



Instituto Superior Universitario de Formación.

Carrera:

Tecnología en Contabilidad y Auditoría

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Reestructuración del módulo de seguimiento de órdenes de compra en la compañía
TELCONET”

Autor:

Joshua Joel Chonillo Quichimbo.

Tutor:

Ing. Tapia Andino Juan Carlos

Guayaquil-Ecuador

2022



Instituto Superior Universitario de Formación.

Carrera:

Tecnología en Contabilidad y Auditoría

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Reestructuración del módulo de seguimiento de órdenes de compra en la compañía

TELCONET”

Autor:

Joshua Joel Chonillo Quichimbo.

Tutor:

Ing. Tapia Andino Juan Carlos

Guayaquil-Ecuador

2022

Yo, **Joshua Joel Chonillo Quichimbo**, declaro bajo juramento que el presente trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Contabilidad y Auditoría, titulado: **“Reestructuración del módulo de seguimiento de órdenes de compra en la Compañía Telconet, en el cantón Guayaquil de la provincia del Guayas”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de titulación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....

Joshua Joel Chonillo Quichimbo.

C.I 0950082248

Reconocimiento de firma Notariado

Copia de cédula y certificado de votación a color

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
N. 095008224-8

APellidos y Nombres
**CHONILLO QUICHIMBO
JOSHUA JOEL**



Lugar de Nacimiento
GUAYAS

Lugar y Fecha de Expedición
**PEDRO CARBO / CONCEPCION
1998-05-08**

Nacionalidad **ECUATORIANA**

Sexo **HOMBRE**

Estado Civil **SOLTERO**

INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **BACHILLER**

APellidos y Nombres del Padre **CHONILLO CEVALLOS JOSE**

APellidos y Nombres de la Madre **QUICHIMBO MACIAS NORA**

Lugar y Fecha de Expedición
**GUAYAQUIL
2018-05-08**

Fecha de Expiración
2028-05-08

V4433V2222

001418883

Joshua Chonillo




CERTIFICADO DE VOTACIÓN 11 ABRIL 2021

PROVINCIA: **GUAYAS**

CIRCONSCRIPCIÓN: **2**

CANTÓN: **GUAYAQUIL**

PARROQUIA: **TARQUI**

ZONA: **1**

JUNTA No. **0122 MASCULINO**

N. **10048816**

CE No. **0950082248**

CHONILLO QUICHIMBO JOSHUA JOEL



Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

Yo, **Ing. Juan Carlos Tapia Andino**, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnóloga en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es: “**Reestructuración del módulo de seguimiento de órdenes de compra en la Compañía Telconet, en el cantón Guayaquil de la provincia del Guayas**”, fue elaborado por la Sr. Joshua Joel Chonillo Quichimbo, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....
Ing. Juan Carlos Tapia Andino.

Tutor de trabajo de titulación.



DEDICATORIA

El siguiente proyecto de tesina, se lo dedico a Dios quien desde muy pequeño me ha cuidado y concediéndome cosas que no era digno de recibir, acompañándome día a día en cada siendo mi protector quien no me soltó aun en mis peores momentos, a la Virgen María quien con su manto supo acobijarme mostrándome el verdadero significado del amor al hermano.

Joshua Joel Chonillo Quichimbo.



AGRADECIMIENTO

El presente trabajo investigativo, es en agradecimiento primero a Dios, quien me ha concedido tanto ayudándome a ser mejor persona, a mi familia por estar en constante apoyo dándome ánimo y fuerza para cumplir este objetivo.

A la Compañía Telconet, que me dio las directrices y pudo ser la guía que necesitaba para culminar el propósito alcanzado y al departamento de compras que día a día eh aprendido de cómo se puede llevar de manera eficiente el proceso de compras, agradezco la confianza que me brindaron para poder culminar este proceso tan importante para mí.

Al Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, y a sus docentes de la carrera de Contabilidad y Auditoría, por permitirme formar parte de ella, De manera muy especial al Ing. Veliz por inculcar el espíritu investigativo y al Ing. Tapia por ser la guía que me permitió terminar el objetivo, y a las demás personas que de una u otra manera estuvieron en cada paso brindándome su apoyo para culminar este gran paso.

Joshua Joel Chonillo Quichimbo

INDICE

Introducción.....	17
CAPÍTULO I.....	22
1.1. Marco Histórico.....	22
1.1.1. Era de las industrias.....	22
1.1.2. Inicios de la fibra óptica.....	23
1.1.3. Primera red en Ecuador.....	23
1.1.4. Historia de Telconet.....	23
1.2. Marco Teórico.....	24
1.2.1. CONCEPTO DE COMPRAS.....	25
1.2.2. Gestión de compras y proveedores.....	26
1.2.3. Importancia de las compras.....	26
1.2.4. Objetivo del proceso de compras.....	27
1.3. Marco Conceptual.....	28
1.4 Marco jurídico.....	29
1.4.1 Constitución Nacional de la República del Ecuador.....	29
1.4.3. Leyes y reglamentos del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información y sus entidades adscritas.....	32
1.4.4. Ley orgánica de régimen tributario interno (LORTI).....	34
CAPÍTULO II.....	36
METODOLOGÍA EMPLEADA.....	36

2.1. Enfoque.....	36
2.1.1. Enfoque cuantitativo:.....	36
2.1.2. Enfoque cualitativo:.....	37
2.1.2. Tipos de investigación.....	37
2.3.2. Método empírico.....	43
2.3.3. Método estadístico.....	44
2.4.Herramienta de análisis	47
2.4.1. Análisis PEST.....	47
2.4.2.Análisis FODA	48
2.4.3. Análisis CAPA	49
2.5. Análisis de los resultados	49
2.5.1. Análisis del método de la entrevista.....	49
2.5.2. Aplicación del método de encuesta a los 13 trabajadores y posibles interesados	
51	
2.5.3 Análisis de los resultados del método de observación	58
CAPITULO III	60
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	60
3.1. Título de la propuesta	60
3.2. Objetivo de la propuesta	60
3.3. Descripción de la propuesta.....	60
3.4. Factibilidad de la aplicación.....	61

3.4.1. Factibilidad Económico.....	61
3.4.2. Factibilidad Operativo.....	61
3.4.3. Factibilidad Técnica.....	62
3.4.4. Factibilidad Tiempo.....	62
3.5. Desarrollo de la propuesta.....	62
3.5.1. Análisis del departamento de compras.....	63
3.5.2. Análisis de proveedores.....	64
3.5.3. Aplicación del módulo de compra.....	65
3.5.4. Rotación del producto a nivel de inventario.....	66
Capitulo IV.....	68
4. Conclusiones y recomendaciones.....	68
4.1. Conclusión.....	68
4.2 Recomendación.....	69
Bibliografía.....	70
Anexos.....	73

INDICE DE TABLA

TABLA 1. Plan creación de oportunidades.....	30
TABLA 2. Tabla de Cuánto tiempo demoran en entregar la mercadería.....	51
TABLA 3. Tabla de Cuánto es el tiempo de crédito actual que se está manejando.....	52

TABLA 4.	Tabla de cuantos proveedores se encuentran calificados.....	54
TABLA 5.	Tabla de los proveedores que se trabaja actualmente.	55
TABLA 6.	Tabla si Se realizan evaluaciones periódicas a proveedores.....	56
TABLA 7.	Tabla Conoce usted la Política de Compras.....	57

INDICE DE IMAGEN

IMAGEN 1.	Tabla Nivel de confianza	45
IMAGEN 2.	Cálculo de la muestra de un sitio web.....	46
IMAGEN 3.	Porcentaje del tiempo que demoran en entregar la mercadería	51
IMAGEN 4.	Porcentaje del tiempo de crédito actual que se maneja.....	53
IMAGEN 5.	Porcentaje de los proveedor se encuentra calificado por la SGS.....	54
IMAGEN 6.	Porcentaje de cuantos proveedores calificados se está trabajando.	55
IMAGEN 7.	Porcentaje si está realizando evaluaciones se realizan a los proveedores...	56
IMAGEN 8.	Porcentaje sobre las políticas de compras.....	57
IMAGEN 9.	Consulta del módulo de compra donde se realizara la restauración.	63
IMAGEN 10.	Análisis de proveedores	65
IMAGEN 11.	Módulo de orden de compra	66
IMAGEN 12.	Movimiento del articulo bajo los ingresos de compras locales	66

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Cuestionario.....	73
Anexo 2.	Registro inicial de proveedores	74

Anexo 3.	Evaluación técnica de bienes	76
Anexo 4.	Evaluación técnica de servicios	78
Anexo 5.	Seguimiento de desempeño a proveedores	80

Informe del Urkund

Resumen

En Telconet Latam siempre se está buscando la mejora continúa siguiendo muy de cerca cada avance de la tecnología.

Este proyecto tiene como objetivo buscar la eficiencia laboral en la Compañía Telconet, nace con la finalidad de reducir tiempo al dar seguimiento a las órdenes de compra.

Se realizó un estudio evidenciándose que el programa que se utiliza en la compañía se puede mejorar, buscando la innovación en conjunto con la tecnología para que el sistema pueda reducir tiempos de trabajo.

La propuesta se basa en la reestructuración del módulo de compra donde el sistema identifique órdenes de compra en estado “incompleta o emitida” y de manera automática se envíe una alerta al proveedor mediante correo.

Para que el sistema funcione de manera ágil y precisa se trabajará con los departamentos de Sistemas y Cert quienes con su conocimiento en este programa ayude a reducir tiempo de trabajo en el departamento de compras.

Palabras claves: Tecnología, Innovación, Eficiencia Laboral.

ABSTRACT

At Telconet Latam, continuous improvement is always being sought, closely following each advance in technology.

The objective of this project is to seek labor efficiency in the Telconet Company, it was born with the purpose of reducing time when following up on purchase orders.

A study was carried out showing that the program used in the company can be improved, seeking Innovation in conjunction with technology so that the system can reduce work times.

The proposal is based on the restructuring of the purchase module where the system identifies purchase orders in "incomplete or issued" status and an alert is automatically sent to the supplier by mail.

In order for the system to work in an agile and precise manner, work will be done with the Systems and Cert departments who, with their knowledge of this program, will help reduce work time in the purchasing department.

Keywords: Technology, Innovation, Labor Efficiency.

Introducción

El área de compras es un área donde se está en constante comunicación con los proveedores y solicitantes, juega un papel importante para los procesos internos y externos de la compañía, esto para lograr los diferentes objetivos y/o proyectos que se establecerán durante el año teniendo como finalidad la adquisición de un producto o servicio a utilizar.

Compras utiliza herramientas importantes como órdenes de compra que facilitan a los proveedores la necesidad de la compra a desarrollar y se utiliza como documentación importante para proteger ambas partes en un proceso de auditoría.

El área de compras maneja un papel crucial en la compañía donde es auditada por la ISO 37001 la gestión del antisoborno esta norma evita cualquier trato exclusivo con los proveedores y así evitando que atenten con la integridad del colaborador.

El seguimiento que se da a las órdenes de compras se tiene como finalidad de automatizar el proceso de adquisición de un producto o servicio que se requiera de un proveedor externo y es de información para los proveedores puedan saber dónde debe entregar el producto solicitado y a su vez agiliza la compra hasta la facturación donde una vez aceptada la orden de compra por el proveedor se convierte en un contrato que debe efectuarse en un tiempo determinado.

En la contabilidad juega un papel importante ya que ayuda a gestionar inventarios de manera más eficiente agilizando la cadena de suministro y cuidando la liquidez, evitando riesgos financieros y gestionando el tiempo de crédito de cada compra a desarrollar.

