



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:
TECNOLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**Propuesta de mejoras al proceso de compras públicas en la
Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional del
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro.**

AUTORA:

GINA MARLENE MIRANDA ORELLANA

TUTOR:

ECO. CARLOS LUIS RIVERA PhD.

Guayaquil, Ecuador

2020



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Propuesta de mejoras al proceso de compras públicas en la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro.

Autora: Gina Marlene Miranda Orellana

Tutor: Eco. Carlos Luis Rivera PhD.

Resumen

La presente investigación fue realizada con el objetivo de presentar un esquema de trabajo que contemple de forma integrada los procesos que administra la Dirección de Comunicación Social e Imagen en las adquisiciones de compras públicas, teniendo presente que en una institución cuyos procesos estén levantados y plasmados en documentos tiende a obtener mejores resultados en su gestión, tanto operativa como administrativa.

Para describir la situación actual que presenta la Dirección de Comunicación Social e Imagen, se llevó a cabo una investigación no experimental, realizada bajo el método deductivo, mediante la aplicación de entrevistas como instrumento de investigación, las que fueron dirigidas al personal clave de esta oficina, ya que son quienes intervienen de forma directa en los procesos de compras públicas: la información recopilada permitió determinar que existe la necesidad de mejorar los procesos existentes para contar con instrumentos que permitan identificar cuáles son las responsabilidades que se deben desarrollar para llevar a cabo su trabajo de forma habitual.

Propuesta de mejoras

Proceso

Compras Públicas



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Propuesta de mejoras al proceso de compras públicas en la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro.

Autora: Gina Marlene Miranda Orellana

Tutor: Eco. Carlos Luis Rivera PhD.

Abstract

The present research was carried out with the objective of presenting a work scheme that contemplates in an integrated way the processes administered by the Social Communication and Image Directorate in the acquisitions of public purchases, bearing in mind that in an institution whose processes are raised and reflected in documents tend to obtain better results in their management, both operational and administrative.

To describe the current situation presented by the Directorate of Social Communication and Image, a non-experimental investigation was carried out, carried out under the deductive method, through the application of interviews as a research instrument, which were directed to the key personnel of this office, since they are the ones who intervene directly in public procurement processes: the information collected allowed determining that there is a need to improve existing processes to have instruments that allow identifying the responsibilities that must be developed to carry out their work regularly.

Proposal for improvements

Process

Public Purchases

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACION DE ACEPTACION DEL TUTOR	¡Error! Marcador no definido.
CLAUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCYT.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract	ix
INDICE GENERAL.....	x
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
Situación Conflicto	2
ESQUEMA DE ISHIKAWA	4
Delimitación del Problema	4
Formulación del Problema	5
VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.....	5
Evaluación del Problema de Investigación.	5
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
CAPÍTULO II	11
Antecedentes Históricos del Problema.....	11
FUNDAMENTACIÓN TEORICA	14
Antecedentes Referenciales	22
MARCO LEGAL	28
Marco conceptual.....	34
CAPITULO III	37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37
Reseña Histórica del Municipio de Milagro.....	37
Misión.....	41
Visión	41
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	42
ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO	45
ANALISIS ECONOMICO	46

Diseño de Investigación	46
Tipos de investigación	47
Investigación Cualitativa	48
Investigación Cuantitativa	49
Investigación descriptiva	49
Investigación explicativa	50
Investigación de Campo.	50
Investigación correlacional.....	51
Observación	52
GUIA DE OBSERVACION.....	55
Encuesta	55
Entrevista	58
CAPITULO IV.....	62
ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.....	62
PROPUESTA DE MEJORAS	68
PLAN DE MEJORAS	70
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	78

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del tema en un contexto

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados tienen dentro de sus políticas públicas ejecutar proyectos dirigidos al área de comunicación, para ello asignan un presupuesto para la realización de los mismos, para lo cual se utiliza el sistema de contratación pública que tiene como fin agilizar la adquisición de bienes, productos y servicios establecidos en lineamientos de ley que garanticen la correcta ejecución del recurso asignado por el estado a los GAD.

En la actualidad, los procesos de contratación de bienes y servicios para el sector público, se lo realiza utilizando medios digitales y la publicación de la convocatoria abierta para que las personas naturales o jurídicas que cumplan con los requerimientos puedan acceder en prestar un servicio o un bien para los diferentes organismos gubernamentales (López Carbo & Chávez Franco, 2020, p. 790).

Con el objetivo de mejorar las técnicas de realización de obras, adquisiciones de bienes y prestación de servicios del sector público, se establecieron los sistemas de contratación pública, para lograr una apropiada administración de los fondos estatales y disminuir los riesgos de corrupción en los métodos de compras públicas por parte de las Entidades Contratantes (Peña Aya, 2016).

En el Ecuador se estableció un sistema para las compras públicas tanto para empresas privadas como para las del Estado, esto es una

herramienta para la adquisición de bienes y servicios en la ejecución de obras que se realicen con los fondos públicos. Este sistema es un instrumento de gestión de políticas públicas para favorecer la redistribución de la riqueza social, un correcto desempeño de este sistema, es de importancia para el eficiente funcionamiento de una economía y su desarrollo.

Con el objetivo de regular los procedimientos de adquisición de bienes y prestación de servicios, toda institución pública debe realizar los procesos a través del portal de compras públicas, para garantizar una gestión efectiva de transparencia, igualdad, oportunidad, trato justo e inclusión en los procesos de la contratación pública; así toda persona o empresa interesada pueda participar presentando su oferta.

Siendo el Servicio Nacional de Contratación Pública, SERCOP, la entidad rectora del sistema Nacional de Contratación Pública (SNCP), la misma que es responsable del desarrollo y administración del sistema oficial y de establecer las políticas y condiciones a nivel nacional; mismo que debe ser de obligatoriedad en su aplicación.

Situación Conflicto

En la actualidad el manejo del proceso de compras públicas que funciona dentro de la dirección de comunicación social e imagen que es la que se encarga de las gestiones de adquisiciones de bienes y servicios presenta ciertas falencias que ocasionan problemas en tiempo y responsabilidad de funciones debido a que existe una deficiencia en el manejo interno relacionado a los procesos de parte de la persona que se dedica a esta actividad, además también no se cuenta con una guía u hoja de ruta de las actividades a desarrollarse que acompañados de la falta de comunicación entre la jefatura del departamento de comunicación social con sus colaboradores y sumado a todo esto según investigaciones realizadas en esta oficina, puedo decir de que hace falta personal idóneo en el manejo de estos procesos tan delicados y necesarios para el buen

funcionamiento y desarrollo de las actividades laboradas dentro del palacio municipal del cantón Milagro.

Con estas novedades que en la actualidad existen en la oficina de la dirección de Comunicación Social e imagen que funciona en el Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón San Francisco de Milagro, la cual se dedica a coordinar y socializar la información de las actividades y gestiones municipales en beneficio de la población, teniendo como uno de sus objetivos conseguir una mayor participación ciudadana.

Para lograr los objetivos planteados en la Dirección de Comunicación Social e Imagen, tiene asignado un presupuesto de ejecución anual, para realizar planes y proyectos que contribuyan al proceso de difusión de la información, los mismos que para su realización se basa en las normativas de ley establecidas en la COOTAD y el SERCOP.

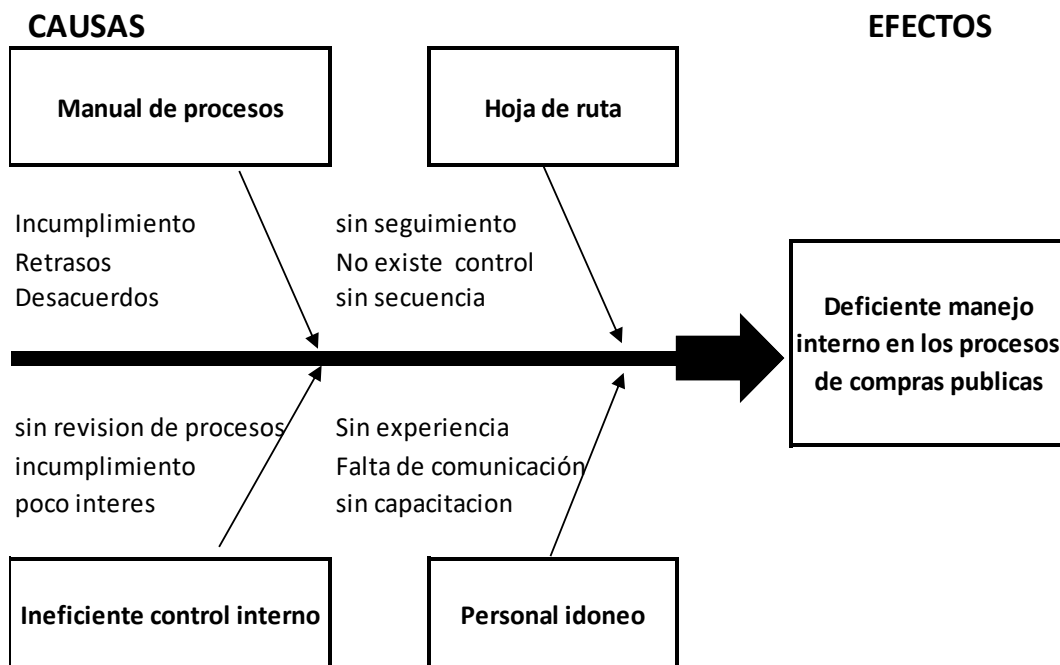
Para llevar a cabo la programación de proyectos comunicacionales se deben ejecutar procesos de compras públicas, en los cuales hay un déficit, en el tiempo de ejecución y cumplimiento, que al no cumplirse ocasionan un retraso en los métodos de adquisición de bienes o servicios planificados, originando cambios constantes en las actividades proyectadas por la Dirección de Comunicación Social e Imagen.

De las posibles causas presentes en el planteamiento del problema se han podido identificar características que son fácilmente visibles en la Dirección de Comunicación Social e Imagen el cual es objeto de estudio investigativo, y entre los cuales se pueden mencionar:

- Ineficiente control interno en manejo de procesos
- No existencia de hoja seguimiento o de ruta.
- Manual de procesos con muchas falencias
- Falta de personal idóneo en el procesos de adquisiciones

Adicionalmente al culminar cada periodo, las direcciones son evaluadas de acuerdo al cumplimiento de la ejecución y proyección de cada uno de los procesos; es así que al existir una descoordinación de tiempo para la ejecución del proyecto, también no existe el seguimiento de ruta provocando un desconocimiento del proceso de la localización del proyecto solicitado, con todas estas evidencias podría decir que existe una mala gestión administrativa.

ESQUEMA DE ISHIKAWA



Tema: Propuesta de mejoras al proceso de compras públicas en la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro.

Delimitación del Problema

- País: Ecuador
- Provincia: Guayas

- Ciudad: Milagro
- Dirección: Juan Montalvo y Bolívar
- Empresa: G.A.D.M. San Francisco de Milagro
- Campo: Administración de procesos
- Aspecto: Proceso de Compras Públicas
- Área: Dirección de Comunicación Social e Imagen
- Periodo: 2020

Formulación del Problema

¿Cómo incide el proceso de compras públicas en el tiempo de ejecución de los servicios en la Dirección de Comunicación Social e Imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Francisco de Milagro en el periodo 2020?

VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable independiente:

- Proceso de compras públicas

Variable dependiente:

- Tiempo de ejecución los servicios

Evaluación del Problema de Investigación.

Delimitado.- El presente proyecto de tesis se considera delimitado porque está enfocado únicamente en la Dirección de Comunicación Social e Imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Francisco de Milagro el mismo que está debidamente autorizado por los jefes inmediatos de esta dirección administrativa.

Claro.- Después de un análisis ejecutado en las oficinas departamentales del municipio se procedió a realizar una presentación de los problemas existentes en la dirección de comunicación social de manera clara y concisa, con el objetivo de que se consideren las observaciones propuestas y con la correcta administración de los jefes se pueda proceder a mejorar en las falencias existentes.

Evidente.- Con análisis y observaciones presenciales se ha podido evidenciar con claridad las causas que están perjudicando el normal desarrollo de las actividades de la persona a cargo del proceso de adquisiciones por medio del portal de compras públicas, lo que en la actualidad está ocasionando retraso en la culminación de proyectos tanto administrativos como comunicacionales.

Concreto.- El tema propuesto se lo considera oportuno y concreto por que se fundamenta con investigaciones planteadas de acuerdo a la necesidad urgente que existe en el interior de la Dirección de Comunicación Social e Imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Francisco de Milagro, de concretar lo más pronto posible soluciones que beneficien a todos los involucrados en el manejo y proceso del control de compras públicas así como a sus representantes administrativos.

Relevante.- El proyecto es relevante, porque se plantean mejoras positivas expuestas en los antecedentes reflejados en el caso de estudio y con la puesta en práctica de este tema se espera solucionar la problemática existente en la Dirección de Comunicación Social e Imagen; se podrá contar con excelentes resultados en beneficio de la dirección del municipio de milagro y de la sociedad que necesita mantenerse informado de las obras que realiza la municipalidad.

Contextual.- Con la puesta en práctica de la propuesta de mejoras del manual de procedimiento interno en el manejo del portal de compras públicas, seguramente se agilizarán los trámites y se obtendrán beneficios para todos los colaboradores del municipio y la sociedad en general ya

que existen proyectos planificados con anterioridad; mismos que, deben ser culminados según lo acordado.

Factible.- El tema propuesto es considerado factible y beneficioso aplicando correctamente las propuestas de mejoras analizadas por la autora de este proyecto de tesis, ya que labora en la dirección de comunicación social e imagen y ha palpado de cerca las falencias existentes en esta dirección del palacio municipal las que causan molestias por los retrasos que existen en la ejecución de una solicitud de materiales bienes y servicios.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

- Proponer mejoras al proceso de compras públicas en la Dirección de Comunicación Social e Imagen, para contribuir al cumplimiento de los tiempos de ejecución de los proyectos.

Objetivos Específicos

- Fundamentar aspectos teóricos sobre los procesos de compras.
- Diagnosticar las falencias del proceso actual de compras públicas en la Dirección de Comunicación Social e Imagen evaluando la incidencia en el tiempo de ejecución de los proyectos.
- Proponer mejoras para el proceso de compras públicas.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto investigativo presentado tiene como finalidad mejorar las actividades existentes en la Dirección de Comunicación Social e Imagen del GAD Municipal del Cantón Milagro, cuyos beneficiarios serían los colaboradores directos por la facilidad y agilidad que presentaran sus trabajos lo cual es factible con la correcta aplicación de recomendaciones

propuesta, con lo que se espera alcanzar la satisfacción de los directivos del palacio municipal y de la comunidad Milagreña, además este proyecto se justifica por:

Conveniencia

El Gobierno Autónomo Descentralizado de San Francisco de Milagro, cumple funciones en beneficio de la sociedad en lo que respecta a la prestación de servicios se encuentran inmersos los procesos de contratación de bienes y servicios a través del portal de compras públicas, con los que, se logra satisfacer las necesidades de los ciudadanos del cantón milagro, por lo que, es conveniente que se considere la propuesta de mejorar los procesos existentes en el portal de compras públicas del palacio municipal, y que en la actualidad están presentando varias falencias. Esto servirá para mejorar los trámites existentes en la actualidad.

