

**AUDITORÍA DEL PROCESO ACTUAL DE COMPRA DE MERCANCÍA,
SUMINISTROS Y SERVICIOS EN LA EMPRESA AGROMILENIO S.A**

KRISTIAM MIGUEL PEÑA VILLAMIZAR

CÓDIGO 1.094.277.837

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
CONTADURÍA PÚBLICA
PAMPLONA- NORTE DE SANTANDER
2018**

**AUDITORÍA DEL PROCESO ACTUAL DE COMPRA DE MERCANCÍA,
SUMINISTROS Y SERVICIOS EN LA EMPRESA AGROMILENIO S.A**

KRISTIAM MIGUEL PEÑA VILLAMIZAR

CÓDIGO 1.094.277.837

**Informe presentado como requisito final para optar al título de Contador
Público**

Supervisora de Práctica

**ZAIDA YONERICA CACUA RINCÓN
Contadora Pública
MG. Gerencia Financiera-Tributaria**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
CONTADURÍA PÚBLICA
PAMPLONA- NORTE DE SANTANDER
2018**

Nota De Aceptación

Firma Jurado 1

Firma Jurado 2

Firma Jurado 3

PAMPLONA, JUNIO 2018

AGRADECIMIENTOS

“A DIOS”

Quiero darle gracias a Él por cada una de las bendiciones recibidas, su compañía permanente, su apoyo a lo largo de mi carrera, por haberme dado las fuerzas necesarias para seguir adelante y ser la luz en todo camino; rodeado de personas maravillas que fortalecen mi formación.

“A Mi FAMILIA”

Por su incansable amor, comprensión y confianza brindado durante toda mi vida.

“A LOS DOCENTES”

Les agradezco por los conocimientos adquiridos durante la carrera, sus experiencias y lecciones hicieron de mí una persona íntegra.

“A LA EMPRESA”

A la empresa Agromilenio S.A por depositar su confianza en mí y brindar todas las herramientas necesarias para poder culminar esta propuesta de mejoramiento de manera exitosa.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN.....	12
1 INFORMACIÓN EMPRESARIAL.....	14
1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA.....	14
1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS.....	14
1.2.1 Misión.....	14
1.2.2 Visión.....	15
1.2.3 Valores corporativos.....	15
1.2.4 Políticas de gestión integral.....	15
1.3 DIAGNOSTICO.....	16
1.3.1 Marketing.....	17
1.3.1.1 Políticas del producto.....	17
1.3.1.2 Políticas de precios.....	18
1.3.1.3 Políticas de comunicación.....	18
1.3.1.4 El cliente.....	18
1.3.1.5 Análisis del mercado.....	19
1.3.1.6 La competencia.....	20
1.3.2 Finanzas y control de gestión.....	20
1.3.2.1 Activo.....	20
1.3.2.2 Pasivo.....	21
1.3.2.3 Cuenta de explotación.....	22
1.3.3 Producción y operaciones.....	23
1.3.3.1 Instalaciones.....	23
1.3.3.2 Procesos.....	24
1.3.3.3 Compras.....	24
1.3.4 Recursos humanos y organización.....	24
1.3.4.1 Estructura organizativa.....	24

1.3.4.2 Personal.....	26
1.3.5 Estrategia y crecimiento.....	26
1.3.5.1 Estrategia.....	26
1.3.6 Matriz DOFA.....	26
1.3.6.1 Matriz de evaluación de factores externos (EFE) y matriz de evaluación de factores internos (EFI).....	29
1.4 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO.....	37
1.5 FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE EN LA PRÁCTICA.....	39
1.6 ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	40
1.6.2 Objetivos.....	41
1.6.2.1 General.....	41
1.6.2.2 Específicos.....	41
1.6.3 Justificación.....	42
1.6.3 Cronograma.....	44
2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	46
2.1 PROCESO DE COMPRAS.....	48
2.1.1 Proceso actual de compra de suministros	48
2.1.2 Proceso actual de compra de mercancía.....	52
2.2 DESCRIPCIÓN DE SUBPROCESOS DEL PROCESO DE COMPRAS.....	55
2.2.1 Evaluación y selección de proveedores.....	55
2.2.2 Negociación con proveedores.....	55
2.2.3 Gestión de solicitudes y formato de compra.....	55
2.2.4 Recepción en SIIGO producto o servicio.....	56
2.2.5 Entrega de facturas a contabilidad y pago a proveedores.....	56
2.3 RESPUESTA A LA AUDITORIA.....	57
2.4 ELABORACIÓN DEL MANUAL.....	60
CONCLUSIONES.....	63

RECOMENDACIONES.....	65
ALCANCE DE LA PRÁCTICA.....	67
BIBLIOGRAFÍA.....	68
ANEXOS.....	69

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen N° 1 Logo de Agromilenio S.A.....	16
Imagen N° 2 Cobertura de la empresa en el país.....	19
Imagen N° 3 Activos Vs Pasivos.....	21
Imagen N° 4 Proyección de las ventas.....	22
Imagen N° 5 Ventas Vs utilidad operacional.....	23
Imagen N° 6 Organigrama de la empresa.....	25
Imagen N° 7 Puesto de trabajo.....	38
Imagen N° 8 Área de contabilidad Agromilenio S.A.....	38
Imagen N° 9 Diagrama de Gantt.....	45
Imagen N°10 Fases del proceso de compra de suministros.....	48
Imagen N° 11 Organigrama del proceso de compras.....	53
Imagen N° 12 Diagrama de Ishikawa.....	57
Imagen N° 13 Proceso de compras para disminuir los riesgos operativos y financieros.....	58

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla N°1 Principales proveedores.....	24
Tabla N°2 Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	29
Tabla N°3 Matriz de evaluación de factores internos (EFI).....	31
Tabla N°4 Actividades propuestas.....	44
Tabla N° 5 Aspectos que se desean conocer de los proveedores.....	47
Tabla N° 6 Proceso actual de compra de suministros.....	50
Tabla N° 7 Proceso actual de compra de Mercancía.....	53

LISTA DE ANEXOS

- Anexo A. Entrevistas al personal de compras
- Anexo B. Formato de orden de compra
- Anexo C. Manual de compras (Políticas y procedimientos)
- Anexo D. Carta de presentación
- Anexo E. Carta de aceptación
- Anexo F. Certificación de terminación de práctica
- Anexo G. Certificación de socialización de la propuesta
- Anexo H. Formato de evaluación
- Anexo I. Formato de autoevaluación
- Anexo J. CD-ROOM

ABSTRACT

The present degree work is based on the diagnosis made to the company Agromilenio SA, where weaknesses of the current purchasing process of the organization were found with opportunities for improvement, where a proposal for improvement to the current process of purchases in the company is formulated, in such a way that it's operational and financial risks can be reduced.

