



Fortalecimiento Empresarial en los Procesos de Compras de la Empresa

TORINO AGENCIA S.A.S

Asignatura:

Opción de Grado

Función de práctica profesional:

Fortalecimiento empresarial

Estudiantes:

Zandra Rocío Chaparro

ID 000415810

Kely Johanna Pulido Cárdenas

ID 000302507

Tutor (a):

Juan Carlos Olaya Molano

08 de Abril de 2017

Índice

Introducción.....	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo 1 Problematización	6
1.1 Planteamiento del problema	6
1.1.1 Antecedentes situacionales	6
1.1.2 Pronóstico	8
1.1.3 Control al pronóstico	9
1.1.4 Formulación del problema y sistematización	9
1.2 Objetivos.....	10
1.2.1 Objetivo general	10
1.2.2 Objetivos específicos	10
1.3 Justificación	10
1.4 Limitaciones	11
Capítulo 2 Fundamentación teórica.....	12
2.1 Marcos de referencia	12
2.1.1 Marco contextual	12
2.1.2 Marco teórico.....	13
2.1.3 Marco legal	15
2.1.4 Marco conceptual	16
2.2 Metodología.....	17

2.2.2	Plan de trabajo y cronograma	17
2.2.3	Fuentes de información	18
2.2.4	Técnicas de recolección.....	19
Capítulo 3 Descripción de la práctica profesional realizada		21
3.1.	Descripción de la práctica.....	21
3.2.	Presentación de resultados.....	21
3.2.	Manual de Compras.....	21
Capítulo 4 Análisis de resultados		38
4.1.	Análisis e interpretación de los resultados	38
4.1.1	Evaluación por parte del estudiante.....	39
4.1.2.	Impacto de la práctica a nivel personal profesional y para Uniminuto.	40
Referencias		42
Anexos		44

INTRODUCCIÓN

Este informe corresponde a la práctica profesional de Contaduría Pública, realizada en el departamento de finanzas como fortalecimiento empresarial de la empresa TORINO AGENCIA S.A.S, durante el periodo comprendido entre los meses de mayo del 2016 a mayo del año 2017, la cual busca realizar y direccionar elementos enfocados en la elaboración y puesta en marcha de la implementación del proceso de gestión de compras, definiendo esto como la necesidad que tiene toda empresa de tener control, sobre cada una de las adquisiciones que realice, tanto de mercancía para el debido desarrollo de su o sus actividades económicas, o para el debido funcionamiento de esta. Ya sea entre otras desde la parte administrativa, comercial y/o logística.

Para el desarrollo del presente trabajo se ubican tres (3) capítulos. En el primero se describe entre otros el entorno de la empresa TORINO AGENCIA S.A.S., donde se realizó la práctica de fortalecimiento empresarial desempeñando en cargo de Auxiliar Contable en el área de Finanzas. Así mismo, es importante resaltar que TORINO AGENCIA S.A.S se dedica a la prestación de servicios de publicidad, siempre cumpliendo con los más altos parámetros de calidad en los procesos de ejecución y estrategias publicitarias BTL, Marketing Digital y en general todo lo relacionado en la comunicación, puesto que esta compañía tiene como objeto social: realizar actos y contratos públicos con todo lo relacionado o que pueda relacionarse con actividades de publicidad, incluyendo pero sin limitar los siguientes tipos de publicidad tradicional y no convencional como:

- a. Publicidad convencional y no convencional radial, prensa, tv y publicidad exterior
- b. Operación, creación, comercialización de ferias, congresos, reuniones, eventos masivos y conciertos.

- c. Publicidad alternativa para campañas, activación de marca, manejo de material P.O.P.
- d. Relaciones públicas; entre otros concernientes.

En el capítulo 2 se presentan las principales actividades programadas, la función principal de la práctica es realizar un manual de proceso de compras con el fin de implementar un debido control interno que permita efectuar transacciones acertadas de buena calidad con proveedores confiables, reducir costos de producción, aplicar de forma correcta los respectivos impuestos a las facturas de compra, verificando desde el primer paso del proceso que estas cuenten los requisitos legales y tributarios de una factura.

En el capítulo 3 se presentan las principales conclusiones y hallazgos claves de la experiencia realizada. En primera instancia se debe aclarar la importancia de un buen manejo de las compras y los beneficios de la implementación de un manual de compras en las distintas áreas de la compañía, teniendo en cuenta que a través de este plan de práctica se pretende incrementar las ventas.

Capítulo 1 Problematización

1.1. Planteamiento del problema

La compañía Torino Agencia SAS., no cuenta con un proceso de compras formal definido para las mismas, lo que genera confusión y dobles funciones al momento de realizar esta actividad, debido a que un manual de compras es uno de los elementos con el que debe contar toda empresa, siendo este la guía oficial para la organización y funcionamiento del área en el que se encuentra, el proceso de compras y adquisición de servicios es por tanto, la puesta en marcha de todas las gestiones necesarias para un adecuado manejo, distribución, aprovechamiento de los materiales y servicios necesarios para la ejecución y resultado final de la venta de los materiales o servicios que presta la empresa.

Por lo tanto, la compañía establece la necesidad de implementar un manual de procedimientos de compra, para que este se convierta en una herramienta uniforme y eficaz mediante la cual los miembros de la organización puedan gestionar la resolución de compras o adquisición de servicios ya sea suplir las necesidades que surgen en el inventario o las de índole administrativo, a través de las empresas que suministran sus elementos o servicios a la agencia.

1.1.1. Antecedentes situacionales

Al analizar la situación actual de la compañía Torino Agencia S.A.S., se puede evidenciar que es una empresa muy joven en el mercado publicitario, como cualquier negocio que empieza es necesario trazar metas de ventas para así recaudar ingresos, al adquirir negocios con clientes se hace de vital importancia obtener materias primas,

insumos, mano de obra calificada, y todo lo necesario para que la empresa pueda tener un buen funcionamiento para así cumplir con la expectativas de los clientes externo e internos.

Al realizar una observación de la actividad diaria en la compañía, el equipo de trabajo puede verificar la desorganización al efectuar las respectivas compras y adquisición de servicios a terceros, no hay control interno, la compañía no cuenta con un listado de proveedores, las compras se realizan con base en requisiciones verbales o por medio de correo electrónico (esto en el mejor escenario), no se cuenta con un manual de proceso de compras, ni tampoco se relaciona un responsable.

La empresa Torino Agencia SAS, es una compañía que tiene una gran proyección, por esta razón el equipo de trabajo puede identificar que aunque se ha querido realizar una buena gestión por parte de sus propietarios, hay muchos vacíos en cuanto a las compras y su respectivo control, por ende al momento de realizar las causaciones de las facturas hay falencias, como no se tiene el debido control esto genera errores en lo que concierne a liquidación de impuestos, ingreso a terceros, control de inventarios de mercancías no fabricadas por la empresa, errores en la presentación de información exógena anual, etc.

Por lo anterior el equipo de trabajo propone realizar un manual de proceso de compras con el fin de implementar un debido control interno, que estas se efectúen de manera acertada, contando con buena calidad por parte de proveedores confiables, reducir costos de producción, aplicar de forma correcta los respectivos impuestos a las facturas, verificando desde el primer paso del proceso que estas cuenten los requisitos legales y tributarios de una factura.

