



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TRABAJO PRÁCTICO DE EXAMEN DE GRADO O FIN DE CARRERA
DE CARÁCTER COMPLEXIVO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA

TÍTULO

“INDICADORES DE GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS
DE K’PRISS BOUTIQUE DEL CANTÓN LA TRONCAL”

Autora: Muñoz Rodríguez María Gabriela.

Tutor: MAE. Javier Benítez Astudillo

MILAGRO, DICIEMBRE 2016
ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es Indicadores de Gestión del Departamento de Compras de K'priss Boutique del Cantón La Troncal presentado por la estudiante Muñoz Rodríguez María Gabriela, para optar al título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría.

Milagro, 6 de Diciembre del 2016

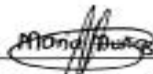


MAE. Javier Benitez-Astudillo
C.I. 091808984-8

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, 6 de Diciembre del 2016



Muñoz Rodríguez María Gabriela

CI: 030257022-1

III

Scanned by CamScanner

III

DEDICATORIA

La concepción de este proyecto de titulación quiero dedicar en primer lugar a Dios por ver sido el inspirador en cada uno de los pasos que di en mi diario vivir.

A mis padres quienes fueron mis pilares fundamentales la guía que necesitaba, sin ellos no hubiera podido alcanzar lo que ahora soy.

A mi Esposo, mi compañero inseparable quien represento hasta estos momentos el gran esfuerzo que necesite en cada paso que daba.

Muñoz Rodríguez María Gabriela

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por brindarme la oportunidad de vivir, por guiarme en cada camino que ha trazado para mí y ser mi inspiración cada día. De igual manera agradecer a mis padres por haber sido mi apoyo fundamental en logros y sueños.

A mis padres, por haber sido mi ejemplo a seguir, porque de una u otra manera siempre me han enseñado muchas cosas y de eso viviré siempre agradecida, me han guiado en cada objetivo que yo he querido cumplir, a ustedes por ser parte de este sueño cumplido.

A mi esposo por brindarme su amor y paciencia por apoyarme siempre en todo, no importando lo lejos que esté.

También quiero dejar constancia de agradecimiento a mi tutor MAE. Javier Benítez Astudillo por la valiosa dirección en mi trabajo práctico de grado, lo que me ha permitido culminar con gran éxito.

Muñoz Rodríguez María Gabriela

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejo, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue es Indicadores de gestión del departamento de compras de k'priss Boutique del cantón La Troncal y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 6 de Diciembre del 2016



Muñoz Rodríguez María Gabriela

Ci: 030257022-1

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.1.1 Delimitación del problema.....	3
Formulación del problema.....	3
1.2. Objetivos	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos.....	3
CAPÍTULO II	4
MARCO TEORICO Y METODOLÓGICO.....	4
2.1 Marco Teórico y Referencial	4
2.2 Marco Metodológico	8
2.3 Población y Muestra	9
2.4 Métodos y Técnicas.....	9
2.5 Resultados.....	10
CAPÍTULO III	12
LA PROPUESTA	12
3.1 Descripción de la propuesta.....	12
3.1.1 Desarrollo de la propuesta.....	12
3.2 CONCLUSIONES	20
3.3 RECOMENDACIONES.....	21
BIBLIOGRAFÍA.....	22
ANEXOS	24

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Indicadores de medición para el proceso de compras	14
Tabla 2: Proceso de compras actual de K´Priss Boutique	13
Tabla 3: Significado de la simbología del flujograma	16
Tabla 4: Indicadores para la medición del proceso de compras de la K´Priss Boutique.....	17

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Proceso de compras tradicional.....	5
Figura 2: Proceso de compras modelo SCOR	6
Figura 3: Proceso de compras actual de K´Priss Boutique.....	13
Figura 4: Flujograma propuesto para el proceso de compras en la K´Priss Boutique.....	16
Figura 5: Ubicación de la K´Priss Boutique	27
Figura 6: Identificación de la K´Priss Boutique	27

RESUMEN

El desarrollo de este trabajo se basa en los indicadores de gestión del departamento de compras de K´priss Boutique, empresa que se encuentra ubicada en el Cantón La Troncal, la cual presenta problema de gestión en los procesos de compras, tales como desabastecimiento de mercadería que tiene alta demanda y exceso de las cuales no tiene mucha salida, estas deficiencias se originan por la falta de control, razón por la cual se empleó una investigación no experimental, transversal y longitudinal, las cuales permitieron el buen desarrollo de este trabajo, seguidamente se utilizó como métodos el inductivo, deductivo y síntesis, que permitieron un mejor tratamiento del estudio propuesto, como técnica investigativa se aplicó la entrevista al gerente, jefe de compra y ventas de la empresa objeto de estudio, una vez obtenida la información que proporcionaron se planteó como propuesta la aplicación de indicadores de gestión de control en los procesos de compras, desarrollando el actual sistema que manejan en el departamento de compras con el propuesto, además de la realización de políticas para funcionalidad y abastecimiento, de esta manera potencializar las gestiones internas de la empresa, con la finalidad de incrementar los niveles de rentabilidad de la misma.

Palabras claves: Compras, Abastecimiento, Control de ventas

ABSTRACT

The development of this work is based on the management indicators of the purchasing department of K'priss Boutique, a company located in the Canton La Troncal, which presents a management problem in the purchasing processes, such as shortages of goods Which has a high demand and an excess of which does not have much output, these deficiencies are caused by the lack of control, which is why non-experimental, transverse and longitudinal research was used, which allowed the good development of this work, then The inductive, deductive and synthesis methods were used as methods to allow a better treatment of the proposed study. As an investigative technique, the interview was applied to the manager, head of purchase and sales of the company under study, once the information obtained was obtained Proposed as a proposal the application of control management indicators in the purchasing processes, developing the current system that they handle in the purchasing department with the proposed, in addition to the implementation of policies for functionality and supply, in this way to enhance internal management Of the company, in order to increase the levels of profitability of the same.