The purpose of the work was to offer a solution to the problem found in the purchasing process, which needs to be improved, since with its improvement, greater control will be guaranteed in the supply of merchandise to meet the needs of customers, as well as supplies. And services that this requires for the provision of its corporate purpose.

To know the main causes that lead to the generation of non-conforming orders, observations and interviews were made to the personnel in charge, where the creation of a manual for the process arises, with purchase orders to ensure efficiency in transactions and contribute to control.

RESUMEN

El presente trabajo de grado se basa en el diagnóstico realizado a la empresa Agromilenio S.A, donde se encontraron debilidades del actual proceso de compras de la organización con oportunidades de mejora, donde se formula una propuesta de mejoramiento al actual proceso de compras en la empresa, de tal forma que se puedan disminuir sus riesgos operativos y financieros.

El propósito del trabajo fue ofrecer una solución al problema encontrado en el proceso de compras, el cual se requiere mejorar, pues con su mejora, se garantizará un mayor control en el abastecimiento de mercancía para suplir las necesidades de

los clientes, así como de suministros y servicios que esta requiere para la prestación de su objeto social.

Para conocer las principales causas que conllevan a la generación de pedidos no conformes, se realizaron observaciones y entrevistas al personal encargado, donde surge la creación de un manual para el proceso, con órdenes de compra para asegurar la eficiencia en las transacciones y contribuir al control de este.

INTRODUCCIÓN

Las empresas hoy en día se enfrentan a una fuerte competencia debido a la globalización, donde se hace necesario la creación de estrategias que las hagan competitivas en el mercado y generar un desarrollo empresarial; el sector agropecuario creció en el año 2017 muy por encima de lo que avanza su economía en su conjunto, algunos de los factores que incentivaron la producción del campo fueron el clima e incluso la campaña Colombia siembra, que busca desarrollar un millón de hectáreas hasta el 2.018.

Agromilenio S.A es una empresa santandereana que se desenvuelve en el sector agropecuario desde hace más de 17 años, que busca atender las necesidades del mercado del cual hace parte, actualmente hace presencia en 8 departamentos del país, caracterizándose por ser una compañía joven, con nuevas estrategias de mercadeo y ofreciendo valores agregados a sus clientes; en la actualidad la organización representa a prestigiosas multinacionales y empresas nacionales como BAYER, BASF, FMC, COSMOAGRO, HELM y AGROCENTRO, la empresa pretende posicionarse como el grupo empresarial más sólido del sector agropecuario en el nororiente colombiano.

Las compras en un ente económico han dejado de ser una actividad para convertirse en un elemento estratégico, ya que se busca mantener buenas relaciones con los mejores proveedores y así ofreceré productos y servicios de excelente calidad. Al hacer un diagnóstico de la compañía se encontró que uno de los procesos que mayor presenta ineficiencia y falta de control es el proceso de compras, debido a que en diferentes situaciones los pedidos se demoran más de lo normal, llega mercancía mayor o menor a la demandada y con precios diferentes a los estipulados, debido a la gran importancia que tiene este proceso dentro de la empresa y las necesidades de posicionamiento y de crecimiento, el objetivo de este trabajo es formular una propuesta para mejorar al actual proceso de compras, donde se realizó una auditoría al proceso para identificar las principales causas que

generan reprocesos en la empresa Agromilenio S.A, donde se decidió por el diseño de un manual con órdenes de compra bien estructurado, con políticas claras para maximizar el control en el proceso , y así contribuir a disminuir los riesgos operativos y financieros.

Se presenta de esta forma dos capítulos, en el primero se presenta la parte corporativa de la empresa, un diagnóstico integral del ente económico donde se desarrollan matrices como la DOFA, y se da a conocer la estructuración de la propuesta de mejoramiento; en el segundo capítulo se desarrolla la propuesta para beneficio del ente económico y se concluye con lo implementado.

1 INFORMACIÓN EMPRESARIAL

1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA

Agromilenio S.A, nace el 19 de diciembre del año 2.000; buscando atender una necesidad del mercado santandereano. Pasados unos meses de su constitución, la multinacional MONSANTO le dio su voto de confianza y se inició la distribución; caracterizándose por ser una compañía joven, con nuevas estrategias de mercado y ofreciendo valores agregados a sus clientes.

Rápidamente se posicionaron marcas como DEKALB y se fue ampliando el área de cobertura; en la actualidad la empresa representa a prestigiosas multinacionales y empresas nacionales como BAYER, BASF, FMC, COSMOAGRO, HELM y AGROCENTRO.

1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS

1.2.1 Misión. Convertirnos en la mejor alternativa para nuestros clientes en la solución de sus necesidades agropecuarias de manera satisfactoria y responsabilizándonos por ofrecer:

- Productos de excelente calidad y de bajo impacto ambiental.
- Un servicio integral tanto en la parte técnica como humana, basado en los valores individuales como el respeto, la cortesía y la superación permanente.
- Bienestar económico y familiar de nuestros socios, empleados y clientes en general.

1.2.2 Visión. Proyectarnos como una organización prestadora de servicios integrales en lo referente al sector agropecuario manteniendo una alianza estratégica con nuestros clientes, siendo siempre constantes, con una excelencia operativa y convertirnos en grupo empresarial más sólido del sector agropecuario en el oriente colombiano.

1.2.3 Valores corporativos

- **Pasión:** Proyectamos dinamismo diariamente, ejecutando nuestras labores de manera acertada y ágil, disfrutando nuestro trabajo enfocándolo al logro de los objetivos.
- **Honestidad:** Nos orientamos en la ética personal y profesional hacia nuestros clientes y entorno empresarial, para generar confianza y credibilidad de la empresa en el mercado nacional.
- **Trabajo en equipo:** Basados en la comunicación, cooperación y el compromiso de nuestros colaboradores, promoviendo la participación de todos para el logro de objetivos y de resultados positivos.
- **Creatividad:** Nos promueve a ser recursivos, aportando soluciones y estrategias inmediatas y eficientes que cumplan con los objetivos de la compañía.