La importancia de crear órdenes de compra nos ayuda a saber la cantidad que vamos a comprar, el tipo de producto, el costo, las condiciones de pago y la forma de entrega y esto a su vez es de suma importancia para el proveedor ya que será quien nos va a proporcionar la mercadería.

Los riesgos que pueden suceder a realizar una compra son varios entre ellos encontramos que el material solicitado no sea de calidad , o las variaciones en las medidas esto en caso de comprar materiales de construcción, otro de los riesgos que pueden suceder en una compañía es el no evaluar el desempeño de los proveedores esto se puede medir en la calidad, el cumplimiento de entrega del producto o servicio entre otros , algunas veces las empresas ignoran la rotación del inventario este error trae como consecuencia una inflación y en algunas ocasiones le resulta complicado vender el producto por la rotación que se maneja en la bodega.

Los proveedores juegan un papel importante en cada compañía son los que ayudan abastecer el inventario en las bodegas, pero para que cada proveedor pueda entregar sus servicios tienen que estar certificados por la SGS, esta entidad reguladora ofrece sostenibilidad, confianza, y calidad para que las demás empresas puedan estar seguras en las operaciones que manejan tanto como productos, procesos o sistemas esto nace por las necesidades del cliente y las demandas del consumidor.

Telconet es una empresa líder en brindar servicios de transmisión de datos, innovación y números uno en tecnología, actualmente no es la única empresa en brindar estos servicios tiene competencia, esto ha llevado a que la empresa fidelice a los clientes incrementado sus promociones y dando un servicio en la seguridad en la información.

Se presenta este tema porque Telconet a ser una empresa multinacional necesita automatizar el envío de las órdenes de compra a los proveedores, el departamento debe ir dando un seguimiento a cada orden que se encuentre enviada y se procederá a reestructurar el módulo de compras que identifique qué la orden de compra donde se encuentra en estado emitida o incompleta y de manera automática el proveedor pueda ser notificado y puedan realizar la entrega y facturación del producto o servicio solicitado.

El seguimiento de la ordenes de compras que realizan los colaboradores del departamento amerita tiempo y esto a su vez hace que el trabajo sea más pesado implementando el sistema podemos eliminar esta carga laboral teniendo como principal objetivo buscar la eficiencia y agilidad en las compras que se presentan en el día a día.

El área de compras realiza la adquisiciones de cada producto o servicio por medio de tareas que se le asigna a cada colaborador actualmente las cifras que se manejan en el área son de 1200 tareas donde van en aumento y cada personal tiene a cargo cerca de 100 tareas en aumento donde llevar el control de cada orden de compra que se encuentra creada es casi imposible y realizar esta función demanda tiempo y el objetivo es acelerar los proceso evitando retrasos en proyectos o tener escasez de inventario, se tiene como finalidad buscar la eficiencia laboral donde sea más preciso y práctico, donde se utilice la tecnología para avanzar de manera rápida y poder obtener que la carga de trabajo pueda ser menor al de la actualidad.

Cada colaborador que realiza esta función tiene que notificar a los proveedores cuando la orden de compra se encuentra en estado emitida y no se encuentre el producto en las bodega, implementando el nuevo sistema se va a lograr un envío automático a todos los proveedores cuando la orden de compra se encuentre en estado emitida o incompleta notificando el motivo

por la cual el producto o servicio no ha sido entregado ayudando a cada colaborador que después de enviar una orden de compra no tenga la preocupación de notificar cuando el producto no haya sido entregado .

El proyecto nace con la finalidad de trabajar con diferentes áreas incluido sistemas para agilizar el proceso en vista de la demanda de trabajo que existe en el departamento

Problema general: ¿Cuál es la necesidad de implementar una reestructuración de órdenes de compra en la compañía Telconet?

Objetivo general: Reestructuración del módulo de compras para dar seguimiento a las órdenes con el propósito de automatizar los ingresos de la mercadería teniendo una correcta rotación de inventario cuyo objetivo sea ir bajando la carga laboral llevando el proceso de compra de manera más eficiente.

En los capítulos que se menciona a continuación, se detalla el siguiente desarrollo:

Capítulo 1 – Fundamentación: Este capítulo, se dará a conocer la historia y el propósito por el cual surgió la necesidad de crear órdenes de compra como un proceso que beneficiara a la empresa Telconet.

Capítulo 2 – Metodología Empleada: Este capítulo, permitirá agilizar el proceso viendo las variables a utilizar con diferentes departamentos de tal manera se pueda reestructurar el módulo de compras, verificando los métodos de la implementación del nuevo sistema que facilitará al departamento y sus colaboradores.

Capítulo 3 – Desarrollo de la Propuesta: Este capítulo desarrolla la propuesta para poder constatar la reestructuración y se puede ejecutar, que tan viable fue el manejo por el área de compras.

CAPÍTULO I

1.1. Marco Histórico

Los portales de compras son herramientas para gestionar los procesos de contratación y compra que realiza una empresa.

En este tema abordaremos la evolución del internet al paso de los años y la historia de las compras.

1.1.1. Era de las industrias

La máquina de vapor, construida por el inglés Thomas Newcomen en 1712 y perfeccionada en los motores por James Watt en 1765, fue la tecnología impulsora de la Primera Revolución Industrial, mecanizando y aumentando la productividad en el proceso fabril de la época. Esta tecnología, utilizando el carbón como combustible, permitió la creación de la locomotora y de los ferrocarriles, que se construyeron en toda Europa a partir de la década de 1830. Durante este período, el dominio de la tierra dio paso al dominio industrial, colocando a Inglaterra como la gran potencia mundial del siglo XIX.

Klaus Schwab (2006)

Señala que la revolución industrial no se define por un conjunto de tecnologías emergentes en sí mismas, sino que representa la transición hacia nuevos sistemas que se construyeron sobre la infraestructura de la revolución digital como resultado de esta revolución, surgieron mega tendencias tecnológicas, en la que destaca la digital: IoT (Internet de las Cosas), Blockchain, Big Data e Inteligencia Artificial; Estas tendencias son interconectadas por tecnologías que les dan soporte y se retroalimentan entre sí. (Jacintho, LUMEN, 2021)

1.1.2. Inicios de la fibra óptica

En 1870, John Tyndall descubrió que la luz podía viajar dentro de un material y salvar la curvatura de la línea de transmisión gracias a la reflexión interna en las «paredes» del material.

En los años 50 del siglo XX Narinder Singh Kapany hoy en día, es reconocido como el padre de la fibra óptica gracias a sus años de investigación doctoral en Londres y, sin duda, su trabajo marcaría todo un punto de inflexión en el ámbito de las comunicaciones.

Sir Charles Kuen Kao, Premio Nobel de Física en 2009 es otro de los personajes clave dentro del mundo de las telecomunicaciones. En 1956, predijo que la atenuación de una fibra óptica no debía ser superior a los 20 decibelios por kilómetro, si se quería que ésta fuese apta para usarse en transmisiones de datos. (Velasco)

1.1.3. Primera red en Ecuador

En Ecuador la primera institución en proveer acceso al Internet fue EcuaneX, un nodo de Internet establecido en 1991 por la Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica, Intercom.

En el año 1992 se estableció el segundo nodo de Internet (EcuaneT) por medio de la Corporación Ecuatoriana de Información, una entidad sin fines de lucro auspiciada por el Banco del Pacífico, la ESPOL, la Universidad Católica de Guayaquil, entre otras. (TELECOMUNICACIONES)

1.1.4. Historia de Telconet

Telconet S.A. es una empresa que provee servicios de telecomunicaciones, tecnológicos, de comunicación de video, voz y datos en Ecuador. Fue fundada en 1995 y su sede principal está ubicada en Guayaquil.

Telconet dio sus inicios en el año 1982 donde nace la empresa TELCODATA en 1993 se posesiona con las mayores ventas de computadoras en el país ya para el año 1995 nace la empresa TELCONET donde inician como proveedores de internet en el ECUADOR.

Desde el 2001 ha venido creciendo cada año al 35% anual en volumen de ventas ya para el año 2002 se construyó la red nacional de fibra óptica más grande del país desde el 2009 tiene los mismos accionistas hasta la actualidad.

El año 2012 se construye uno de los mayores centros de datos del Ecuador con certificaciones tier III y tier IV, en vista a su potencial crecimiento Telconet en el año 2015 construye el cable de fibra óptica submarino y nace en 2016 la empresa más grande de fabricación de fibra óptica en América latina, todos estos logros hacen que Telconet se expanda llegando a países como GUATEMALA, PANAMA Y COLOMBIA volviéndose en una empresa multinacional.

Para el 2020 un logro más llega a Telconet que es la inauguración NVIDIA DGX-A100 que es un sistema universal que soporta infraestructura basada en AL, desde la analítica hasta la gestión de grandes cantidades de información, con todos estos resultados se posesiona como una de la empresa en brindar soluciones de conectividad, internet, centros de datos y servicios gerenciados. Telconet ofrece su portafolio de servicios a través de la red NGN (Redes de Próxima Generación). Junto con las otras filiales del grupo empresarial, PCCS, Netlife, TransTelco, Telconet Cloudcenter, desarrollan sus actividades mediante la sólida plataforma de infraestructura de fibra óptica. (TELCONET, s.f.)

1.2. Marco Teórico

A continuación, se muestra un análisis de las diferentes definiciones de un sistema de compras y las personas involucradas en él.

1.2.1. CONCEPTO DE COMPRAS

El proceso de compras

Proceso de compras es el término usado en la industria y en la administración para denotar el acto y la responsabilidad funcional de procurar materiales, insumos, y servicios. En un sentido estrecho, el término simplemente describe el proceso de comprar; sin embargo, en un sentido más amplio, el Término envuelve muchos otros factores como determinar la necesidad, seleccionar al proveedor, negociar el precio adecuado, políticas, contratos y seguimiento del producto desde su entrega hasta su procesamiento. (Catarina.udlap)

Javier Gonzáles (2006) lo define como:

El proceso de compras es una estrategia para la reducción de costos mejorando las ratios de eficiencia y utilización de recursos humanos y físicos con los que se cuenta y sobre todo reduciendo los precios de adquisición y transporte de los suministros y los niveles de inventario que se mantienen. También puede contribuir al objetivo de la calidad primando, por ejemplo, la prestación y funcionalidad de los productos, su durabilidad, su fiabilidad o su uniformidad a la hora de tomar decisiones de compra (Pág.14)

Bajos estos textos citados podemos decir que el proceso de compra se trata de determinar la necesidad seleccionando un proveedor llevando los contratos y seguimiento del producto hasta su obtención, influye mucho a la hora de la negociación ya que podremos equiparar precios con otros proveedores o pedir una rebaja del mismo.

Esto va enfocado a maximizar las ganancias teniendo una buena rotación en el inventario para que pueda llegar a la venta, será útil para la toma de decisiones a la hora de realizar una negociación con el objetivo de reducir costos mejorando la eficiencia.