1.1.2. Pronóstico

De seguirse presentando la situación encontrada en el departamento de compras de la empresa Torino Agencia SAS, puede generarse inconvenientes a nivel tributario, control de inventarios, fallas de información ante la DIAN (Medios magnéticos nacionales), ante la Secretaria de Hacienda Distrital (Medios Magnéticos Distritales) “ *mediante la Res.DDI-054989 de 09 de Agosto de 2.016 establece las personas naturales, jurídicas, consorcios, uniones temporales el contenido de la información y las características que deben presentar a la Dirección de impuestos de Bogotá DIB*”; dificultades al momento de realizar los pagos a terceros, por no contar con las certificaciones bancarias de estos; además, en caso de una auditoria se generarían traumatismos dentro del normal funcionamiento de la compañía, el debido proceso de compras solicita a sus proveedores algunos documentos para crear hojas de vida de estos en la empresa, desafortunadamente no se evidencian soportes de ningún tercero (Rut, Certificado de existencia y representación, Certificación bancaria, Certificación de clientes y proveedores), sometiendo al personal administrativo de la empresa en la búsqueda de estos documentos, por no haberlos solicitado en el momento inicial antes de generar las compras.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, el área de compras es la única responsable de que se emplee un control adecuado para los requisitos que se deben obtener por proveedor, además de implantar un conjunto de controles en el proceso, asegurándose que el producto y los proveedores cumplan con los requisitos específicos, los cuales han sido identificados mediante el pronóstico, el cual es una técnica utilizada en la planeación de las ventas e ingresos que se obtendrán de las mismas.

1.1.3. Control al pronóstico

De acuerdo al pronóstico previamente realizado, el equipo de trabajo propone realizar un manual de proceso de compras con el fin de garantizarlo, inicialmente se realizó un diagnóstico interno en el que se identificó cuáles eran los problemas a tratar, seguido por el diseño de los procesos necesarios para el desarrollo de las actividades que corresponden al área de compras, estando atentos de los beneficios que se obtendrán con la implementación de las mismas, teniendo así un estricto control de cómo se llevara a cabo su ejecución.

1.1.4. Formulación del problema y sistematización

Al tener claro que el problema principal en la empresa Torino Agencia SAS es la falta de un debido proceso de compras esto nos lleva a plantear el siguiente cuestionamiento: **¿Cómo implementar un proceso de compras eficiente en la empresa Torino Agencia S.A.S. que permita la generación de una oportuna y veraz información contable dentro de la compañía?**

En cuanto a la sistematización del problema se propone:

¿Cuáles son los factores internos que afectan la planeación y el debido proceso de compras en la empresa Torino Agencia S.A.S?

¿Qué parámetros para implementar el proceso de compras se deben tener en cuenta para su aplicación dentro de la compañía?

¿Cómo implementar la política de calidad al proceso de compras de la compañía?

¿Cómo se verificara el cumplimiento por parte de los proveedores de las condiciones establecidas en los contratos frente al procedimiento de compras?

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Diseñar un proceso de compras para la empresa Torino agencia SAS, que garantice la obtención de información veraz, oportuna y confiable para todos los departamentos de la compañía.

1.2.2 Objetivos específicos

- a.** Elaborar un diagnóstico interno de la compañía, en el cual se logre identificar las falencias existentes al momento de adquisición de un bien o servicio en el proceso de compras actual de la misma.
- b.** Realizar un estudio técnico y administrativo que comprenda los procesos y las funciones del área, a través de un direccionamiento estratégico.
- c.** Desarrollar una estrategia adecuada para la correcta implementación y aplicación del proceso de compras en la compañía.

1.3. Justificación

El informe presentado a continuación acerca del proceso de compras de la empresa Torino Agencia SAS, es importante a nivel económico puesto que propone la ejecución e implementación de un manual de compras, el cual es nuevo dentro de la compañía, dando como resultado un proceso ágil, novedoso en el cual se beneficiaran las distintas áreas de la misma, brindando una comunicación oportuna y un mejor servicio a sus usuarios, optimizando así los costos de la materia prima, mano obra calificada, gastos administrativos

dando como resultado, una mejor y pertinente información para su respectiva contabilización, contando con un debido control interno el cual hará más rápido, eficaz y seguro el proceso.

Desde el punto de vista académico se busca que al momento de que el equipo de trabajo implemente el proceso de compras en la empresa Torino Agencia SAS, se evidencien todos los conocimientos adquiridos durante el proceso académico, en el que se han visto materias como: procesos administrativos, contabilidad financiera, auditoria, innovación empresarial, mercadeo, entre otras las cuales son de gran utilidad como proceso de retroalimentación que resalta lo aprendido en la carrera de Contaduría Pública.

Por último es importante para el equipo de trabajo como futuras contadoras de la Republica de Colombia, realizar una actividad de tipo profesional, donde se puedan proyectar los conocimientos adquiridos, la experiencia en distintas áreas, el trabajo en equipo, contribuyendo mediante la implementación del manual de compras en este caso, además de aprender el hecho de delegar distintas funciones y actividades, confiar en el equipo de trabajo, estar preparados para futuros retos tanto profesionales como laborales, expandir los conocimientos más allá de un registro contable o una causación, analizar, indagar, siendo críticos, justos, y éticos, valorando el trabajo propio y el del equipo.

1.4. Limitaciones

El proyecto se realizó en la empresa Torino Agencia SAS, ubicado en la ciudad de Bogotá D.C en la Cra. 11 No 145- 71, Barrio Cedritos.

El proyecto tuvo una duración aproximada de 6 meses en los cuales se realizaron las distintas actividades propuestas, los recursos para realizarlas fueron otorgados directamente por la empresa, ya que son los principales interesados en la elaboración y puesta en marcha del proceso de compras con el fin de optimizar los costos y gastos dentro de la misma.

Capítulo 2 Fundamentación Teórica

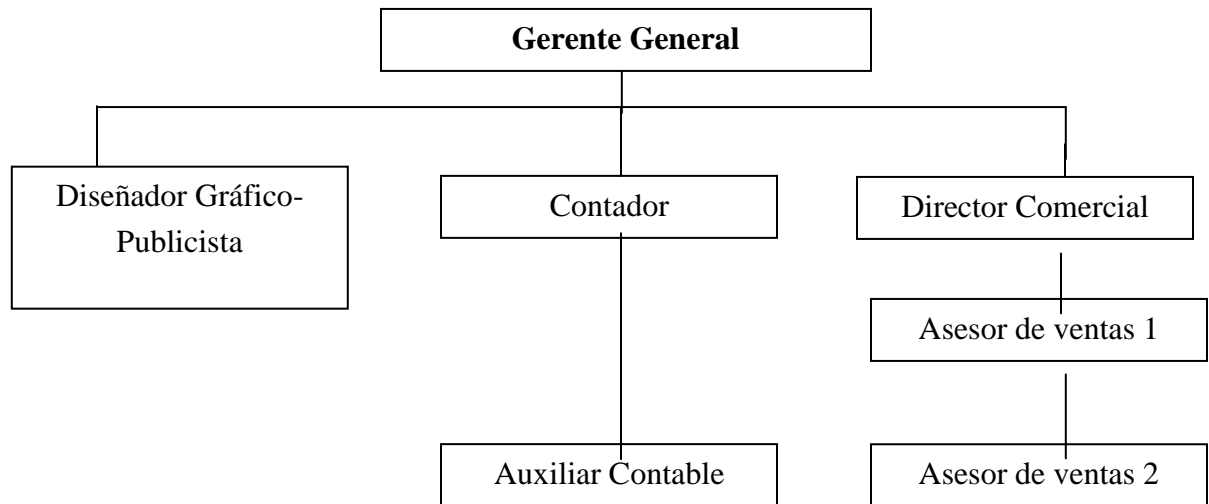
Como se ha tenido ocasión de comentar en la introducción, a pesar de que el marco general que ha guiado la investigación tiende a definir la importancia de la implementación de un manual de compras y su correcta administración por el equipo de investigación, el resto de aportaciones teóricas a las que se van a hacer alusión a continuación han servido de referencia, tanto para el diseño de esta investigación como para la interpretación de sus hallazgos más relevantes.