Key words: Purchasing, Supply, Sales Control

INTRODUCCIÓN

Las estrategias organizacionales se ha transformado en un verdadero desafío para las organizaciones económicas, debido a que tienen que someter a sus procesos en constante cambio e innovación para obtener resultados eficaces y eficientes que les ayuden a cumplir con los requerimientos de los clientes y mantenimiento en el mercado. Para ello deben establecer indicadores que midan las capacidades de la organización y a través de los resultados determinar los niveles de cumplimiento organizacional. Para así reestructurar estrategias que mejoren la productividad de la organización.

El presente trabajo se direccionó a la aplicación de indicadores de gestión para el departamento de compras de K´priss Boutique, empresa que se encuentra ubicada en el cantón La Troncal. El departamento de compras es un área importante dentro de las actividades administrativas y operativas de la empresa, puesto que de su desempeño depende el buen abastecimiento de la mercadería y así cumplir con la demanda de clientes en todo momento.

En el primer capítulo I, se plasmaron los principales problemas de la investigación, entre ellos se evidenció el desabastecimiento de mercadería, debido a que no se llevan adecuadamente los procesos de compras, lo que ha generado conflictos entre los clientes. Además se determinó que los empleados de K´priss tienen falencias en la ejecución de sus tareas y funciones, puesto que no mantienen un control en el seguimiento de las normas establecidas por el departamento de compras.

Luego en el capítulo II, se estableció el tipo de investigación que se realizara, asimismo como las herramientas o técnicas que se utilizara para la recopilación de información para evidenciar los problemas de Boutique.

Por ultimo en el capítulo III, está enfocado en la propuesta para brindar a la Boutique una herramienta de mejora, que les permita optimizar las actividades dentro del área de compra y con esto incrementar su nivel de ingresos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

K'PRISS BOUTIQUE ubicada en el Cantón la Troncal, provincia del Cañar, constituida con la finalidad de posesionarse en el mercado, brindando calidad y variedad de prendas de vestir a los troncaleños.

El control de gestión de calidad de las prendas, se concibe como el proceso gerencial que se lleva a cabo dentro de la organización, dirigido a asegurar el cumplimiento de su misión y objetivo y sirven como guía en la gestión de la boutique hacia los objetivos de la organización, además sirve como instrumento de evaluación.

En la actualidad la empresa cuenta con una alta demanda de los productos que oferta, lo cual hace que las labores de control se manejen de manera rápida, precisa y con razonabilidad, cada rubro que representa para la empresa un índice económico, sin embargo se presentan problemas que están afectando la productividad del negocio, entre ellos están:

Las actividades realizadas en el área de compras no se están cumpliendo estrictamente con el proceso correcto para su ejecución, se presenta desabastecimientos debido al inadecuado control de existencia de las prendas en stock, generando inconvenientes a los clientes

Además los empleados del área de compras desconocen del proceso adecuado para el abastecimiento de la boutique, creando afectaciones en el presupuesto de compras. Otra de las anomalías es la falta de estructuración de un flujograma que indique el correcto orden de cada actividad dentro del proceso de ventas, determinándose que todas estas falencias impiden el cumplimiento de los objetivos establecidos por la boutique, de la misma forma que provoca la disminución de las ventas y la insatisfacción de los clientes.

1.1.1 Delimitación del problema

Campo: Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría.

Área: Compras.

Aspecto: Indicadores de gestión

Espacio: La Troncal, Cañar – Ecuador.

Tiempo: 2016.

Población: El caso de estudio se lo efectuara en el área de compras de la K´PRISS Boutique.

Formulación del problema

¿Qué efecto tendrá la aplicación de indicadores de gestión en el departamento de compras de K´PRISS BOUTIQUE del Cantón la Troncal?

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Determinar los indicadores de gestión que permitan mejorar las actividades internas del departamento de compras de K´PRISS BOUTIQUE del Cantón la Troncal.

1.2.2 Objetivos específicos

- Verificar los procedimientos del área de compras de K´PRISS BOUTIQUE.
- Establecer indicadores de gestión para medir el proceso de compras de K´PRISS BOUTIQUE.
- Elaborar el diagrama de flujo del proceso de compras de K´PRISS BOUTIQUE.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

2.1 Marco Teórico y Referencial

El abastecimiento de una empresa es importante para su productividad y la generación de ingresos, pues de este proceso depende la existencia de los productos que se van a comercializar, para que el cliente encuentre disponible el producto que busca para su satisfacción, además ellos son de suma importancia para el sostenimiento de la economía del negocio. (Barrios Rodriguez, 2012)

Las compras dentro de la organización deben estar basadas en sus necesidades, identificando las oportunidades para adquisiciones en bajos costos con estándares de calidad y cantidad convenientes para el abastecimiento del negocio. (Barrios Rodriguez, 2012)

La compra definida como la acción de proveer bienes o servicios a la empresa bajo las mejores condiciones, con el propósito de cumplir con los objetivos establecidos por la administración. Dentro de la compra deben cumplir con la adquisición de bienes o servicios signifiquen una inversión para el negocio y que este abastecimiento sea según las necesidades de la empresa.

El representante estudio está enfocado al área de compras, quien es el responsable de gestionar la adquisición de prendas que soliciten la empresa. Así como de mantener existencias en niveles adecuados para satisfacer las necesidades de los clientes. Las funciones que tiene asignadas son las siguientes: (Quetzal, 2012)

1. Preparar un plan de abastecimiento para el año, con base a los requeridos del departamento. (Quetzal, 2012)

2. Velar por el correcto cumplimiento de los sistemas y procedimientos establecidos, para la compra. (Quetzal, 2012)

3. Mantener constante información sobre proveedores nuevos y sustitutos. (Quetzal, 2012)
4. Efectuar las compras en el menor tiempo posible, procurar los mejores precios. (Quetzal, 2012)

Según Ameredes, la estructura del proceso de compras tradicional está constituida por nueve pasos, iniciando con la investigación de posibles proveedores y finalmente se registra la operación de adquisición del bien o servicio. (Ameredes, 2007)