1.2.2. Gestión de compras y proveedores

La gestión de las compras no solamente se limita al hecho de contactar al proveedor y transmitirle las necesidades y los requerimientos de la empresa, más bien su función radica en garantizar los niveles necesarios de materias con la calidad necesaria y en el tiempo indicado, pero sobre todo guardando las proporciones en cuanto a costos (Fontalvo, 28 de enero de 2019)

Sostuvo que se debe ser muy cuidadosos con los criterios para seleccionar a los proveedores, ya que puede llegar un momento en el cual entren en conflicto varios de ellos. un proveedor puede ofrecer un buen precio, pero no la mejor calidad, es por eso que como ya se mencionó, la empresa, además de establecer los criterios de selección debe establecer prioridades para su proceso de selección (Fontalvo, 28 de enero de 2019)

Una de las técnicas más utilizadas para la selección de proveedores es el análisis jerárquico de procesos y sus variantes (Mendoza-Mendoza, 2019)

Bajo estas citas nos deja claro que la gestión de compras no solo es de transmitir nuestra necesidad, va más enfocado en garantizar la calidad del producto que vamos a adquirir y sobre todo el tiempo de llegada, siempre es importante saber lo que vamos a pedir y las cantidades a adquirir en la compañía. En la compañía Telconet se tiene un programa para visualizar los niveles de rotación de inventario esto es de ayuda ya que cuando se tiene una baja cantidad de productos y la rotación es muy grande se envía a comprar las cantidades exactas.

1.2.3. Importancia de las compras

Heinrits et al. (2000)

Menciona que la importancia de estos procesos es enorme y radica en que cada dólar ahorrado por una correcta aplicación en el proceso de compras es un dólar de contribución directa y neta a la ganancia de la empresa.

Bajo los siguientes autores podemos ver la importancia de las compras, estar en constante mejora teniendo resultados favorables a su vez ayudara que cada dólar ahorrado será una ganancia, para la empresa Telconet llega como una mejora poder evitar una salida de flujo de efectivo esto se evitara capacitando el personal para que puedan ir verificando la constante rotación de productos evitando compras duplicadas.

1.2.4. Objetivo del proceso de compras.

El objetivo general de la función de compras consiste en la obtención de los materiales correctos (que satisfagan los requerimientos de calidad), en la cantidad apropiada, para ser obtenidos en el momento y lugar convenientes, de la fuente apropiada (un proveedor a quien se le puede tener confianza y que haya de cumplir con su obligación de una manera oportuna) con el servicio oportuno (tanto antes como después de efectuada la venta), y al precio conforme. (Morales, 2006)

Según los investigados bajos los autores citados nos van a ayuda a que tengan productos de calidad en lo se adquiera para la compañía Telconet basándonos en la necesidad del uso teniendo en cuenta nuestro inventario, tener una existencia de productos que no sean excesivos dando como beneficios no hacer compras obsoletas.

Uno de los principales objetivos es saber escoger a los proveedores así podemos llegar a tener un producto de calidad a bajo evitando adquirir productos muy costosos para la compañía.

1.3. Marco Conceptual

Cotización:

Es el documento que presenta un oferente de bienes o servicios, donde se describen al detalle las condiciones de venta de los productos, cantidades, precios, crédito, garantías, tiempo de entrega y demás especificaciones. (Morales, 2006)

Orden de compra

La nota de pedido u orden de compra es un documento que quien compra entrega a un vendedor para solicitar ciertos bienes, productos o servicios. En esta se detallan todos los datos de la compra (Soret los Santos, 2014).

Manual de compras

El manual de Compras es uno de los elementos con el que debe contar toda empresa como compendio formal de la estructura orgánica de la misma. Se puede afirmar que es la guía oficial para la organización y funcionamiento del área de Compras (CORDOBA, 2017)

Evaluación de proveedores

La evaluación de proveedores es el proceso de valoración y aprobación de posibles proveedores mediante evaluaciones cuantitativas y cualitativas

Proforma

Documento entregado por el vendedor a pedido del cliente cuyo contenido es la información del producto o servicio que tiene en venta y los escenarios de pago y el periodo de validez de la proforma (Fierro, 2011).

Proveedor

Es un socio estratégico de la empresa debido a que permitirán obtener a la empresa productos de calidad en el tiempo requerido (Arias, 2003).

1.4 Marco jurídico

La finalidad primordial de esta tesis es afirmar que una composición jurídica basada en leyes y reglamentos, construida para su cumplimiento, debería por consiguiente llevar a cabo con los próximos requisitos:

1.4.1 Constitución Nacional de la República del Ecuador.

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Sección cuarta

Superintendencias

Art. 213.- Las superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas

actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general. Las superintendencias actuarán de oficio o por requerimiento ciudadano. Las facultades específicas de las superintendencias y las áreas que requieran del control, auditoría y vigilancia de cada una de ellas se determinarán de acuerdo con la ley. Las superintendencias serán dirigidas y representadas por las superintendentas o superintendentes. La ley determinará los requisitos que deban cumplir quienes aspiren a dirigir estas entidades. Las superintendentas o los superintendentes serán nombrados por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social de una terna que enviará la presidenta o presidente de la República, conformada con criterios de especialidad y méritos y sujeta a escrutinio público y derecho de impugnación ciudadana.

1.4.2. Plan de creación de oportunidades 2021-2025

TABLA 1. Plan creación de oportunidades

Eje Económico	Objetivo 1	Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.
	Objetivo 2	Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.
	Objetivo 3	

		Fomentar la productividad competitiva en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero bajo el enfoque de la economía circular.
	Objetivo 4	Garantizar la gestión de las finanzas públicas de manera sostenible y transparente.
Eje Social	Objetivo 5	Proteger a las familias, garantizar sus derechos y servicios, erradicar la pobreza y promover la inclusión social.
	Objetivo 6	Garantizar el derecho a la salud integral, gratuita y de calidad.
	Objetivo 7	Potenciar las capacidades de la ciudadanía y promover una educación innovadora, inclusiva y de calidad en todos los niveles.
	Objetivo 8	Generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades.
Eje Transición Ecológica	Objetivo 11	Conservar, restaurar, proteger y hacer un uso sostenible de los recursos naturales

Objetivo 12	Fomentar modelos de desarrollo sostenibles aplicando medidas de adaptación y mitigación al cambio climático
Objetivo 13	Promover la gestión integral de los recursos hídricos

Fuente: Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 de Ecuador | Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo (cepal.org)

Elaborado por: Joshua Chonillo Q.

Metas:

Incrementar las exportaciones alta, media, baja intensidad tecnológica per cápita de 42% al 51%

Incrementar el porcentaje de parroquias rurales conectadas con servicio móvil avanzado del 68% al 79%.

Incrementar las autorizaciones para uso y aprovechamiento de recurso hídrico, de 500 a 12.000

1.4.3. Leyes y reglamentos del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información y sus entidades adscritas.

Redes y prestación de servicios de telecomunicaciones

Artículo 13.- Las redes privadas son aquellas utilizadas por personas naturales o jurídicas en su exclusivo beneficio, con el propósito de conectar distintas instalaciones de su propiedad o bajo su control. Su operación requiere de un registro realizado ante la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones y en caso de requerir de uso de frecuencias del espectro radioeléctrico, del título habilitante respectivo. Las redes privadas están destinadas a satisfacer las necesidades propias de su titular, lo que excluye la prestación de estos servicios a terceros. La conexión de redes privadas se sujetará a la normativa que se emita para tal fin. La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones regulará el establecimiento y uso de redes privadas de telecomunicaciones.

Título XV

SECRETO DE LA COMUNICACIÓN Y PROTECCIÓN DE DATOS

Art. 118.- Confidencialidad- Los prestadores de servicios de telecomunicaciones mantendrán el secreto de la información cursada y no podrán interceptarla, interferirla, divulgarla, publicarla o utilizar su contenido. Por tanto, deberán tomar las medidas técnicas u operativas necesarias para proteger el secreto y confidencialidad de la información transmitida a través de las redes de telecomunicaciones y la seguridad al acceso de la red. En caso de incumplimiento de la garantía de secreto y confidencialidad de la comunicación e información transmitida a través de redes de telecomunicaciones, que le sea imputable al prestador, éste responderá por sus actuaciones y las de sus dependientes. Si la violación proviene de un tercero, el prestador de servicios de telecomunicaciones deberá denunciar a las autoridades judiciales, sin perjuicio de su obligación de poner en conocimiento de este hecho a la ARCOTEL, para que se adopten las decisiones que correspondan.

1.4.4. Ley orgánica de régimen tributario interno (LORTI)

Capítulo VI

CONTABILIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad. - Todas las sociedades están obligadas a llevar contabilidad y declarar los impuestos con base en los resultados que arroje la misma. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas cuyos ingresos brutos del ejercicio fiscal inmediato anterior, sean mayores a trescientos mil (USD \$. 300.000) dólares de los Estados Unidos, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos. Este monto podrá ser ampliado en el Reglamento a esta ley. Sin perjuicio de lo señalado en el inciso anterior, también estarán obligadas a llevar contabilidad las personas naturales y sucesiones indivisas cuyo capital con el cual operen al primero de enero o cuyos gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso establezca el Reglamento a esta ley. Las personas naturales y las sucesiones indivisas que no alcancen los montos establecidos en el primero y segundo inciso de este artículo deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible. Para efectos tributarios, las organizaciones de la economía popular y solidaria, con excepción de las cooperativas de ahorro y crédito, cajas centrales y asociaciones, mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, podrán llevar registros contables de conformidad con normas simplificadas que se establezcan en el Reglamento.

Art. 21.- Estados financieros. - Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades

financieras, así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.

Art. 64.- Facturación del impuesto. - Los sujetos pasivos del IVA tienen la obligación de emitir y entregar al adquirente del bien o al beneficiario del servicio facturas, boletas o notas de venta, según el caso, por las operaciones que efectúe, en conformidad con el reglamento. Esta obligación regirá aun cuando la venta o prestación de servicios no se encuentren gravados o tengan tarifa cero. En las facturas, notas o boletas de venta deberá hacerse constar por separado el valor de las mercaderías transferidas o el precio de los servicios prestados y la tarifa del impuesto; y el IVA cobrado. En caso de los derivados del petróleo para consumo interno y externo, Petro comercial, las comercializadoras y los distribuidores facturarán desglosando el impuesto al valor agregado IVA, del precio de venta.

Art. 104.- Comprobantes de retención. - Los agentes de retención entregarán los comprobantes de retención en la fuente por impuesto a la renta y por impuesto al valor agregado IVA, en los formularios que reunirán los requisitos que se establezcan en el correspondiente reglamento.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA EMPLEADA

Para el siguiente proyecto investigativo, se tiene definida la siguiente metodología:

2.1. Enfoque

Este proyecto de investigación, se va a considerar el enfoque mixto, debido que el proyecto se basa en la parte cualitativa y cuantitativa.

Con el enfoque cuantitativo: Se va a trabajar con información medible basados en informes estadísticos; saber el tiempo de entrega de la mercadería solicitados por la Compañía verificando cuantas órdenes de compra se finalizan en el día.

Con el enfoque cualitativo; se va a realizar una lista con los criterios de evaluación a los proveedores, mismos que analizarán mediante información.

2.1.1. Enfoque cuantitativo:

El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. Este enfoque también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis precede a la recolección y el análisis de los datos.

Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas de investigación e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. (Sánchez Molina & Murillo Garza, 2021)

Bajo la cita en mención, el proyecto se va a utilizar la investigación cuantitativa de tal manera se pueda recopilar información medible donde se pueda revisar los procesos de adquisiciones de mercadería, se logren analizar las capacidades de los proveedores poniéndolos a competir en precios, tiempo de entrega y calidad de productos.

2.1.2. Enfoque cualitativo:

La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos y comprensiones partiendo de pautas de los datos y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos. Los investigadores siguen un diseño de investigación flexible, comenzando sus estudios con interrogantes vagamente formuladas. (Medina, 2007)

Bajo la cita en mención, el proyecto se va a utilizar la investigación cualitativa donde se buscará las soluciones medibles mediante ideas u hipótesis donde se pretenderá implementar nuevos sistemas para agilizar el seguimiento de órdenes de compra donde se evaluará a los proveedores con nuevos parámetros viendo el tiempo que demoran en entregar la mercadería una vez enviada la orden.

