas, los objetivos, los requisitos y las actividades planificadas, e informar sobre los resultados;

- **Actuar:** tomar acciones para mejorar el desempeño, cuando sea necesario.

2.2.3. Ley de consumidor Final

Art.3.-Bienes y Servicios de óptima calidad. - Para la aplicación de los numerales 2 y 3 del Art. 4 de la ley, se entenderá por bienes y servicios de óptima calidad aquellos que cumplan con las normas de calidad establecidas por el INEN o por el organismo público competente o, en su defecto, por las normas mínimas de calidad internacionales. A falta de las normas indicadas, el bien o servicio deberá cumplir con el objeto para el cual fue fabricado u oferta.

Art.13.- Responsabilidades y obligaciones del Proveedor. -Se entenderá por información suficiente la que debe suministrar el proveedor respecto a los datos exigidos por la ley. Esto es la rotulación mínima en productos alimenticias procesados, la rotulación mínima en los medicamentos, seguridad de uso, instrucciones sobre adecuado manejo y advertencias, en caso de que conforme a la ley sean obligatorias; productos primarios para consumo humano o pecuario, mejorados genéticamente o la determinación de si se trata de productos o usados o deficientes, así como la garantía sobre aquellos productos que conformen a la ley se debe otorga.(Ley del consumidor, 2000)

Art. 21.- Sera de responsabilidad del consumidor, el adecuado uso de bienes y servicios que presenten cierto nivel de riesgo y sobre cuyas características haya sido informado por el proveedor.(Ley del consumidor, 2000)

Art. 22.- La determinación de la vida útil de los bienes de naturaleza durable a la que hace referencia el artículo 25 de la ley, constara en una norma técnica elaborada por el Instituto Ecuatoriana de Normalización-INEN. En

caso de falta de norma técnica, respecto al tiempo de vida útil de los bienes de naturaleza durable que deben contar con suministros de componentes, repuestos y servicios técnicos, el proveedor declarará, en la factura o contrato correspondiente, el tiempo de vida del bien vendido.(Ley del consumidor, 2000)

Art. 45.- Obligaciones de los Proveedores. - Los adjudicatarios quedarán obligados a proveer bienes y servicios normalizados de conformidad con las condiciones de plazo, precio, calidad, lugar de entrega y garantía establecidas para el período de duración del Convenio Marco. No obstante, los adjudicatarios podrán mejorar las condiciones establecidas, siguiendo el procedimiento que para el efecto se haya previsto en el Convenio Marco.(SERCOP, 2015)

2.2.4. Normas ISO

La gestión de compras está regulada cuando la organización tiene enfoque de calidad, es decir que adopta un sistema de gestión de calidad o sea que está influenciado por diferentes necesidades, objetivos particulares, los productos que proporciona, los procesos que emplea y el tamaño y estructura de la organización.

La norma ISO 9004 define que el propósito de una organización es identificar y satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes y otras partes interesadas como: empleados, proveedores, propietarios, sociedad) para lograr una ventaja competitiva y para hacerlo de una manera eficaz y eficiente.

El numeral 6 de la norma establece: La gestión de recursos y la forma como la alta dirección de una empresa, debe asegurarse de que los recursos esenciales tanto para la implementación de las estrategias como para el

logro de los objetivos de la organización, se identifican y se encuentran disponibles. Considera la provisión oportuna y eficaz y eficiente de recursos en relación con las oportunidades y restricciones del sistema.(ISO 9001, 2015)

2.3. Variables de investigación. Conceptualización

Variable Dependiente Procedimiento de Compras	Variables Independiente Disponibilidad de Productos
<p>Siempre ha existido la conveniencia de que el departamento de compras de la empresa, por pequeña que sea, tenga su procedimiento de compras.</p> <p>a) Las políticas de la compañía respecto a las compras, proveedores, los pagos, las especificaciones de calidad, etc.</p> <p>b) Los procedimientos que deben seguirse para el proceso completo de las compras y para cumplir con las políticas señaladas.(Torre, 1999)</p> <p>Esta investigación consiste en desarrollar procedimientos para la gestión de compras con los proveedores, emisión de órdenes de compras, gestión de la documentación relacionada con la compra, la gestión que se lleva a cabo en las devoluciones, pagos a proveedores y la compra de suministros.</p>	<p>Por el lado de las entradas de stock, el control es más fácil, ya que de alguna manera controlamos la llegada de artículos.</p> <p>Existe un nivel óptimo de stock puesto que se puede determinar el stock a mantener desde dos perspectivas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La del servicio al cliente que implica contar con el mayor stock posible para poder atender cualquier petición • La del coste que lleva a tener el menor stock posible para minimizar el enorme coste que supone financiarlo. <p>La necesidad de organizar y planificar el stock es incuestionable. Si no se hace, podemos vernos en la circunstancia de que un cliente solicite un producto y no se lo podamos proporcionar.</p> <p>Los encargados de la gestión de stocks y almacenes tienen que llevar un control estricto de que todos y cada uno de los productos que se han pedido a proveedores lleguen a tiempo y en perfecto estado.</p>

Cuadro 3: Variable de Investigación
Fuente: Elaboración propia

2.4. Glosario

Aprovisionamiento: El aprovisionamiento es la acción de encontrar, adquirir o comprar bienes o servicios u obras de una fuente externa.

Presupuesto: Cálculo anticipado del coste de obra o un servicio; Conjunto de los gastos o ingresos previstos para un determinado periodo de tiempo

Estandarizar: Ajustar a alguien o algo

Coadyuvar: Contribuir o ayudar a la consecución de una cosa.

Proceso: Conjunto de actividades mutuamente relacionadas, o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en elementos de salida o resultados.

Procedimiento: Forma específica para llevar a cabo una actividad o un proceso.

Compra: Se puede entender por compra el acto por el que se obtiene un material a cambio de un precio.

Stock: Reserva de alguna cosa disponible para un uso futuro.

Manual: Una Guía de usuario, también conocida como Manual de usuario, es un documento de comunicación técnica destinado a dar asistencia a las personas que utilizan un sistema en particular.

Política: La política monetaria es la disciplina de la política económica que controla los factores monetarios para garantizar la estabilidad de precios y el crecimiento económico.

Ordenes de compras: es un documento que emite el comprador para pedir mercaderías al vendedor; indica cantidad, detalle, precio y condiciones de pago, entre otras cosas. El documento original es para el vendedor e implica que debe preparar el pedido.

Calidad: La calidad es una herramienta básica e importante para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

Provisión: Una provisión es una cantidad de recursos que conserva la empresa por haber contraído una obligación, con el objetivo de guardar esos recursos hasta el momento en el que deba satisfacer la factura.

Suministros: está vinculada con la acción de suministrar, de proveer a alguien de algo que necesita. En términos económicos se utiliza el concepto de suministros como sinónimo de abastecimiento.

Implantación: Organizar medios técnicos para cumplir los objetivos de las empresas.

Inventario: “Materia prima, trabajo en proceso, bienes acabados y suministros requeridos para la creación de los bienes y servicios de una compañía. También la cantidad de unidades o el valor del inventario de bienes que tiene una compañía”(Services, 2012).

Planificación de las compras: “Define qué necesita la organización, cuánto y para cuándo lo necesita, dentro de un periodo determinado. Además, en la planificación se identifican los proveedores potenciales de cada compra y una estimación de sus principales parámetros, tales como precio, plazos de entrega, calidad, etc.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGIA

3.1. Presentación de la Empresa

NeoEthicals CIA Ltda., fue fundada 19 de abril del año 2013, inicia sus actividades en la ciudad de Guayaquil, Av. Rosavin 15 ½ y Vía Daule, la empresa. Es una empresa en Ecuador, con sede principal en Quito. Opera en Comerciantes al por Mayor de Bienes no duraderos Diversas industrias. Actualmente emplea a 19 (2017) personas. En sus últimos aspectos financieros destacados, NeoEthicals Cia.Ltda reporto aumenta de ingresos netos 53,76% en 2018. Su Activo Total registró crecimiento negativo 7,66%. El margen neto de NeoEthicals Cía. Ltda. aumento 2.31% en 2018.

3.2. Objeto Social de la Empresa

NeoEthicals es una empresa cuyo objeto social es el de proveer medicamentos de alta calidad que generen valor y soluciones de salud al alcance de todos y comprometida en satisfacer las necesidades de nuestro clientes, consumidores y colaboradores.

Fundada en India en el año 1990, es un laboratorio farmacéutico que se dedica a la investigación, estudio, análisis y producción de medicamentos altamente comprometida en mejorar la salud mundial con una amplia gama de medicamentos que cumplen con los altos estándares de calidad y normas de salud internacionales.

NeoEthicals posee el compromiso de brindar un servicio excepcional y proporcionar medicamentos seguros y efectivos que cumplen con todos los requerimientos de Buenas Prácticas de Manufactura, establecidos por el Ministerio de Salud.

NeoEthicals- Cuenta con personal altamente calificado y con una gran experiencia cumpliendo así todas las actividades con un gran nivel de profesionalismo.

3.3. Misión

Servir a nivel Nacional-Internacional en la distribución de medicamentos para uso humanos, con personal calificado, competente y comprometido, utilizando alta tecnología que nos permita garantizar la satisfacción total del cliente, cumpliendo con normas legales establecidas por organismo de control.

3.4. Visión

Consolidación al Centro de Distribución Logístico NeoEthicals Cia.Ltda. en el mercado farmacéutico, para el año 2012 fue fundada en el Ecuador cuyo propósito es proveer medicamentos de alta calidad que generen valor y soluciones de salud al alcance de todos. El Centro de Distribución Logístico NeoEthicals Cía.Ltda. será una empresa reconocida que alcanza el éxito de manera competitiva. Cumpliendo estándares de calidad que alcanzan el éxito de manera competitiva. Cumpliendo estándares de calidad, innovando servicios y optimizando procesos constantemente, requisitos para penetrar exitosamente a nuevos mercados.

3.5. Política de Calidad

El Centro de Distribución Logístico NeoEthicals Cía. Ltda. Importa, comercializa y distribuye productos farmacéuticos y busca posicionarlos como los de mayor aceptación en el mercado nacional e internacional por su excelente calidad. Para eso, aplica un Sistema de Garantía de Calidad, con un programa interno que induce a la mejora continua y el cumplimiento de las normas vigentes sanitarias. Esto es un compromiso de la alta dirección empresarial.