1.2.4 Políticas de Gestión Integral

- **Calidad:** Satisfacer nuestros clientes con productos que cumplan sus expectativas, a través de una experiencia de asesoría técnica especializada y calidad en su atención, brindada por personal calificado.
- **Seguridad y salud:** Identificar y gestionar los peligros con base en su valoración en los centros de trabajo, con el fin de priorizar su intervención incluyendo contratistas y visitantes.

- Ambiente: Proteger el ambiente de los impactos que se generan con las actividades realizadas, servicios y productos comercializados, a través de la valoración de su significancia e implementación de controles.
- Responsabilidad social: Trabajar por el desarrollo y crecimiento de nuestros clientes, aportando a la sociedad la generación de empleo y desarrollo social en las zonas donde operamos.

1.3 DIAGNOSTICO

Agromilenio S.A es una empresa santandereana que se especializa en el rubro de insumos y productos agropecuarios, se encuentra ubicada en la ciudad de Bucaramanga, en el departamento de Santander, siendo su domicilio social de esta empresa la Carrera 35w no. 71-37 Barrio Porvenir / Parque Industrial Provincia de soto I - Bodega 59.

La forma jurídica de Agromilenio es Sociedad Anónima y su principal actividad es el "Comercio al por mayor no especializado".

Es una empresa en constante crecimiento, así lo registran sus cifras en comparación con años anteriores, aumentando sus resultados y su patrimonio, con gran variedad de alternativas y soluciones para la protección de cultivos a nivel nacional, contando para el año 2017 con un total de 148 empleados.

Imagen N° 1 Logo de Agromilenio S.A



Fuente: Agromilenio S.A

1.3.1 Marketing

1.3.1.1 Política del producto. Actualmente la empresa ofrece la solución completa en productos correspondientes para uso agrícola y veterinario, contando con diversas líneas de productos para abastecer las demandas de los clientes que en su mayoría son microempresas o almacenes que se dedican a la comercialización de estos productos. Los productos que la empresa distribuye satisfacen las necesidades de los clientes, en cuanto a productos agropecuarios y agroquímicos se refieren, como Kraft, Buggy, Fertich, Impact, Pirestar, Infinito, Cosmoplan, Glifosol, Forum, Eltra, Prestar, Impact, Donadim entre otros; ya sean plaguicidas, insumos, insecticidas, herbicidas y coadyuvantes.

Dentro de las líneas de producto que maneja la empresa encontramos la línea agrícola y semillas (praderas y control de malezas, protección de cultivos y semillas), fertilizantes y abonos (acondicionadores de suelo, fertilizantes edáficos y fertilizantes foliares), equipos y accesorios agrícolas (alambres, cerca y accesorios, equipos agrícolas y lubricantes, sistemas de riego y accesorios, talabartería, herramientas y otros), pecuaria (instrumental veterinario, nutrición animal, y sanidad animal) y últimamente se ha introducido una nueva la línea de medicamentos para uso veterinario en el municipio de Cota-Cundinamarca.

También se ofrece el servicio de asesoramiento técnico que viene incluido dentro del producto con el firme propósito de que los agricultores y ganaderos obtengan y generen productos de excelente calidad en sus cosechas.

Los productos que la empresa distribuye son de excelente calidad y reconocidos por sus clientes.

1.3.1.2 Política de precios. Los precios dentro de la organización son basados de acuerdo con los precios que dan los proveedores, los precios son sujetos a cambios sin previo aviso. La empresa no considera precios a mayoristas todo es a precios a nivel de usuario final, haciendo que estos sean un poco más elevados en comparación a la competencia.

Dentro de los motivos que han llevado a la actual estructura de precios es, la competencia y la calidad de los productos que son amigables con el medio ambiente; los precios de los productos han aumentado en el transcurso del tiempo, esto debido a la inflación y el aumento de los impuestos.

1.3.1.3 Política de comunicación. Las relaciones públicas juegan un papel importante ya que la empresa busca constantemente generar una percepción positiva de la prestación del objeto social en los clientes.

La empresa no invierte mucho en publicidad, aunque se hacen volantes y afiches alusivos a la empresa y se participa en algunos eventos; a los clientes se les comunica si existe alguna bonificación que les favorece.

1.3.1.4 El cliente. Los clientes están conformados por todos aquellos almacenes, que se dedican a la comercialización de productos agropecuarios al detal, ya sean dueños de fincas, agricultores, granjeros, terratenientes y público en general que utilizan los productos para sus actividades en el campo.

Una de las fortalezas es la lealtad de los clientes, constituyendo clientes fijos para la organización. Actualmente están saliendo nuevos productos e inclusive a menor costo que prestan los mismos beneficios o mayor que los productos ya reconocidos, hoy en día la empresa abarca una gran parte del mercado logrando aumentar su número de clientes y generando confianza.

Las variables claves para la decisión de compra son los precios, reputación del fabricante, condiciones de crédito y la calidad de los productos, donde si existe una reclamación por parte de un cliente esta se atiende de forma directa, siempre y cuando el error se haya cometido por parte de la empresa, el producto será remplazado en un 100%.

1.3.1.5 Análisis del mercado. La empresa actualmente hace presencia en ocho departamentos del país, cuenta con diferentes agencias a nivel nacional en: Girón, Cúcuta, Aguachica, Villavicencio, Granada, Yopal, Valledupar, Cota, Tunja y Medellín, abarcando zonas estratégicas del país de alta producción agrícola y ganadera.

En los meses de diciembre y junio se aumentan las ventas en comparación a los demás meses del año, donde los posibles problemas que podrían imposibilitar un crecimiento del mercado serian: la competencia, la inflación y los impuestos.

Imagen N° 2 cobertura de la empresa en el país.