Relevancia Social

Con la propuesta planteada se garantizará un proceso más ágil en la ejecución de la contratación de los servicios en el área de comunicación del GAD municipal del cantón milagro, logrando proyectarse con anterioridad y cumplir a tiempo las planificaciones y compromisos con la comunidad y con la sociedad que necesitar ser atendida y conocer a través de los distintos medios de comunicación interna y externa sobre las actividades que realiza el GAD.

Implicaciones Prácticas

La realización de obras emergentes realizadas por el GAD Municipal del Cantón Milagro tiene su origen con la adquisición de materiales a través del portal de compras públicas, dicho portal tiene que ser manejado por personal idóneo en el área, que van de la mano para resolver problemas existentes en la sociedad, que por lo consiguiente la correcta

manipulación del portal de y la realización de obras en varios sectores del cantón tendrán trascendencias positivas a futuro.

Valor Teórico

Realizando la correcta aplicación de las propuestas específicas se podrán generalizar los resultados que en sus inicios eran elaborados en procesos con falencias, lo que sería bien visto por las autoridades municipales en su desarrollo administrativo considerando la propuesta planteada como viable para futuros administradores municipales.

Los resultados obtenidos por el buen manejo del portal de compras públicas serán en base a las variables propuestas y su alcance que ofrece alternativas de reconocimiento a nivel de gestiones administrativas a nivel nacional.

Utilidad Metodológica

Para la Dirección de Comunicación Social e Imagen del GAD municipal del Cantón Milagro al aplicar las mejoras en el proceso del manejo del portal de compras públicas lógicamente que se lograría un mejoramiento en su rendimiento, y aplicando metodologías adecuadas se mejoraría aún más recolectando información de los colaboradores en relación al proceso ya existente y considerar sus requerimientos, y lo que al final se lograría sería de mucha ayuda para la dirección de comunicación social, para el cabildo Milagreño y también sería de mucho beneficio para la sociedad que tanto necesita que se realicen las obras con mayor prontitud por parte de las autoridades municipales.

Viabilidad Técnica

Se establecería una hoja de ruta que sería como guía a los procesos existentes en beneficio de la dirección de comunicación social, teniendo la aprobación de las autoridades correspondientes y decimos que es de viabilidad técnica porque se trata de conocimientos prácticos para la ejecución de esta actividad, y que gracias a estas actividades se puede

incrementar y aprovechar al máximo los cambios que brinda el nuevo proceso en beneficio de las áreas administrativas que requieren de estos conocimientos existentes en la Municipalidad.

Viabilidad Económica

En lo económico se crearía o se utilizaría una partida presupuestaria que se acople a las necesidades y requerimientos de la Dirección de Comunicación Social, coordinando con las autoridades la realización de capacitaciones continuas para el mejoramiento y rendimiento administrativo en lo referente al dominio de lo que es compras públicas, y con esta inversión se mejora el rendimiento administrativo y por ende se agilitan las gestiones externas del palacio municipal.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos del Problema

Las Compras Públicas como herramientas de desarrollo en América Latina y el Caribe.

En este estudio se detallan las iniciativas internacionales y regionales en materia de compras públicas de bienes y contrataciones de servicios. Además el estudio está dirigido para economías subdesarrolladas en el área de compras públicas. Para esto como referencia se toma en cuenta los procedimientos que son relevantes en las compras públicas de las distintas naciones que se han desarrollado en la última década. (sercop, 2015)

Las compras públicas como herramienta de desarrollo

El estudio analiza la importancia de las compras públicas como actividad de Estado, en el Producto Interno Bruto (PIB) de los países de América Latina y el Caribe (ALC). El concepto de compras públicas ha evolucionado hasta llegar a entenderla como una herramienta de desarrollo que permite incorporar a sectores vulnerables de la sociedad dentro del proceso económico general, y no solo generar egresos al Estado, sino buena parte del dinamismo de la economía nacional, con efectos en la generación de empleo, la canalización de inversiones y el desarrollo productivo. (sercop, 2015)

A escala nacional, la legislación sobre compras públicas de países de ALC solo contempla, en promedio, un 40% de compras sustentables, disminuyendo al 19% las normativas que aplican conceptos y exigencias de sostenibilidad en las compras públicas.

Las iniciativas internacionales

Instrumentos multilaterales.- El acuerdo de compras públicas (ACP), revisado por el autor del estudio, es el instrumento jurídico internacional más relevante que trata el tema, pero mantiene un carácter plurilateral.

Ningún país de América Latina y el Caribe (ALC), es parte del ACP y solo cuatro son observadores: Argentina, Chile, Colombia y Panamá de los cuales ninguno se ha adherido al mismo.

Sin embargo la amplia red de tratados de libre comercio (TLC) entre países de la región y las económicas desarrolladas, en su mayoría miembros del ACP, incluyen compromisos y normas sobre compras públicas derivadas de este acuerdo que han modernizado la normativa en la región. (sercop, 2015)

Antecedentes históricos contratación pública en Ecuador

Lo que es hoy la contratación pública, tiene sus compendios en la ley de hacienda de 1927, que era la que se encargaba de las compras de insumos, materiales que necesitaba el gobierno para su funcionamiento, exigía al estado la licitación para ciertos contratos que superaba la cuantía, esta también pedía que intervenga el contralor General de la Nación, para la celebración de contratos que necesiten egresos públicos.

Esta ley sufre varios cambios que se van agregando como la codificación en 1960, que contempla el requerimiento de contar con una partida presupuestaria que disponga de los fondos necesarios para la ejecución del respectivo contrato, que exigía el egreso de fondos públicos, el procedimiento era el de licitación, que debía contar con las respectivas

bases que tenía que ser publicadas en el registro oficial o un periódico debidamente aprobadas por la junta de licitaciones. (hlaguapillo, 2012)

La ley de licitaciones de 1964, después de sucesivas reformas se publica la ley de Licitaciones y Concurso de Ofertas en 1974, que incorporo la tradicional figura “exorbitante”, del derecho administrativo, de la “terminación unilateral y anticipada del contrato” vigente hasta, nuestros tiempos además mantenía los principios de la licitación, bases, partida presupuestaria debidamente autorizada para la entidad contratante.

La ley de licitaciones y Concurso de Ofertas, luego de varias transformaciones es sustituida por la ley de Contratación Pública, expedida en 1990 en la que constaban las normas específicas internas que aplican unas cuantas instituciones públicas, existen leyes para contrataciones especiales, como las contrataciones petroleras, sujetas a la Ley de Hidrocarburos, Ley de Petroecuador y otras normas específicas para la contratación de la ampliación de oleoducto transecuatoriano.

La primera ley de consultoría se publicó en 1998, determinaba los procedimientos para poder contratar con empresas encargadas de realizar encuestas de servicios, datos para las instituciones del estado. (hlaguapillo, 2012)

En la actualidad los GAD Municipales existentes en el Ecuador se encuentran regidos y sometidos a leyes y reglamentos de contratación pública en todas sus necesidades ya sean de bienes materiales o de servicios particulares y profesionales, los mismos que son fiscalizados por la contraloría general del estado, pero que en su funcionamiento departamental son administrados por cada uno de ellos siguiendo un engorroso proceso para llegar a adquirir los bienes o servicios que estos necesitan, tal es el caso de que en el Palacio Municipal del Cantón Milagro existen diferentes departamentos o direcciones en diferentes áreas de trabajo con diversas necesidades de adquisiciones las que tienen que ser aprobadas por los jefes inmediatos y seguir su proceso que

suele tardar hasta 15 días para lograr que se adjudique y se adquiera algún bien o servicio.

Lo que según reuniones sostenidas con diferentes representantes municipales se llega a la misma conclusión de burocracia administrativa en adquisición de bienes o adjudicación de contratos para beneficio de los cantones a los que representan, con el presente estudio de mejoramiento en los procesos internos del manejo de compras pública se espera concientizar a los representantes administrativos para su aplicación y se mejore el desarrollo de las actividades en el proceso de contratación pública.

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

Administración

Muchos han sido los criterios vertidos al momento de definir que es Estado, Gobierno y Administración Pública, interesantes polémicas se han suscitado en el intento de dar una definición delimitadora y en consecuencia acabada de esta última, pero debe reconocerse que en el plano teórico, casi de manera general se entrelazan sus enunciados, lo que definitivamente ha incidido en su interpretación en la praxis cotidiana. (Tabares, 2016)

En este empeño, en el ámbito de la administración pública, las opiniones vertidas en muchas ocasiones se aproximan a su descripción y no a su definición; y hacia esa carencia nos enfocamos a continuación, intentando globalmente conceptualizarla, y de manera particular definirla en el contexto cubano actual.

Para llegar a una cabal definición de la Administración Pública y que no se confunda con otros términos, resulta indispensable en cualquier sistema político de que se trate tener claro que es Estado, Gobierno y Administración.

Desde la perspectiva se han manejado concepciones teóricas sobre la administración pública a lo largo de la historia; resulta pertinente a modo enunciativo plasmar algunas de ellas, que sirvan de secuencia conductora para las ideas que finalmente dejaremos acentadas.

Desde 1844, los clásicos del marxismo-leninismo estuvieron preocupados con la ubicación de la administración dentro del estado.

“Lo cierto es que ha colocado a la administración dentro del Estado y el Gobierno indistintamente; para que se tenga una idea, la misma ha sido presentada como el Estado en acción, considerándose que nace de la idea del Estado operante: la constitución, como órgano entre sí, representa la voluntad; la administración, la obra.” (Tabares, 2016)

También suele ubicarse la administración dentro de la estructura gubernamental, identificada como el gobierno en acción, su objeto de estudio se fundamenta en el descubrimiento de lo que puede acometer el gobierno y en cómo debe hacerlo con la máxima eficacia y el mínimo de costo posible, sea de dinero o de esfuerzo, o fijada como una actividad de los funcionarios ejecutivos del gobierno.

“El término administración implica, no solamente actividad teleológica, sino también organizacional, esto es, conjunto coordinado de órganos, organismos, autoridades y servicios que determinan una estructura. En esa línea de pensamiento la administración puede ser considerada como un sistema constituido por oficios públicos, mediante los cuales el Estado provee permanentemente el ejercicio activo de sus potestades para la satisfacción de las actividades colectivas.” (Tabares, 2016)

Los orígenes de la administración moderna

Al pasar de los años, la ciencia de la Administración ha pretendido mejorar los métodos de producción, para aprovechar de una forma más eficiente y eficaz los recursos de la organización.

Como muy bien afirman Robbins y DeCenzo (2009:22); “conocer la historia de la administración puede ayudar a entender la teoría y el ejercicio de la administración naturales.”

Administración Sistemática.- la revolución industrial supone un cambio radical en el sistema de producción (se sustituyen hombres por maquinas).

Al inicio, los teóricos de la administración deseaban explicar por qué el nuevo sistema de talleres y fábricas con máquinas era más eficiente y producía más bienes y servicios que el anterior (el artesanal). (Gallardo, 2015)

Adam Smith fue uno de los primeros literatos en investigar los efectos de la revolución industrial en el sistema de fabricación, Smith tras analizar las fábricas inglesas que se dedicaban a la producción de clavos, dedujo que la diferencia en el rendimiento se debía al grado de especialización de los trabajadores. Aquellos trabajadores que se especializaban (realizaban pocas tareas) adquirirían más rápidamente, una mayor destreza y, por lo tanto, como grupo producían más y más rápido.

Para especializarse se debían dividir las tareas (división de trabajo).

Smith concluye diciendo que al incrementar el nivel de especialización en el trabajo aumenta la eficiencia e incrementa el desempeño organizativo.

PROCESO DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

Un proceso de contratación pública es la realización de una secuencia de fases y actividades que se transforman, por medio de los recursos disponibles en una organización pública, una necesidad de un bien o servicio en la provisión, por parte de un proveedor, ajeno del bien o la prestación del servicio solicitado. (wikicontratacion, 2020)

TIPOS DE PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

A continuación se presentan los diferentes procedimientos utilizados en los procesos de contratación mediante régimen común:

Catálogo electrónico e inclusivo.- Se trata de un proceso de selección de bienes y servicios catalogados mediante convenio marco, directamente seleccionado por el SERCOP.

Ínfima cuantía.- Este procedimiento se trata de una contratación directa cuyos montos varían de año a año dependiendo del Presupuesto General del Estado. El portal del SERCOP no se utiliza para participar en este procedimiento y además la entidad solicita las proformas.

Subasta Inversa Electrónica.- El de la subasta inversa electrónica es un proceso de contratación realizado mediante el portal de compras públicas. El objeto de la subasta es llegar a la puja y poder obtener un mejor precio. (Izei Atxalandabaso Santisteban, 2019)

Menor cuantía.- Este tipo de proceso han de ser aceptados por el proveedor en el plazo establecido en el cronograma publicado y se trata de un procedimiento preferente. El ganador del proceso será elegido por sorteo automático del sistema y el Valor Agregado Ecuatoriano (VAE) actualmente no es evaluado por la entidad sino directamente por el sistema.

Cotización.- Este tipo de proceso ha de ser aceptado por el proveedor en el plazo establecido en el cronograma publicado. En este caso, el ganador es elegido por puntaje y el precio tiene una evaluación alta. Existen márgenes de preferencia en este tipo de proceso y es por ello que la localidad y Valor Agregado Ecuatoriano (VAE) tienen puntos adicionales asignados por el SERCOP. La oferta se debe ser presentada físicamente con todos los respaldos. (Izei Atxalandabaso Santisteban, 2019)

Licitación.- En el proceso de licitación, los procesos deben ser aceptados por el proveedor en el plazo establecido en el cronograma publicado y la oferta se ha de presentar físicamente con todos los respaldos. Como en la

cotización, el ganador del proceso es elegido por puntaje y el precio tiene una alta evaluación. En el caso de las obras, se requiere de un estudio de desagregación tecnológica.

Por precio fijo.- Es un proceso que únicamente se utiliza para procesos de obras. Una de sus características principales es que no permite modificaciones por lo que no se podrán realizar reajustes de precios, ni contratos complementarios o modificatorios. Tampoco se podrá ampliar el plazo y el proceso ha de terminar igual que cuando comenzó. Es por ello que este proceso no es tan utilizado, ya que las obras son procesos en los que los imprevistos son recurrentes y en este tipo de proceso no se contemplan.