**3.6. Centro de distribución logístico por categoría ocupacional
Neoethicals Cía. Ltda.**

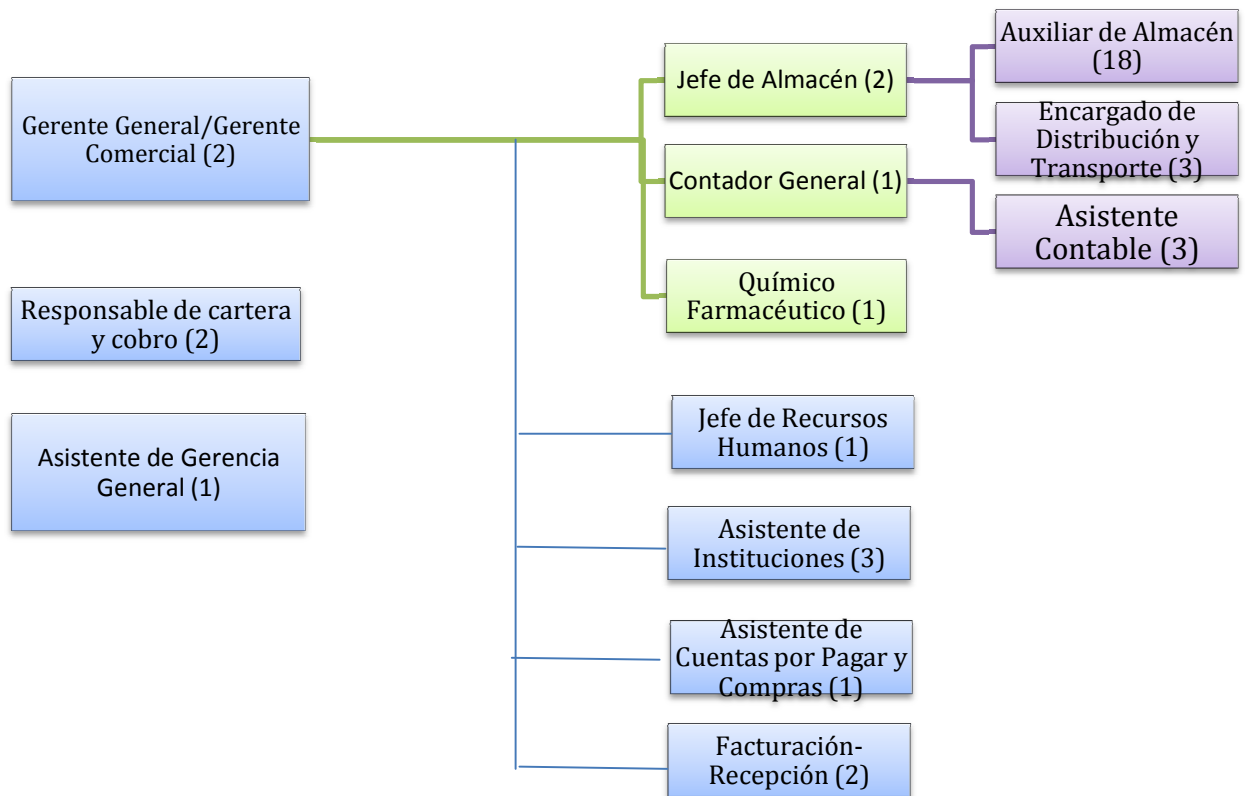


Gráfico 3: Categoría Ocupacional
Fuente: Elaboración propia

3.7. Clientes y Proveedores más importante

Clientes potenciales
PIÑA ORTIZ FRANCISCO JAVIER
OSTAIZA ZAMBRANO WASHINGTON RODOLFO
MORALES VARAS NELSON GUILLERMO
NEGOCIOS FARMACEUTICOS SALAS NEGFAR S.A.
PRODE-FARM
GLOBALRENT S.A.
SIMEDPHARMA S.A. SIMEDPHARMA SIMEDFAR S.A.
ROMAN JOSE NICANOR
PHARMAVACCINE S.A.
VELEZ CARRERA JAIME LENIN
TENEN SANCHEZ VERONICA ELIZABETH
EDISON HERRERA
MERCATTI S.A. MERCATTISA

Cuadro 4: Cliente y proveedores
Fuente: Elaboración propia

Proveedores principales:
ANDVELACORP CIA LTDA
ARELLANO TROYA MARCELO R.
CONDIMAQSA S.A.
EMECORP S.A.
EQUIFAXS.A.
GENERALI ECUADOR COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.
HOLTRANS LOGISTICS S.A.
MAGGIES FOODS ARTES&CULINARIOS S.A.
PRESCRIPTION DATA ECUADOR SA PRESCRIPTIONDATA
R2M ROAD TO MARKET CONSULTING EC S.A.
SEGUROS CONFIANZA S.A.
SERVIENTREGA ECUADOR S.A.
SISMODE CIA. LTDA.
TERMINAL DE CARGAS DEL ECUADOR S.A. TERMICARGA TCE
TRANSPEGUAR S.A.
UTIMPOR S.A.
VEPAMIL S.A.

Cuadro 5: Clientes y proveedores
Fuente: Elaboración propia

3.8. Principales Productos

SF_Linea	SF_Linea	FAMILIA	Desc_Producto
CORE-MARCA	Movilidad	DICLO + NEURO	DICLOFENACO+NEUROTR OPAS GEL CAPS X 100 CAPSULAS
		IBUWIN	IBUWIN (IBUPROFENO 400 MG. CAP. GELATINA BLANDA) X 30 IBUWIN FORTE (IBUPROFENO 800MG. CAP. GELATINA BLANDA) X 10 UND IBUWIN PLUS (IBUPROFENO 600MG. CAP. GELATINA BLANDA) X 30
		ZIGNET	ZIGNET PLUS 325MG+37.5MG
	Gastro	GERMITOL	Germitol Caps Germitol Polvo
	Respiratoria	FLUFIN	FLUFIN (ANTIGRIPAL) FLUFIN ALLERGY (CLORHIDRATO DE CETIRIZINA 10MG)
CORE-GENERAL	General	ALENDRONIC ACID	ACIDO ALENDRONICO 70MG TAB. X 4 TABLETAS ALENDRONATO SODICO 70MG. X 4 TABLETAS
		ALLOPURINOL	ALOPURINOL USP 300 MG
		AMLODIPINE	AMLODIPINO 10 MG TABLETAS
		ASCORBIC ACID	VITAMINA C 500MG (MASTICABLE) X 100 TABLETAS
		ATORVASTATIN	ATORVASTATINA 20MG TABS X 30 TABLETAS
		CARVEDILOL	CARVEDILOL USP 12.5 MG TABLETAS CARVEDILOL USP 25 MG TABLETA

			CARVEDILOL USP 6.25 MG TABLETA
		CLOPIDOGREL	CLOPIDOGREL RECUBIERAS 75MG X 30 TAB. CLOPIDOGREL RECUBIERTAS 75MG X 001 TAB. (PRIV.)
		ENALAPRIL	ENALAPRIL MALEATE TABLETAS 20MG X 30
		ESOMEPRAZOL E	ESOMEPRAZOL 40MG X 30 TABLETAS
		HYDROCORTIS ONE	HIDROCORTISONA SUCCINATO SODICO POLVO PARA INYECCION 100MG X 50 HYDROCORTISONE 100MG INJECTION
		LOSARTAN	LOSARTAN POTASICO 100MG X 100 TAB. LOSARTAN POTASICO 50MG X 001 TAB. (PRIV.) LOSARTAN POTASICO TAB 50MG X 100 TABLETAS LOSARTAN POTASICO TAB 50MG X 30 TABLETAS LOSARTAN POTASICO TAB. 50MG.
		OMEPRAZOLE	OMEPRAZOL 20MG CAPS X 1 CAPSULAS (INST.) OMEPRAZOL 20MG CAPS X 100 CAPSULAS (INST)
OTHER	General	ALBENDAZOLE	ALBENDAZOL SUSPENSION ORAL 400MG/10ML
		AMIKACIN	AMIKACIN 500MG/2ML SOLUCION INYECTABLE X 100 AMIKACIN INJ 250MG/2ML AMPS
		AMIODARONE	AMIODARONE TABLETAS

			200 MG X 30
		AMOXICILLIN	AMOXICILINA 500MG X 1 CAPSULA (INST) AMOXICILINA 500MG X 100 CAPSULAS
		AMOXICILLIN+C LAVULANIC ACID	AMOXICILINA + ACIDO CLAVULANICO 1000MG + 200MG POLVO P/INY. AMOXICILINA + CLAVULANATO POTASICO 875MG + 125 MG X 14 TABLETAS AMOXICILINA + CLAVULANATO POTASICO SUSP. 250MG+62.5 MG/5ML AMOXICILINA + CLAVULANATO POTASICO TAB 500 MG + 125MG X 20 TABLETAS
		AMPICILLIN + SULBACTAM	Ampicilina + Sulbactam
		AZITHROMYCIN	AZITROMICINA 200MG/5ML SUSPENSION ORAL AZITROMICINA 500MG X 100 TABLETAS AZITROMIZINA 500 MG X 3 TABLETAS
		BETAMETHASO NE+CLOTRIMAZ OLE+GENTAMI CIN	GENTAMICINA+BETAMET ASONA+CLOTRIMAZOL CREMA 30MG
		BIFONAZOLE	Bifonazole
		CALCIUM	CALCIUM /GLUCONATE INY 10% 10 ML
		CEFADROXIL	CEFADROXILO POLVO PARA SUSPENSION ORAL 250MG/5ML
		CEFALEXIN	CEFALEXINA 500MG CAPSULAS

		CEFIXIM	CEFIXIMA 100MG/5ML - 50ML POLVO P/SUSPENSION
		CEFOTAXIME	CEFOTAXIMA INY 1 G
		DICLOFENAC	DICLOFENACO GEL 1% - 30GR DICLOFENACO GEL 1% - 40GR DICLOFENACO POTASICO 50MG X 001 TAB. (PRIV.) DICLOFENACO POTASICO TAB. 50MG X 100 TABLETAS DICLOFENACO SODICO 100MG X10 SUPOSITORIO
		PARACETAMOL	ACETAMINOFEN SUPOSITORIOS 300MG X 2X5S Paracetamol PARACETAMOL TABLETS 500MG PARACETAMOL10MG/ML SOLUCION PARA INFUSION 100ML
		RANITIDINE	RANITIDINA INY 50MG/2ML AMPOLLAS RANITIDINA INY 50MG/2ML X 10 AMPOLLAS RANITIDINA INY 50MG/2ML X 100 AMPOLLAS RANITIDINA TABLETAS 150MG X 30 RANITIDINA TABLETAS 300 X 100 TABLETAS
		RISPERIDONE	RISPERIDONA TABLETAS RECUBIERTAS 1MG. X 30 TAB RISPERIDONA TABLETAS RECUBIERTAS 2MG. X 30 TAB
		VANCOMYCIN	VANCOMICINA 500MG POLVO PARA INYECCION

			(1 VIAL)
		WATER FOR INJECTION/INFUSION	AGUA PARA INYECCION SOLUCION INY 10ML AGUA PARA INYECCION SOLUCION INY 10ML X 100 AMP

Cuadro 6: Principales productos
Fuente: Elaboración propia

3.9. Descripción de los puestos de trabajo

Nombre del Puesto: Asistente de compra

Propósito del Puesto:

Realizar una gestión de compras eficiente que permita el buen funcionamiento de la empresa coordinado todo lo referente al abastecimiento de producto.