2.1. Marcos de referencia

2.1.1. Marco contextual

Aun cuando la publicidad representa para las empresas una inversión de gran importancia, paradójicamente, muy poco se conoce sobre su rol económico de mayor alcance. Esta influye en la sociedad no sólo desde el punto de vista económico, además contribuye a la adopción de cambios culturales, ayuda al éxito de causas sociales y a la normalización de valores democráticos; así mismo, posibilita a los ciudadanos poder disfrutar de una serie de actos tanto deportivos, culturales o lúdicos, mediante la fórmula del patrocinio, que no se desarrollarían de igual modo sin la ayuda que proporciona la comunicación comercial.

Del mismo modo, el contexto seleccionado para la práctica se evidencia en el siguiente organigrama, el cual evidencia cuales son las personas vinculadas al proceso. El organigrama de la empresa TORINO AGENCIA S.A.S, se muestra en la figura 1 y está conformado por: Gerente General, Publicista-diseñador gráfico, Contador, Auxiliar Administrativo, Director Comercial y dos asesores de ventas.



Fuente: Torino Agencia S.A.S

2.1.2. Marco teórico

Para hablar del desarrollo de la implementación del manual de compras en la empresa Torino Agencia S.A.S, se hace necesario enunciar la manera en como una organización debe plantear sus procesos y la planeación estratégica de la misma, además de cómo se lleva a cabo el desarrollo organizacional y la importancia de las compras con relación a un buen funcionamiento en su respectivo departamento.

Según Coral, A, (2014) menciona en su libro Administración de Compras “Adquisiciones y abastecimiento” se resalta uno de los factores importantes, la importancia de estas radica en su vitalidad para el éxito de las empresas, ya que determina la efectividad de la administración de los bienes adquiridos. La empresa necesita de insumos, materia prima, componentes y refacciones para su funcionamiento, sin los cuales no podría lograr la producción y distribución de sus productos. Las compras bien planeadas deben de reeditar a la empresa ahorros en efectivo, en su liquidez, y en la fluidez del capital. Bajo un

sistema organizado, las compras le representan a la empresa una buena administración, negociando plazos de pago, descuentos, oportunidad de uso y otros beneficios. Es vital para la adquisición de las materias primas y los recursos necesarios, involucrando los elementos que determinan la coordinación de las áreas de la empresa que requieren de materiales y/o insumos para su eficiente funcionamiento.

Según la Secretaria de Relaciones Exteriores SER (2004): “los Manuales Administrativos son un medio que es de mucha importancia para que se tenga una buena comunicación, es decir, un manual contiene de manera organizada las políticas y/o procedimientos de una compañía, las cuales deben ser las adecuadas para que se realice de manera correcta la ejecución de los procesos de la misma. Del mismo modo, se entiende que un manual de procedimientos o específicamente de compras en este caso, es un instrumento de apoyo administrativo, el cual está destinado a la búsqueda de un objetivo en común, describiendo de manera detallada como se llevara a cabo el procedimiento y las distintas actividades de las que se compone, teniendo en cuenta específicamente por quien será realizado, como será realizado, cuando será realizado y para qué.”.

“El manual de procesos y procedimientos es muy importante, ya que además de ser la recopilación de procesos, incluye las políticas, los responsables, las sanciones y las condiciones que logran que la empresa funcione correctamente, contando además con un reglamento que reúne todo lo anterior y todo aquello en lo que se basa la gestión de la organización”. (Rojas, Castañeda & Agudelo, 2009).

2.1.3. Marco legal

Este manual se realiza en base a la siguiente normatividad.

Estatuto Tributario Colombiano:

- a.** Art. 616 Factura o Documento Equivalente: esta factura o documento equivalente debe ser expedida en caso de que se realice una transacción con un comerciante, de prestación de servicios o de ventas. Sin embargo entre los sistemas de facturación hay que tener en cuenta los requerimientos de la factura electrónica la cual debe ser validada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y posteriormente entregadas al adquiriente una vez validadas.
- b.** Art. 617 Requisitos de la factura de venta: debe ser entregado el documento original y cumplir con unos requerimientos específicos – denominada como factura de venta, nombres completos y NIT del comprador y de vendedor o quien presta el servicio, consecutivo en la factura, fecha de expedición, descripción de los artículos y/o servicio prestado, neto a pagar e indicar la calidad del retenedor de impuesto a las ventas.
- c.** Art. 618 Obligación de Exigir Factura o Documento Equivalente: los adquirientes de bienes o servicios están obligados a exigir factura o documento equivalente, en el que conste que si lo obtuvieron para que puedan ser presentados en el momento de que se los requieran.
- d.** Decreto 2649 de 1993: por el cual se reglamenta la contabilidad general y se expiden las normas y principios de Contabilidad generalmente aceptadas en Colombia, buscando facilitar a los diversos entes económicos la consulta y aplicación de las normas que rigen la ciencia contable en nuestro país, además de

tener un control para que todas sean llevadas con eficacia y transparencia debido a su uniformidad.

- e. Decreto 410 de 1971: por el cual se expide el Código de Comercio de Colombia, el cual busca regular las relaciones mercantiles bien sea entre individuos o empresas.

2.1.4. Marco conceptual

Para la elaboración del trabajo se tendrá en cuenta los siguientes términos puesto que son fundamentales para el debido desarrollo del manual a realizar:

Compras: “Alcanzar la posesión de una cosa, por trabajo. Sinónimo de comprar, conseguir y obtener, acción de adquirir y hacer propio lo que a nadie pertenece”. (Coral, 2013).

Inventarios: Los inventarios de una compañía están constituidos por sus materias primas, sus productos en proceso, los suministros que utiliza en sus operaciones y los productos terminados.. (Muller, 2005).

El Flujo De Caja: Según Ballou (2004), es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc. Ejemplos de egresos o salidas de dinero, son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz, etc. La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto, constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. Si el saldo es positivo significa que los ingresos del período

fueron mayores a los egresos (o gastos); si es negativo significa que los egresos fueron mayores a los ingresos.