Fuente: Agromilenio S.A

1.3.1.6 La competencia. La competencia está compuesta por todas aquellas empresas que se dediquen a la distribución de productos agropecuarios, en las regiones donde Agromilenio S.A hace presencia; la competencia en Colombia es grande, dentro de esta encontramos:

- TIERRAGRO - PÉREZ Y CARDONA S.A.S.
- AGRALBA S.A
- AGROESPECIALIDADES S.A
- AGROQUIMICOS
- DISTRIBUIDORA DE INSUMOS AGROPECUARIOS LA FONTANA S A S
- EMPRESA PRODUCTORA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS AGROPECUARIOS SAS
- UNIONAGRO S.A
- QUIMICOS OMA

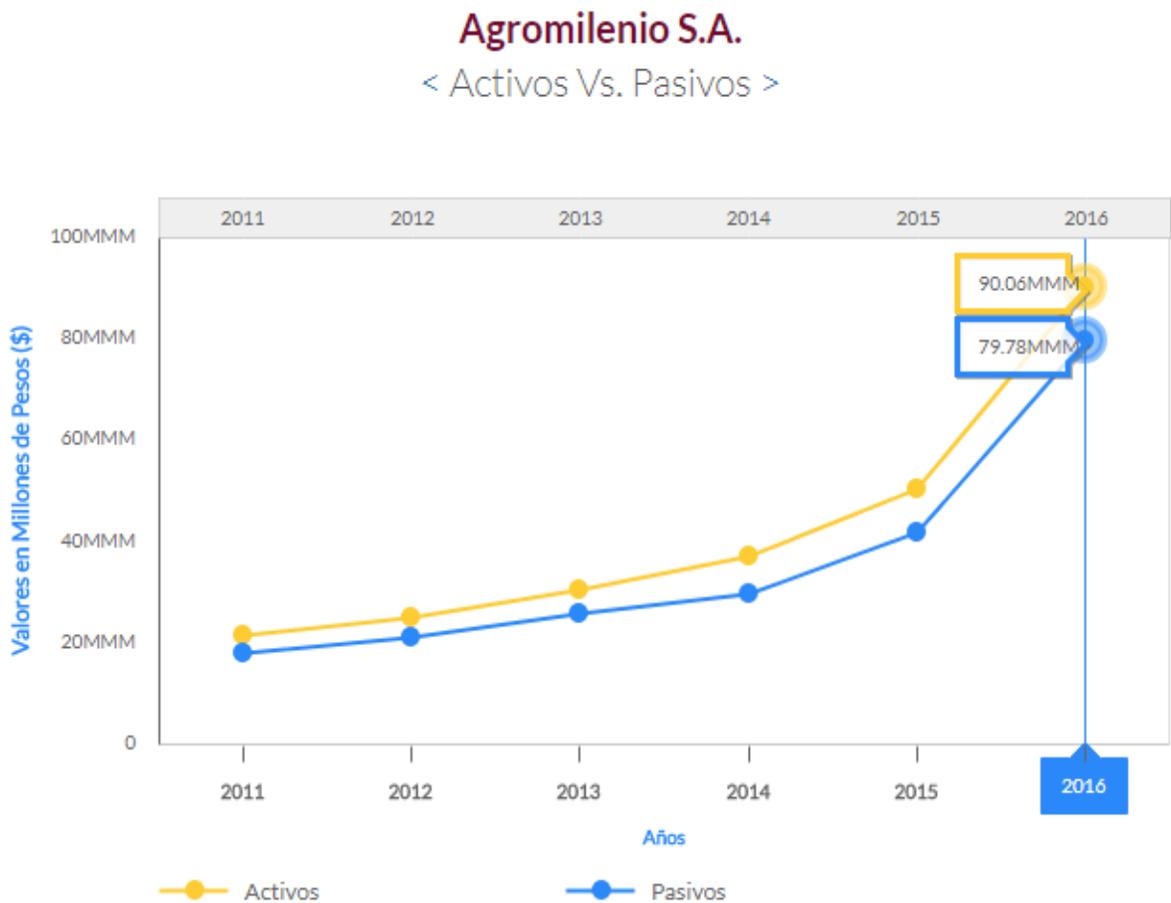
Una de las estrategias de la empresa es ir creciendo como organización, prestando servicio técnico a los clientes para mejorar la productividad e ir generando confianza para posicionarse en este mercado tan competitivo.

1.3.2. Finanzas y Control de Gestión

1.3.2.1 Activo. Para el almacenamiento de inventarios la empresa cuenta actualmente para el gran Santander con dos bodegas una en la ciudad de Bucaramanga y otra en la ciudad de Cúcuta para abastecer al mercado existente. Dentro de los principales activos fijos que tiene la empresa encontramos: Maquinaria y equipos, muebles y enseres, instalaciones, equipo de transporte y equipo de oficina. El total de los activos en el año 2016 fue de 90.1 mil millones.

1.3.2.2 Pasivo. Dentro de la empresa existe una relación directa con cada uno de los proveedores donde se pueden realizar actividades de financiamiento, donde gran parte de la mercancía se adquiere a crédito. El porcentaje de endeudamiento para el año 2016 fue de 88.6%.

Imagen N° 3. Activos Vs Patrimonio

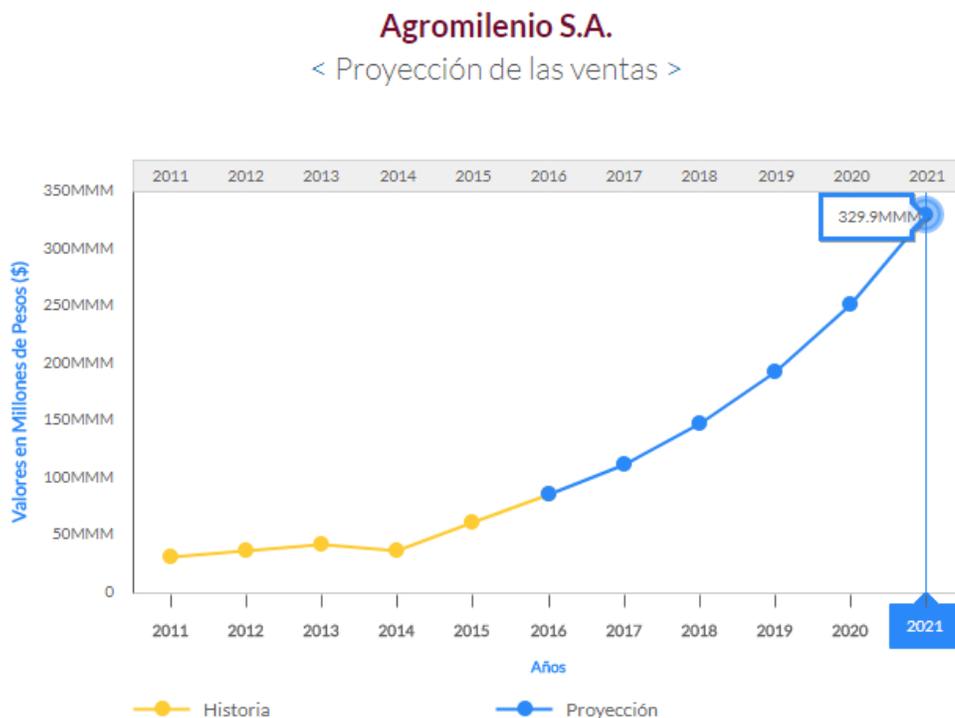


Fuente: Informa Colombia S.A

1.3.2.3 Cuenta de explotación. El aumento de las ventas ha ido aumentando progresivamente, pero esto se debe a que se han ido agregando nuevas líneas de productos y se ha expandido a otros lugares del país, siendo estas de 85.8 mil millones correspondientes al año 2016.