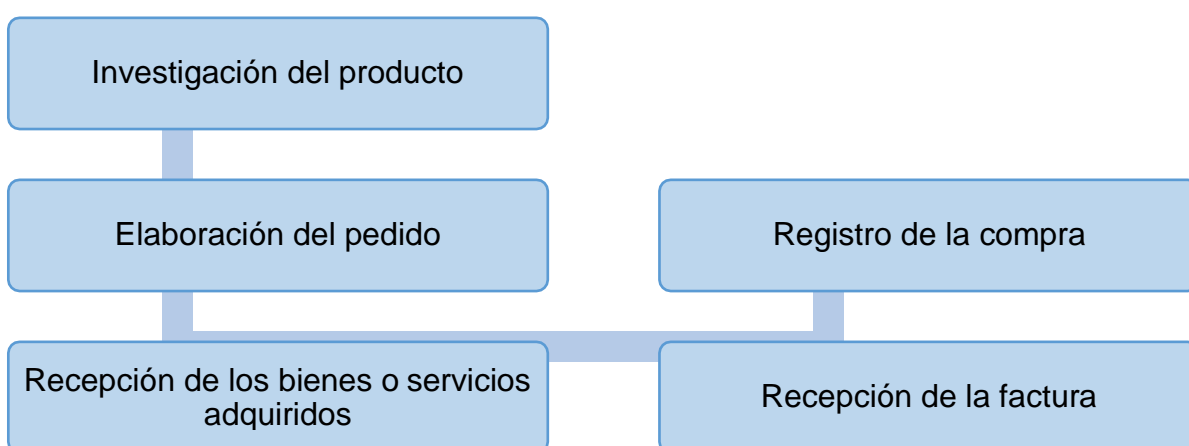


Figura 1: Proceso de compras tradicional

Elaborado por: Muñoz Rodríguez María Gabriela

Fuente: (Ameredes, 2007)

La aplicación de este modelo de proceso de compras tradicional trae sus desventajas puesto que se dificulta la aplicación de herramientas tecnológicas debido a que no existe suficiente documentación del proceso para su digitación. Es por eso que en 2008 Arellano y Carballo, proponen un modelo de proceso donde analizan más el proceso de compras, porque se basan en las necesidades de la empresa y del cliente, encontrando un balance entre el abastecimiento de la empresa y la disponibilidad del producto para satisfacer a los clientes. Ver Figura 2. (Arrellano & Carballo, 2008)

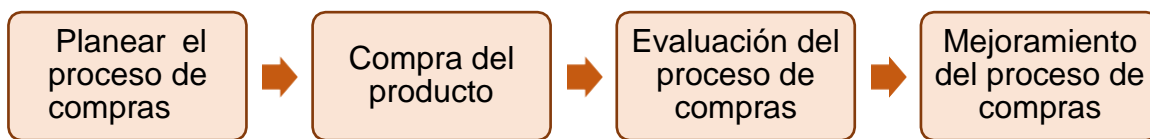


Figura 2: Proceso de compras modelo SCOR

Elaborado por: Muñoz Rodríguez María Gabriela

Fuente: Arellano y Carballo, 2008

En el proceso de Compra el personal de compras debe analizar y seleccionar los precios, términos y condiciones para el acuerdo de las adquisiciones de los productos con los proveedores. Luego dar un seguimiento para evaluar si cumple un la calidad requerida en el pedido, porque si se presentan errores o problemas en el pedido se puedan dar soluciones para que no afecte el abastecimiento de la empresa. (Franco Prado, 2014)

La empresa una vez definido sus factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (Oportunidades y amenazas), se realiza el diagnóstico estratégico se ha hecho, los gestores diseñan estrategias de acción que debe llevarse a cabo para mantener y alcanzar los objetivos de la organización, coordinación y de cada unidad de trabajo y así lograr los resultados esperados. (Penagos Ramírez, 2016)

En la organización de gestión se pueden considerar tres niveles diferentes:

Gestión estratégica: Desarrollada en gestión y tiene como característica fundamentalmente, la influencia de las acciones y decisiones es generalmente corporativo y a largo plazo. Tiene que ver con la definición macro del negocio, incluye la relación de la empresa con el medio ambiente. (Penagos Ramírez, 2016)

Gestión táctica: Ejecutada a partir de la gestión estratégica, el impacto de decisiones y acciones a medio plazo, abarca las unidades estratégicas de negocio. Tiene que ver con las operaciones iniciales de las decisiones estratégicas, comprende las funciones de organización y coordinación. (Penagos Ramírez, 2016)

Gestión operativa: Realizada sobre la base de la gestión táctica, el impacto de las decisiones y acciones son a corto plazo e incluyen equipos de trabajo individuales. Básicamente tiene que ver con las funciones de ejecución y control. (Penagos Ramírez, 2016)

Desde esta perspectiva, el trabajo de control no se limita a verificar que las tareas realizadas o las decisiones tomadas han sido correctas, pero parte de su misión es influir y guiar el comportamiento de la organización para lograr los objetivos propuestos.

El proceso de compra con el fin de obtener productos o servicios para abastecer a la empresa debe tener un esquema de indicadores que ayuden a medir el rendimiento del proceso y así definir y las actividades dentro de este proceso son las adecuadas y sirven para el desarrollo y crecimiento económico de la empresa.

Los indicadores tienen el propósito de la medición del rendimiento del proceso de compras y es preciso identificar las necesidades del proceso de ventas y cuáles son las actividades y procedimientos que necesitan ser medidos. En la siguiente tabla 1, se presentan algunas alternativas de indicadores aplicables a para la evaluación de este proceso.

Tabla 1. Indicadores de medición para el proceso de compras

Propiedad	Indicadores
Cantidad	<ul style="list-style-type: none"> • Rotación del inventario.
Costo	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen de compras. • Valor de cada producto o servicio. • Valor promedio por cada proveedor.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Número de proveedores • Proveedores cumplidos. • Retraso de proveedores en el envío de los productos.
Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Reestructuración de procedimientos en la compra.

	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas tecnológicas para ejecutar el proceso de compra.
Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Facturas • % de facturas con inconvenientes de pago • % de facturas con inconvenientes de cobro. • Registro de facturas • % de facturas aceptadas con errores.