Cotización: Es un documento informativo que no genera registro contable. Cotización es la acción y efecto de cotizar (poner precio a algo, estimar a alguien o algo en relación con un fin, pagar una cuota). El término suele utilizarse para nombrar el documento que informa y establece el valor de productos o servicios. (Eppan & all, 2000)

Costos: Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión. El precio al público es la suma del gasto más el beneficio. (Perdomo, 2004).

2.2. Metodología

2.2.1. Plan de trabajo

Para la sensibilización del proceso de compras y la implementación del respectivo manual, se llevaron a cabo las siguientes técnicas:

Etapa 1: Conocimiento del departamento de compras. La primera etapa se enfoca en conocer el departamento, sus procedimientos y tipo de administración de la misma, además de su relación con las demás áreas conociendo sus funciones.

Etapa 2: Diseño de formatos de compra. Parte en la cual se diseñará formatos con logotipo e información fiscal de la empresa, tamaño carta y foliadas continuamente. Los siguientes formatos son: solicitud de compras, comprobación de gastos y solicitud de cotizaciones.

Etapa 3: Conclusión del alcance de la implementación del manual de compras. El equipo de trabajo de acuerdo a las necesidades de la compañía se propone realizar un manual de proceso de compras con el fin de implementar un debido control interno, en el que se evidencien y sean claras las funciones y las políticas del departamento, así como el patron de los proveedores y el correcto manejo de la cartera de compras.

2.2.2. Fuentes de información

Información primaria:

Dentro de la recolección de información primaria se encuentra:

1. Entrevista al Representante Legal Srta. Katherine Ávila, quien nos describe la actividad económica de la compañía, la forma como se realizan las compras dentro de esta, la falta de control que hay al momento de efectuarlas generando los pagos, y la aceptación de su parte para implementar el manual de compras propuesto.

2. Cuestionarios de diagnóstico correspondiente al área de compras – inventarios, compras y cuentas por pagar-, esto permitió identificar la opinión de los encuestados frente a la problemática planteada. Los cuestionarios se llevaron a cabo dentro de la compañía, y solo se aplicó los tres cuestionarios al representante del área de ventas. (Según Anexo 1)

En anexos podemos evidenciar los cuestionarios aplicados.

Información secundaria: Es aquella que el investigador recoge a partir de investigaciones ya hechas por otros investigadores con propósitos diferentes. La información secundaria existe antes de que el investigador plantee su hipótesis, y por lo general, nunca se entra en contacto directo con el objeto de estudio.

- a. Internet, periódicos y medios audiovisuales: para la investigación fue necesario tener en cuenta medios de comunicación que se encuentran disponibles de manera accesible al público.
- b. Revistas: documentos que tengan relación directa con el tema de investigación y permiten al equipo de trabajo contextualizarse en el tema como por ejemplo la revista Dinero u otras revistas de economía y administración.
- c. Libros: los textos utilizados para la recolección de la información tienen relación directa con teorías administrativas y fueron consultados de manera electrónica y en la biblioteca de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

2.2.3. Técnicas de recolección de la información

El estudio que se realizó dentro de la compañía para la solución de las distintas falencias que se presentan en cuanto a las compras que se generan dentro de esta, fueron en primera instancia la observación, la cual es una técnica en la que se tuvo como objetivo realizar un permanente seguimiento de las actividades de la empresa relacionadas con el proceso de compras con el fin de recolectar la información necesaria para lograr los objetivos propuestos.

Así mismo, se realiza la recolección de la información por medio de una serie de cuestionarios realizados a las áreas que manejan estos tres puntos – inventarios, compras y cuentas por pagar- , lo cual logro determinar las fortalezas y debilidades actuales que se

tienen frente al problema y fueron reforzados dentro del manual implementado. Las encuestas se llevaron a cabo entre todos los empleados de la empresa, dado que de algún modo tienen relación directa con el proceso de compras.

Capítulo 3 Descripción de la práctica profesional realizada

3.1. Descripción de la práctica

La práctica tenía el objetivo de realizar una observación minuciosa de las debilidades de la empresa, en la cual se encontró una clara deficiencia en el departamento de compras y como estas se estaban efectuando; por lo tanto el equipo de trabajo propone elaborar un manual de proceso de compras con el fin de centralizar los procesos concernientes a esta área, fomentando el trabajo en equipo, dado que esto no involucra solamente al área contable, sino que debe ser un compromiso de toda la compañía, puesto que en un momento determinado todas se verán implicadas en ese proceso.

Sin embargo, se ve la necesidad de implementar en el manual de compras cuales van a ser las áreas de aplicación y el alcance de los procesos, el responsable del proceso, las funciones y políticas del departamento, incluyendo personal profesional capacitado para el desarrollo del mismo y así sea mejorada en la totalidad la falencia de la empresa en cuanto al departamento en cuestión.

3.2. Presentación de resultados:

A continuación se presenta el manual de compras que se pretende implementar en la empresa TORINO AGENCIA S.A.S, el cual busca mejorar el proceso de compras dentro de la compañía. Adicionalmente en anexos, se encuentra los (3) tres cuestionarios aplicados al representante de compras los cuales fueron de gran ayuda para poder identificar las falencias y desarrollar de manera correcta el manual.

MANUAL PROCESO DE COMPRAS TORINO AGENCIA SAS

INDICE

INTRODUCCIÓN

1. UBICACIÓN
2. ÁREAS DE APLICACIÓN Y/O ALCANCE DE LOS PROCESOS
3. OBJETIVO
4. RESPONSABLE DEL PROCESO
5. CLIENTES Y PROVEEDORES DEL PROCESO
6. FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS
7. POLÍTICAS DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS
8. DESARROLLO
9. PATRÓN DE PROVEEDORES
10. COMPROBACIÓN DE GASTOS
11. CARACTERÍSTICAS A REVISAR EN UNA FACTURA
12. SOLICITUD DE COTIZACIONES
13. GLOSARIO

INTRODUCCION

El presente trabajo tiene como fin realizar y direccionar elementos enfocados en la elaboración y puesta en marcha de la Implementación del proceso de Gestión de compras en la empresa Torino Agencia SAS, esto se puede definir como la necesidad que tiene la empresa de tener control, sobre cada una de las adquisiciones de bienes y/o servicios que realice para el debido desarrollo de sus actividades económicas y el adecuado funcionamiento de todas y cada una de las áreas o departamentos de la compañía, cumpliendo dos funciones principalmente; descubrir fuentes de ahorro constantemente y generar ventajas competitivas, para lograr la eficiencia necesaria en el mercado actual.

Teniendo en claro lo anterior, se realizó a lo largo de la práctica un manual de proceso de compras, estableciendo guías, implementado formatos prácticos, re direccionando a las distintas áreas; lo cual servirá para efectuar un debido control organizacional, estableciendo parámetros, responsabilidades y funciones de los miembros de la organización.

Este manual estará explicado de forma detallada, facilitando así la comprensión de cada uno de los procesos que hacen parte de este, dando a conocer quién es responsable de cada acción dentro de las compras de la organización, dejando a un lado el informalismo que se viene presentando actualmente, y dando una visión de los procesos de una forma seria dentro de la empresa.

Dentro del desarrollo del objeto social de la compañía, se llevan a cabo distintos “procedimientos”, en el cual se genera la necesidad de realizar una compra, adquisición de servicio o algún otro tipo de medio que eventualmente pueda requerirse.