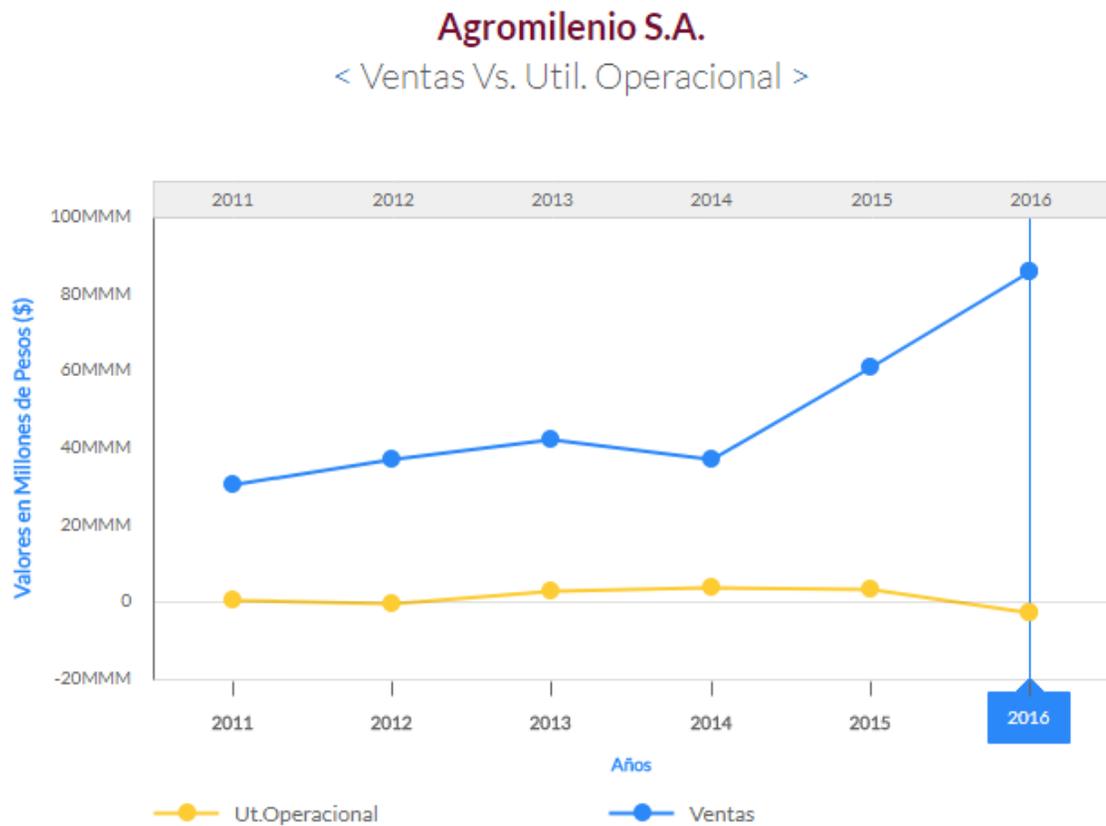
En el proceso de compras se podría actuar para mejorar los beneficios y minimizar al máximo los riesgos operativos y administrativos, como también formar estrategias de marketing que permitan generar un mayor posicionamiento y reconocimiento del ente económico.

Imagen N° 4. Proyección de las ventas



Fuente: Informa Colombia S.A

Imagen N° 5. Ventas Vs Utilidad Operacional



Fuente: Informa Colombia S.A

1.3.3. Producción y Operaciones

1.3.3.1 Instalaciones. La empresa cuenta con 8 agencias en el país, donde existe una alta producción agrícola y demanda por los productos, estas son cómodas y amplias para la realización de la actividad económica de la organización, la parte administrativa se lleva a cabo en un lugar estratégico de la ciudad de Bucaramanga en una zona industrial en crecimiento constante.

1.3.3.2 Procesos. El principal proceso es ser distribuidor del portafolio de productos agroquímicos de las compañías multinacionales y nacionales como:

BAYER, CROPSCIENCE, MONSANTO, COSMOAGRO, INDUSTRIAS TEQUENDAMA, SEMILLAS DE PASTOS, entre otros.

1.3.3.3 Compras. Las compras se realizan a los proveedores que ya la empresa los tiene debidamente seleccionados, o de adquirir un producto que estos no lo posean se cotiza con otros proveedores en el mercado, donde la empresa no cuenta con un proceso de compras estructurado, con órdenes de compra y un mayor control que le permita a la organización disminuir sus riesgos operativos y financieros.