2.1.2. Tipos de investigación

Una vez realizada la investigación de los métodos que se va a aplicar en el proyecto la Compañía TELCONET actualmente va a automatizar el seguimiento de las órdenes de compra donde se buscara una solución para esto se detalla los tipos de investigación a emplear:

2.2.1. Descriptivos

El propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para describir lo que se investiga.

El proceso de la descripción no es exclusivamente la obtención y la acumulación de datos y su tabulación correspondiente, sino que se relaciona con condiciones y conexiones existentes, prácticas que tienen validez, opiniones de las personas, puntos de vista, actitudes que se mantienen y procesos en marcha. Los estudios descriptivos se centran en medir los explicativos en descubrir. El investigador debe definir que va a medir y a quienes va a involucrar en esta medición. (Ibarra, 2011)

Bajo la cita en mención el método descriptivo se incluirá en la investigación cuantitativa donde la información adquirida mediante procesos estadísticos se buscara ver el comportamiento de los proveedores bajo las nuevas directrices, donde sea medible calificar tiempo , calidad y garantías de la mercadería recibida.

Se adjunta datos que ayudaran en el proceso de la investigación

- ¿Cuánto tiempo demoran en entregar la mercadería?
- ¿Cuánto es el tiempo de crédito actual que se está manejando?
- ¿El proveedor se encuentra calificado por la SGS?

2.2.2. Explicativa

Es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Existen diseños experimentales y no experimentales.

La Teoría, es la que constituye el conjunto organizado de principios, inferencias, creencias, descubrimientos y afirmaciones, por medio del cual se interpreta una realidad. Una teoría o explicación, contiene un conjunto de definiciones y de suposiciones relacionados entre sí de manera organizada sistemática; estos supuestos deben ser coherentes a los hechos relacionados con el tema de estudio. (Ibarra, 2011)

Bajo la cita en mención el método explicativo se incluirá la investigación cuantitativa para la Compañía Telconet donde se podrá encontrar las causas de los problemas llegando a una solución para la adquisición de información para la continuidad del negocio. Para ello se formularon las siguientes preguntas que nos facilitara la obtención de datos y poder llegar a un análisis de mejorar para el área de compras.

- ¿Actualmente se está trabajando con proveedores calificados?
- ¿Se realizan evaluaciones periódicas a proveedores?
- ¿Conoce usted la Política de Compras?

2.3. Métodos de investigación

Se utilizará herramientas que permitan recabar información para llegar a obtener buenos resultados. En este proyecto será ligado bajo los métodos de investigación que se clasifican en 3 a continuación se detallan:

- Método Teórico
- Método Empírico
- Método Estadístico

2.3.1. Método Teórico

Este método le permitirá tomar decisiones analizando, integrando y comparando resultados. Éstas incluyen:

Analítico – sintético:

Este método se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad: el análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. Permite estudiar el comportamiento de cada parte. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad.

Funciona sobre la base de la generalización de algunas características definidas a partir del análisis. Debe contener solo aquello estrictamente necesario para comprender lo que se sintetiza. (Rodríguez Jiménez, 2017)

El objetivo es analizar teniendo una síntesis de lo investigado, se buscó evidenciar todas las causas por las cuales los proveedores tardan demasiado tiempo en entregar la mercadería a su vez se verificará los procesos de compras para ver si se cumplen y como se manejan los bienes

o servicios solicitados por los diferentes departamentos, una vez recabado la información se buscará obtener el objetivo principal utilizando los métodos de investigación.

El método analítico es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades logrando como resultado comprender la problemática que existe en el departamento de compras.

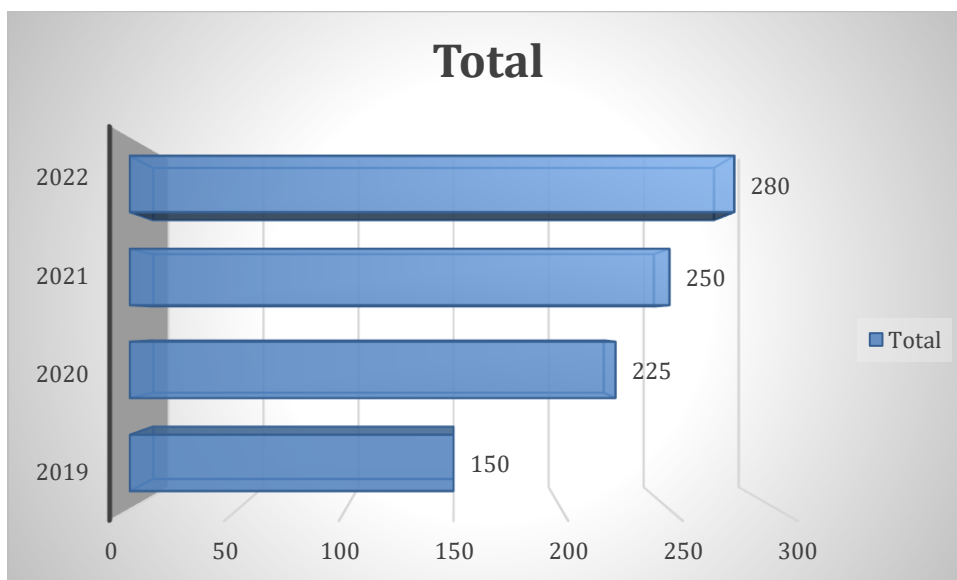
Histórico – lógico:

Lo histórico está relacionado con el estudio de la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el de cursar de una etapa o período.

Lo lógico se ocupa de investigar las leyes generales del funcionamiento y desarrollo del fenómeno, estudia su esencia.

Lo histórico está relacionado con el estudio de la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el de cursar de una etapa o período. Lo lógico y lo histórico se complementan y vinculan mutuamente. El método lógico debe basarse en los datos que proporciona el método histórico, de manera que no constituya un simple razonamiento especulativo. De igual modo lo histórico no debe limitarse sólo a la simple descripción de los hechos, sino también debe descubrir la lógica objetiva del desarrollo histórico del objeto de investigación (Pérez)

Bajo la cita en mención se comprende que los métodos tienen una correlación y se vinculan mutuamente logrando tener buenos resultados, en la compañía Telconet se recaudó información logrando evidenciar que en el año 2019 las compras eran estables. El método lógico se basó en la obtención de datos fundamentales logrando tener resultados que corroboraron el método histórico, se necesitó verificar los hechos para ir más allá.



Fuente: Telconet S.A.

Elaborado por: Joshua Chonillo Q.

Inductivo – deductivo:

El método inductivo consiste en explicar la realidad a partir de su observación. Es un proceso que va desde lo particular hasta lo general. El investigador que usa este método parte de la observación de unos casos concretos y concluye que la realidad debe comportarse de esa manera. En este proceso, habrá formulado un comportamiento o ley que explique el fenómeno estudiado.

El método deductivo consiste en explicar la realidad a partir de la lógica. Es un proceso que va desde lo general o abstracto hasta lo particular. Por lo tanto, el investigador que usa este método parte de una idea o premisa que considera apropiada y, a partir de ella, usa la lógica para alcanzar conclusiones. En este proceso, habrá formulado un comportamiento o ley, el cual utilizará en casos similares.

Bajo el método inductivo se analizarán las variables de los hechos suscitados en el área y bajo el método deductivo se verificará los procesos analizando la información proporcionada.

2.3.2. Método empírico

El método empírico es un modelo de investigación que pretende obtener conocimiento a partir de la observación de la realidad. Por ende, está basado en la experiencia.

Entrevista:

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial.

Según (Canales) la define como “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto” (Díaz-Bravo & Torruco-García, 2013)

En base a lo citado, la entrevista se utiliza para recabar información mediante una conversación esto se obtendrá con preguntas al departamento de compras donde se adquirirá información necesaria para llegar a la solución del problema.

Encuesta:

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Posteriormente tendremos ocasión de comparar las ventajas e inconvenientes con otras formas de administración (telefónicas, por correo, internet). Se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. (Fachelli, 2015)(Ver anexo #1)

Bajo este método donde actualmente es el más utilizado se podrá recaudar información precisa y concisa de un grupo determinado de personas, se logrará encontrar la solución al seguimiento de las órdenes de compra en la compañía llegando a la conclusión de reestructurar el módulo de compras, esto ayudará a automatizar el seguimiento de las ordenes mediante el sistema que cuenta la compañía.

La encuesta se realizará a los colaboradores del área de compras contando con preguntas precisas, a raíz de la información recaudada se tendrá diferentes perspectivas del problema llegando a tener una solución viable en un periodo de tiempo corto.

Observación:

Al respecto Bunge (2007) señala que, la observación es el procedimiento empírico elemental de la ciencia que tiene como objeto de estudio uno o varios hechos, objetos o fenómenos de la realidad actual; por lo que en el caso de las ciencias naturales, cualquier dato observado será considerado como algo factual, verdadero o contundente; a diferencia, dentro de las ciencias sociales, el dato será el resultado que se obtiene del proceso entre los sujetos y sus relaciones por lo que no es tan factual y pudiera ser subjetivo.

En base a lo expuesto en la tesina se basará en la recopilación de los hechos para poder evitar retrasos o problemas que afecten al proceso de compras, una vez recabada la información se podrá tener un análisis para tomar una decisión o enfrentar un problema esto ayudara al departamento de compras lograr obtener una eficiencia en el trabajo.

2.3.3. Método estadístico

El método estadístico analizará las encuestas logrando tener resultados que ayuden al problema que se presenta en el área de compras.

Población

La población serán los colaboradores del área de compras y proveedores que logran tener mayores ofertas por el departamento, teniendo un total de 20 personas.

Muestra

Se tomará información de las bases de datos de la compañía para poder calcular la muestra.

A continuación, la fórmula de la muestra:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

N: Tamaño de muestra buscado (número total de posibles encuestados)

Z: Nivel de confianza deseado, se considera la cantidad real de las encuestas.

Nivel de confianza 90%

Inseguridad 10%

Cuando se calcule el valor K se coloca según los siguientes niveles:

IMAGEN 1. Tabla Nivel de confianza

Nivel de confianza	$z_{\alpha/2}$
90%	1.645
92%	1.75
95%	1.96
95.5%	2.005
97%	2.17
98%	2.327
98.5%	2.43
99%	2.575
99.2%	2.65

Fuente: <https://ematecs.com/tabla-de-probabilidades-de-la-distribucion-normal/>

. **Elaborado por:** Joshua Joel Chonillo

En otras palabras, la fórmula que se va a colocar en el lugar K es el valor del nivel y no el número de porcentaje.

E: Error, se produce cuando la muestra utilizada en el estudio no es representativa de toda la población.

P: Probabilidad del evento estudiado tenga éxito

Q: Es la proporción de que no ocurre el evento estudiado. (Fracaso)

N: Tamaño de la muestra (Numero de encuestas que se realizan)

IMAGEN 2. Cálculo de la muestra de un sitio web.