Por tal motivo la empresa Torino Agencia SAS, ve la necesidad de implementar un Manual de procedimientos de compra, para que este se convierta en una herramienta uniforme y eficaz mediante la cual los miembros de la organización puedan gestionar la resolución de compras o adquisición de servicios ya sea para las necesidades que surgen en el inventario o las de índole administrativo, a través de las empresas que suministra sus elementos o servicios a la agencia.

El proceso de compras y adquisición de servicios es por tanto, la puesta en marcha de todas las gestiones necesarias para un adecuado manejo, distribución, aprovechamiento de los materiales y servicios necesarios para la ejecución y resultado final de la venta de los materiales o servicios que presta la empresa.

En la empresa se pueden evidenciar tres (3) puntos fundamentales para implementar el procedimiento de compras:

- **INVENTARIOS**
- **COMPRAS ADMINISTRATIVAS**
- **CUENTAS POR PAGAR**

1. UBICACIÓN

La empresa Torino Agencia SAS, tiene su domicilio en la ciudad de Bogotá, esta cuenta con una oficina ubicada en la AV CRA 19 No 95-55 OF. 306, donde realiza sus distintas operaciones administrativas, contables, financieras y comerciales.

El objeto social de la compañía es: Realizar actividades y contraer contratos públicos y privados a nivel nacional e Internacional, en todo lo relacionado o que tenga que ver con actividades de publicidad, incluyendo pero sin limitar los siguientes tipos de publicidad tradicional y no convencional como

- a. Publicidad convencional y no convencional Radio, Prensa, Televisión
- b. Operación, creación, comercialización de Ferias, Congresos, Reuniones, Eventos y Conciertos.
- c. Publicidad alternativa para campañas, Activación de Marca, manejo de material P.O.P.
- d. Relaciones Publicas; entre otros concernientes.

2. AREAS DE APLICACIÓN Y/O ALCANCE DE LOS PROCESOS

El proceso de compras es aplicable, involucra y da alcance a todo el personal de las distintas áreas de la empresa Torino Agencia SAS., pero con especial atención en:

- a. Logística e inventarios
- b. Compras Administrativas y de funcionamiento

Y estas a su vez se divide en:

- c. **Compras de Mayor cuantía** (inventarios de mercancías, activos, y otros)
señalando mayor cuantía a partir de Novecientos Mil pesos \$900.000, ya que es una empresa pequeña y en la cual no se maneja grandes flujos de efectivo.
- d. **Compras de Menor Cuantía** (papelería, útiles de aseo y cafetería, mantenimiento de equipos de oficina, gastos de representación, mantenimiento general de la oficina, etc.) señalando desde el valor de Ochenta mil pesos \$80.000 a Ochocientos noventa y nueve mil pesos \$899.000.
- e. **Compras de Caja Menor** Fotocopias, papelería en menor medida, transportes urbanos (taxis y buses) entre otros, la cual tiene un desembolso de cuatrocientos mil pesos mensuales \$400.000.

3. OBJETIVOS

- a. Establecer un mecanismo de control que permita dirigir, supervisar y verificar las actividades que se llevan a cabo en el departamento de compras, cumpliendo con los principios de oportunidad, transparencia y eficiencia administrativa.
- b. Incorporar a los sistemas y procedimientos administrativos, la utilización de herramientas que ayuden a agilizar el flujo de información y de esta manera facilitar la toma de decisiones.
- c. Elaborar un proceso de Autorización, gestión Administrativa y financiera para el proceso de compras
- d. Verificar que los proveedores cumplan con los requisitos y requerimientos del proceso de compra o prestación de los servicios.

4. RESPONSABLE DEL PROCESO

El responsable del proceso de compras, tanto de mayor como de menor cuantía será el encargado del departamento administrativo, y quien solicitara previo consentimiento y autorización para efectuar dichas compras por parte de la gerencia y /o representante legal de compañía.

5. CLIENTES Y PROVEEDORES DEL PROCESO

Cliente Externo: Se define como clientes todas aquellas personas (naturales o jurídicas) en las cuales surja la necesidad de adquirir o presentar publicidad de sus productos y servicios.

Cliente Interno: Cliente Interno son las diferentes personas que trabajan en cada una de las áreas de la empresa, que en determinado momento realizan sus requerimientos al departamento de compras.

Proveedores: Son todas aquellas empresas y personas naturales que suministran sus productos o servicios a nuestra compañía. Algunos de nuestros proveedores

PROVEEDOR	DIRECCION	TELEFONO
BOTON PROMO	Calle 3 A # 18 – 27	3333 112
T-SHIRT LAB	Avenida Carrera 15 # # 119-70	5204710
DESING PROMO	Cra 69ª #71 a 11	2310509
E-COLOR	Pedidos por vía WEB	6346776-6346772
CASA DEL SCREEN	CL 75 17-13	211 0410

Fuente: Torino Agencia S.A.S

6. FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

1. Elaboración de las políticas de compra de la compañía y documentos que las respalden
2. Contar con un sistema presupuestal, para así tener un control de los gastos.
3. Definir los criterios de selección de los proveedores, los cuales deben cumplir con los niveles de calidad y se vea beneficiada la compañía.
4. Establecer el desarrollo del procedimiento de compras
5. Capacitar al personal nuevo en el área de compras, para que este logre ejecutar de manera efectiva el proceso de compras

7. POLÍTICAS DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

A continuación, se presentan las políticas el procedimiento de compras implementado en la empresa TORINO AGENCIA SAS.

- a. Toda compra debe ir respaldada por una orden de compra o de servicio, de lo contrario, el encargado de pagos no se hará responsable de su pago. Ninguna otra persona o dependencia de la empresa está autorizada para realizar compras.
- b. Las solicitudes de requerimiento, deben efectuarse por el área interesada.
- c. Las solicitudes para el desarrollo común, siempre deberán ser expedidas el interesado, quien deberá requerirlas en su totalidad.
- d. Compras deberá de asesorarse con las diversas áreas, cuando el material o servicio a adquirir, sea especializado.

- e. La recepción de solicitudes de requerimientos, se harán de acuerdo con el calendario elaborado por el departamento de compras, el cual será dado a conocer a todas las áreas mediante oficio.

8. DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO DE COMPRAS

Debemos comprender que la empresa TORINO AGENCIA SAS mantiene dos líneas de comunicación; la primera es interna (con las áreas internas: Administración, comercial, operativa-logística), y la segunda es externa (con proveedores y prestadores de servicios).

Si cada departamento realizara esta relación con el exterior, rompería con el primer filtro de control, permitiendo que cada área asignara las características de una compra, (precio, calidad, servicio postventa, proveedor, tiempo de entrega, condiciones de pago) que son funciones del departamento de compras.

Por tal motivo se debe establecer un canal de comunicación adecuado para la realización de una compra o la prestación de un servicio, considerando los lineamientos para la integración de la cuenta pública y a los distintos sujetos que se involucran en la cotización, revisión, autorización, compra directa, recepción de documentos, pago a proveedor, archivo de comprobaciones.

Del análisis anterior se desprende la necesidad de utilizar adecuadamente los documentos de control con los que actualmente contamos, sin dejar a un lado la necesidad de mejorar nuestros sistemas electrónicos puesto que estos serán los que nos permitan

agilizar el trámite.