Tabla N° 1. Principales proveedores

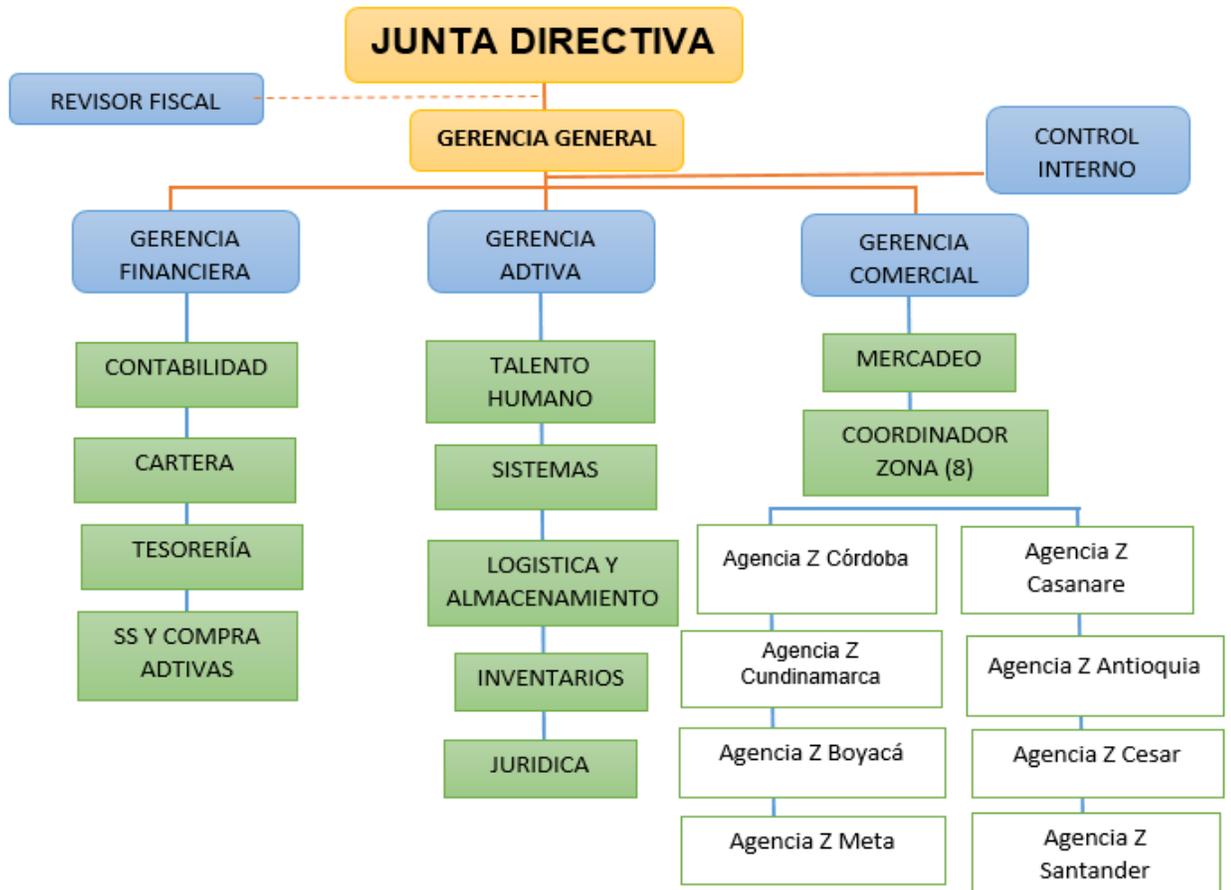
EMPRESA	NIT
FMC COLOMBIA S.A.S	830.127.647
BASF QUIMICA COLOMBIANA S.A(Bogotá D.C)	860.056.150
COSMOAGRO S. A (Palmira-Valle del Cauca)	891.304.818
INNOVAK COLOMBIA S.A.S	900.045.254
ANASAC COLOMBIA (Cota-Cundinamarca)	830.102.401

Fuente: Elaboración propia

1.3.4 Recursos humanos y organización

1.3.4.1 Estructura organizativa

Imagen N° 6. Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Equipo de dirección:

- Gerente general: Duvaney Serna
- Representante Legal: David Alfonso Herrera
- Gerente administrativo: Stella Sarmiento
- Gerente Financiero: Jhon Orozco

1.3.4.2 Personal. El personal dentro de la empresa es considerado como el factor más importante para el funcionamiento de la empresa, y su crecimiento ya que la empresa cuenta con un talento humano que poseen cualidades, habilidades, talentos, que generan una mayor rentabilidad para la empresa donde cada trabajador es profesional en su área, y suficiente para cumplir con la prestación del objeto social de la organización; en el que siempre se plasma un buen ambiente laboral y amistad entre los trabajadores.

1.3.5. Estrategia y crecimiento

1.3.5.1 Estrategia. Agromilenio S.A, siempre ha buscado ser un modelo de empresa gestionado bajo unas políticas que se basan en unos valores corporativos implantados por sus propietarios, donde el respeto por su gente y la búsqueda permanente de la competitividad y la calidad de sus productos son el soporte de su desarrollo.

1.3.6 Matriz DOFA

Oportunidades

O1. Gran mercado potencial por la cantidad de almacenes que requieren productos agropecuarios para su comercialización.

O2. Campaña Colombia siembra que busca aumentar la producción agrícola en el país.

O3. Desarrollo de la tecnología y las telecomunicaciones lo que permite una atención personalizada y directa con el cliente.

O4. Mercados internacionales.

O5. Favoritismo de productos agropecuarios colombianos.

O6. Políticas enfocadas al desarrollo empresarial.

O7. Nuevas marcas de productos más eficientes a más bajo costo.

O8. Formación de bloques comerciales, potencializar la realización de acuerdos y alianzas estratégicas empresariales y comerciales.

O9. Expansión y creación de nuevas agencias a nivel nacional y comercialización de nuevas líneas de productos.

O10. Crecimiento del sector agropecuario en Colombia, considerándose uno de los más prósperos.

Amenazas

A1. Impuestos

A2. Migración del campo a la ciudad.

A3. Legislación de prohibición de actividades agropecuarias en zonas de paramo.

A4. Uso irracional de los recursos naturales.

A5. Inflación- precios de productos elevados.

A6. Fenómenos climáticos.

A7. Bajos precios de los productos agrícolas que producen los campesinos.

A8. Nuevos competidores en el mercado.

A9. Bajo poder adquisitivo de la población.

A10. Desempleo.

Fortalezas

- F1. Aumento en la comercialización y distribución de nuevas líneas de productos.
- F2. Excelente calidad de los productos.
- F3. Alto nivel de confianza
- F4. Proveedores líderes y reconocidos.
- F5. Clientes fijos (gracias al trabajo interno)
- F6. Ofrecimiento de servicio técnico a los agricultores y ganaderos.
- F7. Equipo de transporte apto, lo que permite satisfacer la demanda de los clientes.
- F8. Personal con antigüedad laboral, haciéndolos sujetos de confianza.
- F9. Logo y eslogan llamativo y moderno.
- F10. Segmentación de clientes con presencia en diferentes regiones del país.

Debilidades

- D1. Falta de estrategias de publicidad.
- D2. Falta de mecanismos de capacitación.
- D3. Legalización de anticipos en fechas posteriores.
- D4. Faltas de estrategias y control en el proceso de compras.
- D5. Falta de una página web novedosa y dinámica que permita una mejor imagen de la organización.
- D6. Carencia de programas y estrategias administrativas que le permita optimizar los recursos.
- D7. No se realizan estudios de posicionamiento del mercado periódico.

D8. Faltas de estrategias de motivación del personal.

D9. Precios relativamente altos.

D10. Productos sin caracteres diferenciadores.