Los tres procesos que se explican a continuación solamente pueden ser utilizados para las contrataciones de consultoría. (Izei Atxalandabaso Santisteban, 2019)

Contratación directa.- En este proceso se realiza una invitación directa al oferente, previa una selección, mediante el portal de compras y la oferta debe ser entregada de manera física con todos los respaldos. En la etapa de negociación, esta puede ser técnica o económica y una vez adjudicado el proyecto, los consultores tienen 5 años de responsabilidad sobre los productos o diseños.

Lista corta.- En este proceso se realiza una invitación de 3 a 6 oferentes mediante el portal de compras públicas.

La oferta económica tendrá una ponderación de 80-20 o 90-10 y la etapa de negociación, puede ser técnica o económica. En este caso también, los consultores tienen 5 años de responsabilidad sobre los productos o diseños entregados.

Para Coral (2014) las compras tienen un objetivo general, que es adquirir los recursos materiales que necesita la organización de la mejor calidad y al mejor precio y los objetivos específicos son:

- Reducción de costos
- Comprar al mínimo precio
- Servicio
- Controlar los convenios
- Controlar los tratados con los proveedores

Reducción de costos.- Mejorar el trinomio costo-beneficio-utilidad, es decir obtener productos cuyo proceso de adquisición implique el aumento de las utilidades.

Comprar al mínimo precio.- Conseguir productos o servicios a menor costo, sin restar importancia a la calidad, al volumen y a la pronta utilización de lo adquirido.

Servicio.- Optimizar el tiempo y la coordinación con los departamentos a los que les da servicio y así cumplir los requerimientos que estos solicitan.

Controlar los convenios.- Esto implica los convenios que se realizaron, los que están en la actualidad y los que se realizarán en el futuro con el proveedor. Esto implica registrar el tiempo de pago, priorizar las compras de acuerdo a los requerimientos y los parámetros del departamento que solicite un producto o servicio.

Controlar los convenios con los proveedores.- Este tipo de control permitirá mejorar las relaciones comerciales y mantener las políticas de los proveedores. También esto permite actuar de manera inteligente y de manera íntegra en la adquisición de los productos o servicios, asegurando el prestigio de la empresa para mantener la confidencialidad de los proveedores.

Comunicación Social e Imagen Y su Importancia para el Proceso Municipal.

La comunicación Social e Imagen y su gestión activa, son fundamentales en el proceso de desarrollo, consolidación y madurez de las organizaciones públicas, a criterio de teóricos y especialistas quienes han

empezado a considerarla como parte de la gestión empresarial u organizacional.

Por lo tanto deja de ser una actividad que se descarta o se relega a un segundo plano, o se prioriza en momentos de crisis, para reafirmarse como vector integral, colateral y estratégico de su funcionamiento, sin descuidar su parte táctica, que apunta a su operación cotidiana; a la materialización de la estrategia. (Magda Rivero Hernandez, 2017)

Las instituciones y organizaciones de la administración pública no son una excepción. En estas instituciones la comunicación no es una opción sino una obligación, además de informar, deben comunicar de forma transparente y esclarecer puntos críticos con el objetivo de que sus planes y programas obtengan primeramente la comprensión interna, y que después, el apoyo público.

Se considera incluso que su eficacia acabara dependiendo entre otros factores pero de manera significativa de su política informativa, comunicativa y relacional con los usuarios que laboran en el sector público como es el caso de los GAD Municipales.

En la actualidad el reto es mayor, pues este tipo de organizaciones deben responder a las crecientes demandas de una ciudadanía más informada, especialmente en el contexto de la actual sociedad digital.

Las exigencias van desde un buen gobierno corporativo, una conducta ética, participación en los asuntos que les atañen, mayor transparencia y rendición de cuentas hasta el reclamo de bienes y servicios públicos, que respondan a criterios de calidad, eficiencia y eficacia. Y es que al final, la ciudadanía es el núcleo alrededor del cual deben girar y cada uno de los esfuerzos y propósitos de este tipo de entidades gubernamentales. (Magda Rivero Hernandez, 2017)

Por otra parte, el cumulo presiones que la gama enorme y variada de sus públicos ejerce sobre las instituciones de la administración pública, habría

que añadir elementos de la contemporaneidad como la incertidumbre, la complejidad, los cambios constantes y la instantaneidad, sùmese ademàs la crisis de confianza y de credibilidad que padecen en la actualidad, junto con el consecuente daño a su reputación provocada por las malas prácticas administrativas, los comportamientos no éticos y la falta de integridad entre los que se hace y lo que se dice; lo que ha quedado confirmado en estudios como en las organizaciones administrativas del sector público.

En la actualidad las instituciones, empresas y hasta las personas están más expuestas ante la opinión pública, pues a los medios tradicionales se sumaron los medios digitales.

El entorno digital facilitó la comunicación directa e instantánea, sin barreras geográficas, horarios, sin estructuras jerárquicas, todo lo que ha hecho de las redes sociales un extraordinario vehículo de expresión de cualquiera que se lo proponga – para bien o para mal -. Es tan sencillo como que cualquier persona y en cualquier momento, por un contenido suyo (sea de texto, video o foto), puede generar un problema, no ya solo por el hecho de que llegue a hacerse viral sino por una ineficiente gestión de la comunicacional afrontarlo. (Magda Rivero Hernandez, 2017)

Todo lo expuesto sobre refleja la importancia de la comunicación social e imagen expresa la realidad existente en la actualidad en la dirección de comunicación social e imagen del GAD Municipal del Cantón Milagro, debido a que esta dirección es la vitrina en la relación comunicativa con la colectividad externa y la comunicación interna en sus procesos laborales, lo que con la implementación de la tecnología está acelerando los movimientos administrativos en la solicitud de bienes o servicios para beneficio de la sociedad, pero que gracias a la comunicación existente y el debido seguimiento que se realiza a las solicitudes de servicios hasta llegar a su culminación en el proceso de solicitudes a proveedores se logra tener resultados positivos.

Considerando el proceso actual existente en la dirección de comunicación social y la problemática planteada sobre la lentitud del proceso actual que es necesario realizar los seguimientos de ruta para poder identificar la ubicación del trámite de adquisición hasta que llegue a su culminación, lo que se está proponiendo es las mejoras en lo relacionado a los trámites internos para que estos tengan menos tiempo de espera en las oficinas correspondientes para su respectiva aprobación y la oficina de compras públicas general del palacio municipal pueda realizar la respectiva compra o adquisición de los bienes necesarios para el bienestar de la sociedad Milagreña.

La propuesta que se está planteando podrá ser utilizada en todo tipo de empresas u organizaciones que cuentan con el manejo del portal de compras públicas para sus múltiples funciones relacionadas al proceso de contratación y licitación de bienes y servicios, considerando el caso de las instituciones públicas pertenecientes al Estado Ecuatoriano como son los GAD Municipales pueden hacer eco de este tipo de implementación propuesta para el proceso actual ya que estos organismos están regulados estrictamente por el SERCOP y la Contraloría General del Estado, propuesta que es realizada por la investigadora de este proyecto de tesis debido a que es colaboradora del departamento de comunicación e imagen y ha palpado las falencias existentes en la actualidad en el proceso de adquisición, licitaciones etc.

Antecedentes Referenciales

La tesis propuesta por Peña Cabezas Gisela Katiuska con el tema Plan de mejora y optimización de los procesos internos de contratación pública realizados en la Dirección General del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Capital de la Ciudad de Quito, me servirá de ayuda porque en lo referente al problema que presenta la tesis se relaciona a los procesos que se han venido dando en las contrataciones especialmente en el caso de las subastas inversas corporativas e institucionales, las que presentan

ciertos inconvenientes en el modelo de gestión de las adquisiciones que realiza la Dirección Nacional del IESS y en la que se establecen procedimientos lo cual permitirá optimizar los procesos internos relacionados con el GAD Municipal de Milagro. (Peña Cabezas Guissela katusca, 2015)

Las variables Independiente y la dependiente, tienen similitud específica en tratar de mejorar los procedimientos en la empresa, se considera también la Propuesta de mejora planteada la que permita agilizar las contrataciones y el Abastecimiento de insumos y materiales.

El aporte investigativo que presenta el Objetivo General sobre Diseñar un plan que optimice los procesos internos de contratación pública afianzara las investigaciones de mi tema propuesto y los Objetivos Específicos planteados sobre revisar los procesos de contratación aplicados por el IESS, revisar la experiencia de los procesos dinámicos en algunos países e identificar el impacto generado y los métodos de investigación utilizados en este trabajo investigativo que son: el método lógico, y el método lógico deductivo porque se apoyan en el análisis y síntesis de la información recopilada a través de diferentes organismos públicos. (Peña Cabezas Guissela katusca, 2015)

Hace énfasis en las conclusiones planteadas sobre las subastas inversas corporativas que presentan una serie de beneficios tanto en la optimización del presupuesto del estado, en la rapidez para obtener las contrataciones y además de la reducción de costos administrativos.

Por lo que recomienda que es prioritario que los directivos se preocupen en realizar una mejora constante a los procesos internos, lo que permitirá optimizar los procesos de contratación, y que es indispensable que el SERCOP emprenda una categorización agresiva de productos normalizados por las entidades contratantes. (Peña Cabezas Guissela katusca, 2015)

ANALISIS

La propuesta planteada en la Dirección General del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la ciudad de Quito, que trata de Plan de mejora y optimización de los procesos internos de contratación pública, tienen bastante relación con mi tema planteado en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Milagro, porque se relacionan en las mejoras que se espera alcanzar en un tiempo no muy lejano.

Lo que considero de mucha importancia para utilizar en mi tesis es la metodología empleada, que se trata del método investigativo y el método lógico porque están relacionados con el análisis y síntesis de la información recopilada que hasta la actualidad obtengo, y el método lógico deductivo, porque a través de este método podré encontrar las falencias dentro de los procesos aplicados en las instituciones públicas.

Lo planteado por Kayra Ramírez Intriago en su tesis titulada Analisis de los Procesos de Compras del departamento de contratación pública del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Esmeraldas, servirá como aporte investigativo por la relación existente en las entidades del caso de estudio, en la que expone los problemas que existen en la entidad investigada, por lo que amerita identificar las falencias que presentan cada uno de los procesos que la entidad provincial ha venido ejecutando, con el objetivo de mejorar los mismos y cumplir efectivamente lo estipulado por la ley, nos comenta en su investigación de que también existen deficiencias en la planificación presupuestaria y su relación con el plan anual de contratación; en varios casos no se observan objetivamente las leyes, resoluciones y procedimientos de contratación pública, además no se llevan a cabo procesos eficientes para nombrar a los administradores de contratos y a los ya nombrados les proveen pocos eventos de capacitación. (Ramírez Intriago Kayra, 2017)

El Objetivos General y Especifico tienen similitud tratándose de Analizar los procesos de compras del departamento de contratación pública del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Esmeraldas y en

lo de representar un proceso de compras, en todas sus fases, según la Ley Orgánica del sistema de Contratación Pública y su reglamento.

La metodología empleada por Kayra Ramírez fue la exploratoria porque está apoyada en los métodos inductivo y deductivo, además se puede verificar que existe una aproximación a la forma de ejecutar los procesos de compras públicas en esta entidad con la del GAD Municipal de Milagro.

Kayra concluye indicando que aunque de acuerdo a los manuales expedidos por el Sistema Nacional de Contratación Pública, los procesos de contratación están adecuadamente representados, en el Gobierno Provincial de Esmeraldas, en varias de sus etapas, se presentan deficiencias; los niveles de ejecución son bajos, no se cuenta con adecuado archivo, registro y control documental, los deberes, atribuciones no son conocidos plenamente, no hay un adecuado seguimiento al vencimiento de las pólizas, falta de capacitación entre empleados, factores que entre otros, inciden directamente en el proceso.

Con todas estas novedades la autora propone analizar el manual de procesos para administradores de contratación pública en el Gobierno Autónomo Descentralizado provincial de Esmeraldas.

La importancia de la propuesta radica en que permitirá a quienes han sido designados como administradores de contratos, contar con una guía y herramienta técnica que posibilite un mejor manejo de sus procesos y responsabilidades en la gestión de compras públicas. (Ramírez Intriago Kayra, 2017)

ANALISIS

El aporte de la Tesis de Kara Ramírez Intriago en su tesis titulada Analisis de los Procesos de Compras del departamento de contratación pública del Gobierno Autonomo Descentralizado de la Provincia de Esmeraldas es fundamental en especial sobre sus objetivos generales y específicos porque considero de mucho valor investigativo en los analisis de propuesta planteado en mi tema de tesis.

En el Objetivo General se relaciona con el Análisis de los procesos de compras del departamento de contratación pública del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Esmeraldas, lo que se asemeja con el análisis de los procesos de la dirección de Comunicación Social e Imagen del GAD Municipal del cantón Milagro. Por lo que la tesis planteada servirá de referente para el desarrollo de mi propuesta.

Con el tema Análisis y Propuesta de mejoras en los procesos de contratación pública, de la Agencia Metropolitana de Tránsito, ubicada en la ciudad de Quito, los autores Jarran Mantilla Walter Patricio y Insuasti Segovia Verónica Paola de la Universidad Central del Ecuador en el año 2016, aportará en mi proyecto de tesis en lo referente al manejo del sistema de contratación pública, por la relación existente en los problemas expresado por los autores que mencionan las falencias en el manejo del sistema de contratación y adjudicación, así como la subida al sistema general del portal de compras públicas ocasionando muchos inconvenientes en el momento de la adjudicación de los proveedores.

Los que presentan sus objetivos basados en el tema central de la tesis que trata sobre el Analizar y Proponer mejoras en los procesos de contratación pública. (Insuasti Segovia Verónica Paola, 2016)

Las Variables planteadas por los investigadores se basan en lo fundamental que es la adjudicación de bienes y servicios y la propuesta de mejoras en el proceso de contratación pública que permitan agilizar los trámites en la adjudicación de contratos.

La metodología aplicada por los autores es la investigativa y la descriptiva porque están relacionadas directamente a los fundamentos planteados en la presente tesis y por qué se encargan de realizar averiguaciones y fundamentarlas ampliamente. (Insuasti Segovia Verónica Paola, 2016)

Concluyen diciendo que se debe realizar un examen al funcionamiento del portal de compras públicas así como su diseño de acciones para su mejor aplicación.

También dicen que se debe tener en cuenta que los objetivos primordiales del Sistema Nacional de Contratación Pública es la de facilitar y apoyar las compras públicas en circunstancias de transparencia claridad, además de que es preciso diseñar propuesta que permitan abrir nuevas posibilidades de elección de proveedores, análisis, presentación de ofertas y adjudicación de contratos.