Funciones Generales:

Controlar, organizary coordinar la adquisición de los suministros, ordenes de compras, cuentas por pagar, cotizaciones basándose en las políticas planteadas por la organización.

Funciones Específicas:

- Mantener actualizada la información de los proveedores.
- Recepción y gestión de las órdenes de compras, facturas, guías de remisión, cotizaciones y demás documentos relacionadas al abastecimiento.
- Dar seguimientos de los pedidos puestos a los proveedores.
- Gestionar las reposiciones mediante analisis de la rotación de inventario.

- Solicitar cotizaciones a los proveedores y realizar cuadros comparativos entre ellas.
- Elaborar y presentar informes de las facturas de compras recibidas.
- Cuadrar las ordenes de compras y con las facturas y reporte de recepción de bodega.
- Gestionar la emisión de notas de créditos de parte de los proveedores por motivo de proveedores.
- Emisión de las retenciones de las facturas de compras.
- Envío por mail el scan de las retenciones emitidas al proveedor.

Responsabilidad:

- Mantener al día la información de la recepción y registros de facturas.
- Optimizar tiempo al momento de realizar cada actividad.
- Proponer nuevos métodos para generar eficiencia dentro de la gestión de compras.
- Mantener con confidencialidad la información manejada.
- Mantener una relación profesional y amena con los proveedores. al tanto del estado de un tema específico.

3.10. Tipos de Investigación

Para realizar esta investigación se utilizará los siguientes diseños.

3.10.1. Investigación Descriptiva

Según (Rodríguez Moguel, 2005) “La investigación descriptiva trabaja sobre realidades y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta”. (p.25)

La investigación descriptiva es también llamada diagnosticada, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

Esta investigación es descriptiva porque permite conocer la realidad del problema planteado en partes de describir el proceso de los problemas del departamento de compras con el objetivo de mejorar los procedimientos de compra de la empresa.

3.10.2. Investigación Explicativa

La investigación explicativa plantea como objetivo estudiar la situación del problema de investigación y analizar las causas y efectos de la relación entre las variables. (Bernal Torres, 2006, p.115)

Se encarga de buscar el porqué del problema mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. La investigación explicativa puede ocuparse de la determinación de las causas del problema y como los defectos del problema mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

3.11. POBLACIÓN Y MUESTRA

Dentro de este proyecto se utilizarán términos estadísticos, entonces por lo tanto sus definiciones se hacen imprescindibles para entender las propuestas se elaborarán en adelante.

Conceptualizar Población y Muestra es una necesidad que nace del hecho de que las estadísticas no tienen sentido si no se consideran o se relacionan dentro del contexto con que se trabajan.

3.11.1. Población:

Es el conjunto de individuos que tienen las características a estudiar definidas en los objetivos del estudio, a los que se deseará generalizar los resultados obtenidos.

La selección de esta población ha de posibilitar el cumplimiento de los objetivos del estudio y ha de permitir generalizar los resultados obtenidos.

La población de estudio sería los clientes de la empresa NeoEthicals para tener una población segura y finita.

La población es el conjunto de elementos que tienen unas características comunes. Cada uno de los elementos que integran tal conjunto recibe el nombre de individuo. Debido a la imposibilidad en la mayoría de los estudios de poder estudiar todos los sujetos de una población.(Pedro Juez Martel, 1997)

3.11.2. Determinar población

La población está conformada de 600 clientes las cuales está dividida en sector público y sector privado.

Sector Publico 400 clientes

Sector Privado 200 clientes

De la cuales los privados se subdividen en 50 distribuidoras y 150 ventas al menudeo.

La cual la encuesta va a ser dirigida a las 50 distribuidoras.

3.11.3. Muestra:

El muestreo es importante para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido problemas de tiempo, recursos y esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace un estudio de toda la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad de ellas a la Población.

Una muestra representativa es aquella que puede determinar la problemática capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso para estudiar los fenómenos hallados en las muestras. El tipo de muestra a aplicarse es Probabilística estratificada porque conocemos el número exacto de la población.

La muestra es un subconjunto de individuos pertenecientes a una población, representativo de la misma. Existen diversas formas de obtención de la muestra en función del análisis que se pretenda efectuar.(Pedro Juez Martel, 1997)

$$n = \frac{N Z_{\alpha/2}^2 p(1-p)}{(N-1) e^2 + Z_{\alpha/2}^2 p(1-p)}$$

En donde:

n	Tamaño de la muestra
N	Población
Z	Nivel de confianza

e Error estándar

p Porcentaje de probabilidad de acierto

Al reemplazar los datos de cada una de las variables se tiene:

Siglas	Descripción	Datos
N	Población	50
Z	Nivel de confianza	0.96
P	Probabilidad de acierto	0.50
E	Error estándar	0,05

Cuadro 7: Variables de la formula
Fuente: Elaboración propia

Con los datos del apartado anterior tenemos

$$n = \frac{N Z_{\alpha/2}^2 p(1-p)}{(N-1) e^2 + Z_{\alpha/2}^2 p(1-p)}$$

$$n = \frac{50 * (1,96)^2 * 0,50 * (1-0,50)}{(50-1) * 0,05^2 + 1,96^2 0,50 * (1-0,50)}$$

$$n = \frac{50*(3.8416)* (0,25)}{(49) *0,0025 + 0.9604}$$

$$n = \frac{48,02}{0.1225 + 0,9604}$$

$$n = \frac{48,02}{1,0829}$$

$$n = 44,343891 \approx 44$$

3.12. Técnicas e Instrumento para la Recolección de Datos.

La información que se realizó mediante las encuestas a los clientes de la empresa NeoEthicals Cía.Ltda. Este procedimiento es efectivo para guiar y contribuir a un conocimiento del objeto de estudio y al análisis de necesidades específicas.

3.12.1. La Encuesta

La encuesta es un instrumento de investigación descriptiva que precisan identificar las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. (TRESPALACIOS).

Como herramienta se realizó un cuestionario estructurado como técnica de recolección de información a las cuales los participantes respondieron las preguntas.

3.12.2. La Observación

Esta técnica utilizada obtiene aspectos de la realidad y recoge datos para que posteriormente sean analizados sobre la base del marco teórico, esta técnica se utilizó con los principales clientes de la empresa NeoEthicals para un registro sistemático para confrontarlas a la realidad existente.

CAPÍTULO IV

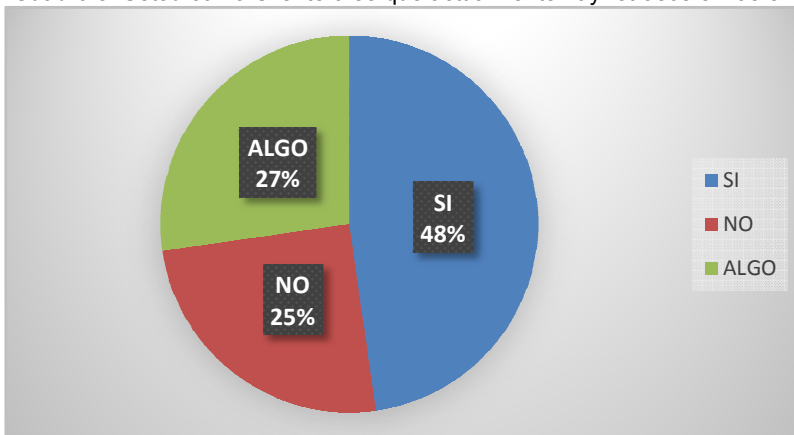
4.1. Análisis e Interpretación de los Resultados

Resultado de la Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa NeoEthicals.

1.) Usted como cliente cree que actualmente hay retrasos en las entregas?

CLIENTES	TOTAL	PORCENTUAL
SI	21	48%
NO	11	25%
ALGO	12	27%
TOTAL	44	100%

Cuadro 8: Usted como Cliente cree que actualmente hay retrasos en las entregas



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4: Usted como Cliente cree que actualmente hay retrasos en las entregas

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Actualmente los clientes de la empresa NeoEthicals nos dieron su punto de vista en que, si hay retrasos en la entrega de insumos en un 48%, esto quiere decir que se debería mejorar en la parte de logística a que llegue a tiempo, ya que los clientes son importantes para la empresa.