Una vez explicadas las dos líneas de comunicación del departamento de compras, procedemos a traducir esta comunicación informal (verbal) a comunicación formal (escrita) que es la mejor forma de tener evidencia suficiente del procedimiento, así como de la justificación de la toma de decisiones. Lo anterior procede al tenor de los siguientes lineamientos.

1. La utilización de “Solicitudes de requerimiento” por parte de cada departamento dirigidas al área de compras, estas pueden ser enviadas vía electrónica o en papel donde anotaran por lo menos:
 - a. Los materiales o servicio que requieren.
 - b. El tiempo de entrega que solicitan
 - c. Anexar cotización previa si se cuenta con alguna
 - d. La justificación del gasto
 - e. Firma del encargado del área.
2. Una vez obtenida la solicitud por el departamento de compras, este procederá a solicitar cotizaciones a diferentes proveedores; dependiendo del monto del bien o el servicio, será el número de cotizaciones necesarias. La elección del proveedor se hará tomando en cuenta:
 - a) Calidad del producto: Se da privilegio a la calidad del producto o servicio inclusive sobre el precio
 - b) Precio: De proveedores con el mismo precio se escoge el de mejor calidad del servicio o el producto, se considera el precio más competitivo para productos de

igual calidad.

- c) Tiempo de Entrega: De acuerdo a conveniencia y urgencia del bien o servicio.
 - d) Crédito: Es definido según las políticas de pago
 - e) Por rotación: La Dirección puede definir que algunos pedidos se puedan rotar a cada proveedor en forma equitativa
3. Esta información deberá ser ingresada a una base de datos que permita generar un reporte del dinero ejecutado, que será el documento de control interno que arroje información real, actualizada y oportuna del comportamiento del gasto por partida y por proyecto (antes de que sea efectivamente pagada), a una fecha determinada, y será la prueba física y visto bueno del departamento de contabilidad de la suficiencia presupuestal mas no de la liquidez para el compromiso de pago.
 4. Hecho lo anterior se entenderá por autorizado el gasto; así mismo el gerente deberá firmar el original de la solicitud de desarrollo o adquisición de la compra a realizar, para su debida comprobación
 5. Cada solicitud generara un numero de control, que deberá ser archivado en el departamento de compras ya sea en un expediente de “autorizados” o en otro denominado “no autorizados”, donde incluirá toda la evidencia física del proceso de aceptación o rechazo del gasto, es decir, la solicitud generada por la dependencia, las cotizaciones previas, el control presupuestal ya sea autorizado o rechazado.
 6. Cuando el gasto sea autorizado, el departamento de compras generará un documento de control externo denominado “Requisición” (según sea el caso) que deberá de contener por los menos los siguientes requisitos:
 7. El departamento entregará este documento al proveedor o prestador de servicios

solicitando surta el material o preste el servicio.

8. El proveedor procederá a prestar el servicio o entregar el bien requerido. El proveedor deberá presentar en el área de compras el comprobante físico que ampare el bien o servicio suministrado, acompañado siempre de la Requisición, recibiendo a cambio un contra recibo, el cual debe contener la fecha de compromiso de pago.
9. El departamento de compras deberá anexar a la factura y requisición, el segundo tanto del control administrativo y contable previamente autorizado y demás comprobación

Una vez completa la comprobación del gasto, el departamento de compras enviará a la tesorería las comprobaciones mediante relación anexa, para continuar con el trámite de pago ya sea mediante la elaboración de cheque o vía transferencia electrónica.

Queda estrictamente prohibido ejercer el pago sin que la comprobación haya sido completada.

De forma mensual el departamento de compras deberá practicar una conciliación contable con el departamento de contabilidad, para validar que la información ingresada en la base de datos del sistema de control, corresponda a lo registrado en los libros contables tanto en monto como en la partida presupuestal correspondiente. Si llegara a existir alguna desviación, se deberá realizar la reclasificación del gasto a la partida correcta ya sea en los registros contables o en la base de datos del control presupuestal dentro de los 10 días naturales del mes que sucede.

9. PATRÓN DE PROVEEDORES

Es importante que se valide el adecuado registro de los proveedores, para poder asignarles la compra de los artículos y materiales requeridos para el desempeño de las actividades programadas a realizar por la compañía en el desarrollo de su programación de entrega de materiales.

Se deberá garantizar la transparencia en el registro de los proveedores y actualización de datos en el sistema, debido a que en caso en caso de una auditoria se generarían traumatismos dentro del normal funcionamiento de la compañía, el debido proceso de compras solicita a sus proveedores algunos documentos para crear hojas de vida de estos en la empresa, desafortunadamente no se evidencian soportes de ningún tercero (Rut, certificado de existencia y representación, certificación bancaria, certificación de clientes y proveedores), sometiendo al personal administrativo de la empresa en la búsqueda de estos documentos, por no haberlos solicitado en el momento inicial antes de generar las compras; por lo tanto el departamento de compras se debe encargar de realizar una revisión periódica de los proveedores para asegurar que siempre este actualizado.

Para dicho ingreso se solicitará a los proveedores los siguientes documentos.

- a. Rut actualizado con actividad económica.
- b. Fotocopia de la cedula del representante legal.
- c. Certificado de existencia ante cámara de comercio.
- d. Certificación Bancaria no mayor a 30 días.
- e. Certificación comercial de entidades (mínimo dos).

Se llevará a un archivo las solicitudes de los proveedores que no hayan sido aprobadas, con el fin de que si en el futuro quieren realizar de nuevo una solicitud ya se tenga un registro de los documentos con los que cuentan y solo deban presentar específicamente en lo que no cumplen, dado que lo otro está registrado en el sistema.

Por otro lado, el departamento de contabilidad es la única área autorizada para realizar modificación a los proveedores en el sistema, además debe asignarle a cada proveedor una cuenta contable y hacer la activación en el sistema, con previa autorización del Gerente General.

10. COMPROBACIÓN DE GASTOS

1. Después de recibido el cheque que se aplicará a gastos a comprobar, tendrán un plazo máximo de **VEINTE (20)** días hábiles para entregar la documentación que ampare el gasto ejercido, en el Departamento de Contabilidad, y la comprobación de Recursos Específicos en el Departamento de Atención a Clientes ,donde le sellarán de recibido.

Si no queda debidamente comprobado en el plazo anteriormente señalado se procederá a retener los vales de despensa, o bien al descuento vía nómina del responsable del proyecto o en su caso del beneficiario.

2. Requisitos para la comprobación de gastos:
 - a. Reporte de Gastos
 - b. Vale de caja
 - c. Comprobantes con los requisitos fiscales, legibles, sin tachaduras, enmendaduras, etc

- d. La comprobación de gastos deberá realizarse por cheque emitido y fondo, es decir en un reporte de gastos no incluir las comprobaciones de dos o más cheques.

11. CARACTERÍSTICAS A REVISAR UNA FACTURA

Quien solicite y obtengan una factura, será responsable de revisar que los datos que contenga sean correctos, para lo cual deberá tener en cuenta los siguientes lineamientos establecidos en el Art. 617 del Estatuto Tributario Colombiano.