Propuesta.- Presentan un plan de mejoras que podrían ser de mucha utilidad para mejorar los procesos de contratación, cuya fuente de investigación serán los propios procesos de contratación que publican las entidades en el Portal de Compras Públicas, como es el caso de la Agencia Metropolitana de tránsito de Quito. (Insuasti Segovia Veronica Paola, 2016)

ANALISIS

Los autores de la tesis, Jarran Mantilla Walter Patricio y Insuasti Segovia Verónica Paola con su tema Analisis y Propuesta de mejoras en los procesos de contratación pública, de la Agencia Metropolitana de Tránsito, ubicada en la ciudad de Quito, sirven de referente en los procesos empleados para lograr el mejoramiento administrativo y la agilidad en la adjudicación de contratos en bienes y servicios.

Siguiendo o haciéndome base en sus propuestas trataremos de enriquecer las actividades de y mejoramiento en los procesos existentes en el GAD Municipal del Cantón Milagro, lo que a futuro generaría priorizar las actividades internas que en la actualidad son engorrosas por las múltiples falencias que presenta y que difícilmente las podremos mejorar sin las modificaciones propuestas.

MARCO LEGAL

LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

Ley 1

Registro Oficial Suplemento 395 del 04 de agosto del 2008

Última modificación 21 de agosto del 2018

Estado Reformado

(Art. 1.- Objeto y Ámbito, 2018) Art. 1.- Objeto y Ámbito.- Esta ley establece que el sistema Nacional de Contratación pública determina los principios y normas para regular los procedimientos de contratación para la adquisición o arriendo de bienes, ejecución de obras y prestación de servicios, incluidos los de consultoría, que realicen:

- 1.- Los Organismos y dependencias de Funciones del Estado.
- 2.- Los organismos Electorales.
- 3.- Los Organismos de Control y Regulación.
- 4.- Las entidades que integran el Régimen Seccional Autónomo.
- 5.- Los Organismos y Entidades creadas por la Constitución o la ley para el ejercicio de la potestad estatal, para la prestación de servicios públicos o para desarrollar actividades económicas asumidas por el estado.
- 6.- Las personas jurídicas creadas por acto legislativo seccional para la prestación de servicios públicos.
- 7.- Las corporaciones, fundaciones o sociedades civiles en cualquiera de los siguientes casos:
 - a) Estén integradas o se conformen mayoritariamente con cualquiera de los organismos y entidades señaladas en los números 1 al 6 de este artículo o, en general por las instituciones del estado; o,

b) Que posean o administren bienes, fondos, títulos, acciones, participaciones de activos, rentas, utilidades, excedentes, subvenciones y todos los derechos que pertenecen al Estado y a sus instituciones, sea cual sea la fuente de la que procedan, inclusive los provenientes de préstamos, donaciones y entregas que, a cualquier otro título se realicen a favor del Estado o de sus instituciones, siempre que su capital o los recursos que se asignen esté integrado en el cincuenta (50%) por ciento o más con participación estatal. (Art. 1.- Objeto y Ámbito, 2018)

8.- Las compañías mercantiles cualquiera que hubiera sido o fuere su origen, creación o constitución que posean o administren bienes, fondos, títulos, acciones, participaciones, activos, rentas, utilidades, excedentes subvenciones y todos los derechos que pertenecen al Estado y a instituciones, sea cual fuere la fuente de la que procedan, inclusive provenientes de préstamos, donaciones y entregas que, a cualquier otro título se realicen a favor del Estado o de sus instituciones; siempre que su capital, patrimonio o los recursos que se le asignen, esté integrado en el cincuenta (50%) por ciento o más con participación estatal; y en general toda contratación en que se utilice, en cada caso, recursos públicos en más del cincuenta (50%) por ciento del costo del respectivo contrato. se exceptúan a las personas jurídicas a las que se refiere el numeral 8 del artículo 2 de esta ley, que se someterán al régimen establecido en esa norma.

Queda excluido de esta ley las contrataciones de servicios y la adquisición de bienes por parte de los actores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, innovación y Saberes Ancestrales, debidamente acreditados, los que hayan sido adquiridos con recursos provenientes de fondos de capitales de riesgo público o capitales semilla público.

Nota: Inciso último agregado por Disposición Reformatoria Tercera, numeral 3.1 de ley N° 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 899 de 9 de Diciembre del 2016. (Art. 1.- Objeto y Ámbito, 2018)

TITULO II

SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PÚBLICA

CAPITULO I

DEL SISTEMA Y SUS ORGANOS

(Art. 7 del sistema y sus organos, 2018) Art. 7.- El sistema Nacional de Contratación Pública SNCP.- El sistema Nacional de Contratación Pública (SNCP) es el conjunto de principios, normas, procedimientos, mecanismos y relaciones organizadas orientadas al planeamiento de programaciones, presupuestos, control, administración y ejecución de las contrataciones realizadas por las entidades contratantes. Forman parte del SNCP las entidades sujetas al ámbito de esta ley.

(Art. 8 Organos Competentes, 2018) Art. 8.- Órganos competentes.- El Servicio Nacional de Contratación Pública junto con instituciones y organismos públicos que ejerzan funciones en materia de presupuestos, planificación, control y contratación pública, forman parte del El sistema Nacional de Contratación Pública, en el ámbito de sus competencias.

(Art. 9 Objetivos del Sistema, 2018) Art. 9.- Objetivos del Sistema.- Son Objetivos prioritarios del Estado en materia de contratación pública, los siguientes:

1. Garantizar la calidad del gasto público y su ejecución en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Garantizar el pleno cumplimiento de los contratos y efectiva la aplicación de las normas contractuales;
3. Garantizar transparencia y evitar la discrecionalidad en la contratación pública.
4. Convertir a la contratación pública en un elemento dinámico de la producción nacional;
5. Proveer la participación de artesanos, profesionales, micro, pequeña y medianas empresas con ofertas competitivas, en el marco de esta ley;

6. Agilizar, simplificar y adecuar los procesos de adquisición a las distintas necesidades de las políticas públicas y a su ejecución oportuna;
7. Impulsar la participación social a través de los procesos de veeduría ciudadana que se desarrollen a nivel nacional, de conformidad con el Reglamento;
8. Mantener una sujeción permanente de contratación pública con los sistemas de planificación y presupuestos del Gobierno central y de los organismos seccionales;
9. Modernizar los procesos de contratación pública, para que sea una herramienta de eficiencia en la gestión económica de los recursos del Estado;
10. Garantizar la permanencia y efectividad de los sistemas de control de gestión y transparencia del gasto público; y,
11. Incentivar y garantizar las participaciones de proveedores confiables y competitivos en el SNCP.

CAPITULO III

DE LAS HERRAMIENTAS DEL SISTEMA

SECCION I

DEL REGISTRO UNICO DE PROVEEDORES

(Art. 16 del Registro Unico de Proveedores, 2018) Art. 16.- Registro Único de Proveedores, Instaurase el registro único de proveedores (RUP), como un sistema público de información y habilitación para las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, que tengan capacidad para contratar según esta ley, cuya administración corresponde al Servicio Nacional de Contratación Pública.

El RUP será dinámico, incluirá las categorizaciones dispuesta por el Servicio Nacional de Contratación Pública y se mantendrá actualizado automática y permanentemente por medios de interoperación con las

bases de datos de las instituciones públicas y privadas, que cuenten con la información requerida, quienes deberán proporcionarla de manera obligatoria y gratuita y en tiempo real.

(Art. 17 Registro Unico de proveedores, 2018) Art. 17.- Publicidad de la Información.- La información del RUP, será publicada y estará disponible en el portal de COMPRAS PUBLICAS.

La institución contratante no podrá llevar registros adicionales ni exigir a sus oferentes o proveedores, la presentación de los documentos ya solicitados para la obtención del RUP.

Los proveedores serán los responsables de la veracidad, exactitud y actualidad de la información entregada para la obtención del RUP y deberán informar al Servicio Nacional de Contratación Pública, sobre cualquier cambio o innovación, en los plazos que señale el Reglamento.

(Art. 18 Registro de proveedores, 2018) Art. 18.- Obligatoriedad de Inscripción.- Para participar de manera individual o en asociación en las contrataciones reguladas por esta ley se requiere constar en el RUP como proveedor habilitado. Por excepción los oferentes que intervengan en los procesos de menor cuantía podrán no estar inscritos en el RUP, pero deberán inscribirse en el RUP, previa a la suscripción de sus respectivos contratos.

El reglamento de esta ley, establecerá las normas relativas al funcionamiento del RUP.

Conceptualización de Variables

Variable Independiente: Proceso de Compras publicas

Proceso.- Se refiere a la gestión de ir hacia adelante, de continuar en una trayectoria determinada y, por semejanza avanzar en el tiempo. Es un palabra empleada en una gran variedad de contextos, sobre todo lo técnicos o industriales, pero siempre conservando ese sentido original.

(Raffino, 2020)

Compras Públicas

Según Bajaña Oñate & Fajardo Vaca (2019) las compras públicas representan una verdadera actividad estratégica para el estado, ya que involucra elementos sociales, tecnológicos, ambientales y comerciales, los cuales permiten la incorporación de sectores vulnerables y sirven para el desarrollo económico del país.

Esto se da porque en Ecuador la contratación pública es un proceso que se basa en la igualdad de oportunidades y equidad para las diferentes empresas, tanto nacionales como extranjeras, priorizando el incremento de la inversión en empresas nacionales, impulsando así la economía del país.

Variable dependiente: Tiempo de ejecución de los servicios

Ejecución.- Es un sentido general la palabra ejecución se refiere al hecho de realizar una acción concreta. Tiene una aplicación de tipo administrativo y está relacionado con el derecho, hablándose de la ejecución de una hipoteca, de una deuda o ejecución de una sentencia. (Definicion, 2020)

Servicios.- Se dice que un servicio es heterogéneo debido a que, atendiendo a diferentes factores, raramente suelen coincidir entre si y usualmente son diseñados y realizados en atención a cada cliente individualmente. En otras palabras, no existen cadenas de producción en masa como si sucede en la fabricación de bienes. (Economipedia, 2020)

Ejecución de servicios.- La planificación de la realización del servicio está sustentada en el documento manual de planeación de la calidad, que incluyen la identificación e interrelación en los procesos básicos y de apoyo que conforman el Sistema de Gestión de la Calidad, asegurando que la realización del servicio sea coherente con los requisitos del Sistema.

La aplicación del servicio contempla lo siguiente:

- a) Los objetivos de calidad y los requisitos de los servicios.
- b) La necesidad de establecer procesos, documentos y de proporcionar para el ser vivo.
- c) Las actividades requeridas de verificación, validación, seguimiento, inspección pruebas específicas para el servicio, así de como los criterios para la aceptación del mismo (plan de calidad).
- d) Los registros que sean necesarios para proporcionar evidencias de que los procesos de realización del servicio resultante contemplen los requisitos.

Marco conceptual

Contratación pública.- La contratación pública aplica principios que dan vida a los ejes de acción que se refleja en el trabajo del Estado, los cuales incluyen la estandarización de las normas de contratación pública que impulsan la liquidez para los pequeños proveedores, promoviendo la inclusión económica y solidaria, la transparencia y la sustitución de las importaciones por las adquisiciones nacionales de productos y servicios (Bajaña Oñate & Fajardo Vaca, 2019).

Servicios.- Servicio es el cambio económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial personalizado. (Economipedia, 2020)

Ejecución.- El concepto de ejecución significa que hay una acción final que lleva a término algo, por lo que previamente hay una planificación anterior.

Sin embargo, el concepto de ejecución tiene una acepción singular y se refiere a la relación de matar a alguien. (Definicion, 2020)

Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.- Esta ley establece el Sistema Nacional de Contratación Pública y determina los principios y normas para regular los procedimientos de contratación para la adquisición o arrendamiento de viene, ejecución de obras y prestación

de servicios, incluidos los de consultoría. (Asamblea Nacional Constituyente, 2020)

Orden de Compra.- Una orden de compra es una solicitud escrita a un proveedor, por varios artículos a un precio convenido, la solicitud también especifica los términos de pago y de entrega, también es una autorización al proveedor para entregar los artículos y presentar una factura. (Gestiopolis, 2020)

Plan Anual de Contrataciones.- El plan anual de contratación (PAC) es la planificación anual que debe realizar toda entidad contratante, para realizar la adquisición de bienes, servicios, obras y consultorías necesarias para desarrollar y cumplir sus actividades de manera eficiente con el fin de cumplir sus metas institucionales. (EPMMQ, 2020)

Servicio Nacional de Contratación Pública.- Es la entidad rectora del Sistema Nacional de Contratación Pública (SNCP), responsable de desarrollar y administrar el Sistema Oficial de Contratación Pública del Ecuador y de establecer las políticas y condición en la materia a nivel nacional. (SERCOP, 2020)

Sistema Oficial de Contratación Pública.- El Sistema Oficial de Contratación Pública es el entorno que reúne a todas las partes interesadas de la contratación pública del país, es decir a los contratantes o compradores, y a los oferentes o contratistas, al organismo de control, y a los organismos de planificación, de presupuesto, y de control, los que son articulados a través de los principios, normativas, procedimientos y demás relaciones establecidas por la LOSNCP. (SNCP, 2020)

Administración.- “Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo, con el propósito de lograr los objetivos y las metas de la organización, de manera eficiente y eficaz”. (PromonegocioS.net, 2020)

Administración de procesos.- La gestión de los procesos es una forma de organización, diferente de la clásica clasificación funcional, en la que

prima la visión del cliente sobre las actividades de la organización, los procesos así definidos son gestionados de modo estructurado y sobre su mejora se busca la de la propia organización. (ISOToolsS, 2020)

Políticas de uso del portal de compras públicas.- Esta política considera lo fundamental que es la privacidad que se aplica a todos los datos personales recolectados a través del portal informativo y transaccional del Servicio Nacional de Contratación Pública (SERCOP). (Servicio Nacional de Contratacion Publica, 2020)

Gestión.- La gestión es un conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo, es decir, en términos generales, la gestión es una serie de trabajos que se realizan para acometer un fin planteado con antelación. (Economipedia, 2020)

Procesos.- Son componentes del comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema. (Definicion., 2020)

Bienes.- “Como bienes se denominan las cosas materiales o inmateriales que, desde un punto de vista jurídico, son objeto de derecho, del mismo modo en que, desde una perspectiva económica, son limitados y en consecuencia, poseen un valor que puede ser definido en términos monetarios”. (Significados.com, 2020)

Normativa.- Se conoce como normativa al conjunto de normas que guían, dirigen y ajustan el comportamiento de un individuo, organización, materia y/o actividad. (Significados.com, 2020)

Compras.- El comprador es el que cubre necesidades adquiriendo bienes y servicios a cambio de un precio cierto. Los consumidores finales (usuarios) somos compradores de bienes y (contratadores de servicios) por definición y somos una de las partes que tienen los mercados: la demanda por oposición a la oferta. Compuesta por los vendedores. (Consumoteca, 2020)

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Presentación de la Empresa



Actual Palacio Municipal, inaugurado en 1981

Reseña Histórica del Municipio de Milagro.