2.) Actualmente a usted le han reportado falta de stock en los productos

CLIENTES	TOTAL	PORCENTUAL
SI	20	45%
NO	10	23%
ALGO	14	32%
TOTAL	44	100%

Cuadro 9: Falta de stock en los productos
Fuente: Elaboración propia

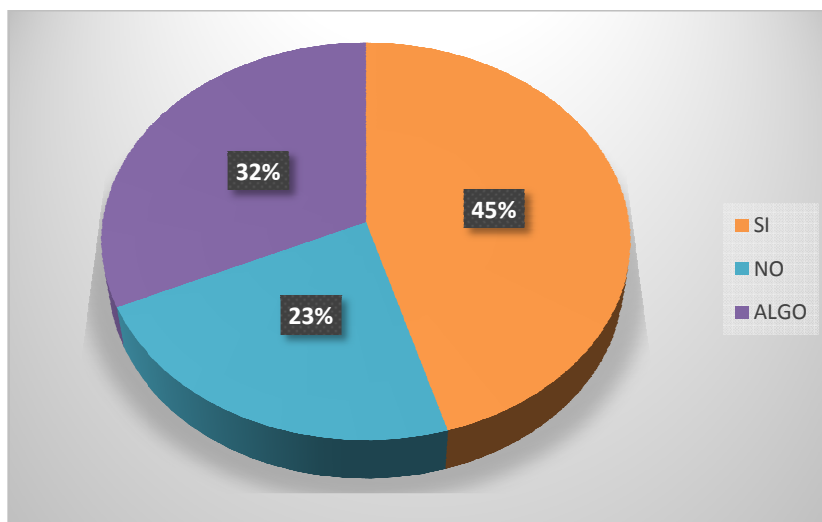


Gráfico 5: Stock en los productos
Fuente: Elaboración propia

Análisis: Un 45% de los clientes nos indican que, si hay stock en los productos para el cliente, la empresa debería estar al tanto de estos inconvenientes ya que la bodega tendría que comunicar para su abastecimiento.

3.) Usted cree que el departamento de compras influye que no haya suficiente stock para Venta?

CLIENTES	TOTAL	PORCENTUAL
SI INFLUYE	29	66%
NO INFLUYE	15	34%
TOTAL	44	100%

Cuadro 10: Stock suficiente para la Venta
Fuente: Elaboración propia

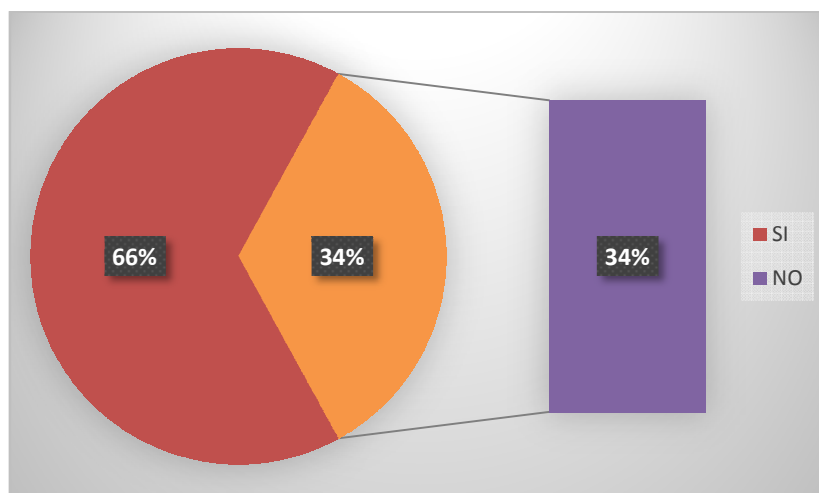


Gráfico 6: El departamento de compras influye que no haya suficiente stock para la Venta.
Fuente: Elaboración propia

Análisis:El 66% de los clientes nos dieron su punto de vista en que el Departamento de compras influye mucho ya que ellos se encargan de las compras de los insumos para la venta es necesario que haiga un control y mejorar los procesos que se llevan a cabo a este departamento.

4.) Cree usted que el departamento de compras influye con las ventas?

CLIENTES	TOTAL	PORCENTUAL
SI	19	43%
NO	11	25%
ALGO	14	32%
TOTAL	44	100%

Cuadro 11: El departamento de compras influye con las ventas
Fuente: Elaboración propia

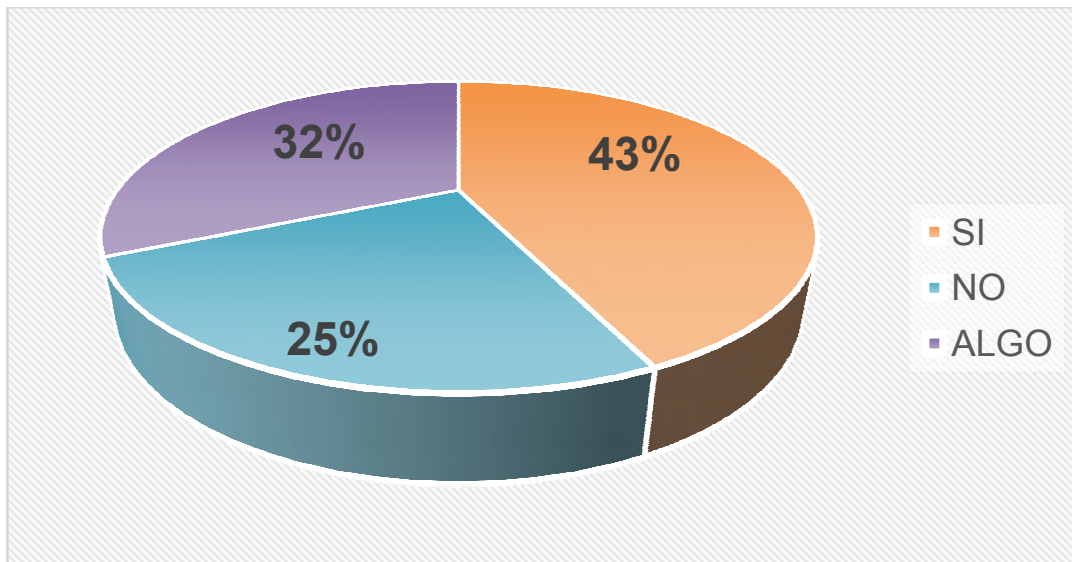


Gráfico 7: El departamento de compras influye con las ventas
Fuente: Elaboración propia

Análisis: El 43% de los clientes dijeron que, si influyen el departamento de compras con las Ventas, ya que es el departamento que adquiere insumos para la venta, en si este departamento se debería mejorar los procesos y hacer un cambio de procesos para que haiga eficiencia en las operaciones.

5.) Usted que cree actualmente hay atrasos en las entregas y por cual seria las causas?

CLIENTES	SI	NO	PORCENTUAL
Deficiencia en el área de compras	6	6	27%
Por falta de Logística	7	7	32%
Retrasos en los despachos	9	9	41%
TOTAL	22	22	100%

Cuadro 12: Atrasos en las entregas de productos
Fuente: Elaboración propia

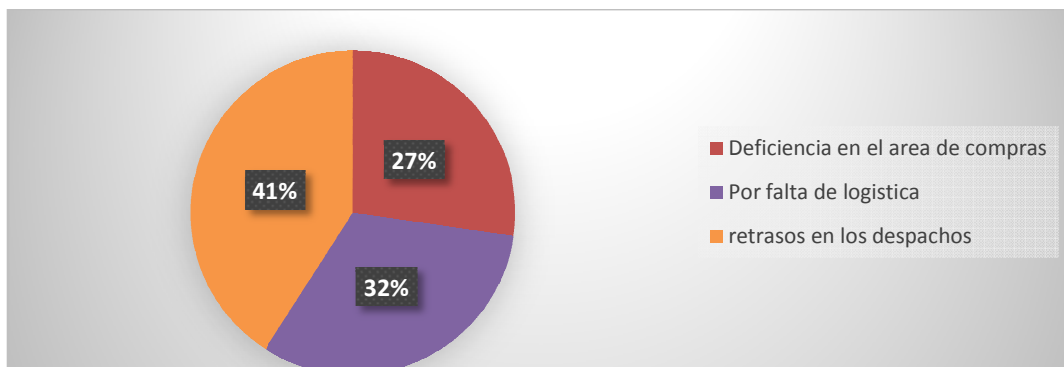


Gráfico 8: Deficiencia en el área de compras
Fuente: Elaboración propia

Análisis: El 41% de los clientes dijeron que existe retrasos en los despachos de la mercadería, la gestión de compras es la parte eficaz en la que debería asegurarse a que cumplan con los plazos de entrega de los insumos.

6.) Se esta cumpliendo con las fechas de entrega y de los productos comprados

CLIENTES	TOTAL	PORCENTUAL
----------	-------	------------

SI	12	27%
NO	32	73%
TOTAL	44	100%

Cuadro 13: Porcentajes de ítems entregados oportunamente
Fuente: Elaboración propia

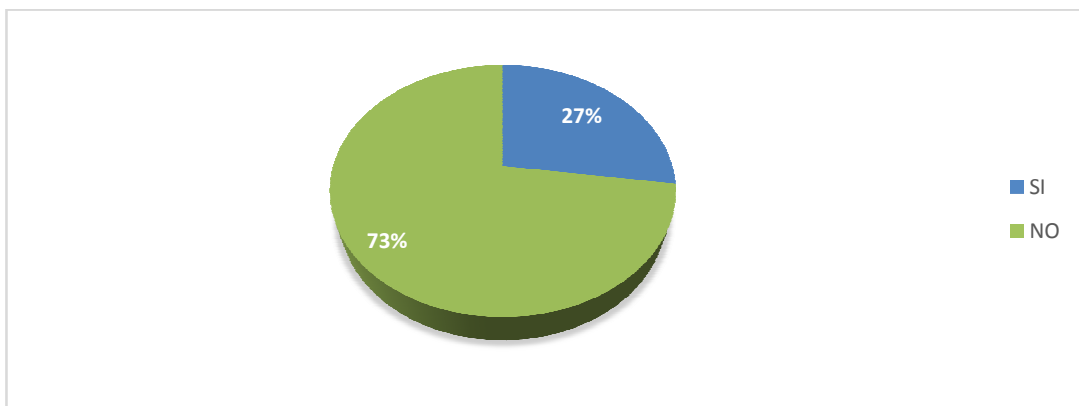


Gráfico 9: Porcentajes de ítems entregados oportunamente
Fuente: Elaboración propia

Análisis y Conclusiones: Actualmente en la empresa no se lleva ningún tipo de control con respecto a la exigencia del cumplimiento con las fechas de entrega de los materiales por parte de los proveedores, por tal motivo se ha realizado el respectivo estudio para analizar cuál es actualmente el grado de cumplimiento que tienen los proveedores con respecto a las fechas de entrega, para ello se analizan tanto el número de días de atraso como aquellos que han sido entregados antes de la fecha acordada, a continuación se muestra la cantidad de ítems adelantados y atrasados con respecto al total entregado por los proveedores.