- 1) Estar denominada expresamente como factura de venta.
- 2) Apellidos y nombre o razón y NIT del vendedor o de quien presta el servicio.
- 3) Apellidos y nombre o razón social y NIT del adquirente de los bienes o servicios, junto con la discriminación del IVA pagado.
- 4) Llevar un número que corresponda a un sistema de numeración consecutiva de facturas de venta.
- 5) Fecha de su expedición.
- 6) Descripción específica o genérica de los artículos vendidos o servicios prestados.
- 7) Valor total de la operación.
- 8) El nombre o razón social y el NIT del impresor de la factura.
- 9) Indicar la calidad de retenedor del impuesto sobre las ventas.

Conjuntamente con lo anterior se deberá comprobar la autenticidad de cada factura que ingrese, ello para constatar la validez de las mismas, evitando con ello que sean contabilizadas y pagadas facturas falsas.

12. SOLICITUD DE COTIZACIONES

1. La solicitud de las cotizaciones debe hacerse por el departamento de compras para que estas áreas las realicen y pueda complementar el archivo correspondiente.
2. Las cotizaciones se realizarán con los proveedores que estén debidamente registrados y autorizados por la Gerencia General.
3. Toda cotización debe tener incluida su unidad de medida, precio, forma de pago, garantías y condiciones
4. Las cotizaciones soporte deben tener una fecha máxima de expedición de 120 días calendario, para que pueda ser autorizada la compra

13. GLOSARIO

Compras:

Podría decirse que la compra es un trueque en el cual el dinero es el medio de intercambio. El vendedor “cambia” sus productos al comprador por dinero.

Cotizaciones:

Es también conocido un tipo de documento, de carácter eminentemente informativo, que establece el precio de un bien o servicio, generalmente empleado para gestionar las negociaciones de compra, así como para consideraciones de carácter presupuestario.

Proveedores:

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos

posteriormente o directamente se compran para su venta.

Gasto:

Es un egreso o salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para un artículo o por un servicio

Calidad:

La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de calidad.

Clientes:

Un cliente es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto

Presupuesto:

Un presupuesto es un plan operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios.

Capítulo 4 Análisis de resultados

4.1. Análisis e interpretación de los resultados

Al implementar el manual de compras, el cual esta adjuntado en el capítulo (3) tres, los resultados fueron evidentes desde ese momento por lo que se concluye que de acuerdo al manual de compras implementado en TORINO AGENCIA S.A.S se cumplió con los objetivos en principio planteados, como lo son:

- a.** Establecer un mecanismo de control que permita dirigir, supervisar y verificar las actividades que se llevan a cabo en el Departamento de Compras, cumpliendo con los principios de oportunidad, transparencia y eficiencia administrativa.
- b.** Incorporar a los sistemas y procedimientos administrativos, la utilización de herramientas que ayuden a agilizar el flujo de información y de esta manera facilitar la toma de decisiones.
- c.** Elaborar un proceso de autorización, gestión administrativa y financiera para el proceso de compras
- d.** Verificar que los proveedores cumplan con los requisitos y requerimientos del proceso de compra o prestación de los servicios.

4.1.1 Análisis de los resultados obtenidos

El manual implementado especifica las áreas de aplicación y alcance del proceso, funciones y políticas del departamento de compras y quien será el responsable, así mismo evidencia cual será el desarrollo y procedimiento de aprovisionamiento. Al realizar lo anterior, quedo estandarizado como se debe llevar a cabo al momento de ejecutar las compras, los documentos que deben quedar como soporte así facilitando el manejo,

buscando que de esa manera se incremente la productividad y eficiencia de la empresa.

La descentralización del proceso de compras evita el control y coordinación entre las diferentes áreas de la compañía, con la implementación del manual de compras en la organización se puede observar un control de compras, así como una adecuada selección de los proveedores, aportando fundamentos administrativos como nueva cultura organizacional o planeación estratégica.

4.1.1.1.Evaluación por parte del estudiante

Entre los objetivos planteados a realizar en la práctica profesional, el que tiene mayor relevancia es el general, el cual menciona que se busca diseñar un proceso de compras para la empresa Torino agencia SAS, que garantice la obtención de información veraz, oportuna y confiable para todos los departamentos de la compañía, pretendiendo ser logrado a través de objetivos específicos tales como – realizar un diagnóstico interno de la compañía, estudio técnico y administrativo y una estrategia adecuada para su correcta implementación y aplicación. Estos objetivos fueron cumplidos en su totalidad, primeramente se aplicaron cuestionarios y se entrevistó a la representante legal para identificar las falencias del proceso de compras en la empresa, seguido del desarrollo de un manual de compras en el que se especifica cómo se desarrollaran estas transacciones y los requisitos mínimos para las mismas.

Por otro lado es importante recalcar los objetivos que se lograron a manera profesional y personal en el equipo de trabajo:

- a) Se pudo poner en práctica y reforzar sus conocimientos, competencias y habilidades

al integrarse en un ámbito profesional.

- b) Se logró conocer la realidad social la cual permitió desarrollar una muy buena capacidad de análisis y ser propositivo ante las necesidades.
- c) Recibir asesoría y capacitación directa en la unidad receptora para el desarrollo de las actividades asignadas.
- d) Poder articular el servicio social y las prácticas profesionales en un proyecto.
- e) Poder enriquecer el curriculum vitae, ya que las prácticas profesionales se consideran como experiencia laboral.

4.1.2. Conclusiones e Impacto y recomendaciones respecto al desarrollo de la práctica profesional

Conclusiones

Hoy en día, manejar la información de una organización se ha vuelto cada vez más importante, el cual se ha convertido en un recurso organizacional necesario y estratégico para la toma de decisiones, así mismo la centralización de las compras permite una planificación adecuada en la adquisición de las mismas y está directamente relacionada con la calidad de bienes y/o servicios que brinda la empresa.

Al tener un control interno en las compras, es posible evitar muchos riesgos, al contar con los factores determinantes en una buena compra como lo son: calidad, precio, condiciones de entrega, ente otros, lo que permite buenos manejos de los proveedores, de igual manera este debe estar sujeto a supervisión y contar con el apoyo de cada área de la organización facilitando el proceso, buscando lograr mayores utilidades a la empresa

a) Recomendaciones

Realizar una campaña de sensibilización para los empleados que permita la realización de un proceso de compras transparente, la cual debe ser una actividad guiada por las directivas de la organización, teniendo en cuenta que es de vital importancia que el personal participe de manera activa en los procesos concernientes a la realización e implementación de un manual de compras para la empresa, de igual forma deben ser capacitados para que cuenten con la información suficiente para su aporte en la construcción de estrategias de mejora tanto como para el departamento como para la compañía.

Una vez puesto en marcha el manual de compras, se sugiere primeramente continuar con una estrategia de reducción de costos en compras para la compañía, seguido de una evaluación periódica del desempeño del departamento, si se están cumpliendo las funciones, se están aplicando las políticas y los requisitos, buscando que esta evaluación mida la eficiencia y eficacia de cómo están siendo implementados los procesos.