Varios fueron los locales en los que funcionó la Casa Municipal o también conocida como Palacio Municipal; pues el sitio donde tuvo lugar la Primera Sesión de Instalación del Concejo, fue precisamente en la sede de la Sociedad de Protección Mutua, donde ahora funciona el colegio

Franciscano San José (Olmedo y Nueve de Octubre) de propiedad de don José Calixto Jara Fabre.

“Esta casa fue visitada con frecuencia a fines del siglo XIX y comienzos del XX por el General Eloy Alfaro Delgado, líder de la revolución Liberal, quien era compadre de don José Calixto”.

“En 1914, el dueño del local lo alquila por tres años a la Municipalidad a un valor de 30 sucres mensuales, adonde pasan a funcionar todas las dependencias del Concejo”. (Unknown, 2016)

“En 1922 (Presidencia de Vicente Concha Sánchez) se inician los trabajos de construcción de la nueva Casa Municipal, ubicada en la esquina de las calles Juan Montalvo y Pedro Carbo (Frente al Parque Central), la cual se inaugura al año siguiente”.

En la planta alta laboraba la Presidencia del Concejo Cantonal, la Secretaría y la Sindicatura; la Tesorería, la Jefatura Política y la Oficina del Seguro Social.

En los bajos del edificio tenían sus actividades la Jefatura del Cuerpo de Bomberos, Comandancia de la Compañía Milagro, Oficina de Correos y Registro de la Propiedad. En 1934 (Presidencia de Luis A Samaniego Sanmartín) se da inicio a la ampliación del local con la dotación de los servicios higiénicos y los calabozos de la Cárcel Municipal.

“Este local funcionó hasta el 27 de abril de 1942 (Presidencia de Luis Felipe Yéquer Bermeo) fecha en la que fue consumido por el incendio de ese año, siendo trasladadas sus oficinas al edificio del Mercado Municipal (García Moreno, entre Rocafuerte y 12 de Febrero) y de allí pasó a la Villa Yolanda (García Moreno, entre Pedro Carbo y Bolívar) de propiedad del ex Presidente del Concejo, Manuel Andrade Acuña. (Unknown, 2016)

“Después del incendio que sufrió el Cabildo Milagreño y en el que perdió más de 500 mil sucres en mobiliarios y archivos, en 1950 el Concejo Municipal, presidido por Rafael Valdez Murillo, procede a la compra del local donde funcionaba el Teatro Montalvo, (Juan Montalvo y Bolívar) a don Humberto Centanaro Montepagano por un tributo pendiente que mantenía con la Municipalidad”.

En 1952 el edificio fue remodelado, cuando se hallaba encargado de la Presidencia, Armando Torres Vega.

La estructura del edificio era mixta y se mantuvo así hasta que en la administración de Holger Sánchez Barón, se solicitaron los recursos correspondientes, al Ministerio de Finanzas, cartera de Estado que concedió un préstamo no reembolsable dinero que sirvió para los estudios de Factibilidad de la construcción de un moderno edificio.

“El 23 de octubre de 1974, las autoridades de la Municipalidad convocaron a concurso a nivel nacional a los arquitectos y compañías constructoras para la ejecución de la obra”. (Unknown, 2016)

El concurso fue ganado por la contratista “Compañía HENAGUIROM” del Ingeniero Henry Aguirre y como fiscalizador del departamento de Obras Públicas, Víctor Hugo Rea, quien además fue el encargado de elaborar el diseño.

“La edificación cuenta con una estructura de tres pisos, en la que se distribuyen todas las áreas administrativas del Concejo Cantonal, así como un moderno Salón de la Ciudad y terraza”.

Mientras tanto, el Concejo se trasladó a funcionar en el local de la Legión Femenina de Educación Popular (Avenida 17 de Septiembre y

Esmeraldas), hasta el 17 de septiembre del año 1981 en que fue inaugurado el nuevo y moderno edificio Municipal.

“Después de 22 años de la inauguración del cabildo Milagreño, en el año 2003 siendo el Alcalde Iván Coello León, se emprenden trabajos de remodelación, obra que es continuada por su sucesor Francisco Asan Wonsang, logrando renovar todas las áreas administrativas del Palacio Municipal y dotarlo de una mejor infraestructura”.

El 20 de Abril del 2011 después de 98 años de haberse constituido el cabildo, y mediante Ordenanza Municipal se cambia la denominación de Municipalidad de Milagro, por la de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Francisco de Milagro, ordenando su promulgación a través de la publicación en el Registro Oficial No 458 del día lunes 30 de mayo del 2011 y en la Gaceta Municipal No 03 del día miércoles 20 de abril del 2011. (Unknown, 2016)

Ubicación

Se localiza en el centro-sur de la Región Litoral de Ecuador, atravesada por el Río Milagro, a una altitud media de 11 msnm.

Extensión y Territorio

“Cabecera cantonal del Cantón Milagro y la tercera urbe más grande y poblada de la Provincia del Guayas, teniendo una superficie de 226,02 km”.

Geografía

“Conformado por suelos fértiles, numerosos ríos y esteros, por bosques plantíos y zonas residenciales; haciendas, fincas y otras propiedades”.

Objetivos Estratégicos

1. Planificar y favorecer el desarrollo integral sustentable del Cantón y sus áreas urbanas y rurales.
2. Abastecer de obras y servicios de calidad para el cantón.
3. Promover la red vial urbana y urbano-marginal del cantón. (Gestionar)
4. Tramitar la infraestructura hidro-sanitaria a las parroquias, recintos y centros poblados de la jurisdicción cantonal.
5. Constituir el territorio en los aspectos social, económico y político.
6. Aplicar un modelo de administración honesto, eficaz y eficiente.
7. Promover una administración democrática con participación ciudadana.
8. Impulsar la igualdad social, étnica y de género.
9. Salvaguardar, proteger, recuperar y mantener los recursos naturales y el ambiente.

Misión

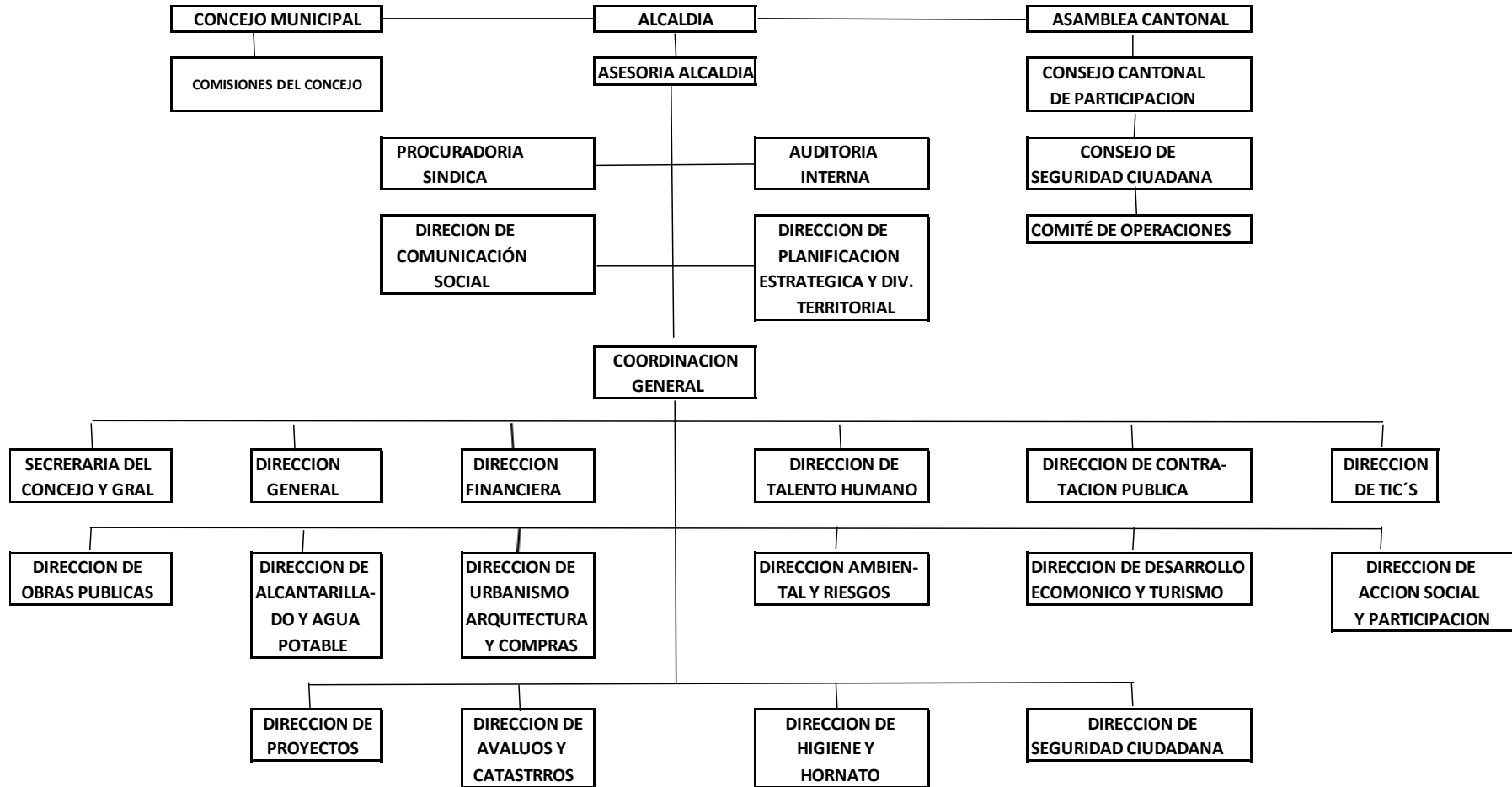
Contribuir al bienestar de la ciudadanía del cantón Milagro como facilitador de los esfuerzos de la comunidad en la planificación, ejecución, generación, distribución y uso de los servicios que hacen posible la realización de sus aspiraciones sociales a través de la dotación de obras y servicios públicos; desarrollo humano, social, cultural, económico, ambiental, productivo, para promover el desarrollo integral sostenible, con participación, equidad y la inclusión de sus habitantes. (Alcaldía de Milagro, 2020)

Visión

El GAD Municipal del cantón San Francisco de Milagro, se constituirá en un ejemplo del desarrollo local y contará con una organización interna eficiente, generadora de productos y servicios relacionados con la

demanda de la sociedad, para convertirse en un centro de desarrollo que crece en forma planificada con aprovechamiento sustentable de sus recursos, dotada de servicios básicos y poseedora de autoridades transparentes, con un gobierno democrático y una ciudadanía solidaria y corresponsable en la Dirección del desarrollo con equidad. (Alcaldía de Milagro, 2020)

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL I. MUNICIPIO DE MILAGRO



FUENTE: GAD Municipal del Cantón Milagro
ELABORADO POR: Gina Marlene Miranda Orellana

**PLANTILLA DE TRABAJADORES DE LA DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL**

No.	Nómina	Tipo de relación laboral	Tipo de Contrato	Programa	Departamento	Puesto de Trabajo
1	BARRERA CADME CARLOS ALFONSO	LOSEP	CONTRATO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	TÉCNICO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
2	BRAVO AREVALO BOLIVAR AUGUSTO	LOSEP	CONTRATO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	CAMARÓGRAFO
3	BRAVO VELEZ WILSON ANTONIO	LOSEP	CONTRATO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	FOTÓGRAFO
4	CANTOS SORIA VALERIA MARIUXI	LOSEP	CONTRATO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	PERIODISTA
5	FLORES SANCHEZ SANDY DANIELA	LOSEP	CONTRATO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	ANALISTA DE DISEÑO GRÁFICO
6	MENDIETA INFANTE LUIS ENRIQUE	LOSEP	CONTRATO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	TÉCNICO EN DISEÑO GRÁFICO
7	OCHOA PALOMEQUE JUAN MARCELO	LOSEP	CONTRATO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	TÉCNICO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
8	OLAYA DURAN DENNISSE SOLANGEL	LOSEP	CONTRATO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	TÉCNICO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
9	PEREIRA SUAREZ GLORIA ELENA	LOSEP	CONTRATO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	ANALISTA EN MONITOREO Y CONTROL DE MEDIOS
10	MIRANDA ORELLANA GINA MARLENE	LOSEP	NOMBRAMIENTO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	TÉCNICA DE SERVICIOS SOCIALES
11	HARO BARRE CARLA ESTEFANÍA	LOSEP	NOMBRAMIENTO	COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL	DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN	DIRECTOR DE COMUNICACION SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL

FUENTE: GAD Municipal del Cantón Milagro
ELABORADO POR: Gina Marlene Miranda Orellana

Servicios que ofrecen:

Financiero

Higiene

Planeamiento

Obras Públicas

Cuerpo de Bomberos

Emovim (Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito y Transporte de Milagro)

Epamil (Empresa Pública Aguas de Milagro)

Registro de la propiedad. (Alcaldía de Milagro, 2020)

ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO

GOBIERNO AUTONOMO DECENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON SAN FRANCISCO DE MILAGRO		
ESTADO DE RESULTADOS PERIODO FISCAL 2019		
INGRESOS	TOTAL DE INGRESOS	PORCENTAJE
INGRESOS CORRIENTES	\$ 15.941,365	28.07%
IMPUESTOS	\$ 4.930,682	8.68%
TASAS Y CONTRIBUCIONES	\$ 4.078,762	7.18%
VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	\$ 500	0.00%
RENTA DE INVERSIONES Y MULTAS	\$ 1.199,900	2.11%
TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES	\$ 5.683,421	10.01%
OTROS INGRESOS	\$ 48,100	0.08%
INGRESOS DE CAPITAL	\$ 18.049,752	31.78%
VENTA DE ACTIVOS DE LARGA DURACION	\$ 52,174	0.09%
TRANSFERENCIAS Y DONACIONES DE CAPITAL	\$ 17.997,578	31.69%
INGRESOS DE FINANCIAMIENTO	\$ 22.805,381	40.15%
FINANCIAMIENTO PUBLICO	\$ 17.773,658	22.49%
SALDOS DISPONIBLES	\$ 500,100	0.00%
CUENTAS PENDIENTES POR COBRAR	\$ 9.531,623	16.78%
TOTAL	\$ 56.796,498	100.00%
EGRESOS	TOTAL DE EGRESOS	PORCENTAJE
GASTOS CORRIENTES	\$ 8.561,466	16.84%
GASTOS EN PERSONAL	\$ 2.877,253	5.07 %
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	\$ 2.637,854	4.64%
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.031,700	5.34%
OTROS GASTOS CORRIENTES	\$ 288,431	0.51%
TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES	\$ 726,228	1.28%
GASTOS DE INVERSION	\$ 38.696,103	68.13%
GASTOS EN PERSONAL PARA INVERSION	\$ 7.406,208	13.04%
BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSION	\$ 7.574,347	13.34%
OBRAS PUBLICAS	\$ 23.715,548	41.76%
TRANSFERENCIAS Y DONACIONES PARA INVERS	-	0.00%
GASTOS DE CAPITAL	681,090	1.20%
BIENES DE LARGA DURACION	\$ 681,090	1.20%
APLICACION DEL FINANCIAMIENTO	\$ 7.858,806	13.83%
AMORTIZACION DE LA DEUDA PUBLICA	\$ 4.858,806	8.55%
PASIVO CIRCULANTE	\$ 3.000,000	3.18%
OTROS PASIVOS	\$ 999,03	0.00%
TOTAL	\$ 56.796,498	100.00%

FUENTE: GAD Municipal del Cantón Milagro
 ELABORADO POR: Gina Marlene Miranda Orellana

ANALISIS ECONOMICO

En el presente analisis económico correspondiente al periodo fiscal 2019 se pueden apreciar los ingresos corrientes con un 28,07%, los ingresos de capital con un 31,78% y los ingresos de financiamiento con un 40,15%.