7.) Cuando realiza sus pedidos se encuentra con la novedad de que no todos los productos que usted requiere se encuentra en el portafolio del proveedor?

CLIENTES	TOTAL	PORCENTUAL
SI	25	57%
NO	14	32%
ALGO	5	11%
TOTAL	44	100%

Cuadro 14: Productos en stock
Fuente: Elaboración propia

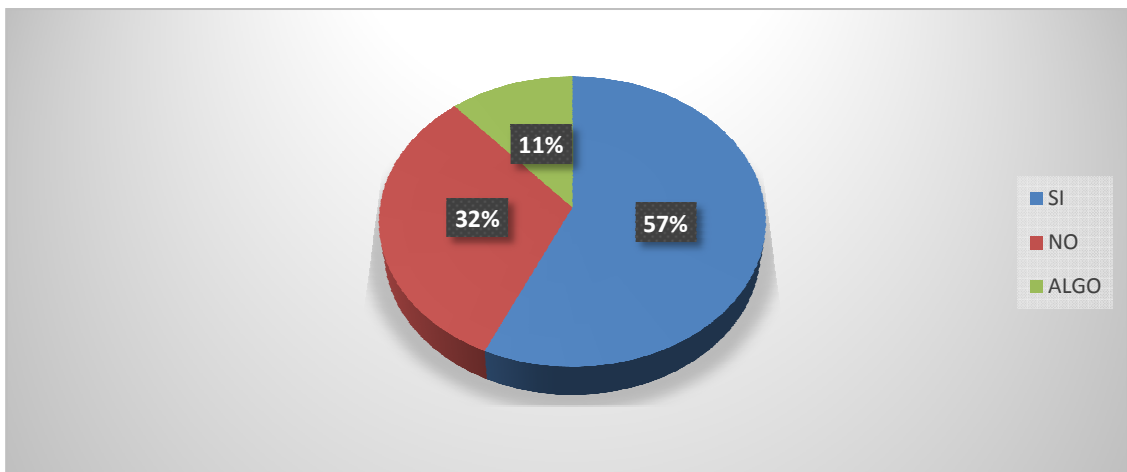


Gráfico 10: Productos en stock
Fuente: Elaboración propia

Análisis: El 57% dijo que si, el plan de mejoras en los procesos de compras es mejorar y cambiar de estrategias, ya que toda empresa administra la cantidad de productos lo cual constituye su portafolio, para tener éxito en las ventas y que aseguren utilidades y flujo de efectivo.

8.) Cada que tiempo se abastece de los productos que le ofrece CAPLIN?

CLIENTES	SI	NO	TOTAL	PORCENTUAL
Cuando se	20	10	30	30%

van a terminar				
Cada mes	10	20	30	30%
Cada dos meses	20	10	30	30%
Otros	10	-	-	10%
TOTAL	60	40	10	100%

Cuadro 15: Abastecimiento de productos
Fuente: Elaboración propia

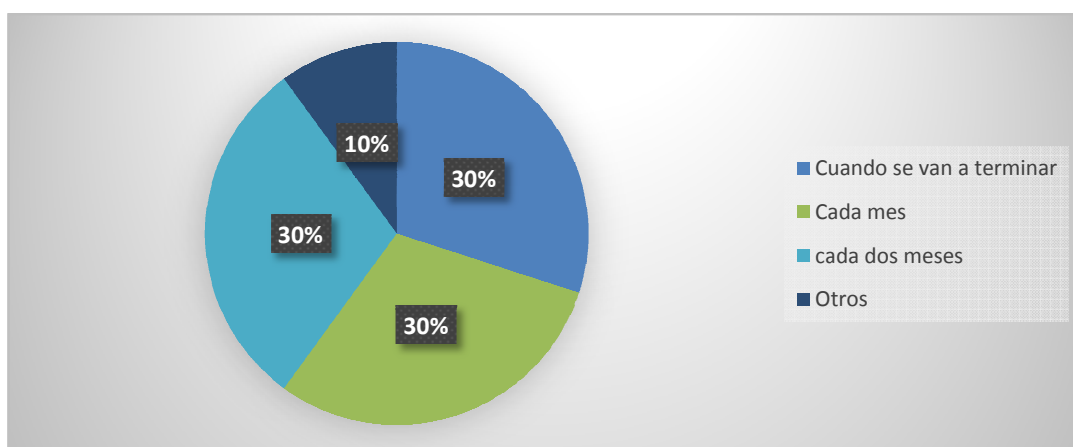


Gráfico 11: Abastecimiento de productos
Fuente: Elaboración propia

Análisis: El 30% de los encuestados los productos son Abastecido, nuestro objetivo en este proyecto es proveer productos de alta calidad a precio competitivo fortaleciendo la cadena de suministros de los clientes mientras expandimos las opciones de productos.

9.) Por favor, valore del 1 al 10 (donde 1 es pobre y 10 excelente), los siguientes atributos de la empresa NeoEthicals

	Cientes	Porcentaje
Buena calidad	10	23%
Profesionalidad	5	11%
Bien organizada	7	9%

Servicio Postventa	4	16%
Relación calidad precio	8	18%

Tiempo	Numero clientes	Porcentaje
--------	-----------------	------------

Orientada a satisfacer al cliente	3	7%
Calidad del servicio	7	16%
Total	44	100%

Cuadro 16: Valoración de producto
Fuente: Elaboración propia

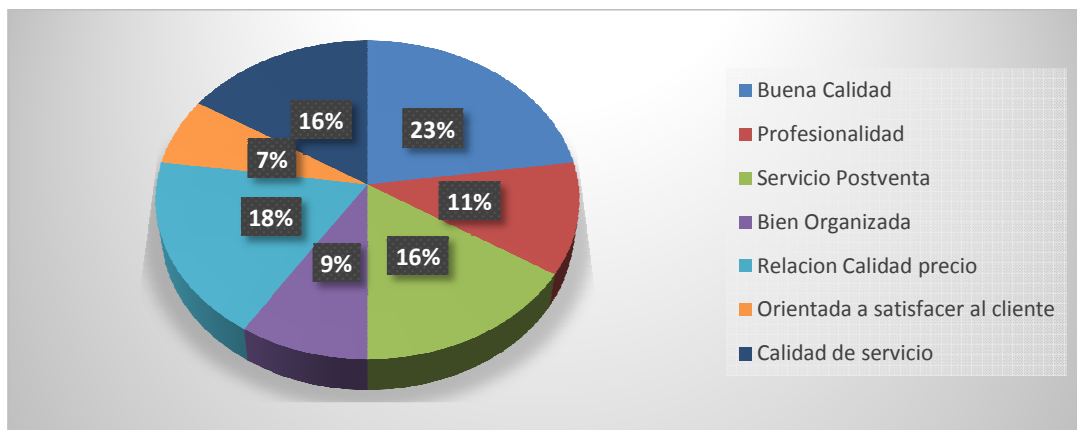


Gráfico 12: Valoración de producto
Fuente: Elaboración propia

Análisis: La empresa NeoEthicals el objetivo es siempre ofrecer productos de buena calidad que generen valor y soluciones de salud al alcance de todos.

10.) Cuanto es el tiempo mínimo de vencimiento que usted requiere para los productos que compra?

12 meses	20	45%
6 meses	10	23%
3 meses	2	5%
Otros	12	27%
Total	44	100%

Cuadro 17: Tiempo mínimo de vencimiento
Fuente: Elaboración propia

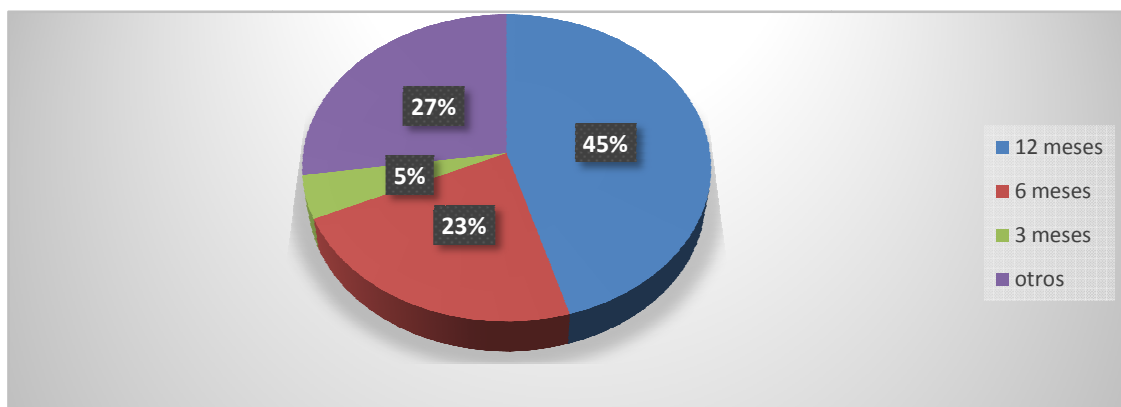


Gráfico 13: Tiempo mínimo de vencimiento
Fuente: Elaboración propia

Análisis:De acuerdo a la Ley Orgánica de Salud Art. 175.- Sesenta días antes de la fecha de caducidad de los medicamentos, las farmacias y botiquines notificarán a sus proveedores, quienes tienen la obligación de retirar dichos productos y canjearlos de acuerdo con lo que establezca la reglamentación correspondiente.”