REFERENCIAS

- Alberto Sangri Coral (2013). Administración de compras México. Disponible en:
<http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074386202.pdf>
- Ballou, Ronald H, (2004). Logística: administración de la cadena de suministro, Pearson Educación, p.330,331
- Estatuto Tributario. Disponible en:
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_tributario.html
- Eppan G.D. y otros, (2000). Investigación de operaciones en la ciencia administrativa, Pearson Educación, p.364
- Muller, Max, (2005). Fundamentos de administración de inventarios, Editorial Norma, p.1
- Perdomo Moreno, Abraham. (2004) Fundamentos de control interno, Cengage Learning Editores, p.72
- Rojas, Castañeda & Agudelo. (2009). Diseño del manual de procesos, procedimientos y funciones para la distribuidora e importadora c. i coffee inn de la ciudad de Pereira (Risaralda), Universidad Tecnológica de Pereira. Disponible en:
<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/2214/658306A282.pdf;jsessionid=101348CA9CE7CEC23288B2C7E55640BD?sequence=1>
- Secretaria de Relaciones Exteriores SER (2004), Guía técnica para la elaboración de manuales de procedimientos, revisado el 28 de febrero de 2017. Disponible en:
http://www.uv.mx/personal/fcastaneda/files/2010/10/guia_elab_manu_proc.pdf

Vicerrectoría Regional, (s,f). Corporación Universitaria Minuto de Dios. Revisado el 19 de febrero de 2017. Disponible en: <http://www.uniminuto.edu/web/llanos/mision-vision-y-calidad>

ANEXOS

Cuestionarios de Investigación

INVENTARIOS

PREGUNTAS, CONFIRMACIONES Y CUENTIONAMIENTOS	CUMPLE SI	NO CUMPLE NO
¿Existe un manual de procesos que describa lo relacionado con autorización, custodia, registro control y responsabilidad en los inventarios?		X
¿Existe control sobre el mínimo y el máximo de existencias?	X	
¿Las compras de inventario están debidamente autorizadas.?	X	
¿Los retiros de inventarios son autorizados por un funcionario competente?	X	
¿Aprueba un funcionario responsable la venta de existencias obsoletas no utilizadas o deterioradas?	X	
Se llevan los registros de inventarios debidamente valorizados?		X
¿Se efectúa de forma periódica comprobaciones de los registros auxiliares de inventario contra las respectivas cuentas del libro mayor?		X
Las existencias que se reciben son registradas con la descripción de cantidad, calidad, y cualquier otra información necesaria	X	
¿Existen procedimientos claramente establecidos para identificar faltantes en la recepción de bienes y suministros?		X
¿Son conciliados los resultados de los inventarios físicos contra los registros de contabilidad?		X
¿Se investigan dichas diferencias?		X
¿Las instalaciones son adecuadas para la conservación de los inventarios?	X	
¿Son los inventarios físicos, tomados por personas ajenas a la custodia de los inventarios?		X
¿Se encuentran debidamente asegurados los inventarios, teniendo en cuenta el valor de los mismo?		X
¿Se realiza el costeo de la mercancía de inventario?		X

Fuente: elaboración propia

COMPRAS

PREGUNTAS, CONFIRMACIONES Y CUENTONAMIENTOS	CUMPLE SI	NO CUMPLE NO
¿Conoces los procedimientos que te aplican? ¿Puedes enseñármelos?		X
¿Existen normas o procedimientos para comprar?		X
¿Se usan técnicas que permitan determinar que las adquisiciones presentan la mejor relación entre costo y utilidad?		X
¿Se realizan las compras únicamente a base de solicitudes o peticiones firmadas por funcionarios autorizados?		X
¿Son las cantidades requeridas determinadas en base a métodos cuantitativos adecuados?		X
¿Son establecidos en forma adecuada los momentos en los que se realizarán los pedidos por métodos adecuados?		X
¿Cómo se verifica el cumplimiento por parte de los proveedores de las condiciones establecidas en los contratos?		X
¿Existe un listado de proveedores? ¿Cada cuanto se revisa? ¿cumplen las condiciones de las ofertas adjudicadas? Y si no, ¿que se hace?		X
¿Las ofertas (por parte de proveedores) ¿se adecuan a los pliegos de condiciones, las condiciones ofertadas (plazo, calidad, etc.)?		X
¿Conoces la política de calidad de la empresa? ¿dónde está publicada?		X
¿Dónde y por quién se efectúan las operaciones de compra?		X
¿Se encuentran definidos por escrito los productos y los requisitos solicitados a los proveedores?		X
¿Existe una selección de proveedores y se encuentran definidos los criterios de selección?		X
¿Existe una evaluación de proveedores y sus criterios de evaluación?		X

¿Existen registros de las evidencias de cumplimiento de los criterios de selección, evaluación y reevaluación?		X
¿Existe una metodología adecuada para la realización de los pedidos de compra?		X
¿Los pedidos de compra contienen información sobre todos los requisitos deseados?		X
¿Se cumple la metodología definida para los requisitos de compra?		X
¿Existe definida una metodología adecuada para inspección de los productos comprados?		X
¿Están definidas las responsabilidades para la inspección de los productos comprados?		X
¿Existen registros de las inspecciones conformes a la metodología definida?		X
¿Son los precios de las compras revisados por un funcionario ajeno a las compras con el fin de determinar si las mismas fueron efectuadas a los precios y condiciones más favorables para la empresa?		X
¿Existen normas sobre autorizaciones de compra basadas en el monto o límite de la misma?		X
¿Son controladas numéricamente las Órdenes de Compra?		X
¿Se utilizan adecuados medios de transporte de los productos adquiridos?		X
¿Existe una política de seguro adecuada para la mercadería en tránsito?		X
¿Se exigen explicaciones por escrito en aquellos casos en los que no se pidieron cotizaciones, o que la compra fue realizada a quien no ofreció la cotización más baja?		X

Fuente: elaboración propia

CUENTAS POR PAGAR

PREGUNTAS, CONFIRMACIONES Y CUENTIONAMIENTOS	CUMPLE SI	NO CUMPLE NO
¿Las funciones de control contable sobre los pasivos con proveedores y bancos están formalmente definidas y asignados?		X
¿Se reciben mensualmente estados de cuenta de los proveedores más importantes?		X
¿Los estados de cuenta mencionados anteriormente, se concilian con los registros de la empresa y se hacen oportunamente los ajustes necesarios?		X
¿Se aprovechan todos los descuentos por pronto pago concedidos por los proveedores?		X
¿Se confirman periódicamente los saldos con los principales proveedores?		X
¿Se controlan las facturas inmediatamente después que son recibidas?		X
¿Se comparan las facturas con : a) Ordenes de compras - b) Remisiones del proveedor- c) Ingresos de recepción en cuanto a cantidad		X
¿Se deja constancia de tales verificaciones?		X
Se estampa el sello de <i>DUPLICADO</i> en la copia de las facturas		X
¿Están los comprobantes de egreso con las correspondientes facturas?	X	
¿El sistema de archivo está organizado en función del vencimiento de las facturas?		X
¿Se tiene control para no realizar dobles pagos a facturas causadas?		X
Se encuentran contabilizados los anticipos y cruzados claramente		X
Se verifica que las facturas cumpla con los requisitos para poder contabilizarla y posteriormente pagarla		X
Las cuentas de cobro tienen sus respectivos documentos equivalentes	X	
¿Son las facturas por pagar aprobadas para realizar estos pagos?		X

Fuente: elaboración propia