Elaborado por: Muñoz Rodríguez María Gabriela

Fuente: (Franco Prado, 2014)

2.2 Marco Metodológico

El diseño aplicado en este proyecto de investigación será de tipo no experimental, porque se centra particularmente en llevar a cabo su estudio en un tiempo determinado, ya que no afecta intencionalmente a las variables.

Aplicada.- Esta actividad está dirigida a la búsqueda y aplicación de conocimientos para el enriquecimiento del conocimiento del investigador, acercándose a la realidad y teniendo resultados óptimos para el desarrollo del estudio.

Descriptivo.- Trabaja sobre las realidades de hecho y su característica fundamental es presentar una interpretación correcta, buscando desarrollar las respuestas a los hechos que se detallan después de su observación.

Se realizan registros narrativos de los fenómenos que se estudian a través de técnicas de comprensión de la vida empresarial, entendiendo las cualidades que caracterizan un determinado problema. Se trata de dejar ir y superar el conocimiento inmediato, para llegar al profundo conocimiento científico de la realidad.

Cuantitativa.- Se verifica la información para estudiar los elementos necesarios para determinar las características más relevantes del sujeto a ser investigado a través de entrevista e indicadores para la extracción de datos representativos. Al mismo tiempo, la generalización de los resultados se determina a través de una muestra

para hacer inferencia a una población de la cual proceden todas las muestras.

Campo.- El estudio será en el entorno que coexisten personas y fuentes de donde se obtendrán los datos más relevantes para su análisis a fin de comprender y resolver una situación, necesidad o problema en un contexto dado, ya que lo ejecutaremos en la Lugar del Hecho con los involucrados en pequeños negocios en la ciudad. Este tipo de investigación proporcionará datos clave basados en entrevistas para obtener una fuente directa y confiable de información sobre los temas a tratar.

2.3 Población y Muestra

La empresa en la cual se enfoca el estudio investigativo es K'Priss Boutique, se le realizara una entrevista al Gerente y Jefe de compras de la empresa.

2.4 Métodos y Técnicas

Empezaremos con la observación, obteniendo de esta forma conclusiones y premisas lógicas de posibles comportamientos del objeto a investigar, generalidades que podrían ser aplicadas en situaciones similares futuras; recopilando a la vez teorías existentes para el análisis de la causa efecto del planteamiento inicial.

Método Inductivo: Este método permite el análisis detallado de un fenómeno relacionado con el estudio, para determinar las particularidades del mismo. (Ordaz Zubia & Saldaña Garcia, 2005)

Método Deductivo: A través de este método se analizó las causas que intervienen en la problemática planteada. (Malhotra, 2008)

Método Síntesis: Método que procede de lo simple a lo compuesto, de las partes al todo, de la causa encontrada en la problematización a los efectos, del principio a las consecuencias; en si es la reunión racional de los elementos dispersos en la investigación para estudiarlos en su totalidad así como en sus suposiciones globales las consecuencias universales.

2.5 Resultados

Entrevista: Gerente

Empresa: K´PRISS BOUTIQUE

1. - Que tipo de controles se aplican en el Departamento de compras?

No se cuenta con un Sistema de control de inventario, solo se realiza anotaciones en el programa de Excel.

2. - ¿Qué acciones emplean en los procesos de adquisición de los producto dentro del Departamento?

Se planifica a través de reuniones las acciones a emprender para la adquisición de los diferentes productos que se ofertan, de esta manera estar abastecidos en todo momento.

3. - ¿Que problemas se ha presentado dentro del Departamento de compras?

Desabastecimiento de la mercadería y exceso de compra de mercadería.

4. - ¿Cree usted que la aplicación de indicadores de gestiones ayudarán a medir el proceso de compras?

Sí, porque a través de este herramienta se puede medir los resultados para mejorarlos y buscar mejoras en el proceso de compras.

Entrevista: Jefe de compras

Empresa: K´PRISS BOUTIQUE

1. -¿Cuáles son los controles se existen para el departamentos de compras?

No existen, porque todos los procedimientos en las compras se los realiza bajo el criterio del personal de compras.

2. - ¿Cuáles con las actividades que ejecutan dentro del proceso de compras?

Se organizan reuniones con el personal de compras y el gerente para coordinar las compras. .

3. - ¿Cuáles han sido los problema más comunes dentro del área de compras?

Siempre existe la falta de prendas y en ocasiones el exceso de compra de las mismas.

4. - ¿Cree usted que la aplicación de indicadores de gestiones ayudarán a medir el proceso de compras?

Si creo que sería una buena alternativa para controlar las compras.

Análisis general

Aplicadas las entrevistas se determinó que existen algunas falencias dentro del área de compras, por un lado está la falta de conocimientos del proceso compras, la ausencia de herramientas tecnológicas que registren de manera ordenada y cronología la existencia de las prendas, además no tienen una planificación o presupuesto de compras, lo que genera retraso en el crecimiento de la empresa por la deficiencia de su proceso de compras.

CAPÍTULO III

LA PROPUESTA

3.1 Descripción de la propuesta

En la evolución realizada a la K`Priss Boutique, se encontró que existe un inadecuado proceso de compras, que provoca el desabastecimiento de la empresa, de esta manera que ocasiona la insatisfacción del cliente y la presentación de reclamos por la falta de disponibilidad de una determinada prenda. Atribuido a la falta de controles a través de herramientas tecnológicas que ayuden en forma óptima y eficaz el control de las existencias de mercaderías.

Es por esto que se propone la identificación de un proceso de compras adecuado por medio de un flujograma y la identificación de indicadores que ayuden a evaluar las compras a través de los resultados obtenidos y sean comparados con los objetos propuestos por el área de compras.

Esta propuesta contendrá la representación gráfica de las actividades que se deben ejecutar en el proceso de ventas, lo cual se lo presentara mediante un flujograma, tambien la reestructuración de una tabla de indicadores que medirán los resultados del proceso de compras, para que así la empresa cumpla con sus objetivos, obligaciones y cubra las necesidades de los clientes.

3.1.1 Desarrollo de la propuesta

El caso de estudio se lo aplico al área de compras de la K`Priss Boutique, dedicada a la compra y venda de prendas de vestir. Ubicada en el cantón la Troncal.