N:

k:

e: %

p:

q:

n: es el tamaño de la muestra

Fuente: <https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html>

. **Elaborado por:** Joshua Joel Chonillo

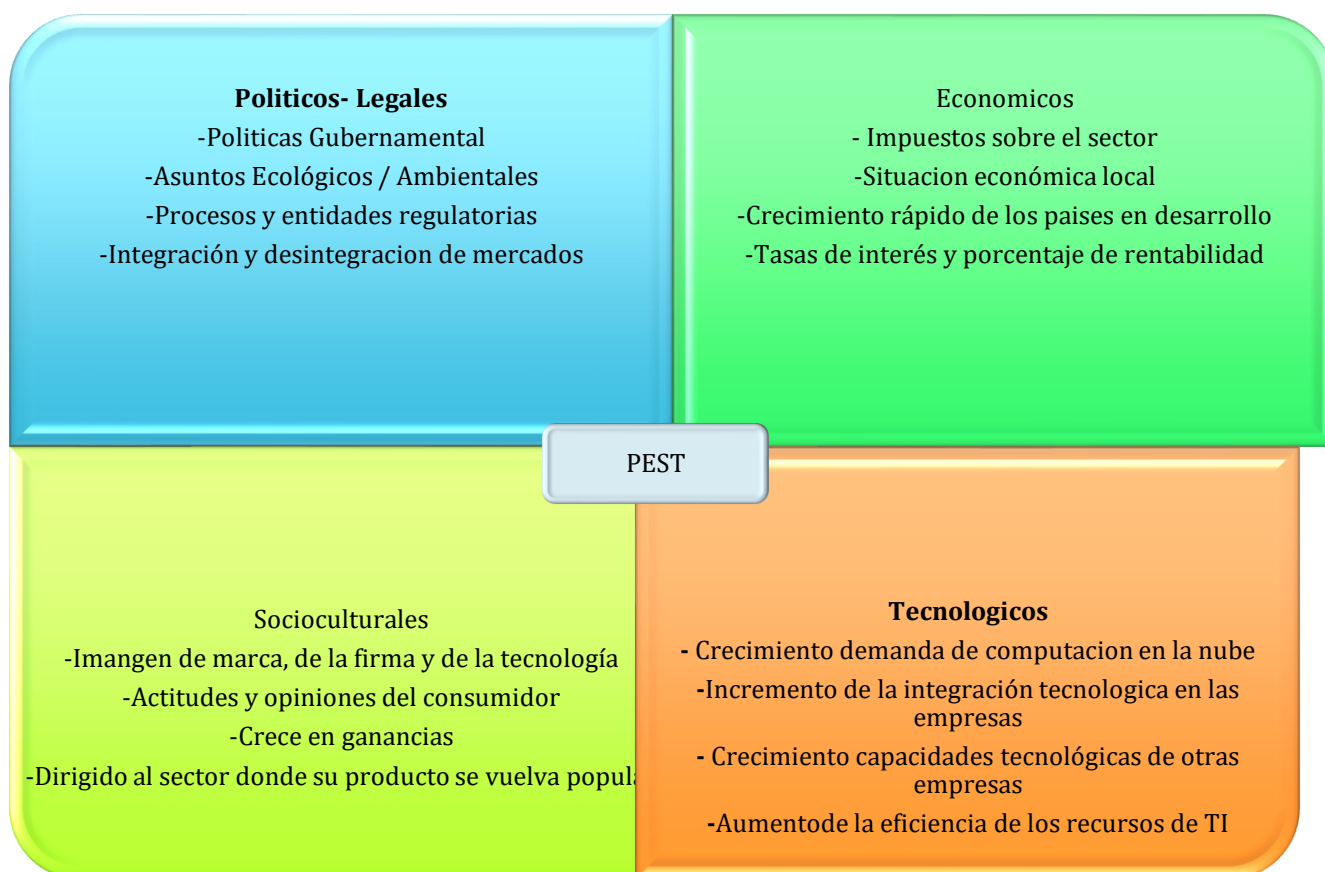
Mediante el cálculo realizado, se da como resultado el tamaño de la muestra; dando una cifra de 19 encuestados incluidos proveedores y colaboradores del área de compras.

2.4. Herramienta de análisis

Vamos a conocer en este análisis las fortalezas, oportunidades y las debilidades que tiene el módulo de compras, mediante un análisis Pest, Foda y Capa se realizará con el objetivo de poder conocer el sistema para que pueda ir mejorando volviéndose más eficiente.

A continuación, se detalla las herramientas a utilizar para elaborar el proyecto investigativo.

2.4.1. Análisis PEST

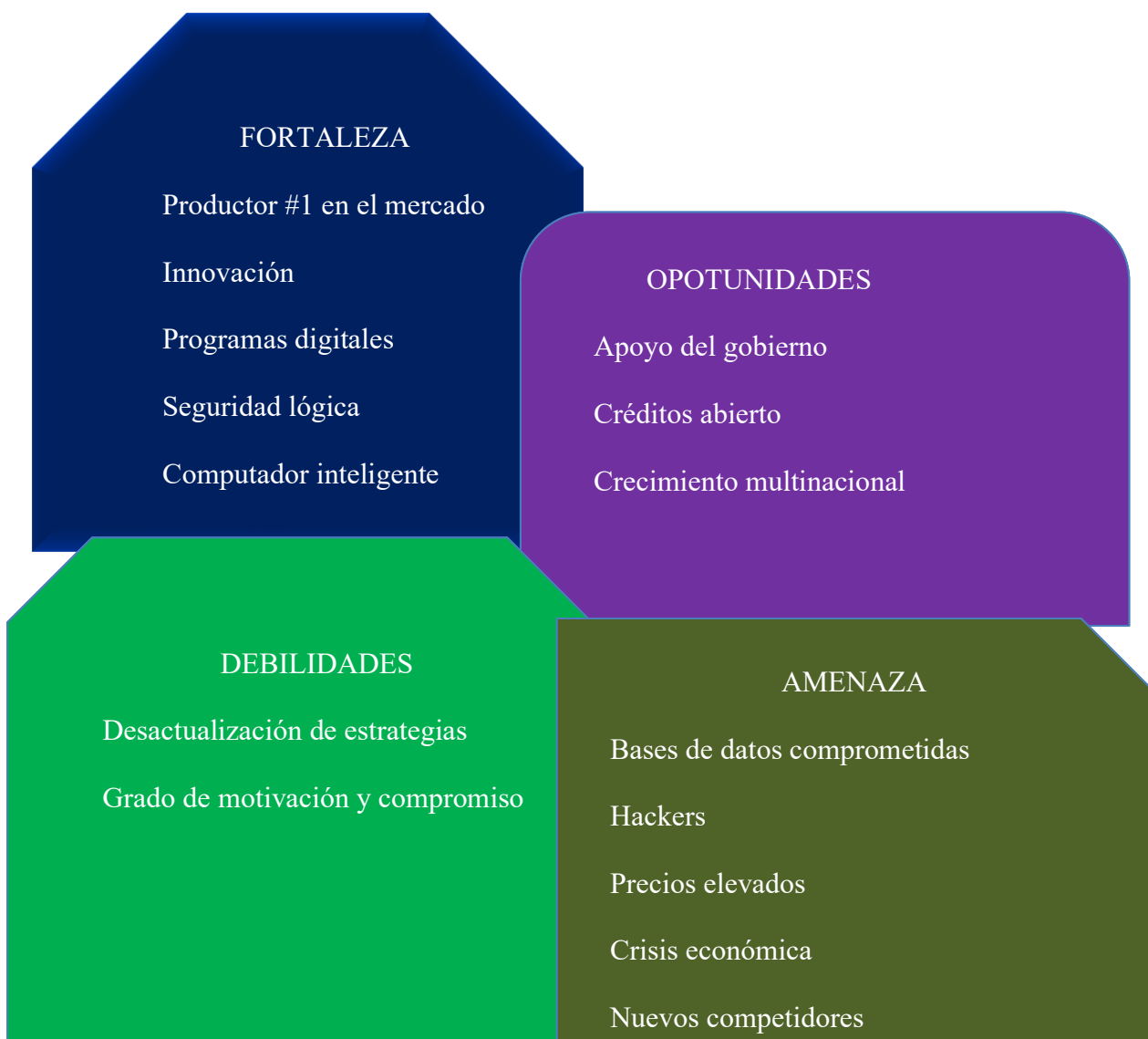


Fuente: Telconet, Depart- Cert - Compras

. Elaborado por: Joshua Joel Chonillo

2.4.2. Análisis FODA

IMAGEN 3. Imagen. Análisis FODA



Fuente: Telconet.

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

2.4.3. Análisis CAPA

Corregir debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar capacitaciones para entender el giro del negocio • Proyectar crecimiento en el ambito laboral
Afrontar amenaza	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer promociones y descuento • Aumentar la seguridad en los data center. • Manterse innovados en el area tecnologica
Portenciar Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento en redes sociales y canales digitales • Evidenciar y mejorar el servicio
Aprovechar oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliciones en la red OTN • Reinvertir y potenciarla red en difenrentes partes de latinoamerica

Fuente: Telconet.

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

2.5. Análisis de los resultados

En palabras del autor de la tesina, los análisis se harán dependiendo del número de investigaciones realizados

2.5.1. Análisis del método de la entrevista

Entrevista a la jefa Nacional del Departamento de Compras.

Se realizó una entrevista de manera presencial a la jefa Nacional de Compras donde se pudo abarcar de manera directa las problemáticas del módulo de compra copilando la siguiente información:

Telconet es una empresa que actualmente se dedica a brindar servicios de internet como seguridad en bases de datos y lógica tanto para empresas y personas, el departamento de compra cuenta con 2 coordinadores uno para el tema de servicios y otro para bienes contando con diez asistentes y la jefa del departamento.

La jefa de departamento se encarga de guiar a los asistentes para una correcta compra, tiene reuniones con el departamento de bodega para llevar de manera controlada las compras que se realizan de forma recurrentes esto para evitar tener un stock negativo en el inventario. Por otro lado, el seguimiento de las órdenes de compra se ha vuelto un poco difícil de llevar por la cantidad de trabajo lo que ha generado problemas en tener ordenes de compras creadas sin procesar sus compras.

Aplicación método de entrevista a los trabajadores de la Compañía Telconet.

Abarcando la problemática que existe en el departamento se entrevista a los colaboradores obteniendo la siguiente información:

El área de compras cuenta con 13 colaboradores: la jefa Nacional, los coordinadores y asistentes quienes son los encargados de llevar las compras solicitadas. Se entrevista a los coordinadores recabando lo siguiente: El coordinador de bienes lleva desempeñando sus funciones desde el 2017 hasta la actualidad, se encarga de llevar el control y seguimiento de cada compra solicitada por los diferentes departamentos, mantienen comunicación mediante reuniones presenciales y o en línea con la jefa de compras en busca de mejorar para el departamento revisando el logaritmo para tratar compras recurrentes. Ambos coordinadores nos revelen que por volumen de trabajo se torna un poco complicado revisar todas las ordenes que se generan a diario esto ha generado que muchas ordenes de compras no termine su ciclo que es tener el producto en bodega.

Los asistentes que mantienen comunicación directa con los proveedores realizando compras con la finalidad de cumplir los objetivos actualmente no logran llevar un seguimiento a las ordenes creadas esto se suscitó en tiempo de pandemia donde el departamento incrementó las compras esto llevo a que Telconet al ser empresa dedicada a la Telecomunicaciones empiece a crecer un 25% en sus ventas de manera semestral como consecuencia las compras incrementaron y el seguimiento a cada orden creada se complicaba un poco más llegando a tener una problemática en el departamento.

2.5.2. Aplicación del método de encuesta a los 13 trabajadores y posibles interesados

1. ¿Cuánto tiempo demoran en entregar la mercadería?