4.1.1. Flujo de proceso de departamento de compras

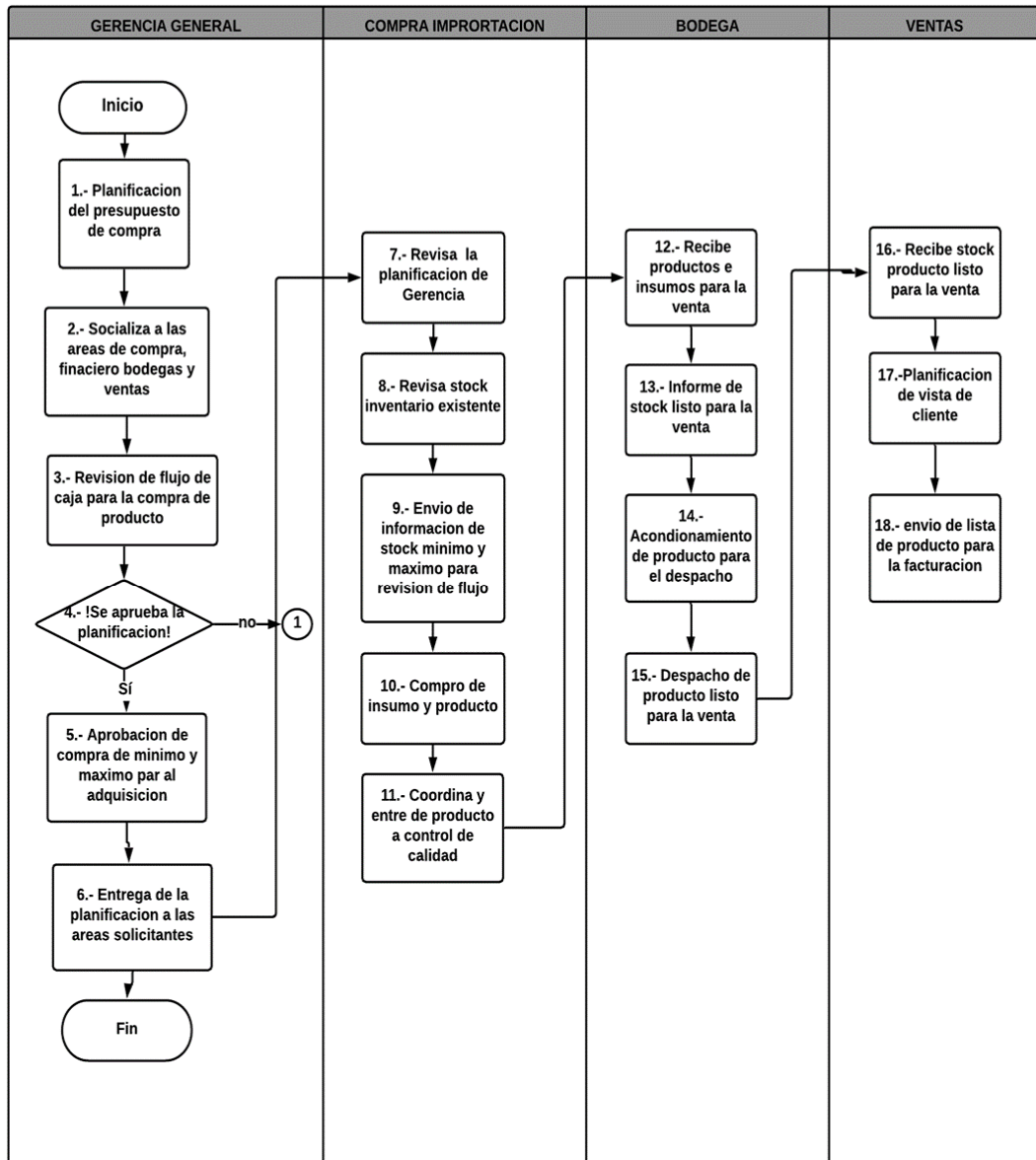


Gráfico 14: Flujo de proceso de departamento de compras
Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Diagrama de causa y efecto

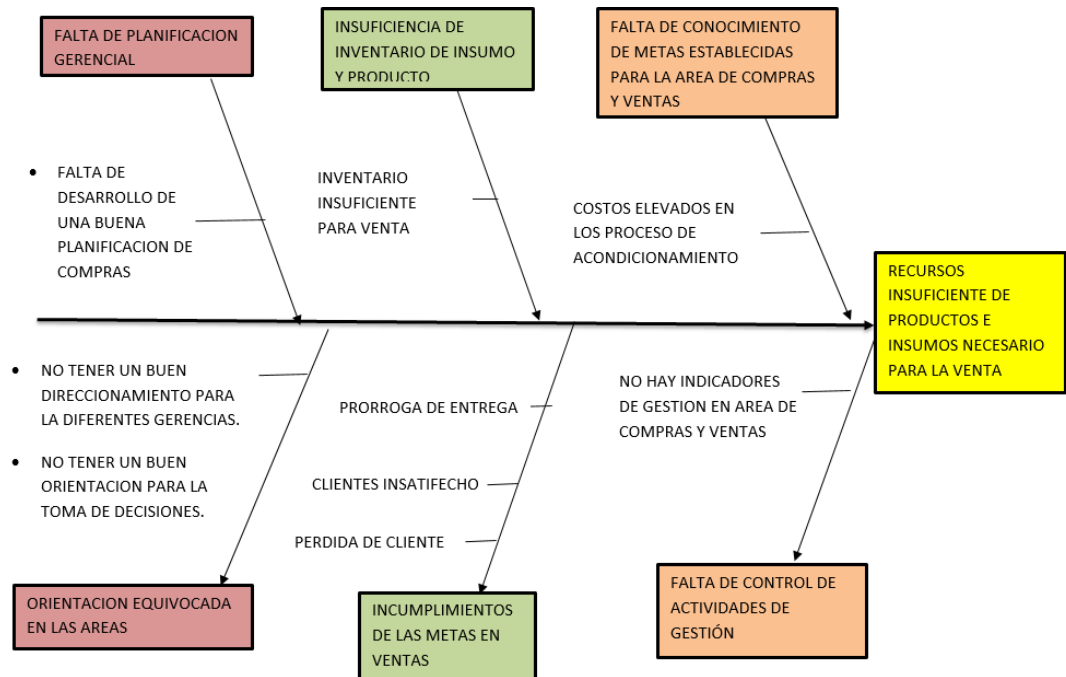


Gráfico 15: Diagrama de causa y efecto
Fuente: Elaboración propia

4.1.3. Procedimiento de compras de insumos, materiales y servicios

4.1.3.1. Objetivo de la Propuesta

Establecer un método organizado, de la manera adecuada para realizar las adquisiciones de bienes y proveer los servicios externos, solicitados por cada uno de los departamentos de la Empresa.

4.1.3.2. Alcance

Este procedimiento es aplicable al personal en cada una de las áreas dentro de la empresa que solicite algún requerimiento al departamento de compras.

4.1.3.3. Gestión de Compras

Es la función responsable de efectuar todas las compras requeridas en la empresa, en el momento oportuno, para satisfacer una determinada necesidad proveniente de las diferentes áreas.

4.1.3.4. Ámbito

En la actualidad las compras son una función vital para el éxito de cualquier empresa, y cuyo ámbito será:

4.1.3.5. En Compras

- Adquisición de artículos e insumos indispensables para la gestión de operación de despacho de los bienes para su posterior venta, incluidos materiales de empaque y embalaje o insumos de nuestra área de distribución.
- Suministros y materiales de oficina
- Adquisición de maquinaria y/o repuestos de máquinas para operaciones
- Adquisición de equipos informáticos, tecnológicos y de comunicación
- Adquisición de repuestos para vehículos de la empresa
- Insumos y artículos de limpieza para las instalaciones que no afecten al producto almacenado.
- Insumos para el área de mantenimiento en el control de plagas y otros genéticamente modificables, pesticidas, químicos, físicos y otros que sean necesarios.
- Otros que tengan que ver con todas las áreas de la organización

4.1.3.6. En Contrataciones externas

- Servicios de mantenimiento de equipos de las instalaciones.
- Servicios de alquiler de equipos para operaciones.

En los casos de contratación de un servicio o adquisición de un bien que por su complejidad y naturaleza deban suscribirse contratos, éstos serán aprobados por el encargado del área legal (sea este interno o externo) y por el Gerente General.

Para la contratación o compra de un bien o servicio, el responsable de compras deberá justificar ante el Gerente General que se está optando de entre todas las opciones y cotizaciones el precio razonable, tomando en cuenta factores tales como costo total de propiedad, plazos, calidad, garantías, características técnicas, etc. que apliquen. En los casos de contratar servicio externo de transporte, se solicitará al proveedor: ruc, matricula, soat y seguro del vehículo y otros documentos necesarios.

4.1.3.7. Registros

Los registros de compras son los documentos mediante los cuales quedará constancia de los insumos y/o servicios solicitados por parte de cada una de las áreas, los mismos que se detallan a continuación:

4.1.3.8. Solicitud de compras

Es un documento que consiste en la elaboración de un listado de todos los requerimientos necesarios.

4.1.3.9. Solicitud de servicios externos

Es un documento que consiste en la elaboración detallada del servicio que se está solicitando y el motivo por el cual se genera la solicitud.

4.1.3.10. Orden de Compras

La orden de compras es el registro que emite el departamento de compras, para poder realizar la adquisición de los bienes, insumos I/O materiales. Este documento se puede trabajar en físico o del sistema. En la localidad de operaciones se trabajará con el formato que nos da el sistema, y las otras localidades se utilizará el formato físico o en archivo magnético.

4.1.3.11. Guía de Remisión

Este documento se empleará para el envío de lo solicitado por las otras localidades de la organización, en él se debe describir la mercadería enviada y control de transporte que actualmente se maneja electrónicamente.

4.1.3.12. Solicitantes

Personal de cada área dentro de la empresa, que, a través de una solicitud, realizan un requerimiento de un bien o un servicio al departamento de compras.

4.1.3.13. Transparencia

El proceso de adjudicación para la contratación o compra que realiza la empresa a sus proveedores debe realizarse sobre la base de procedimientos objetivos e imparciales que aseguren un tratamiento equitativo a todos los Contratistas y/o Proveedores interesados.

Así mismo, se deberán llevar registros auditables de todo el proceso de Compras y/o Contrataciones que permitan verificar con posterioridad la trazabilidad de las acciones.

Las trazabilidades de las acciones se pueden realizar en cualquier de las siguientes áreas:

- Proceso de Compra
- Recepción de Bienes y Servicios
- Registro de Facturas
- Manejo de Cuentas por Pagar

La empresa podrá intervenir mediante auditorías en todos los procesos de contratación, mediante los cuales se asegure el cumplimiento de todos los aspectos, en lo esencial el económico y la protección de los derechos de la Compañía y el seguimiento oportuno a los deberes del Contratista.

4.1.3.14. Política

1.- Cualquier adquisición o servicio será tramitado, una vez que la solicitud de compras o la solicitud de servicio externo que será recibido por el departamento de compras y aprobado por la Gerencia General antes de su ejecución.

2.- Para la aprobación de la compra a la gerencia, se le presentará los costos reales de las órdenes solicitadas.

3.- La solicitud de compra se harán con la anticipación oportuna preferiblemente una semana antes de la fecha que fuera requerida para que la empresa pueda designar el presupuesto.