El desarrollo de la propuesta se enfatiza en el planteamiento gráfico de un proceso adecuado de compras y el planteamiento de indicadores de medición para la evaluación de las compras. La figura 3, plasmara la forma gráfica del actual proceso de compras que ejecuta la boutique, con el fin de señalar las falencias de los procedimientos de compras.

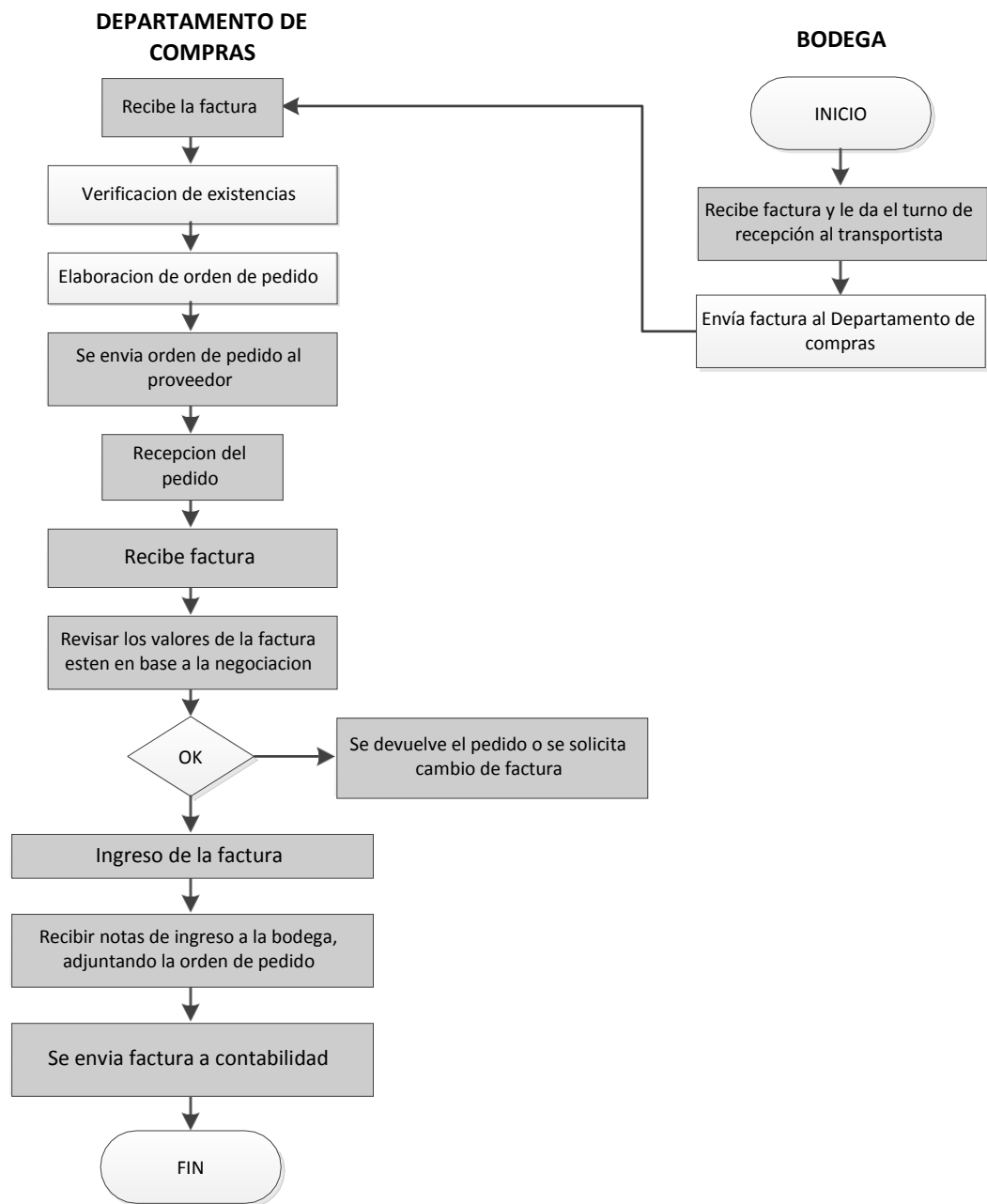


Figura 3. Proceso de compras actual de K'Priss Boutique

Elaborado por: Muñoz Rodríguez María Gabriela

Fuente: K`Priss Boutique

Tabla 2. Proceso de compras actual de K`Priss Boutique

DEPARTAMENTO DE COMPRAS
Verificación de inventario
Elaboración de orden de compra
Envío de orden de pedido
Recepción del pedido
Verificación de factura
Devolución de factura si es el caso de errores
Registro de factura

Elaborado por: Muñoz Rodríguez María Gabriela

Fuente: K`Priss Boutique

Impacto

Económico: Lo que quiere lograr con esta propuesta es el mejoramiento del proceso de compras de la K`Priss Boutique, para que los productos que ofrece sean ofertados con calidad y variedad, para que permitir que el cliente encuentre un producto de lo satisfaga y así se genere el incremento de los clientes y por ende se aumente la rentabilidad de la boutique, además de estructurar una representación gráfica del proceso de compras que sirva como guía para el personal de área de compras.

Social: A través de esta propuesta se beneficiará al cliente porque con la mejora del proceso de compras la boutique se abastecerá de mercadería de calidad y variedad, que satisfagan los deseos del cliente, además de brindarles promociones, ofertas fortaleciendo la relación de empresa – cliente.

Los objetivos de esta propuesta son:

- Brindar una representación gráfica del proceso de compras.
- Estructurar indicadores que ayuden a medir los resultados del proceso de compras.

- Ofrecer el flujograma como una herramienta guía para el personal, en la ejecución del proceso de compras.
- Determinar paso a paso como está definido el flujogramas de compras.
- Recomendar la aplicación de indicadores para el mejoramiento de las compras.
- Implantación de flujograma de compras.