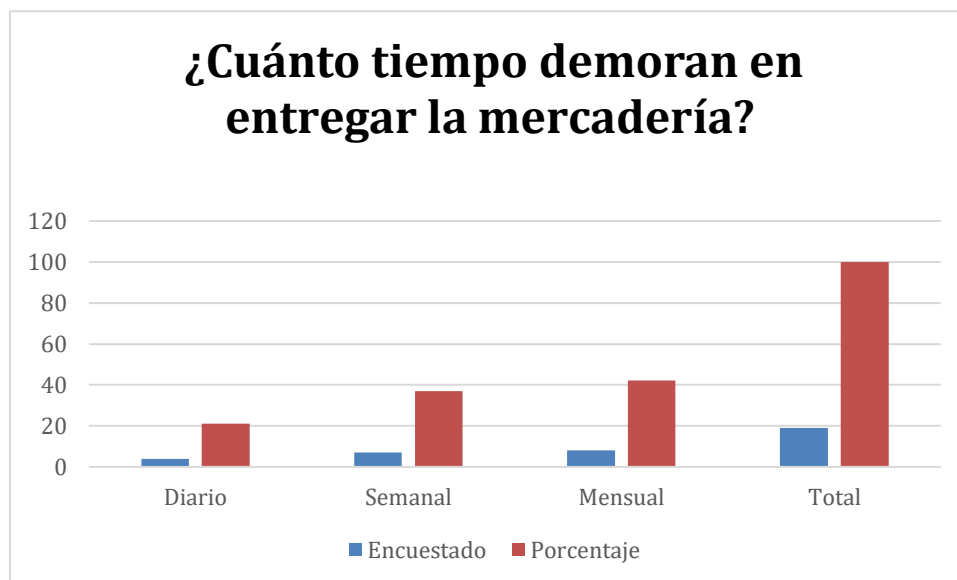
TABLA 2. Tabla de Cuánto tiempo demoran en entregar la mercadería

Respuesta	Encuestado	Porcentaje
Diario	4	21.05
Semanal	7	36.84
Mensual	8	42.11
Total	19	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

IMAGEN 4. Porcentaje del tiempo que demoran en entregar la mercadería



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

Análisis:

Los datos que se muestran en el gráfico estadístico nos muestra que el 42.11 de la población encuestada realizan entregas de manera mensual esto puede ser por falta de seguimiento de las órdenes de compra, mientras que el 21.05% entregan de manera diaria creyendo que bajo este porcentaje la bodega puede mantenerse abastecida pero no del todo, y con 36.84% se logra cumplir con el objetivo de llevar una correcta rotación del inventario concluyendo que el área de compra debería enfocarse más en bajar la tasa de % de mensual a semanal para que en un futuro no se pueda llegar a tener urgencias o falta de unidades en el inventario.

2. ¿Cuánto es el tiempo de crédito actual que se está manejando?

TABLA 3. Tabla de Cuánto es el tiempo de crédito actual que se está manejando

Respuesta	Encuestado	Porcentaje
30 días	9	47.37
60 días	5	26.32
90 días	5	26.32
Total	19	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

IMAGEN 5. Porcentaje del tiempo de crédito actual que se maneja.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

Análisis:

Los datos reflejados en el gráfico estadístico, detalla que el 47.37% de la población encuestada determina que los proveedores se manejan con un crédito de 30 días llegando a la conclusión que son los que mantiene de manera recurrente abastecida la bodega mientras que el 26.32% tienen crédito de 60 a 90 días si se logra bajar el tiempo de crédito podemos obtener que los proveedores se comprometan a realizar entregas a tiempo.

3. ¿El proveedor se encuentra calificado por la SGS?

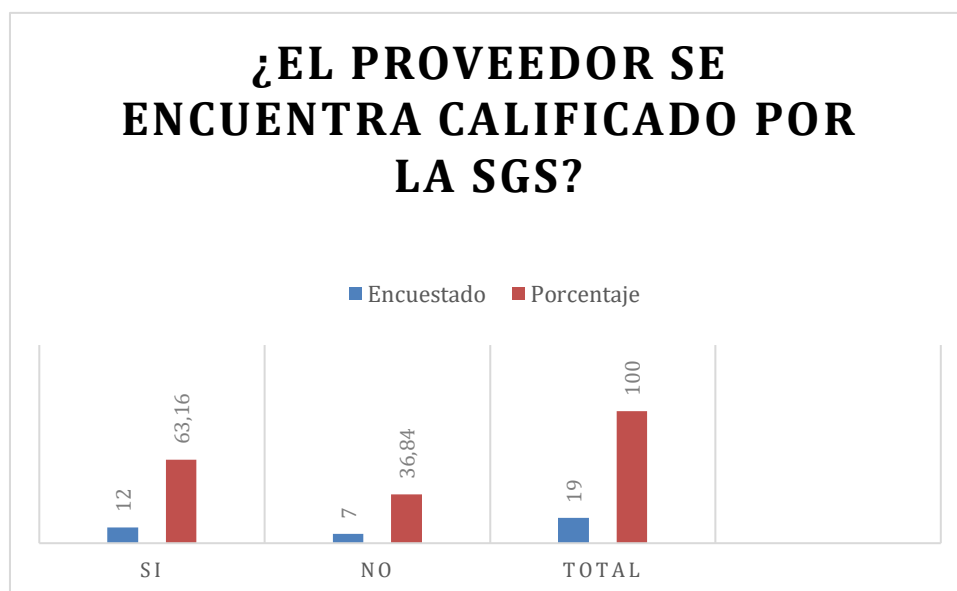
TABLA 4. Tabla de cuantos proveedores se encuentran calificados

Respuesta	Encuestado	Porcentaje
SI	12	63.16
NO	7	36.84
Total	19	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

IMAGEN 6. Porcentaje de los proveedor se encuentra calificado por la SGS



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

Análisis:

Se determina que el 63.16% de los encuestados, indican que los proveedores se encuentran calificados por la SGS esto es favorable para cuando nos toca tener auditorías, mientras que el 36.84% aun no cuentan con esta calificación.

4. ¿Actualmente se está trabajando con proveedores calificados?

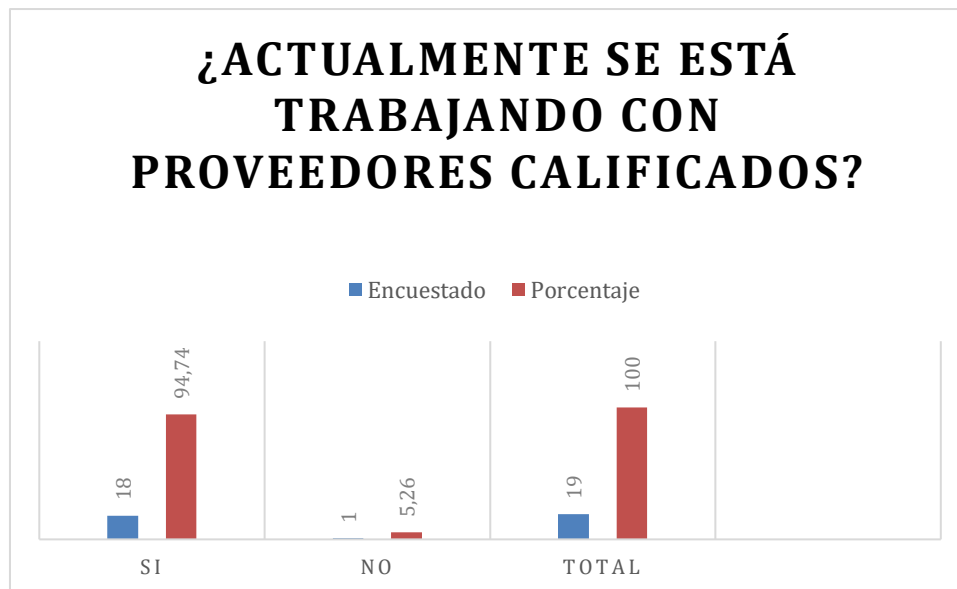
TABLA 5. Tabla de los proveedores que se trabaja actualmente.

Respuesta	Encuestado	Porcentaje
SI	18	94.74
NO	1	5.26
Total	19	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

IMAGEN 7. Porcentaje de cuantos proveedores calificados se está trabajando.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

Análisis:

Con la información reflejada en el gráfico estadístico, se evidencia que el 94.74% de la población encuestada cuenta con proveedores calificados se espera que el 5.26% logre calificarse, esto dará una mayor seguridad en temas de compras tanto bienes como servicios.

5. ¿Se realizan evaluaciones periódicas a proveedores?

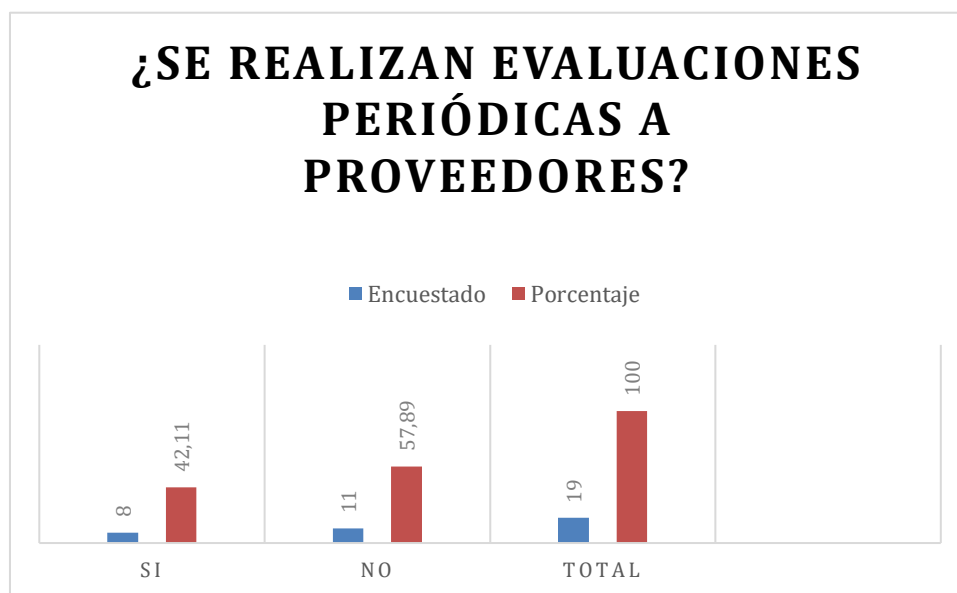
TABLA 6. Tabla si Se realizan evaluaciones periódicas a proveedores

Respuesta	Encuestado	Porcentaje
SI	8	42.11
NO	11	57.89
Total	19	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

IMAGEN 8. Porcentaje si está realizando evaluaciones se realizan a los proveedores.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

Análisis:

El siguiente análisis se logra evidenciar que el 57.89% de los encuestados no están evaluando a los proveedores por lo consiguiente el 42.11% lo está haciendo donde se aconsejó que estas evaluaciones sean de manera más consecutivas.

6. ¿Conoce usted la Política de Compras?