4.- Para las adquisiciones de bienes o servicios de proveedores fijos que ya existen compras se presentara el documento de la compra anterior y de no existir compra de ese bien o servicio solicitado o un proveedor fijo, será necesario tener como mínimo tres cotizaciones y luego analizar precios, calidad y servicio, se seleccionara la cotización que más ventajas proporcione a la empresa.

5.- A los proveedores fijos se los deberá evaluar y comparar cada 6 meses con nuevos proveedores para confirmar que se está manteniendo medición de los factores de compras de bienes y de servicios.

6.- Cotizaciones que reciba el departamento de compras deberán ser recibidas escritas o vía correo electrónico las cuales deberán contener información de tiempo de entrega forma de pago y otros que nos ayuden a la toma de decisiones.

7.- Las aprobaciones de las órdenes de compra elegidas deberán ser debidamente aprobadas ya sea en forma física o vía electrónica por el gerente general o la persona que este asigne asumiendo la responsabilidad del personal designado.

8.- El responsable de compras deberá pasar la información al departamento de cuentas por pagar para su respectivo registro y pago en función de lo ya aprobado.

9.- El departamento de compras debe llevar un registro de compras, recepciones de compras y pago hechos o pendientes a los proveedores. Dicho registro será cruzado con la información que reposa en el departamento contable.

10.- Las órdenes de compras físicas serán pre-numeradas y habrá un control de la secuencia numérica en la utilización.

11.- El departamento contable podrá efectuar revisiones periódicas para determinar que los precios pagados no exceden de los precios corrientes del mercado.

12.- Respecto de los pagos, las facturas de proveedores de productos o servicios adecuadamente recibidos, deben pasar directamente al proceso de pago a cargo del departamento de contabilidad. En situaciones de reclamos o inconformidad en la factura es el responsable el departamento de compras en absolver la inconformidad.

13.- Los pagos acordados entre el proveedor y el área de compras deberán constar en la orden de compra con la autorización del Gerente General.

4.1.3.15. Procedimiento

El presente procedimiento de Compras debe ser observado y cumplido por cada uno de los departamentos de la empresa. A continuación, el respectivo procedimiento con la enumeración de sus pasos:

1.- El solicitante hará llegar la solicitud al departamento de compras, indicando en la misma las cantidades con el respectivo detalle del uso a darse de lo solicitado. La solicitud deberá llevar firma de responsabilidad.

2.- El responsable de compras revisará la solicitud de compras, la misma que entregará a Gerencia General, para su aprobación escrita total o parcial una vez aprobada se procederá con las cotizaciones respectivas.

3.- El departamento de compras realizará la gestión de compras, una vez aprobada por la gerencia en el menor tiempo posible, en caso de haber una

duda con respecto a lo solicitado, se remitirá a la muestra aprobada, en caso de ser productos no solicitados anteriormente o de productos con nuevos proveedores.

4.- Una vez comprado lo solicitado, se hará llegar los insumos o materiales al departamento correspondiente, acompañando de la respectiva guía de remisión para justificar el transporte y la entrega de materiales cuando sea de otras localidades y cuando sea de la localidad de operaciones se emitirá un acta de entrega o documento que soporte la entrega de lo solicitado ya sea físico o del sistema.

5.- En caso de solicitar algún cambio, el mismo debe ser notificado en un plazo no mayor de 24 horas.

4.1.3.16. Excepciones

En principio todos los procesos de Compras y Contrataciones de la empresa estarán regidos bajo las disposiciones del presente documento. Por aspectos prácticos, en el siguiente listado, se especifican algunas actividades que por su naturaleza podrían estar exentas del procedimiento antes de descrito, y que necesariamente llevarán la autorización expresa del gerente general para llevarla a cabo:

- Situaciones de Emergencia que afecte los bienes o a las personas de la empresa
- Compras de hidrocarburos y fuentes de energía que aseguren la consecución normal de la marcha del negocio.
- Contratación de seguros
- Gastos legales como consecuencia de un juicio.
- Impuestos, contribuciones sociales.

- Tarifas y/o peajes de servicios concesionados por el Gobierno.

Todo lo demás estará sujeto a aprobación.

4.1.3.17. Registros

Forman parte del presente procedimiento los siguientes documentos:

- Solicitud de compras
- Solicitud de servicio externo
- Orden de compra (emite el sistema)

4.1.3.18. Descripción de la propuesta de mejoramiento de compras

La situación actual de la empresa es importante intervenir en los procesos, inicialmente se propone realizar un seguimiento adecuado a los proveedores, con el fin de reducir el indicador de pedidos no conformes, este seguimiento se basa en una evaluación, donde se tengan en cuenta los criterios de Cantidad, Calidad y oportunidad teniendo esta evaluación se garantizará que el requerimiento se realice al proveedor indicado.

Se propone desarrollar una herramienta que permita que el proceso que realiza el área de compras sea eficaz, disminuyendo tiempos en proceso mediante la eliminación de operaciones realizadas en el área de compras, la herramienta permitirá que tengan cálculos acertados de los requerimientos de compras, teniendo en cuenta de evaluación realizada a los proveedores.

4.1.4. Análisis de costo beneficio en el área de compras

Análisis de Costo: Para el mejoramiento del puesto de compras estaría estipulada una inversión de \$3,500 en la cual este valor estaría vinculado en compras de equipos de oficinas, suministros y equipos de computación se proyecta un gasto anual de \$12,000 este valor sería el pago de sueldos para dos personas en la cual se distribuirá en jefe de área \$600 y asistente de compras \$400

Beneficio: El beneficio que tendría el mejoramiento en el área de compras es tener un mejor control de stock de la mercadería y de la alta rotación de insumos, adquiriendo con mejores precios y controlando los tiempos de requerimientos para poder realizar una mejor gestión en función de una compra a otra, el departamento de compra es considerado un punto de control en lo cual podríamos reducir costos en el momento de traer más mercadería que puede reducir en los costos de transporte de importación, reducir tiempos de las multas en entregas de mercadería ejemplo: actualmente sucede que cuando se adquiere mercadería por importaciones y por no existir el departamento de compras que es considerado de control puede haber existido un error en solicitar un contenedor de toneladas de “20 cuando realmente se necesitaría uno de 40 así aumentaría el costo de mano de obra, transporte y manipulación por eso con el mejoramiento del área se estima tener mejores resultados disminuyendo los costos.

CONCLUSIÓN

Durante la elaboración del proceso investigativo de este proyecto de estudio se ha determinado las siguientes conclusiones:

- Es fundamental aplicar aspectos teóricos de compras para la aplicación de la propuesta de mejora que se ha contemplado para el departamento de compras ya que es una herramienta que nos permite concientizar a la empresa NeoEthicals a que haga un mejor uso de sus recursos, pues se necesita firmemente que la empresa sea responsable del buen manejo y control de su presupuesto de forma eficiente ayudando a cada área que pueda tener un orden y control de los recursos para sus operaciones pudiendo así optimizar los costos y gastos.
- Es importante diagnosticar y controlar y evaluar en las incidencias en el desarrollo de las operaciones actual de compras que ayudara a la eficiencia de las áreas que dependen de este departamento para su funcionamiento, haciendo que cada área pueda cumplir con sus labores sin interrupciones haciendo los procesos eficientes; lo cual demostraría el buen servicio y manejo del área de compras.
- Se propone mejoras que permita realizar un proceso de la mejor manera logrando los mejores resultados a nivel administrativo, ya que se da un orden a todo un proceso que es demasiado importante para la empresa con el objetivo de analizar la factibilidad para la inclusión de las mejoras y el procedimiento al departamento de compras, con el fin de asegurar que sus procesos sean amigables con la operación del negocio.

- Este proyecto además permite afianzar conocimiento que conlleven a establecer nuevas normas o políticas en el manejo de cualquier proceso de la organización.

RECOMENDACIÓN

Consideramos las siguientes recomendaciones de acuerdo al trabajo realizado:

- Se expone a la Gerencia General sobre el plan de mejoras sobre procedimientos de compras de productos farmacéuticos y a los diferentes departamentos de la empresa para que tengan conocimiento de cómo se va a llevar a cabo las adquisiciones de productos.
- Se recomienda al departamento de compras de importaciones que se establezca el plan de mejoras de compras de insumos de medicamentos para que así se ejecute eficientemente los procesos.
- Establecer tiempos de compras o adquisiciones de insumos farmacéuticos con los diferentes departamentos involucrados y así garantizar los procesos y establecer indicadores de la gestión.
- Coordinar con el departamento de Logística y de inventario indicadores para abastecimientos de productos y apegarse al plan de mejoras.
- Realizar un control y seguimiento a las diferentes políticas que se den a partir de este plan de mejoras con el fin de dar cumplimiento.
- Se recomienda realizar evaluaciones periódicas al departamento de compras como a los proveedores que se tengan en lista.
- Se recomienda mejorar en los procesos de compras y en la evaluación de los proveedores en el cumplimiento de los requisitos solicitado,

verificación de los insumos comprados, la actualización del listados de los proveedores, la realización de las cotizaciones registros y aprobación de ordenes de compras en los tiempos establecidos.

Neo  *Ethicals*[®]

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta



Anexo 1: Formato para la encuesta realizada para el proyecto de la tesis.

Encuesta aplicada a los clientes de la empresa NeoEthicals S.A

1.-Usted como cliente cree que actualmente hay retrasos en las entregas?

SI NO ALGO

TOTAL, SI _____

TOTAL, NO _____

TOTAL, ALGO _____

2.- Actualmente a usted le han reportado falta de stock en los productos

SI NO ALGO

TOTAL, SI _____

TOTAL, NO _____

TOTAL, ALGO _____



3.- Usted cree que el departamento de compras influye que no haya suficiente stock para Venta?

SI INFLUYE NO INFLUYE

TOTAL, SI _____

TOTAL, NO _____

4.- Cree usted que el departamento de compras influye con las ventas?

SI NO ALGO

TOTAL, SI _____

TOTAL, NO _____

TOTAL, ALGO _____

5.- Usted que cree actualmente hay atrasos en las entregas y por cual seria las causas?