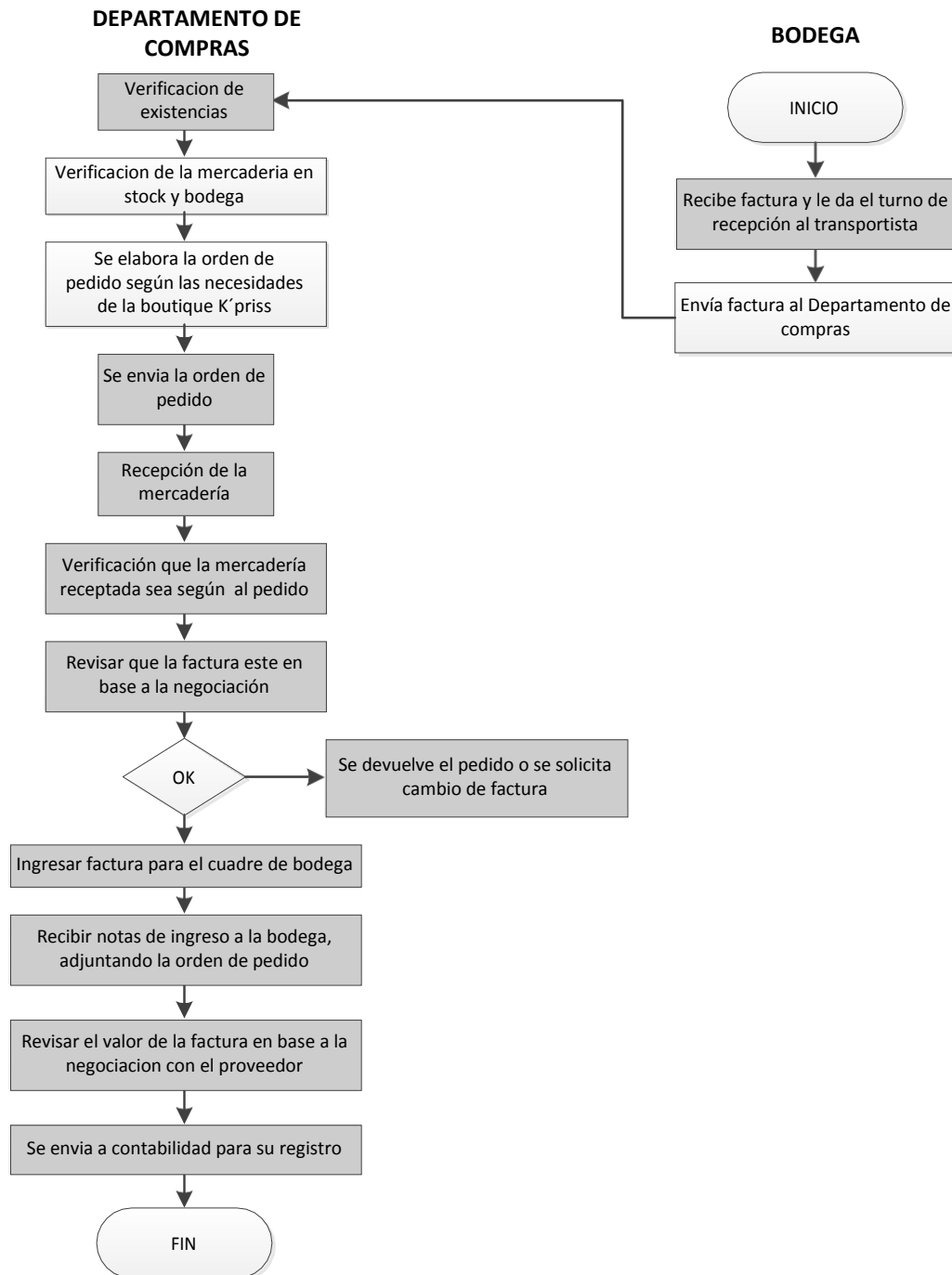




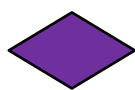


Figura 4. Flujograma propuesto para el proceso de compras en la K`Priss Boutique

Elaborado por: Muñoz Rodríguez Mara Gabriela

Fuente: Guías técnicas para la elaboración de manuales de procedimientos, 2004

Tabla 3. Significado de la simbología del flujograma

Símbolo	Nombre	Definición
	Terminal	El comienzo o finalización del proceso.
	Operación	Cumplimiento de una actividad.
	Dirección del flujo	Conector de las actividades.
	Conector	Enlace entre las actividades del proceso.
	Alternativa de	Posibilidad de varias alternativas de decisión.

Elaborado por: Muñoz Rodríguez Mara Gabriela

Fuente: Guías técnicas para la elaboración de manuales de procedimientos, 2004

Tabla 4. Indicadores para la medición del proceso de compras de la K`Priss Boutique.

Atributo	Indicador
Calidad: objeto de la evaluación de los bienes físicos adquiridos por la boutique.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de órdenes de pedido correctamente. • Pedidos con cantidades exactas. • Detalle del pedido, exponiendo todas las características del producto. • Disminución del pedido por daños. • Disminución del pedido por daños en el empaque.
Tiempo: Análisis de tiempo transcurrido entre la elaboración del pedido y su entrega.	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo transcurrido del pedido. • Tiempo transcurrido en la recepción del pedido. • % de pedidos que se receptaron tarde. • Tiempo promedio de entrega del pedido por parte del proveedor.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclo global de las peticiones de compras
Efectividad: Evaluación habilidad para realizar el proceso.	<ul style="list-style-type: none"> • Retraso promedio de la recepción del pedido. • % de pedidos fuera del tiempo establecido para la recepción del producto. • % de retrasos por elaboración de pedidos de compras.
Cantidad: Análisis de la existencia de la mercadería.	<ul style="list-style-type: none"> • % de rotación del inventario en stock. • % del volumen de compras.
Costo: análisis de los beneficios de los costos de mercaderías.	<ul style="list-style-type: none"> • Costo de la mercadería. • Promedio del costo por compra de cada proveedor • % Costo beneficio para la boutique.
Proveedor: Evaluación de la capacidad de respuesta de la empresa proveedora.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de proveedores. • % Proveedores cumplidos.
Compras: Evaluación de la satisfacción de las necesidades de abastecimiento de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • % de compras en el mes. • Compras totales. • Existencias de mercadería.
Documentación: evaluación de la documentación del proceso de compras.	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenes de pedidos. • Facturas. • % de errores cometidos en las facturas. • Uso de herramientas tecnológicas para el registro de las compras.