Mientras que en los egresos o gastos de inversión se aprecia un 68,13%, comparando estos porcentajes se puede apreciar de que los procesos de compras públicas existentes en el Municipio de Milagro presentan problemas de agilidad, y que para poder cumplir con los plazos de entrega de obras, bienes y servicios tienen que realizar compras y aprobar contratos en corto tiempo solo con el visto bueno de las autoridades del municipio sin considerar el proceso que se realiza en compras públicas, por el tiempo que se demora en su ruta de aprobación para realizar compras, y por esta razón los porcentajes en obras públicas en el periodo 2019 alcanzan a un 41,76% cubriendo los gastos más altos en el analisis financiero.

Diseño de Investigación

La presente investigación se realiza mediante una modalidad de campo, ya que se recolectarán datos sobre los procesos de compras realizados en el departamento de Dirección de Comunicación Social e Imagen, los tipos de compras y el tiempo transcurrido desde la realización de la solicitud hasta la obtención del producto o servicio solicitado.

Los tipos de investigación aplicados a la presente son la descriptiva, porque permite conceptualizar las etapas de los procesos de compras públicas, relacionarlos con los procesos aplicados en la Dirección de Comunicación Social e Imagen para el diagnóstico de las falencias en los procesos de compras. Y se aplica la investigación correlacional para determinar la relación entre las variables, es decir, el proceso aplicado y el tiempo que transcurre para efectuarse la compra.

Tipos de investigación

Metodología de la investigación.- la metodología de la investigación ejerce el papel de ordenar, se apoya en los métodos, con sus caminos y éstos en las técnicas como los pasos para trasladarse por esos caminos del pensamiento a la realidad y viceversa.

El método compone a la vez un orden y un proceso cuya culminación es la construcción de leyes, teorías y modelos. Por esta razón, las leyes, las teorías y los modelos son, para el científico, la medida del éxito o del fracaso de una investigación.

Una vez que asemejamos el objeto de estudio debemos caminar en algún sentido ¿Cómo saberlo?

La metodología nos beneficia para ello, en tanto que es la descripción, el análisis y la valoración crítica de los métodos.

La reseña expositiva puede ser una mera descripción del libro o evento tratado con características de orden, distribución adecuada del texto de acuerdo con la importancia que le dé el autor a incuestionables temas, saber resumir, tratar con objetividad el tema y ser honestos para evitar la deformación del pensamiento del autor. Y algo muy importante: saber ponderar lo original y novedoso, apreciar lo fundamental y resaltar aquello que sirva para el conocimiento de la materia respectiva. (Guillermina Baena Paz, 2017)

Investigación Científica.- La investigación científica es una actividad que permite obtener un conocimiento; es decir, es “un proceso que mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fehaciente para entender, unificar, corregir o aplicar el conocimiento”.

Se define a la investigación científica como una actividad encaminada a la solución de problemas. Su objetivo consiste en hallar respuestas a preguntas mediante procesos científicos.

Luego entonces, la pregunta clave: ¿porque la ciencia no ha podido dar las respuestas que la humanidad necesita?

Tres décadas a finales del siglo pasado fueron decisivas para llegar a transformaciones profundas, y es que desde los años setenta los cambios de la humanidad se dieron de manera vertiginosa y cada vez más acelerada, identificada por seis "C": el caos, la complejidad, el cambio, las contradicciones, la crisis, los conflictos. (Guillermina Baena Paz, 2017)

Investigación Cualitativa

Muchas y muy variadas son las definiciones que se han dado de investigación cualitativa, y la verdad es que no pocas de ellas han sido bastante desacertadas e inclusive erróneas, como se puede comprobar acudiendo a los manuales de investigación de mercados, lo cual no deja de tener su miga. Subsanan esta deficiencia y explicar el significado, el sentido y el alcance de lo que es la investigación comercial con metodología cualitativa requiere que se aborden especialmente los tres aspectos que con carácter general la define.

La investigación cualitativa suele referirse a la cualidad o a las cualidades. Que denota cualidad. Lo cual nos lleva a la palabra cualidad. También deriva del latín, *qualitas qualitatis*, y tiene una doble etimología:

Cada una de las situaciones o caracteres, naturales o adquiridos, que distinguen a las personas, los organismos vivos, las cosas y los fenómenos.

Cualidad en sentido amplio que equivale a la calidad y también a la personalidad: manera de ser de una persona o cosa, propiedad o atributo.

Como vemos lo cualitativo alude a la esencia (de personas y de cosas), independientemente de que esa esencia sea endógena o exógena, y se refiere a las diferencias que hacen que las personas (consumidores, por simplificar y centrar) y las cosas (los productos, los mercados, las organizaciones...) sean como son. Habla de lo que les caracteriza y, por

lo tanto, de los que les diferencia, de aquellos que les distingue y les otorga una personalidad propia. (Juan Baez y Perez de Tudela, 2013)

Investigación Cuantitativa

El término investigación que en general, significa indagar o buscar, cuando se aplica a las ciencias sociales, toma la connotación específica de crear conocimientos sobre la realidad social, las relaciones existentes entre sus componentes, su funcionamiento, los cambios que experimenta el sistema en su totalidad o en esos componentes.

Los conocimientos formados por una investigación en particular se unen a otros conocimientos ya existentes, acumulados durante mucho tiempo por otros investigadores, sean en la forma de un aporte único o como confirmación de hallazgos ya existentes.

Cualquiera que sea el escenario que se enfrente, la investigación es siempre la búsqueda de la solución a algún problema de conocimiento.

Esta solución forma un nuevo juicio que se mantienen mientras no haya otras propuestas mejor fundamentadas de acuerdo con criterios teóricos y metodológicos y sean aceptadas por la comunidad de científicos pertenecientes a la misma área de investigación. (Guillermo Briones, 2002)

La investigación social cuantitativa está directamente basada en el paradigma explicativo, este paradigma utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable para describir o tratar de explicar los fenómenos que estudia, en las diversas formas que es posible hacerlo en el nivel de estructuración lógica en el cual se encuentran las ciencias sociales actuales.

Investigación descriptiva

Según Merino, Pintado, Sámchez, & Grande (2015) la investigación descriptiva es un proceso de investigación más estructurado, donde se

aplican técnicas para describir lo que está ocurriendo en un lugar y tiempo determinado. Como en el caso de esta investigación que se describen los procesos que siguen las compras y los modelos de compras efectuados por la Dirección de Comunicación Social e Imagen.

Investigación explicativa

Los estudios explicativos están llamados a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales. Por lo tanto no terminan en la descripción o en el establecimiento de relaciones entre conceptos (Cabezas, Andrade, & Torres, 2018).

Entonces, este tipo de investigación responde al porqué de los sucesos o fenómenos. Esta característica es de utilidad en esta investigación ya que se detalla los procesos que sigue el departamento de Comunicación Social e Imagen, desde un enfoque causal y así determinar porqué afecta al tiempo y mejora la elección del proceso adecuado para reducirlo.

Investigación de Campo.

Taylor y Bogdan (1987), indican que el trabajo de campo incluye tres actividades principales.

La primera se relaciona con una interacción social no ofensiva, y lograr que los informantes se sientan cómodos y ganar su aceptación.

El segundo aspecto trata sobre los métodos de obtener datos, estrategias y tácticas de campo.

El aspecto final involucra el registro de los datos en forma de notas de campo escritas los mismos autores manifiestan que los observadores participantes entran en el campo con la esperanza de establecer relaciones abiertas con los informantes.

Se comportan de un modo tal que llegan a ser una parte no intrusiva de la escena, personas, en cuya posición los participantes dan por sobreentendida.

Generalmente los informantes olvidan que el observador se propone investigar y muchas de las técnicas empleadas en la observación participante corresponden a reglas cotidianas sobre la interacción social no ofensiva; las aptitudes en esa área son una necesidad.

Bajo esta apariencia Taylor y Bogdan (1997, p.53) manifiestan que cuando entran por primera vez en el campo, los observadores se encuentran con frecuencia abrumados por la cantidad de información que reciben.

Por este motivo se debe tratar de limitar el tiempo que se pasa en el escenario durante cada observación. Una hora es por lo general suficiente.

Cuando el investigador se familiariza con un escenario y gana en pericia para la observación, se puede aumentar el lapso que se pasa en el escenario. (Eleazar Angulo Lopez, 2020)

Investigación correlacional

Ramos (2015) Indica que la investigación correlacional es aquella en la cual el investigador estudia las relaciones entre las variables. Estas variables tienen relaciones directas o inversamente proporcionales. Por ejemplo, Ramos indica que si una variable X aumenta, la variable Y aumenta; si la variable X disminuye, la Y disminuye. Así mismo, si la variable X aumenta, la variable Y disminuye y viceversa.

En esta investigación se aplica una relación inversa, la cual estudia como la variable independiente afecta al tiempo de realización y obtención del producto o servicio, agilizando así el modelo de compras públicas.

Técnicas y herramientas

La técnica de investigación es el conjunto de herramientas, procedimientos e instrumentos utilizados para obtener información y conocimiento, se utilizan de acuerdo a los protocolos establecidos en

cada metodología determinada, algunas de las técnicas de investigación son: la entrevista, la observación, la encuesta, los cuestionarios, y el experimento. (Concepto.de, 2020)

Observación

La observación es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis, es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en él se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

Esta técnica de investigación de observación es muy importante para analizar o interpretar de manera exacta y concisa en los hechos percibidos, así como la observación de los procedimientos existentes en la dirección de comunicación social relacionados para con el manejo de las compras públicas. (Hector Huaman Valencia, 2005)

La observación como técnica de investigación es un proceso riguroso que permite conocer de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar las situaciones sobre la realidad estudiada.

Medición de la observación.- Debido a la existencia de diferentes alternativas de registros de información, es usual hablar de las siguientes medidas de los datos observados:

Frecuencia.- La frecuencia hace referencia a la cantidad de veces que se da una determinada situación o conducta en el objeto de la investigación.

Orden de aparición.- Se refiere a la secuencia en que se manifiestan las situaciones o conductas del objeto de estudio.

Latencia.- Es el tiempo que transcurre entre la aparición de un estímulo y la manifestación de la reacción ante este estímulo.

Duración.- Es el tiempo que dura la manifestación de una determinada conducta o variable objeto de estudio. (Cesar A Bernal, 2010)

Tipos de observación

Observación estructurada.- Se la realiza a través del establecimiento de un sistema que guíe la observación, paso a paso, y relacionándola con el conjunto de la investigación que se lleva a cabo.

Observación abierta.- Esta observación carece de un sistema organizado y se la realiza libremente, es utilizada cuando se quiere captar el movimiento espontáneo de un determinado grupo humano, por ejemplo en los estudios antropológicos.

Observación semiestructurada.- Este tipo de observación parte de un modelo estructurado, pero la aplica de modo flexible de acuerdo a la forma que adopta el proceso de observación.

Observación participante.- En los anteriores métodos de observación, ha quedado implícito que el observador se comporta de la manera más neutral posible respecto de los acontecimientos que está observando.

En el caso de la observación participante, la persona que observa es aceptada como miembro del grupo humano que se observa, aunque sea provisionalmente.

La observación participante tiene la prioridad no solo de intentar explicar los fenómenos sociales, sino de tratar de comprenderlos desde dentro, lo que implica sacar a la luz los procesos racionales que estén ocultos detrás de conductas que aparentemente pueden carecer de significado para un observador externo.

Desde luego que esta técnica corre el riesgo de generar información sesgada, en el caso de que el investigador privilegiara su papel como miembro de la comunidad antes que como observador involucrado a una determinada investigación, que trata parcialmente de tomar distancia de su objeto. (Anoni Salgado, 2020)

Proceso de recolección de información mediante la observación

Igual que con las técnicas mencionadas para el proceso de observación no hay un modelo o una guía específica por seguir en la recolección de la información en investigación científica; sin embargo a continuación se presenta una guía general que sirve para tal propósito.

Las fases que deben tenerse en cuenta son:

Fase 1. Recolección de la información.- Esta fase al igual que con el uso de las demás técnicas de obtención de información, consiste en tener claro el problema, los objetivos y las hipótesis (si es que las hay) del estudio que se va a realizar.

Luego de haber definido que la técnica más apropiada para la recolección de la información es la observación, entonces se elige el tipo de observación que se va a efectuar y las variables que se van a observar, así como los medios y las medidas de las mismas para su registro de información.

Después se elabora una guía de observación y se verifica que éste responda al objetivo de la investigación que va a efectuarse.

Fase 2. Observación.- A partir del proceso anterior se observa el objeto de estudio y se realizan los registros de datos según el guion preparado para tal propósito.

Recuérdese que es importante revisar continuamente que la información que se está registrando responda a los objetivos del estudio.

Fase 3. Finalización.- En esta fase es necesario revisar que la información registrada responda a los objetivos del estudio y que sea suficiente como para concluir el trabajo de campo. (Cesar A Bernal, 2010)

GUIA DE OBSERVACION

Nombre de la empresa	
Nombre del Observador	
Fecha de Observación	

INSTRUCCIONES: Observar si la ejecución de la actividades marcando con una (x) El cumplimiento de acuerdo con la escala establecida. (SI – NO)

OBJETIVO: Observar y evaluar el desempeño realizado por el trabajador dentro de la empresa.

N°	ASPECTO A EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Control de procesos del portal de compras publicas			
2	Constatar continuamente el seguimiento de la guía de ruta			
3	Revisar que los procesos se cumplan y aprueben en el tiempo fijado			
4	Capacitación del personal operativo del portal de compras publicas			
5	Se verifica el cumplimiento establecido en cada uno de los requerimientos			
6	Reuniones permanentes con el personal operativo de la dirección de comunicación social e imagen			
7	Solicitudes de ejecución de compras siempre están de acuerdo a los requerimientos			

FUENTE: GAD Municipal del cantón Milagro

ELABORADO POR: Gina Marlene Miranda Orellana

Encuesta

La encuesta es una de las técnicas de investigación social del extendido uso en el campo de la sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para luego convertirse en una actividad rutinaria de la que todos participamos tarde o temprano.

Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que estos son especialistas en todo.

En muchos sentidos se han conocido los efectos positivos que ello puede conllevar: para generar información y debate social en los más diversos ámbitos, para desarrollar un ámbito profesional y todo un sector de investigación aplicada, para conocer mejor los fundamentos y aplicación

de este instrumento, etc.; y también con los negativos derivados del mal uso de las encuestas desde el punto de vista científico y de su instrumentalización interesada a la hora de presentar los resultados obtenidos, por ejemplo, el ámbito político y periodístico.

Dada la ramificación de su práctica se ha convertido en un referente obligado de los métodos de investigación en un doble sentido: los distintos métodos se definen y comparan con la encuesta, y cualquier crítica, justa o exagerada, de los métodos y técnicas suele empezar y acabar por la encuesta. (Pedro López-Roldán Sandra, 2015)

Tipos de encuesta

Los diversos tipos de encuestas pueden clasificarse teniendo en cuenta varios criterios:

Según el modo de administración

Personales (o cara a cara): la entrevista desarrolla en un mismo espacio y tiempo entre el entrevistador y el entrevistado.

Por correo o web: Esta modalidad de encuesta es auto administrado, adonde no existe entrevistador.

Telefónicas: La entrevista telefónica se la realiza en el mismo tiempo pero en espacios distintos. (Pedro López-Roldán Sandra, 2015)

Según la temporalidad:

Encuesta sincrónica o seccional son referidas a un momento concreto en el tiempo, corresponden a estudios estáticos que buscan reflejar un fenómeno en un momento dado, como una fotografía instantánea. Un caso especial es la encuesta ómnibus: implica la administración de cuestionarios breves al mismo tiempo.

Encuesta diacrónica o longitudinal es la que implica el estudio de uno o varios fenómenos a lo largo del tiempo. Aquí se incluyen los estudios de

panel: encuestas realizadas a una misma muestra en distintos momentos.
El planteamiento diacrónico puede ser retrospectivo o prospectivo.

Según la muestra seleccionada:

Encuestas censales

Encuestas maestras

Según la naturaleza de las preguntas:

Encuestas de hechos

Encuestas de opinión

Encuestas de actitudes. (Pedro López-Roldán Sandra, 2015)

Modelo de encuesta

CUESTIONARIO ENCUESTA

Nombre y apellidos: _____		
Edad: _____	Genero: _____	Dirección: _____
Fecha de solicitud: _____	Fecha de aprobación: _____	

Marque con una X la puntuación que considere más acorde con el servicio recibido (1 muy deficiente, 5 excelente)

Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional					
	1	2	3	4	5
Tiene conocimiento sobre compras publicas					
Tiempo de aprobación de solicitud de compras					
Se cumple con la guía de seguimiento					
Cantidad de personas que manejan el programa de compras publicas					
Reciben capacitaciones continuas					
Cuentan con personal idóneo					
Comentarios					

FUENTE: sitio web

ELABORADO POR: Gina Marlene Miranda Orellana

Entrevista

La entrevista es una técnica de investigación intensiva que se utiliza para profundizar en aquellos aspectos más teóricos y globales que constituyen el discurso especializado (ideológico y profesional) sobre un tema y sus fundamentos en que se apoya.

Para su esquema de funcionamiento es la situación de investigación en que se da la máxima interacción posible entre un informante y un investigador, y, en todas las modalidades que se pueda adoptar, se produce la misma presentación.

Un dialogo a solas, cara a cara, directo y espontaneo.

Con un elevado nivel de concentración e intensidad. (Yuli A Aldana Rodriguez, 2012)

Una entrevista es una pieza de la interacción social en la cual una persona responde a otra una serie de preguntas sobre un tópico específico, en si representa una interacción cara a cara entre dos o más personas.

La entrevista representa una excelente técnica de recolección de la información, la administración de las preguntas se hace en base a una cedula de entrevista.

En aquellas preguntas en que establezcan alternativas de respuestas deben considerarse cuidadosamente todas las posibles alternativas, se debe hacer un trabajo exhaustivo sin que ello signifique provocar una respuesta corta pobre y sin sentido. (Hector Luis Avila Baray, 2006)

Tipos de entrevistas

Entrevista cualitativa.- es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa, se define como una reunión para tratar y conversar e intercambiar información entre dos personas o más personas, el entrevistado y el entrevistador o entrevistados.

En el último caso podría ser talvez una pareja o un grupo pequeño como una familia o equipo de operadores.

En la entrevista a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema.

Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas. (Roberto Hernandez Sampieri, 2014)

La entrevista Estructurada.- se refiere a que el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a ésta (el instrumento prescribe que cuestiones se preguntaran y en qué orden).

La entrevista Semiestructurada.- se apoya en una guía de contenidos o preguntas y el entrevistador tiene libertad de realizar preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información.

La entrevista no estructurada o abierta.- está estrechamente relacionada

A una guía general de contenidos y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla. (Roberto Hernandez Sampieri, 2014)

La técnica de investigación aplicada en el presente proyecto de tesis es la entrevista, y que a criterio de la investigadora el tipo de entrevista considerado es la entrevista no estructurada o abierta, porque está estrechamente ligada al manejo de la guía de contenidos relacionados al tema principal del proyecto investigativo y además brinda las facilidades de dialogo del entrevistador y el entrevistado.

Se consideró necesario realizar la entrevista a las personas directamente relacionadas a los puestos de trabajo objeto de estudio, o sea a la persona que maneja en portal de compras públicas y al jefe inmediato de la Dirección de comunicación social e imagen del Gad Municipal del cantón Milagro.

Modelo de Cuestionario de entrevista

NOMBRE DEL ENTREVISTADO:

CARGO DEL ENTREVISTADO:

AÑOS EN EL CARGO:

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:

PREGUNTAS PARA ENTREVISTA

- 1.- ¿Cómo considera usted la propuesta de mejoras en el proceso de compras públicas en la dirección de comunicación social e imagen?
- 2.- ¿Cree usted que es Ineficiente el control interno en el manejo de procesos de compras públicas?
- 3.- ¿Qué tan bien conoce usted el manual de procesos de contratación de compras públicas?
- 4.- ¿Qué opina sobre la No existencia de hoja seguimiento o de ruta en los procesos de compras públicas?
- 5.- ¿Considera usted que hace falta capacitación y personal idóneo en el procesos de adquisiciones de compras públicas?
- 6.- ¿Según su experiencia y conocimiento está de acuerdo de que existan muchas falencias internas en el proceso de compras públicas?
- 7.- ¿Se han determinado errores comunes cometidos en el proceso de compras públicas en el departamento de comunicaciones del municipio?
¿Cuáles han sido los más frecuentes?

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

Desarrollo de cuestionario de preguntas sobre la entrevista realizada a los funcionarios de la dirección de comunicación social e imagen: Carla Estefanía Haro Barre, Directora de Comunicación Social y Sandy Daniela Flores Sánchez, Analista de Diseño.

ENTREVISTA No.1

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: Carla Estefanía Haro Barre

CARGO DEL ENTREVISTADO: Directora de Comunicación Social

AÑOS EN EL CARGO: Un año (1)

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR: Gina Marlene Miranda Orellana

1.- ¿Cómo considera usted la propuesta de mejoras en el proceso de compras públicas en la dirección de comunicación social e imagen?

Bueno considero que es una muy buena alternativa para tratar de acelerar los procesos que en la actualidad demoran mucho en tener la aprobación y el ejecútese de la compra, y además creo que es muy oportuna, ya que así se mejoraría la ejecución de los procesos.

2.- ¿Cree usted que es Ineficiente el control interno en el manejo de procesos de compras públicas?

Decir ineficiente creo que no es la palabra adecuada, más bien diría yo que estos procesos son considerados muy engorrosos en su seguimiento que se llenan de tanta burocracia en cosas tan sencillas que lo podemos ejecutar en un solo día, esto es ocasionado debido a que no hay un seguimiento respectivo.

3.- ¿Qué tan bien conoce usted el manual de procesos de contratación de compras públicas?

La verdad es que no lo conozco, porque no nos han hecho la entrega del mismo, solo hemos recibido una pequeña capacitación los directores departamentales para el manejo de este programa de compras públicas, y el resto lo hemos ido aplicando según conocimientos de trabajos anteriores.

4.- ¿Qué opina sobre la No existencia de la hoja de seguimiento o de ruta en los procesos de compras públicas?

Considero que hace mucha falta, ya que así se estabilizarán los pasos concretos de los procesos pendientes, y es algo que como directora de área lo he solicitado desde hace muchos meses a mis superiores sin recibir respuesta positiva alguna y no nos queda más que acoplarnos al sistema actual.

5.- ¿Considera usted que hace falta capacitación y personal idóneo en los procesos de adquisiciones de compras públicas?

Seguro que si hace falta una muy buena capacitación de todo el proceso de compras públicas que tiene en la actualidad el municipio de milagro, y que se debe capacitar al personal involucrado en esa área, para mejorar el rendimiento administrativo en estos procesos y de esta manera tendríamos un buen personal idóneo en el manejo de estos procesos.

6.- ¿Según su experiencia y conocimiento está de acuerdo de que existan muchas falencias internas en el proceso de compras públicas?

Seguro de que si existen muchas falencias internas, y es precisamente por la falta de capacitación y por el desconocimiento de la secuencia y seguimiento de los procesos ejecutados.

7.- ¿Se han determinado errores comunes cometidos en el proceso de compras públicas en el departamento de comunicaciones del municipio?
¿Cuáles han sido los más frecuentes?

Si se han determinado muchos errores, pero fundamentalmente son por la falta de conocimiento y capacitación de la persona que opera este sistema y en el que más hemos tenido problema son los ocasionado por el incumplimiento en los tiempos de ejecución, debido a que no existe la hoja de ruta o seguimiento para poder llevar un debido control interno de esta actividad.

ANALISIS

Según entrevista realizada a Carla Estefanía Haro Barre Directora de Comunicación Social Imagen quien tiene un año en el cargo, nos supo manifestar lo siguiente:

De que considera muy buena alternativa la propuesta del plan de mejoras en el proceso de compras públicas y que con esto se acelerarían los procesos que en la actualidad demoran mucho y además cree que es muy oportuna, ya que así se mejoraría la ejecución de los procesos.

En lo relacionado a la Ineficiencia del control interno en el manejo de procesos de compras públicas, no cree pertinente esta palabra ineficiente y que más bien dice que estos procesos son considerados muy engorrosos en su seguimiento y que se llenan de tanta burocracia en algo lo poden ejecutar en un solo día.

En el conocimiento del manual de procesos de contratación de compras públicas, dice que no lo conoce, porque no se le ha hecho la entrega del mismo, y que solo ha recibido una pequeña capacitación del manejo de este programa de compras públicas, y el resto lo ha ido aplicando según conocimientos de trabajos anteriores.

También nos comenta que no existe una hoja de ruta o de seguimiento de procesos, solicitud que ha venido pidiendo hace meses atrás para se realice una estructura de hoja de seguimiento y que sea aprobada por las autoridades superiores.

Dice que las falencias internas existen precisamente por la falta de capacitación y por el desconocimiento de la secuencia y seguimiento de los procesos ejecutados.

Por ultimo nos comenta de que si existen muchos errores, pero fundamentalmente son por la falta de conocimiento y capacitación de la persona que opera este sistema.

ENTREVISTA No.2

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: Cantos Soria Valeria Mariuxi

CARGO DEL ENTREVISTADO: Periodista

AÑOS EN EL CARGO: Dos años (2)

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR: Gina Marlene Miranda Orellana

1.- ¿Cómo considera usted la propuesta de mejoras en el proceso de compras públicas en la dirección de comunicación social e imagen?

Me parece correcta y ojala la apliquen lo más pronto posible, de hecho la ejecución del proceso sería más rápido y sin tanto trámite, que nos ocasiona muchos inconvenientes en los despachos de los procesos solicitados con anterioridad.

2.- ¿Cree usted que es Ineficiente el control interno en el manejo de los procesos de compras públicas?

No creo que sea totalmente ineficiente, pero si pienso y creo que hay mucha burocracia en la aprobación y contratación de bienes y servicios en lo que despacha la dirección de comunicación social e imagen.

3.- ¿Qué tan bien conoce usted el manual de procesos de contratación de compras públicas?

Del manual original que tiene el palacio municipal no conozco nada, del tiempo que tengo trabajando en este puesto solo he recibido guías, orientaciones y directrices de parte de mi jefa la directora de

comunicación social e imagen, y con esas bases de enseñanza me desenvuelvo en este delicado puesto de trabajo.

4.- ¿Qué opina sobre la No existencia de la hoja de seguimiento o de ruta en los procesos de compras públicas?

Considero que eso debería ser básico, para poder tener presente en que área se encuentra la aprobación del proceso y poder solicitar su avance hasta la última firma de aprobación, claro siempre y cuando cada área asuma su respectiva responsabilidad en la culminación de la gestión que se realiza.

5.- ¿Considera usted que hace falta capacitación y personal idóneo en los procesos de adquisiciones de compras públicas?

Sí, completamente, considero que hacen falta capacitaciones continuas, y que cada Dirección departamental debería tener asignada un personal idóneo para la realización de los procesos de compras públicas y que maneje el tema al 100%.

6.- ¿Según su experiencia y conocimiento está de acuerdo de que existan muchas falencias internas en el proceso de compras públicas?

Como le comente al principio de la entrevista en este delicado puesto tengo ya un año en el que he tenido que acoplarme en el manejo que lleva esta entidad pública, ya que si tengo conocimiento de manejo del portal de compras públicas, conocimiento adquirido en otras instituciones públicas en las que he laborado y con toda seguridad puedo decir de si existen muchas falencias internas en la realización de estos procesos, por no contar con el manual de ejecución de estos procesos y por la falta de capacitación.

7.- ¿Se han determinado errores comunes cometidos en el proceso de compras públicas en el departamento de comunicaciones del municipio?
¿Cuáles han sido los más frecuentes?

Si, a veces por falta de conocimiento de cada área o del proceso que debe cumplir cada dirección se genera múltiples errores, desde la entrega del requerimiento hasta el pago, es tanta la tramitología que debe hacerse en el proceso, cada proceso debe pasar por tantas direcciones que es allí donde a veces se pierde la secuencia del proceso.

ANALISIS

Según entrevista realizada a Valeria Mariuxi Cantos Soria quien es Periodista y está a cargo del manejo de compras públicas del departamento de la dirección de Comunicación Social e Imagen quien tiene dos años en el cargo, nos supo manifestar lo siguiente:

De que la propuesta de mejoras le parece correcta y que ojala la apliquen lo más pronto posible, ya que en la actualidad les ocasiona muchos inconvenientes en los despachos de los procesos solicitados con anterioridad.