SI NO

DEFICIENCIA EN EL AREA DE LAS COMPRAS
POR FALTA DE LOGISTICA
RETRASOS EN LOS DESPACHOS



6.- Se está cumpliendo con las fechas de entrega y de los productos comprados

SI NO

TOTAL SI _____

TOTAL NO _____

7.- ¿Cuándo realiza sus pedidos se encuentra con la novedad de que no todos los productos que usted requiere se encuentran en el portafolio del proveedor?

SI NO ALGO

TOTAL SI _____

TOTAL NO _____

TOTAL ALGO _____

8.- Cada que tiempo se abastece de los productos que le ofrece CAPLIN?

Cuando se van a terminar

Cada mes

Cada dos meses

Otros




9.- Por favor, valore del 1 al 10 (donde 1 es pobre y 10 excelente), los siguientes atributos de la empresa NeoEthicals

Atributos	Cientes
Buena calidad	
Profesionalidad	
Bien organizada	
Servicio Postventa	
Relación calidad precio	
Orientada a satisfacer al cliente	
Calidad del servicio	
Total	

10.- Cuánto tiempo mínimo de vencimiento que usted requiere para los productos que compra?

Tiempo	Numero clientes
12 meses	
6 meses	
3 meses	
Otros	
Total	

Anexo 2 Orden de compra del sistema

		R.U.C.: 1792430526001 N.I.T.:		Orden: 176 Página: 1/1 Fecha Emisión: 02/01/2020 Fecha Entrega: 14/01/2020						
Proveedor: CAPLIN CAPLIN POINT LABORATORIES LIMITED R.U.C.: CAPLIN N.I.T.: Dirección: Narbabi No.3 Laskshmanan Street T. Nagar, Chennai Teléfonos: FAX: Dir. Ent.:				Condic. Pago: 120 DIAS Descripción: P/R NEO 232 - INVIOCE 2020/E1/000359 - IMP. AEREA INDIA						
Moneda:US\$										
Código	Modelo	Descripción	Alm.	Cantidad	Unid.	Costo Unitario	%Desc	%I.V.A.	I.V.A.	Neto
NIT-T-100MG-100		NITROFURANTOINA 100MG X 100 TABLETAS (INST) CPL 001-024 24 BULTOS X 200 CAJAS DE 10X10 NEO-232 IMPORTACION AEREA - INDIA INVOICE 2020/E1/000359 FECHA:02/01/200 LOTE:141219 30/11/2022	CUA	4,800.00	CAJ	1.00		0	0.00	4,800.00
NIT-T-100MG-100		NITROFURANTOINA 100MG X 100 TABLETAS (INST) CPL 025-048 24 BULTOS X 200 CAJAS DE 10X10 NEO-232 IMPORTACION AEREA - INDIA INVOICE 2020/E1/000359 FECHA:02/01/200 LOTE:151219 30/11/2022	CUA	4,800.00	CAJ	1.00		0	0.00	4,800.00
NIT-T-100MG-100		NITROFURANTOINA 100MG X 100 TABLETAS (INST) CPL 025-048 24 BULTOS X 200 CAJAS DE 10X10 NEO-232 IMPORTACION AEREA - INDIA INVOICE 2020/E1/000359 FECHA:02/01/2020 LOTE:141219 30/11/2022	CUA	38.00	CAJ	1.00		0	0.00	38.00
NIT-T-100MG-100		NITROFURANTOINA 100MG X 100 TABLETAS (INST) LOTE:151219 30/11/2022	CUA	140.00	CAJ	1.00		0	0.00	140.00
LAM-T-100-100		LAMOTRIGINA 100MG X 100 TABLETAS (INST) LOTE:031119 31/10/2022	CUA	4,600.00	CAJ	1.15		0	0.00	5,290.00
LAM-T-100-100		LAMOTRIGINA 100MG X 100 TABLETAS (INST) LOTE:031119 31/10/2022	CUA	184.00	CAJ	1.15		0	0.00	211.60

Anexo 3 Requisitos de compra

NEO@Ethicals		REQUISICION DE COMPRA			No. <input type="text"/>	
FECHA : 02.01.2019						
AREA O DEPARTAMENTO : Bodega						
No.	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD / MEDIDA	PERSONA QUE SOLICITA	OBSERVACIONES	
					(DETALLE DE USO / OTROS)	FECHA MAXIMA DE ENTREGA
1	Cofias	300	Uud	José U.	condicionamiento	Urg.
2	Mascarillas	100	Uud	José U.	condicionamiento	Urg.
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

NOTA : ESPECIFICAR EL MOTIVO DEL PEDIDO USO , LAS EXISTENCIAS ACTUALES , FECHA DE ENTREGA REQUERIDA , U OTROS

APROBADO POR JEFE DEPARTAMENTAL :	RECIBIDO POR COMPRAS:	APROBADO POR :
fecha:	fecha:	fecha:

RMC
Reactivos y Medicos de Cultivos

Guayaquil Enero 2 del 2020

Att
Dept. de Compras
NEOTHICAL
Ciudad.-

De mis consideraciones.

Cantidad	Descripción del producto	Valor/unitario	Valor /Total
3 paq	Cofias Descartables Paq/100 u	US \$ 6.00	US \$ 18.00
2 cajas	Mascarillas descartables Celeste Caja/50 u	US \$ 5.50	US \$ 11.00

Mas el 12 % del IVA

Tiempo de Entrega Inmediata salvo venta previa
Validez de Oferta: 8 Dias

Esperando que la presente tenga su mejor acogida, me despido

Atentamente

Ing. Alfredo Narváez
Asistente Tecnico

Anexo 4 Evidencia fotográfica



BIBLIOGRAFIA

- Ardura, I. R. (2006). *Principios y Estrategias de marketing*. España: UOC.
- Ayala, J. M. (2016). *Gestion de Compras*. Madrid: Editex S.A.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodologia de la investigacion: para administracion, economia, humanidades*. México: 2da Edicion.
- Coral, A. S. (2014). *Administracion de compras*. Mexico: Grupo editorial Patria.
- Doncel, A. D. (2008). *Metricas del Marketing*. Madrid-España: ESIC EDITORIAL.
- Emprendedores. (2019). *Gestion de Compras*. Obtenido de Gestion de Compras: <https://www.emprendedores.es/gestion/a32340/gestion-de-compras/>
- Erika Beatriz Falquez Leon, E. A. (2012). *Diseños de los manuales de procedimientos para las areas de compras y venta de mercaderías*. Guayaquil: Universidad Politecnica Selesiana.
- Errasti, A. (2014). *Gestion de compras en la empresa*. Ediciones Piramide.
- Escudero Serrano, M. J. (2014). *Gestion de Compras*. Madrid, España: Paraninfo 1era edicion.
- Everett E. Adam, R. J. (1991). Administracion de la produccion y las operaciones. En R. J. Everett E. Adam, *Administracion de la produccion y las operaciones* (pág. 596). Boston: cuarta edicion.
- Fidias G. Arias. (s.f.). *El proyecto de Investigacion*. 6ta .
- Francisco Javier Lobato Gómez, M. Á. (2005). *Gestion de la compraventa* . Madrid - España: Ediciones Paraninfo.
- Galindo, J. L. (2007). *Conozca el nuevo marketing*. Madrid-España: Especial Directivos.

- Hernandez, J. A. (Marzo de 2005). *El control interno operativo de las compras*. Obtenido de El control interno operativo de las compras:
<http://pdfs.wke.es/5/1/4/2/pd0000015142.pdf>
<http://virtualnet2.umb.edu.co>. (s.f.).
http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/125/2eabe_2037/TGPC002037/mod1/profundizacion_tema4_m1.html. Obtenido de
http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/125/2eabe_2037/TGPC002037/mod1/profundizacion_tema4_m1.html.
<http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>. (s.f.).
- Iglesias, A. (2016). *Distribucion y Logistica*.
- ISO 9001, N. (2015). *Sistema de Gestion de la calidad-Requisitos*. Suiza: Quinta edicion.
- Johnson, P. F. (2012). *Administracion de Compras y Abastecimiento*. Mexico: Decima cuarta edicion.
- Kristel Arguello Fernández, Morales Vistin Luis. (Febrero de 2018). *Diseño de propuesta para la mejora del gestion de compras de materiales*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Estatal de Guayaquil.
- Ley del consumidor. (2000). *Reglamento General de la Ley Organica del Consumidor*. Ecuador-Quito: OFICIAL No. 116.
- Madrid, A. O. (2017). *Plan de Mejoras en el proceso de compras y suministros*. Medellin: Institucion Universitaria Tecnologico de Antioquia.
- Marchena, A. L. (2015). *Gestion de compras en el pequeño comercio*. España: ELEARNING S.L.

- Mercado, D. S. (2004). *Compras/ Buys: Principios Y Aplicaciones*. Mexico: Limusa S.A.
- Morera, I. G. (s.f.). *Compras y Almacenamientos (Aprovisionamiento)*. Universidad Estatal a Distancia.
- Moya, E. M. (2011). *Gestion de compras*. Mexico: 5ta Edicion.
- Namakforoosh, M. N. (2005).
- Nogueras, J. D. (2017). *Gestion de Proveedores*. IC EDITORIAL.
- Palacios, A. M. (2010). *Administracion de compras*. Bogotá: ECOE ediciones
- Pedro Juez Martel, F. J. (1997). *Probabilidad y estadística*. Diaz Santos.
- Rodrigo López, F. (2014). *Logistica de Aprovisionamiento*. Madrid, España: Paraninfo 1era edicion.
- Rodríguez Moguel, E. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: 1era Edicion.
- Roger Perrotin, P. H. (2007). *Optimizando Las Compras*. Barcelona España: Grupo Planeta.
- Ruiz, V. R. (2008). *Gestión eficaz de los procesos productivos*. España: Especial Directivo.
- Santos, E. D. (1996). *Compras e Iventario*. Ediciones Díaz de Santos.
- SERCOP. (2015). *Manual de usuarios de compras*.
- Services, C. R. (2012). *Asociacion de Obispo Catolicos de Estados Unidos*.
- Torre, J. O. (1999). *Conceptos generales de Productividad, sistemas, normalizacion y competitividad para la pequeña y mediana empresa*. Mexico: Direccion de Difusion Universitaria.
- TRESPALACIOS, V. Y. (s.f.).
https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE.
- Vertice, E. (2008). *Gestion del punto de venta*. España: Editorial Vertice.
- White, C. H. (2015). *Gestión de proveedores*. España: Elearning.