Elaborado por: Muñoz Rodríguez Mara Gabriela

Fuente: (Franco Prado, 2014)

La finalidad de suministrar indicadores de medición para el proceso de compras, así mismo brindar un mecanismo que evalúe los resultados conjuntamente con los objetivos establecidos para observar si estos han sido cumplidos de forma eficiente. (Sanchez de Santiago, 2013)

Los indicadores buscan medir el:

- Cumplimiento de tiempo de recepción de pedidos.
- Compras necesaria de mercaderías.
- La orden correcta de la elaboración del pedido.
- La existencia de errores en la recepción del pedido.
- Tiempo de cambio del pedido defectuoso.
- Tiempo de respuesta del proveedor, causado pos cualquier anomalía.
- Número de reclamos por defecto o mala calidad del producto.
- Satisfacción de la empresa.
- El costo de la mercadería.
- El costo beneficio de la empresa.
- La documentación del proceso de compras.

Todos y cada uno de estos indicadores son propuestos, con la finalidad del desarrollo y crecimiento de la empresa, del mismo modelo que se mejore el proceso de compras, para que se logre un abastecimiento de mercaderías que satisfaga a la empresa, para que brinde al cliente la disponibilidad de un producto de calidad, variedad y costo accesibles.

3.2 CONCLUSIONES

- El caso de estudio permitió establecer que el personal del área de compras no tienen un adecuado proceso de compras, lo cual dificulta el abastecimiento de la boutique.
- Se determinó que la ejecución de un buen proceso de compras es importante para el abastecimiento de la boutique, debido a este proceso ayuda a que el cliente encuentre la disponibilidad de mercaderías para satisfacer su necesidad.
- Se estableció que la boutique necesita una herramienta tecnológica para el control de inventario porque el llevar este control de forma manual entorpece el proceso de compras y además se corre el riesgo de exceder las compras de mercaderías y por ende no se venderán todas y se reducirá las ganancias en las ventas.
- Se verificó que el personal de compras necesita ser capacitado sobre el adecuado proceso de compras para no excederse en el abastecimiento de mercaderías.

3.3 RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implantación de flujograma para que sirva como guía en el proceso de compras.
- Se sugiere que los empleados sean capacitados constantemente para que conozcan el proceso de compras.
- También se recomienda la aplicación de los indicadores para que meden los resultados propuestos en el proceso de compras.
- Además propone que con los resultados obtenidos de la medición del proceso de compras y creen nuevas estrategias de compras de mercaderías, para proveer a la boutique prendas con calidad y variedad a costos bajo para que generen rentabilidad para el mejoramiento de desarrollo de la empresa.

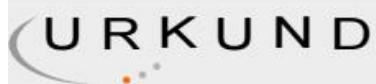
BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado. (2010). *Los elementos de la contabilidad*. Bolivia: Paz S.A.
- Ameredes, T. (2007). *Procurement model analysis*.
- Arrellano, A., & Carballo, B. (2008). *Configuración productiva para empresas integradas del distrito internacional de agronegocios pymes*.
- Barrios Rodríguez, J. M. (2012). *Mejoramiento del proceso de compras, teniendo en cuenta su integración con el proceso comercial y planeación de producción para la empresa Artprint Ltda*. Bogota, Colombia.
- Catacora, F. (2008). *La Contabilidad*. Medillín: Edibosco.
- Cristina, A. A. (18 de Octubre de 2011). "CONTROL INTERNO DEL PROCESO DE COMPRAS Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA COMERCIAL YUCAILLA CIA. LTDA. LATACUNGA DURANTE EL AÑO 2010". Recuperado el 12 de Febrero de 2013, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1707/TA0051.pdf?sequence=1>
- Cubillo Santana, G. y. (05 de Mayo de 2008). "Proyecto para la reestructuración comercial, administrativa y financiera de una pyme de productos textiles". Recuperado el 12 de Junio de 2013, de http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-38376.pdf
- Enriquez. (2009). *Aspectos Contables*. Venezuela: Rensin.
- Fernández, A. (2010). *La Información Contable*. México: Bosco.
- Franco Prado, A. J. (2014). *Medición del rendimiento en el proceso de compras y suministros*. Cali, Colombia.
- Guevara, A. (2011). *PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN*. México: Trillas.
- Holguin Cabezas, R. (2008). *Elementos de la economía, cuarta edición*. Ediciones Holguín S.A.
- Karem, A. C. (28 de Junio de 2011). "Reestructuración y Desarrollo del Área Comercial de la Agencia Consolidadora de Carga Pacificlink, en la Ciudad de Quito". Recuperado el 12 de Junio de 2013, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/270/1/T-UCSG-PRE-ESP-IAV-1.pdf>
- Kenwey, J. (2009). *Los sistemas contables*. Chile: Santi S.A.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados, fundamentos y metodología*. Mexico, D.F.
- mindmeister.com. (2010). *Costos de administración*. Recuperado el 16 de Junio de 2013, de <http://www.mindmeister.com/es/224082234/contabilidad-de-costos>
- Ordaz Zubia, V., & Saldaña García, G. (2005). *Análisis y crítica de la metodología*. Guanajuato, Mexico.

- Palavecinos, B. S. (2009). *Fundamentos del sistema contable*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2012, de https://www.u-cursos.cl/ieb/2009/2/0206/267201/material_docente/previsualizar?id_material=524074
- Penagos Ramírez, J. C. (29 de Marzo de 2016). *Indicadores de gestión en el departamento de contabilidad caso: Centro de Rehabilitación Dr. Alejandro Rhode*. Obtenido de <http://159.90.80.55/tesis/000169897.pdf>
- Pereiro, J. (16 de Agosto de 2012). *Proceso de compra*. Recuperado el 11 de Junio de 2013, de <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADCS0000699/C1.pdf>
- Quetzal. (2012). *Departamento de compras*. Obtenido de <file:///C:/Users/mariela/Downloads/Funciones%20del%20Departamento%20de%20Compras.pdf>
- Reisnosa, A. (2009). *La contabilidad intermedia*. Bogota: Limerín.
- Sanchez de Santiago, N. J. (2013). *Manual de procedimientos de compras*. Santiago de Queretaro.

ANEXOS

ANEXO 1. RESULTADO DE ANALISIS DE PLAGIO.



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS.docx (D24233193)
Submitted: 2016-12-10 17:38:00
Submitted By: jbeniteza@unemi.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

MAE. Javier Benítez-Astudillo
C.I. 091808984-8

ANEXO 2. CARTA DE AUTORIZACIÓN DEL GERENTE DE LA EMPRESA DE K'PRISS BOUTIQUE DEL CANTÓN LA TRONCAL.

Sra.
Bertha Magdalena Cajamarca Guambaña
**PROPIETARIA DE KPRIS'S BOUTIQUE
DEL CANTÓN LA TRONCAL**
Ciudad.

De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial y atento saludo, deseándole al mismo tiempo los mejores éxitos en sus funciones que día a día desempeña.

El presente documento tiene como finalidad informarle que soy estudiante Egresada de la Universidad Estatal de Milagro, en la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría (CPA), por lo cual le solicito de la manera más comedida y atenta darme la autorización para acceder a la información del área de contabilidad, ya que estoy realizando mi tema de trabajo práctico de examen de grado o fin de carrera de carácter complejo cuyo tema es **"Indicadores de Gestión en el departamento de contabilidad de Kpris's Boutique del Cantón la Troncal"**.

En espera de contar con su valiosa colaboración y apoyo, me suscribo de usted no sin antes expresarle mis más sinceros agradecimientos de consideración, amistad y alta estima, y que Dios la bendiga.

Atentamente,

Kpris's boutique
Sra. Bertha Cajamarca
Tel: 0301368957001

Sra. Maria Gabriela Muñoz R.
C.I. #. 030257022-1
Telf. 0995701624-2127003

ANEXO 3. UBICACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LA K`PRISS BOUTIQUE.

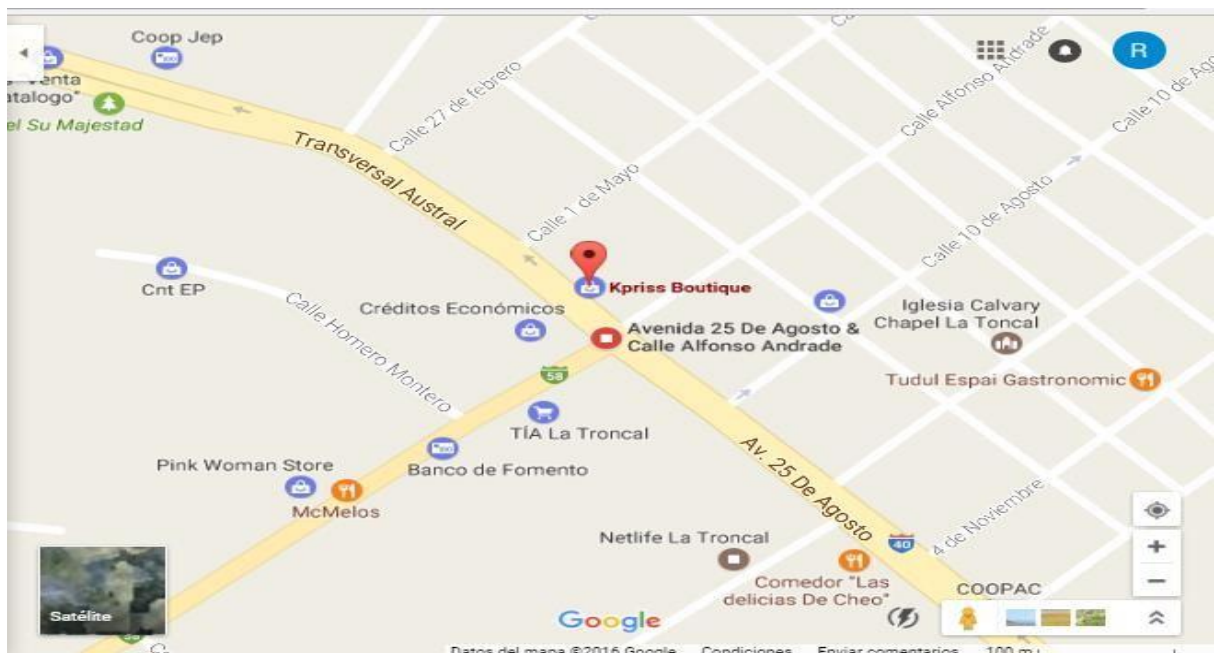


Figura 5: Ubicación de la K`Priss Boutique

Fuente: Google maps



Figura 6: Identificación de la K`Priss Boutique

Fuente: Fotos de la visita a la boutique.

ANEXO 4. FORMATO DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE LA K'PRISS BOUTIQUE.



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

1. - Que tipo de controles se aplican en el Departamento de compras?

2. - ¿Qué acciones emplean en los procesos de adquisición de los productos dentro del Departamento?

3. - ¿Qué problemas se han presentado dentro del Departamento de compras?

4. - ¿Cree usted que la aplicación de indicadores de gestión ayudarán a medir el proceso de compras?

ANEXO 5. FORMATO DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL JEFE DEL ÁREA DE COMPRAS DE LA K`PRISS BOUTIQUE.



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

1. -¿Cuáles son los controles se existen para el departamentos de compras?

2. - ¿Cuáles con las actividades que ejecutan dentro del proceso de compras?

3. - ¿Cuáles han sido los problema más comunes dentro del área de compras?

4. - ¿Cree usted que la aplicación de indicadores de gestión ayudarán a medir el proceso de compras?

**ANEXO 6. FOTOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADA A LA GERENTE
(PROPIETARIA DE K'PRISS BOUTIQUE)**



**ANEXO 7. FOTOS DE LAS ENTREVISTAS- REALIZADA AL JEFE DE COMPRAS
DE K'PRISS BOUTIQUE**