Y que no cree que el control interno en el manejo de los procesos de compras públicas sea totalmente ineficiente, pero si piensa según su criterio de que existe mucha burocracia en la aprobación y contratación de bienes y servicios en lo que despacha la dirección de comunicación social e imagen.

En lo relacionado al manual de procesos de contratación de compras públicas comenta que no conoce nada, y lo poco que conoce y utiliza lo ha aprendido de parte de la jefa, y con esas bases de enseñanza se desenvuelve en este delicado puesto de trabajo.

Sobre la No existencia de la hoja de seguimiento o de ruta en los procesos de compras públicas, Considera que eso debería ser básico, para poder tener presente en que área se encuentran los procesos y que siempre y cuando cada área asuma su respectiva responsabilidad en la culminación de la gestión que se realiza.

También nos comenta de que si les hace falta capacitación y que con esta ayuda lógicamente existiría el personal idóneo en el manejo de estos procesos

Con relación a la pregunta de si existen falencias nos comenta, de que con base en trabajos anteriores lo puede confirmar de que si existen muchas falencias internas en la realización de estos procesos, por no contar con el manual de ejecución de estos procesos y por la falta de capacitación.

Sobre los errores que se cometen con frecuencia nos dice que es por la falta de conocimiento y que este se origina desde la entrega del requerimiento hasta el pago a los usuarios, ya que este proceso pasa por tantas direcciones que es allí adonde a veces se pierde la secuencia del proceso.

PROPUESTA DE MEJORAS

Dentro de la propuesta de mejoras se plantea una estrategia para mejorar el proceso interno y control de seguimiento en los despachos de solicitudes al departamento general de compras públicas, en los que está considerado un mejor control desde el inicio del proceso con la secuencia programada en tiempo de revisión de procesos y su avance en las direcciones departamentales correspondientes.

La Dirección de comunicación social e imagen propone realizar un análisis de las estrategias actuales, buscando los puntos débiles existentes desde el instante en que se despachan las solicitudes de los procesos hasta su recorrido final, controlando el tiempo que tarda en cada una de las oficinas por las que tienen que pasar estos documentos para su respectiva aprobación.

Logrando de esta manera llevar un mejor control de los procesos de compras públicas, destinando a una persona idónea para esta actividad

administrativa, la misma que sería responsable de que se cumpla en el tiempo estimado en cada uno de los procesos despachados.

También se propone mejorar el control interno para que este sea más eficiente en lo relacionado al seguimiento de la ruta de solicitudes originadas en la dirección de comunicación social e imagen, la misma que deberá coordinar sin contratiempos con los otros departamentos que realizan este tipo de solicitud en el área de compras públicas del palacio municipal, la persona responsable de controlar este proceso, deberá generar políticas de seguimiento que estén de acuerdo con todos los directores departamentales que abarquen ítems de mejoras en los procesos de los pedidos solicitados, los mismos que lograrán dar agilidad a los trámites requeridos.

Además se propone aplicar una estrategia de reducción del tiempo en los procesos de compras públicas, que deberá estar a cargo de la Dirección de comunicación social e imagen, implementada con la participación de todos los colaboradores administrativos, proponiendo un trabajo más participativo y comunicativo con las direcciones departamentales, porque en la actualidad no existe coordinación en las áreas, de esta manera se lograra una mejor eficiencia en los despachos de los procesos de contratos y servicios requeridos para beneficio de la comunidad Milagreña.

PLAN DE MEJORAS

OPORTUNIDAD DE MEJORA: elaborar un informe de propuesta de mejoras en el proceso de compras públicas						
META: lograr mejorar el proceso interno de compras públicas						
RESPONSABLE: Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal						
ESTRATEGIA	¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por que?	¿Cuánto?	¿Cuándo?
Estrategia de mejorar el proceso interno y control de compras públicas	Diseñar estrategia para mejorar el proceso de compras públicas	Dirección de comunicación social e imagen	Analizando estrategias actuales y buscando puntos debiles	Asi se llevara un mejor control del proceso de compras públicas	\$ 400	2021
Control interno de seguimiento	Controlar de forma mas eficiente la ruta de solicitud	Encargado del proceso	Generar politicas de seguimiento que abarquen items de como mejorar los procesos de los pedidos solicitados	se lograra agilidad en los procesos solicitados	\$ 400	
Estrategia de reducción de tiempo de los procesos de compras públicas	diseñar estrategia de disminucion de tiempo en los procesos	Dirección de comunicación social e imagen	Proponiedo un trabajo mas colaborativo y comunicativo en todas las direcciones departamentales	Por que en la actualiad no existe coordinación en las direcciones departamentales	\$ 400	

CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis del procedimiento interno utilizado para la ejecución de los diferentes tipos de contratación pública, conocer la normativa legal que rige, y su relacionamiento con la gestión administrativa, y después de haber analizado e interpretado toda la información que se trabaja en la investigación, se concluye y recomienda lo siguiente:

- La dirección de comunicación social no cuenta con manuales o instructivos para determinar las funciones del personal que se desempeña en la dirección.
- No se ha identificado los pasos que deben seguir los funcionarios de la dirección de comunicación social para llevar a cabo los procesos de compras públicas.
- Los procesos y subprocesos se ejecutan conforme lo determinado en la normativa vigente, pero no cuentan con procedimientos documentados que describan la forma detallada de las actividades que deben ejecutar los diferentes actores del proceso de compras públicas de la dirección de comunicación social imagen.
- el flujo de proceso interno para las contrataciones responden a un comportamiento empírico que presenta complejidad y poco dinamismo, que al llegar al área de adquisiciones a pesar de estar aprobado este no es despachado inmediatamente a la dirección correspondiente.
- así mismo no se puede medir la gestión por cuanto no se cuenta con indicadores de calidad.
- Mantener un repositorio físico y digital de todos los expedientes de solicitudes de la dirección de comunicación social e imagen así como perpetuar un buen manejo y custodio del mismo determinando un responsable.

RECOMENDACIONES

- Procurar el aprovisionamiento continuo a la dirección de comunicación social a fin de evitar posibles inconvenientes al momento de la ejecución misma del proceso de contratación debido a que la mayor parte del proceso se ejecuta a través del portal de compras públicas y la ausencia de un buen servicio de internet por ejemplo ocasionara que los procesos sigan su curso normal.
- Establecer un procedimiento interno que coadyuve a la gestión administrativa, alineada a la normativa legal vigente que rige a las contrataciones dentro del municipio del Cantón Milagro, para la entrega eficiente y oportuna de los requerimientos institucionales, que permita dinamizar todas las contrataciones requeridas por esta dirección administrativa.
- Incluir la participación integral de la dirección de comunicación social e imagen en el procedimiento interno de las contrataciones a fin de que desde la etapa preparatoria se pueda guiar la ejecución de las mismas y se cumpla con lo programado, para finalmente llevar un seguimiento oportuno de cumplimiento en lo planificado.
- Hacer cumplir el principio de transparencia, es recomendable que en lo pertinente al año 2021 la dirección de comunicación social e imagen pueda con la ayuda de las autoridades del palacio municipal mejorar la visualización en detalle y seguimiento de cumplimiento en lo solicitado por la dirección pertinente.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldia de Milagro. (15 de 12 de 2020). <https://milagro.gob.ec/#>.
- Anoni Salgado. (25 de 12 de 2020).
<http://www.salgadoanoni.cl/wordpressjs/wp-content/uploads/2010/03/la-observacion.pdf>.
- Art. 1.- Objeto y Ámbito, A. N. (2018). LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA. Quito: Registro Oficial.
- Art. 16 del Registro Unico de Proveedores. (2018). LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA. Quito: R.O.
- Art. 17 Registro Unico de proveedores. (2018). LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA. Quito: R:O.
- Art. 18 Registro de proveedores. (2018). LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA. Quito: R.O.
- Art. 7 del sistema y sus organos. (2018). LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA. Quito: R.O.
- Art. 8 Organos Competentes. (2018). LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA. Quito: R.O.
- Art. 9 Objetivos del Sistema. (2018). LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA. Quito: R.O.
- Asamblea Nacional Constituyente. (28 de 12 de 2020).
<https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/10/LOSNCNCP-ultima.pdf>.
- Bajaña Oñate, K. L., & Fajardo Vaca, L. M. (2019). La contratación pública como herramienta de desarrollo económico en el Ecuador. Revista Mapa, 126-144.
- Bautista Aquisé, J. J. (2015). Proceso de control y las compras directas de la dirección de salud Apurímac II, Andahuayalas 2015. En J. J. Aquisé, Andahuayalas 2015 (pág. 38).

- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). Introducción a la metodología de investigación científica. Sangolquí: Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Celi Figueroa , M. C., & Rivera Quimis, J. T. (2019). Importancia de las compras. En M. C. Celi Figueroa, & J. T. Rivera Quimis, Plan de mejora para gestión de compras en Pymes del Sector Constructor (pág. 15). Guayaquil.
- Cesar A Bernal. (2010). Metodologia de la investigacion (3era edicion) (Concepto.de. (25 de 12 de 2020). <https://concepto.de/tecnicas-de-investigacion/>.
- Consumoteca. (28 de 12 de 2020). <https://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/comprador/>.
- Coral, A. S. (2014). Administración de compras. Adquisiciones y abastecimiento. México : Grupo Editorial Patria.
- Definicion. (5 de 12 de 2020). <https://definicion.mx/ejecucion/>.
- Definicion. (28 de 12 de 2020). <https://definicion.mx/proceso/>.
- Diagrama Pareto. (26 de 12 de 2020). <https://www.google.com/search?ei=KvbnX->
- Economipedia. (5 de 12 de 2020). <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>.
- Eleazar Angulo Lopez. (25 de 12 de 2020). https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/investigacion_campo.html.
- EPMMQ. (28 de 12 de 2020). https://www.metrodequito.gob.ec/wp-content/uploads/Instructivo_para_la_Gestion_del_Plan_Anual_de_Contratacion.pdf.
- Gallardo, E. G. (2015). Fundamentos de la Administracion. Mexico: UB.
- Gestiopolis. (28 de 12 de 2020). <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-orden-de-compra/>.
- Guillermina Baena Paz. (2017). Metodologia de la investigacion 3era edicion. Mexico: patria.

- Guillermo Briones. (2002). Metodología de la investigación cuantitativa. Colombia: ICFES.
- Hector Huaman Valencia. (2005). manual de técnicas de investigación (2da edición). Peru: peru.
- Hector Luis Avila Baray. (2006). Introducción a la metodología de la Investigación. Mexico.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. Mexico: 978-1-4562-2396-0.
- hlaguapillo. (05 de 02 de 2012). <http://hlaguapillo.blogspot.com/2012/02/antecedentes-historicos-contratacion.html>. CONTRATACION PUBLICA, pág. 5.
- Insuasti Segovia Veronica Paola. (2016). Analisis y propuesta de mejoras en los procesos de contratación pública de la agencia metropolitana de tránsito de Quito. Quito: UCE.
- ISOToolsS. (28 de 12 de 2020). <https://www.isotools.org/soluciones/procesos/gestion-por-procesos/>.
- Izei Atxalandabaso Santisteban. (2019). Contratación pública en Ecuador. Quito: CEX.
- Juan Baez y Perez de Tudela. (2013). Investigación cualitativa (2da edición). Mexico: ESIC.
- López Carbo, C. A., & Chávez Franco, J. A. (2020). El sistema de compras públicas y su rol de desarrollo económico y social en Manabí. Revista científica: dominio de las ciencias, 790.
- Magda Rivero Hernandez. (2017). La comunicación en las instituciones de la Administración Pública. Cancun: UC.
- Merino, M. J., Pintado, T., Sánchez, J., & Grande, I. (2015). Introducción a la investigación de mercados. Madrid: ESIC.
- Pedro López-Roldán Sandra. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona España: UAB.
- Peña Aya, S. (18 de Marzo de 2016). PRODUCT (sustainable public procurement | ecolabelling).

- Peña Cabezas Guissela katusca. (2015). Plan de mejora y optimizacion de los procesos internos de contratacion publica realizados en la Direccion General del IESS de quito. Guayaquil: UCSG.
- Perez, R. M. (5 de 12 de 2020). Las variables de la investigacion.
- Prado, E. G. (2015). Gestión de compras en el pequeño comercio. Madrid: Parainfo.
- PromonegocioS.net. (28 de 12 de 2020). <https://www.promonegocios.net/administracion/que-es-administracion.html>.
- Raffino, M. E. (5 de 12 de 2020). <https://concepto.de/proceso/>.
- Ramirez Intriago Kayra. (2017). Analisis de los procesos de compras del departamento de contratacion pública del GAD de Esmeraldas. Esmeraldas: UCE.
- Ramos, C. A. (2015). Paradigmas de la investigación científica. Avances en psicología, 9-17.
- Registro como proveedor. (3 de 12 de 2020). <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/registro-como-proveedor/>.
- Roberto Hernandez Sampieri. (2014). Metodologia de la investigacion (6ta edicion). Mexico: Mc Graw Hill.
- sercop. (2015). América Latina y El Caribe. quito: Director de Estudios de la Contratación Pública, Rommel Tejada.
- SERCOP. (28 de 12 de 2020). <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/la-institucion/>.
- Serrano, M. J. (2019). Gestión de Compras. Madrid: Ediciones Paraninfo SA.
- Servicio Nacional de Contratacion Publica. (28 de 12 de 2020). <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/politica-de-privacidad/>.
- Significados.com. (28 de 12 de 2020). <https://www.significados.com/bienes/>.
- sistema de compras y contrataciones públicas. (2 de 12 de 2020). https://www.academia.edu/33782170/Antecedentes_hist%C3%B3ri

cos_y_aspectos_generales_del_sistema_de_compras_y_contrataciones_p%C3%BAblicas.

SNCP. (28 de 12 de 2020).

<https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/sistema-nacional-de-contratacion-publica/>.

Soporte de Minitab 19. (26 de 12 de 2020). <https://support.minitab.com/es-mx/minitab/19/help-and-how-to/quality-and-process-improvement/quality-tools/supporting-topics/pareto-chart-basics/>.

Tabares, L. M. (2016). Administracion Publica. Habana: universitaria.

Unknown. (2016). El Milagro de Milagro: un recorrido por su historia. Milagro: Municipio Milagro.

wikicontratacion. (3 de 12 de 2020). https://testingftp.square7.ch/WikiCONTRATACION/index.php?title=El_proceso_de_contrataci%C3%B3n_p%C3%BAblica.

Yuli A Aldana Rodriguez. (2012). clasificacion de la contabilidad. Bogota: UC.

ANEXOS

ENTREVISTA

LCDA VALERIA MARIUXI CANTOS SORIA

PERIODISTA



ENTREVISTA
LCDA. CARLA HARO BARRE
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN