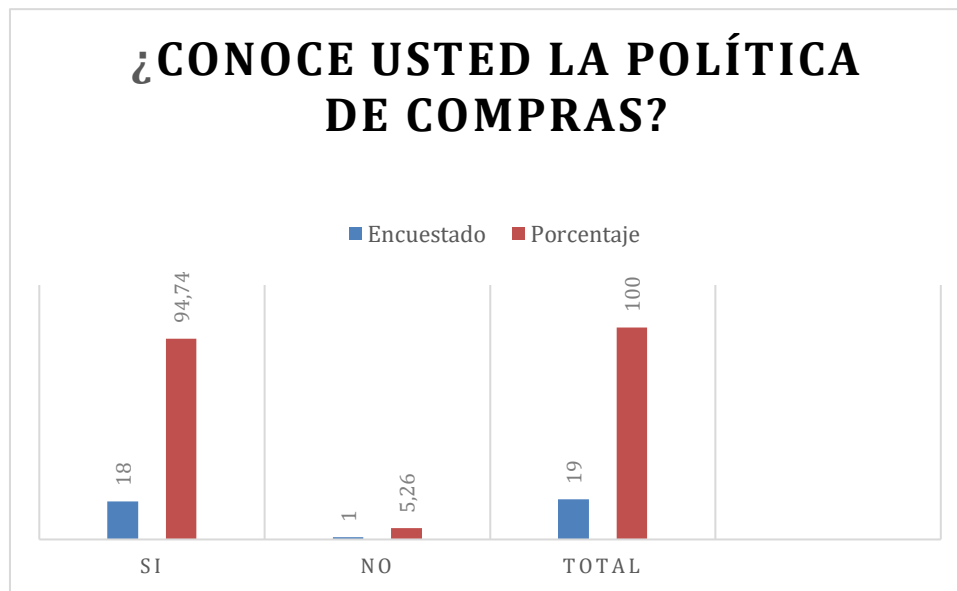
TABLA 7. Tabla Conoce usted la Política de Compras

Respuesta	Encuestado	Porcentaje
SI	18	94.74
NO	1	5.26
Total	19	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

IMAGEN 9. Porcentaje sobre las políticas de compras.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

Análisis:

Los datos establecen que el 94.74% de los encuestados conocen las políticas de compras, pero el 5.26% aun lo desconocen.

2.5.3 Análisis de los resultados del método de observación

Mediante los datos recopilados que se obtuvo en el método de la observación, se adquirieron los siguientes aspectos:

Aspecto 1.- Existe una deficiencia al momento de evaluar a los proveedores no se está realizando de la manera correcta, se debería llevar de forma más rigurosa este tema, logrando obtener resultados potencialmente buenos.

Aspecto 2.- La falta de seguimiento a las órdenes de compras enviadas a los proveedores nos hacen obtener que la rotación del producto sea un poco frágil y pueda caer en un stock 0 razón por la que generará inconvenientes a futuro si no se busca una solución al tema.

Aspecto 3.- Se puede indicar que compras tiene que mejorar los tiempos de crédito no se puede trabajar con un tiempo de crédito de 90 días esto hace que los proveedores se desanimen y no quieran entregar las mercaderías solicitadas por el departamento.

CAPITULO III

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1. Título de la propuesta

“Reestructuración del módulo de seguimiento de órdenes de compra en la compañía TELCONET”

3.2. Objetivo de la propuesta

Reestructuración del módulo de compras para dar seguimiento a las órdenes con el propósito de automatizar los ingresos de la mercadería teniendo una correcta rotación de inventario cuyo objetivo sea ir bajando la carga laboral llevando el proceso de compra de manera más eficiente.

3.3. Descripción de la propuesta.

Este proyecto investigativo nació con la siguiente propuesta:

Se basa en la reestructuración del módulo de compras para la Compañía Telconet, que identifica de manera automática órdenes de compra que estén en estado emitidas o incompletas manteniendo registros ágiles y precisos.

La Compañía Telconet es una empresa que se encuentra en constante evolución a nivel tecnológico enfocándose en su mercado con tecnología de primer nivel que ha descuidado sus sistemas de trabajo teniendo irregularidades con diferentes departamentos, el foco de investigación muestra como principal problemática un incorrecto uso de sus módulos a nivel interno, lo que a lleva a consecuencias tales como atrasar los tiempos de trabajo de cada colaborador generando inconformidades y llegando a tener casos puntuales de desabastecimiento a nivel de inventarios.

Los procesos implementados en el departamento de compras se enfocarán en mejorar el tiempo de actividades para organizar las compras y tener un inventario abastecido para que no haya escasez de productos.

3.4. Factibilidad de la aplicación.

El objetivo investigativo tiene como finalidad la reestructuración del módulo de compras, donde automáticamente permita llevar un control en las órdenes de compra sin causar ningún daño a la empresa. Especialmente cuando se trata de factibilidad:

- Económico
- Operativo
- Técnica
- Tiempo

3.4.1. Factibilidad Económico.

La preparación de la propuesta está libre de complicaciones económicas, ya que el departamento ya cuenta con un programa completamente gratuito y sin costos adicional, la restauración del módulo permitirá tener un control sobre las ordenes emitidas en la práctica diaria.

3.4.2. Factibilidad Operativo.

Para la restauración del módulo de compra, la parte operativa será de gran ayuda contando con el departamento de sistema quienes de primera instancia conocen el módulo que se ha venido trabajando desarrollando las mejoras del programa a efectuarse.

3.4.3. Factibilidad Técnica.

En este apartado, la perspectiva técnica es correcta, mientras que el proyecto va en la dirección de la reestructuración del módulo, habrá una mejora en el uso de los avances tecnológicos.

3.4.4. Factibilidad Tiempo.

En este punto, se puede evaluar que estas mejoras del módulo tendrán un tiempo estimado de 60 días para la evaluación de las mejoras del sistema.

3.5. Desarrollo de la propuesta.

El desarrollo de la propuesta se establecerá a través de cuatro fases de investigación, durante las cuales se definirá el área a trabajo con la asistencia de la jefa nacional de compras de la Compañía Telconet. Se detallan las siguientes etapas:

- Etapa 1: Análisis del departamento de compras
- Etapa 2: Análisis de proveedores
- Etapa 3: Aplicación del módulo de compra
- Etapa 4: Rotación del producto a nivel de inventario

3.5.1. Análisis del departamento de compras

El plan de investigación realizado en este estudio metodológico señaló las limitaciones que tiene el departamento de compras al no mejorar sus módulos se buscara obtener mejoras en el tiempo de trabajo, de acuerdo a estos requerimientos de los departamentos ha provocado que no se desempeñe adecuadamente las compras teniendo una acumulación de pedidos enviados a los proveedores con consecuencias como deficiencia en la gestión del control de inventarios.

IMAGEN 10. Consulta del módulo de compra donde se realizara la restauración.

Consulta de Ordenes de Compras - fap30005

TELCONET S.A.

Parámetros

No. Orden: 199279 Estado: TODAS Tipo Orden: Todas Productos Servicios
 Proveedor: Fecha Desde: 01/01/2022 DD/MM/YYYY
 Solicitante: Fecha Hasta: 31/07/2022 DD/MM/YYYY
 Autoriza:

Orden Compra

No Orden	Prove.	Fecha	Tipo Orden	Total	Estado	Fecha Venc.
199279	040102	23/05/2022	PRODUCTOS	26,936.00	INCOMPLETA	23/06/2022
				Valor Total Aprobado:	26,936.00	

Autorizadores

Sec	Empleado	Reemplazo	Estado	Fecha Autoriza
1	AVEGNO ESPINOZA STEVEN ALFI		AUTORIZADO	24/05/2022 08:49

Detalle Estado:

Proveedor: LOAIZA BARBA TELMO GUSTAVO
 Solicitante: 1962 AVEGNO ESPINOZA STEVEN ALFREDO

Facturas

Serie	No. Físico	Estado
001001	000000069	APROBADA

Pagos

No. Cheque	Estado	¿Emitido?

Fuente: Telconet.

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

3.5.2. Análisis de proveedores

El análisis preciso de los proveedores se basa en los siguientes parámetros:

Parámetros Dpto. de compras locales:

- Tiempo de respuesta de ejecución del trabajo
- tiempo de respuesta en cotización
- Precios
- Cumple con los tiempos de entrega de producto
- Realiza a tiempo la facturación

Parámetros Seguridad Industrial

En este proceso, el área de SSA. realiza la evaluación a proveedores de alto riesgo (aplicables) se basa en solicitud de documentación, pruebas, y visita en las oficinas. Este proceso determina una calificación de 0 a 100%.

Parámetros Área técnica (formularios de evaluaciones técnicas) FOR COM 07. BIENES – FOR COM 08 – SERVICIOS)

- Cumple con las especificaciones técnicas requeridas (producto de buena calidad)
- Cumple con la cantidad de personas para los trabajos (servicios)
- Cumplimiento de soporte y garantía del trabajo realizado (servicios)
- Cumplir con los estándares mínimos de Telconet (calidad, tiempos, requerimientos en general del área técnica)

El formato FOR COM 09 - formato de seguimiento de desempeño del proveedor

Engloba los tres parámetros y sus puntuaciones, con esta información se realiza la retroalimentación al proveedor mediante correo, comunicándole su calificación y puntos de mejoras (de ser el caso). Adjuntando dicho formato como soporte

IMAGEN 11. Análisis de proveedores .

Resultados de Evaluación de Servicios			
Niveles de Evaluación de Calidad del proveedor de servicios			CALIFICACION
Baja			1
Media			3
Alta			5
Homologación			
Homologación del Servicio		Evaluación	
Cumplir con los estandares mínimos de Telconet			
Conocimiento del servicio (Recomendaciones - Certificados)			
		#DIV/0!	
Seguimiento de Desempeño			
Evaluación de Garantía y Soporte Técnico		Evaluación	
Minimo 1-2 cuadrillas de 3 o 4 personas para los trabajos			
Cumplimiento de soporte y garantía del trabajo realizado			
Cumplir con los estandares mínimos de Telconet			
		#DIV/0!	

Fuente: Telconet.

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

3.5.3. Aplicación del módulo de compra

Se presenta de forma sencilla y accesible el módulo de compras donde se realizan mejoras, se incluirá la información como el correo electrónico del proveedor para que cuando el sistema identifique un ciclo de pedido inconcluso envíe una alerta a los proveedores, se tomara de referencia los correos electrónicos donde una orden de compra de estado creada pasa a emitida, esto ayudará a que el solicitante tenga una mejora en sus tiempos de trabajo.

IMAGEN 12. Módulo de orden de compra

Ordenes de Compra Directas - FAP25006

Telconet
Acelera a Fondo ...

TELCONET S.A.

Prov: 040102 LOAIZA BARBA TELMO GUSTAVO Tipo BI BIENES No. Orden 199279
 Ingresa: KESPINOZAA Estado F FINALIZADA Genera Inventario:
 Solicita: 1962 AVEGNO ESPINOZA STEVEN ALFREDO Bodega:
 Jefe: 8213 KLINGER WONG CARLOS ALBERTO
 Fecha: 23/05/2022 Frec. Pago:
 Días Entrega: 30 Vence: 23/06/2022 Pedidos:
 Tipo Dist: Manual Pedido Det: 0 # Pedido: Unid. Prestadas:

Detalle Generales Observaciones Flujo Pago Estimado Distribución Costo

Sec	Cód. NI.	No Artículo	Descripción	Modelo	Cant.	Precio	% Desc.	Imp.
1		10-90-01-065	JEAN TALLA 36 CON CINTA REFLECTIVA	SM	300	11.500	.00	414.00
2		10-90-01-063	JEAN TALLA 32 CON CINTA REFLECTIVA	SM	300	11.500	.00	414.00
3		10-01-03-075	BOTA DIELECTRICA BASICO 3 TALLA 38	SM	50	49.000	.00	294.00
4		10-01-03-078	BOTA DIELECTRICA BASICO 3 TALLA 41	SM	300	49.000	.00	1,764.00

Medida:
 Stock: 0.00 Monto: 24,050.00
 Factor conversión: Medida Prov.: Descuento: .00
 Impuesto: 2,886.00
 TOTAL: 26,936.00

Fuente: Telconet.

Elaborado por: Joshua Joel Chonillo.

3.5.4. Rotación del producto a nivel de inventario

En esta etapa se conoce el inventario por las compras realizadas bajo un artículo, se logra dar una correcta rotación al producto determinando las entradas y salidas a través del Kardex teniendo como objetivo evitar un stock negativo.

IMAGEN 13. Movimiento del artículo bajo los ingresos de compras locales

Capitulo IV

4. Conclusiones y recomendaciones.

4.1. Conclusión.

Se concluye que en la investigación realizada a la empresa Telconet se analizó la reestructuración del módulo de compras, la cual se determinó que:

La empresa ahora tiene los recursos para realizar cambios en el módulo de compra que sean medibles. Hemos tenido un impacto positivo en el departamento para que se reduzca el tiempo de trabajo de cada colaborador mediante el uso de la tecnología, gracias a la implementación del nuevo módulo se espera tener un inventario abastecido con una correcta rotación.

4.2 Recomendación

La compañía Telconet está en contante mejora buscando la innovación continua donde se recomienda lo siguiente:

- Establecer mejoras a todos los módulos de la Compañía.
- Realizar reuniones periódicas verificando las mejoras del modulo
- Innovar.
- Invertir en la capacitación del personal.

Bibliografía

arcotel.gob.ec. (s.f.). Obtenido de <https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/CAPACIDAD-INTERNACIONAL-MAYO-2021.pdf>

Babbage, C. (1832). *On the Economy of Machinery and Manufactures*. En C. Babbage.

Catarina.udlap. (s.f.). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/sanchez_a_je/capitulo2.pdf

CORDOBA, Y. (2017). *PLAN DE MEJORA EN EL PROCESO DE COMPRAS Y SUMINISTROS*.

DATTA. (2 de noviembre de 2020). Obtenido de <https://datta.com.ec/articulo/netlife-10-anos-conectando-a-los-hogares-ecuatorianos>

Díaz-Bravo, L., & Torruco-García. (7 de julio de 2013). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

Fachelli, P. L.-R. (febrero de 2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf

Fontalvo, T. H.-G.-M. (28 de enero de 2019). Los procesos logísticos y la administración de la cadena de suministro.

Ibarra, c. (2011). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>

Jacinto, D. C. (3 de 2021). Obtenido de <https://latamblog.lumen.com/es/tecnologias-revolucion-industrial/>

Jacinto, D. C. (30 de marzo de 2021). *LUMEN*. Obtenido de <https://latamblog.lumen.com/es/tecnologias-revolucion-industrial/>

JUAREZ, R. R. (2009). MANUAL DE COMPRAS PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.

Keller, K. P. (2006). *Dirección de Marketing*. Duodécima Edición.

Medina, M. I. (2007). <https://www.eumed.net/>. Obtenido de https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html

Mendoza-Mendoza, T. F.-H.-I.-H.-G. (2019). *Los Procesos Logísticos y La Administración de la Cadena de Suministro*.

Miloro, C. V. (23 de AGOSTO de 2020). *HISTORIA NATIONAL GEOGRAPHIC*. Obtenido de https://historia.nationalgeographic.com.es/a/ir-tiendas-edad-media-entre-necesidad-y-lujo_15614

Morales, C. M. (2006). *GUÍA DEL JEFE DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS DE UNA EMPRESA MANUFACTURERA . GUATEMALA*.

NETLIFE. (s.f.). Obtenido de <https://www.netlife.ec/quienes-somos/>

Pérez, G. (s.f.). *Ecured*. Obtenido de https://www.ecured.cu/M%C3%A9todo_de_an%C3%A1lisis_hist%C3%B3rico-1%C3%B3gico

Rodríguez Jiménez, A. &. (2017). *Métodos científicos de indagación y indagación y de construcción del conocimiento*.

Sánchez Molina, A. A., & Murillo Garza, A. (julio de 2021). *Debates por la Historia*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6557/655768525006/655768525006.pdf>

TELCONET. (s.f.). *telconet.net*. Obtenido de <https://www.telconet.net/holdingtelconet/nosotros-telconet-latam>

TELECOMUNICACIONES, A. D. (s.f.). <https://www.arcotel.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/Boletin6.pdf>

Velasco, J. (s.f.). *THINKBIG*. Obtenido de <https://blogthinkbig.com/fibra-optica-origen/>

wikipedia. (s.f.). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Tienda_en_1%C3%ADnea

Anexos

Anexo 1. Cuestionario**1. ¿Cuánto tiempo demoran en entregar la mercadería?**

Diario	
Semanal	
Mensual	

2. ¿Cuánto es el tiempo de crédito actual que se está manejando?

30 Días	
60 días	
90 días	

3. ¿El proveedor se encuentra calificado por la SGS?

SI	
NO	

4. ¿Actualmente se está trabajando con proveedores calificados?

SI	
NO	

5. ¿Se realizan evaluaciones periódicas a proveedores?

SI	
NO	

6. ¿Conoce usted la Política de Compras?

SI	
NO	

Anexo 2. REGISTRO INICIAL DE PROVEEDORES

	REGISTRO INICIAL DE PROVEEDORES		
INFORMACION GENERAL			
Razón Social:			
RUC:			
Tipo Proveedor: (Marcar con una X)	Persona Natural		Persona Jurídica
Ciudad:			
País:			

Provincia:			
Dirección de la empresa:			
Teléfono/fax:		E-mail:	
Tipo de actividad ofrecida: (Marcar con una o más X)	Bienes		Servicios
Actividad (Detalle de Bienes y/o Servicios ofertados):			
Información Adicional			
Nombre del Representante Legal:			
Nombre del Gerente General: (Solo persona jurídica)			
Vendedor / Contacto Comercial:		Teléfono:	
Celular (Vendedor):		E-mail (Vendedor):	

CARACTERISTICAS	DESCRIPCION	COMENTARIO
Cumplimiento en Bienes (Completar cuando se maque la X en Tipo de Actividad "Bienes")	Tiempo de entrega (si aplica)	
	Tiempo crédito	
	Tiempo de garantía	
	Experiencia en el mercado	
	No. Oficinas dentro del país	
	Es fabricante (Si o No)	
Cumplimiento en Servicios (Completar cuando se maque la X en Tipo de Actividad "Servicios")	Tiempo de entrega del servicio	
	Tiempo crédito	
	Atención de garantías luego del servicio - postventa	
	Experiencia en el mercado	
	No. Oficinas dentro del país	
	Prestador directo de servicio o subcontrata	

REQUISITOS DOCUMENTALES PARA PROVEEDORES PERSONAS NATURALES Y JURIDICAS			
DOCUMENTO SOLICITADO	SI	NO	NO APLICA

Copia del RUC actualizado (Persona Jurídica) y/o cédula de Identidad (Persona Natural)			
Copia del nombramiento del Representante legal (Persona Jurídica)			
Copia de cédula de ciudadanía del representante legal o copia de pasaporte en el caso de ser extranjero			
2 referencias comerciales actualizada (mínimo 6 meses)			
1 referencia bancaria actualizada (mínimo un mes)			
Certificación ISO (si tuviese)			

CAMPO EXCLUSIVO PARA USO DE DPTO DE COMPRAS DE TELCONET S.A.

Documentación y formulario completo y firmado por el proveedor	SI		NO	
---	-----------	--	-----------	--

Proveedor ofrece Bienes/Servicios críticos que requieren ser evaluados	SI		NO	
---	-----------	--	-----------	--

Anexo 3. EVALUACION TÉCNICA DE BIENES

	EVALUACION TECNICA PARA HOMOLOGACION Y SEGUIMIENTO DE DESEMPEÑO A PROVEEDORES DE BIENES
--	--

Fecha			
Ciudad			
Proveedor			
Tipo de bien			
Departamento			
Responsable			
Proyecto (Si aplica):		Seguimiento :	Homologación :

Por medio de la presente, confirmo haber realizado la inspección y homologación de los productos, materiales y repuestos presentados por del Dpto. de Compras según el siguiente detalle:

Resultados de Evaluación de Equipos y Materiales

Niveles de Inspección de Calidad del proveedor	CALIFICACION
Baja	1
Media	3
Alta	5

Homologación	Evaluación	
Cumple con las especificaciones técnicas requeridas	0	
	0	

Seguimiento de Desempeño	Evaluación	
Cumple con las especificaciones técnicas requeridas	0	
La calidad del producto es la adecuada	0	
	0	

Nivel de Calidad del Producto

0

Observaciones	

Firma representante de Dpto. Compras

Firma Responsable Técnico

Nombre:

Cédula:

Anexo 4. EVALUACIÓN TÉCNICA DE SERVICIOS

	EVALUACION TECNICA PARA HOMOLOGACION Y SEGUIMIENTO DE DESEMPEÑO A PROVEEDORES DE SERVICIO
--	--

Fecha					
Ciudad					
Proveedor					
Tipo de servicio					
Departamento					
Responsable					
Proyecto (Si aplica):		Seguimiento		Homologación	
		:		:	

Por medio de la presente, confirmo haber realizado evaluación técnica de los servicios ofrecidos por el proveedor mencionado según el siguiente detalle:

Resultados de Evaluación de Servicios

Niveles de Evaluación de Calidad del proveedor de servicios	CALIFICACION
Baja	1
Media	3
Alta	5

Homologación

Homologación del Servicio		Evaluación	
Cumplir con los estándares mínimos de Telconet			
Conocimiento del servicio (Recomendaciones - Certificados)			
		#¡DIV/0!	

Seguimiento de Desempeño

Evaluación de Garantía y Soporte Técnico		Evaluación	
Mínimo 1-2 cuadrillas de 3 o 4 personas para los trabajos			
Cumplimiento de soporte y garantía del trabajo realizado			
Cumplir con los estándares mínimos de Telconet			
		#¡DIV/0!	

Evaluación de Calidad del Servicio		Evaluación	
Contar con herramientas adecuadas para los trabajos a realizar			
Contar con el personal calificado para realizar el trabajo			
Cumplir con los tiempos de entrega de trabajos			
Conocimiento del servicio (Recomendaciones - Certificados)			
Presentar Informes detallados de los trabajos realizados			

	# ¡DIV/0!	
--	-----------	--

Evaluación técnica de desempeño	# ¡DIV/0!
--	------------------

Observaciones	
----------------------	--

Firma representante de Dpto. Compras

Nombre:

Cédula:

Firma Responsable Técnico

Nombre:

Cédula:

Anexo 5. SEGUIMIENTO DE DESEMPEÑO A PROVEEDORES

	SEGUIMIENTO DE DESEMPEÑO DEL PROVEEDOR
--	---

PROVEEDOR				
FECHA		CIUDAD		
DEPARTAMENTO		BIENES	SERVICIOS	

Parámetros de Compras Locales	0.00
--------------------------------------	-------------

Tiempo de respuesta ejecución del trabajo/ Tiempo de respuesta cotización del producto	
Precios	
Cumple con los tiempos de entrega / Entrega de documentación a tiempo (Facturas)	

Observaciones	

Parámetros de SSA	0.00
--------------------------	-------------

Valoración de SSA según evaluación de desempeño	
---	--

Observaciones	

Parámetros de Departamento que solicita	0.00
--	-------------

Valoración de departamento que solicita según evaluación de desempeño	
---	--

Observaciones	

Rango de valoración	
---------------------	--

Malo	1
Regular	3
Bueno	5

Escala de Valoración	
----------------------	--

Malo	0-1
Regular	2-3
Bueno	4-5

Valoración de desempeño del proveedor	Ponderación	Calificación
---------------------------------------	-------------	--------------

Valoración de parámetros de Departamento Solicitante	50%	0.00
--	-----	------

Valoración de parámetros de SSA	30%	0.00
Valoración de parámetros de Compras Locales	20%	0.00

Malo	0.00
-------------	-------------

Recomendaciones