1.3.6.1 Matriz de evaluación de factores externos (EFE) y matriz de evaluación de factores internos (EFI)

Tabla N° 2. (EFE)

(EFE)	PESO	CALIFICACION	VALOR PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1. Mercado potencial	0,07	4	0,28
2. Campaña Colombia siembra	0,04	3	0,12
3. Desarrollo de la tecnología y las telecomunicaciones	0,05	3	0,15
4. Mercados internacionales.	0,04	3	0,12
5. Favoritismo de productos agropecuarios colombianos.	0,04	4	0,16
6. Políticas enfocadas al desarrollo empresarial	0,05	4	0,2
7. Nuevas marcas de productos	0,05	4	0,2
8. Formación de bloques comerciales	0,05	3	0,15
9. Expansión y creación de nuevas agencias a nivel nacional	0,06	4	0,24
10. Crecimiento del sector agropecuario en Colombia	0,07	4	0,28
AMENAZAS			
1. Impuestos	0,05	2	0,1
2. Migración del campo a la ciudad.	0,03	2	0,06
3. Legislación de prohibición de actividades agropecuarias en zonas de paramo.	0,05	1	0,05
4. Uso irracional de los recursos naturales.	0,04	1	0,04
5. Inflación	0,05	2	0,1

6. Fenómeno climáticos.	0,04	2	0,08
7. Bajos precios de los productos agrícolas que producen los campesinos (clientes).	0,05	2	0,1
8. Nuevos competidores en el mercado.	0,07	2	0,14
9. Bajo poder adquisitivo de la población.	0,06	2	0,12
10. Desempleo	0,04	2	0,08
	1		2,77

El total del valor ponderado con respecto a la matriz de evaluación de factores externos en la empresa Agromilenio S.A es de 2,77, lo que representa que la empresa presenta más oportunidades que amenazas, pero está respondiendo levemente a las oportunidades y amenazas existentes en el mercado. Falta más eficiencia para aprovechar las oportunidades y minimizar los posibles efectos negativos de las amenazas externas.

Dentro de las oportunidades más representativas que se le presentan a la empresa es un amplio mercado potencial al que la empresa puede entrar con sus diferentes líneas de productos que distribuye, ya que el sector agropecuario en el país es uno de los sectores más prósperos. Dentro de las amenazas que imposibilitarían cumplir los objetivos de la organización y en su efecto estimularía que los clientes no quisieran adquirir productos agropecuarios sería los impuestos, la inflación, y los bajos precios de los productos que se cultivan en el campo

Tabla N° 3. (EFI)

(EFI)	PESO	CALIFICACION	VALOR PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Nuevas líneas de productos	0,06	4	0,24
2. Calidad de los productos.	0,07	4	0,28
3. Alto nivel de confianza	0,05	4	0,2
4. Proveedores líderes y reconocidos.	0,06	4	0,24
5. Clientes fijos.	0,05	4	0,2
6. Servicio técnico a los clientes.	0,06	4	0,24
7. Equipo de transporte apto.	0,05	4	0,2
8. Personal con antigüedad laboral.	0,05	3	0,15
9. Logo y eslogan llamativo y moderno.	0,04	3	0,12
10. Segmentación de clientes con presencia en diferentes regiones del país.	0,07	4	0,28
DEBILIDADES			
1. Estrategias de publicidad.	0,05	2	0,1
2. Falta de mecanismos de capacitación.	0,04	2	0,08
3. Legalización de anticipos en fechas posteriores.	0,03	2	0,06
4. Faltas de mecanismos de control en el proceso de compras.	0,06	2	0,12
5. Falta de una página web novedosa y dinámica.	0,04	2	0,08

6. Carencia de programas y estrategias administrativas que le permita optimizar los recursos.	0,04	2	0,08
7. No se realizan estudios de posicionamiento del mercado periódico.	0,03	2	0,06
8. Motivación del personal.	0,05	2	0,1
9. Precios relativamente altos.	0,06	2	0,12
10. Retrasos en el cumplimiento de inventarios.	0,04	2	0,08
	1		3,03

El total del valor ponderado con respecto a la matriz de evaluación de factores internos en la empresa Agromilenio S.A es de 3.03, lo que representa que la empresa presenta más fortalezas que debilidades, y está respondiendo aceptablemente a las fortalezas y debilidades existentes dentro de la empresa. Falta un poco más de eficiencia para aprovechar y potencializar las fortalezas y minimizar al máximo las debilidades internas que esta posee.

Dentro de las fortalezas más significativas que tiene la empresa y que la han llevado a su posicionamiento hoy en día es la calidad en sus productos, su contacto directo con los mejores proveedores y generando valor agregado como prestación de servicio técnico a los clientes.

Dentro de las principales debilidades que presenta la empresa están los precios, ya que son más altos en comparación a la competencia y falta de generación de estrategias para mejorar el control en el proceso de compras.

Estrategias

✓ Estrategias FO

F1F5O1 Realizar una investigación de mercados y así suplir las demandas de un posible mercado potencial al que la empresa puede llegar, con sus diferentes líneas de productos y así aumentando su número de clientes.

F3O7 Crear alianzas estratégicas comerciales aprovechando la confianza empresarial existente.

F6O2 Mediante la campaña Colombia siembra que el gobierno nacional busca desarrollar un millón de hectáreas por todo el país hasta el 2018, se recomienda brindar asesoramiento técnico a los agricultores principiantes y así incentivar en el país la producción en el sector agropecuario.

F5O7 Ofrecer a los clientes mediante capacitaciones y reuniones las ventajas de la utilización de nuevos productos para sus cultivos y el ganado, como lo es su calidad, menor costo y más amigables con el medio ambiente.

F7O1 Utilizar los equipos de transporte para distribuir y satisfacer las demandas encontradas en algunos lugares de la geografía colombiana, donde ya sea por las condiciones viales y la localización, no existe el abastecimiento de productos agropecuarios aun existiendo la demanda.

F1O4O5 Comercializar y distribuir los productos en el exterior ratificando el buen nombre por los productos colombianos, haciendo uso de plataformas digitales y de telecomunicaciones.

F4O3 Aprovechar la tecnología para dar a conocer la nueva imagen corporativa de la organización.

F3O10 Seguir fortaleciendo la confianza de los clientes con la empresa ante el crecimiento que se espera en Colombia en el sector agropecuario.

✓ **Estrategias DO**

D2O6 Plan de capacitación

D2O3 Utilizar las nuevas tecnologías para generar estrategias de mercadeo y publicidad generando en la población un mayor reconocimiento de la empresa.

D4O6 Realizar una auditoría al proceso actual de compras, para identificar las principales causas que generan reprocesos y así generar mecanismos de control, para el mejoramiento del proceso.

D5O3 Rediseño de una página web y ofrecer ventas on-line

D9O7 Dar a conocer las ventajas de los nuevos productos a más bajo costos, ya que ofrecen las mismas utilidades de los productos ya reconocidos por el consumidor.

O6D8 Generar estrategias y mecanismos que permitan una mayor motivación e interés de los trabajadores por la empresa para generar un mayor crecimiento organizacional.

✓ **Estrategias FA**

A1F1 Mostrar y exhibir a los clientes los nuevos productos agropecuarios que salen al mercado, los cuales la empresa distribuye que en su mayoría son libres del impuesto a las ventas, pudiendo ser adquiridos a menor precio.

A8F4 Crear alianzas estratégicas con proveedores y sistema financiero para enfrentar la competencia directa.

A8F10 Aprovechar la infraestructura propia y ubicación en diferentes regiones del país para generar ventaja competitiva frente a la competencia.

A2F6 Aumentar el ofrecimiento de servicio técnico para los agricultores y ganaderos para generar mejoras en sus cosechas y un mejor aprovechamiento del suelo y así

mejorar sus utilidades, disminuyendo de esta maneja una posible migración del campo a la ciudad.

A4F2 Distribuir productos que sean amigables con el medio ambiente, y así generar un mayor uso del suelo y de la flora nativa de cada región, disminuyendo el impacto ambiental por el uso de venenos, plaguicidas y herbicidas.

A10F3 Generar estrategias que contribuyan a una mejor calidad de vida de sus clientes internos y externos, mediante la generación de empleo.

A9F4 Posibilitar el acceso al crédito a los clientes con bajo poder adquisitivo, mediante convenios con proveedores para que estos puedan cosechar y que paguen sus deudas en la cosecha.

✓ **Estrategias DA**

D9A9 Mantener precios estables y similares a la competencia por el bajo poder adquisitivo de gran parte de los clientes.

D1A7 Realizar un plan de mercadeo tomando en cuenta las ventajas comparativas

D6A10 Generar más estrategias administrativas que permitan optimizar recursos y generar mayor crecimiento empresarial y generando mayor empleo en la población.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO

El área de Contabilidad de la empresa es la encargada de organizar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad, a efecto de suministrar información que contribuya a la toma de decisiones, a promover la eficiencia y eficacia del control de gestión, a la evaluación de las actividades y facilite la fiscalización de sus operaciones, cuidando que dicha contabilización se realice con documentos comprobatorios y justificativos originales, y vigilando la debida observancia de las leyes, normas y reglamentos aplicables.

Las personas que trabajan en esta área de contabilidad de la empresa Agromilenio S.A son:

- Nancy Patricia Gamboa, Jefe de Contabilidad.
- Arelys Delgado, Auxiliar Contable.
- Nathaly Camargo Méndez, Asistente de Contabilidad
- Celsa Rosa Giraldo, Revisora Fiscal
- Ximena Alexandra Parada Ortiz, Auxiliar Contable.

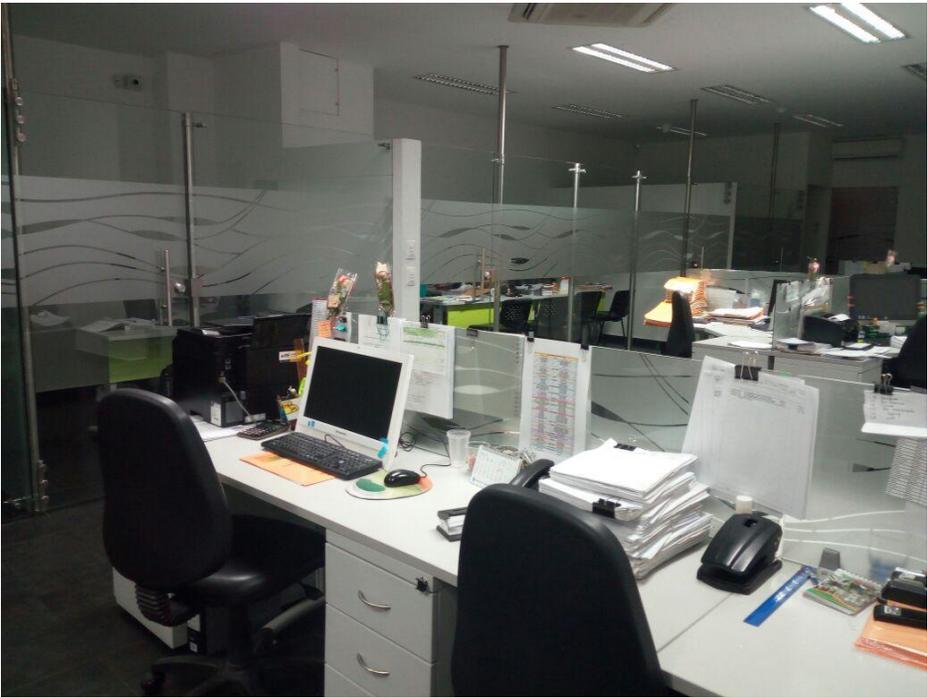
Las condiciones ambientales son óptimas para realizar y cumplir las diferentes actividades que se desarrollan en el área, contando con tecnología adecuada, muebles y enseres, papelería, software contable (SIIGO), equipo de cómputo y comunicación, buena iluminación, ventilación e higiene.

Imagen N° 7. Puesto de trabajo



Fuente: Foto autor

Imagen N° 8. Área de contabilidad Agromilenio S.A



Fuente: Foto autor

1.5 FUNCIONES ASIGANDAS AL ESTUDIANTE EN LA PRÁCTICA

- Solicitud de certificados de retención en la fuente y Rete ICA: Estos certificados se solicitan a los clientes para dar cumplimiento a la declaración de renta y a las disposiciones legales según lo estipulado en el artículo 28 del Decreto 19 de 2012, artículo 43 de decreto 2243 de diciembre 3 de 2015 y el art 10 del decreto 836 del 23 de marzo de 1.991, donde el proceso consiste en enviar correos o mediante comunicación telefónica, ya sea con las agencias o con el cliente directamente para conocer el valor que se le ha retenido a la empresa.
- Servicio de facturación de las agencias (Confrontación orden de pedido vs facturas e impuestos): Revisión de las facturas de venta, impuestos y verificación que la orden de pedido coincida con la factura emitida por la agencia para proceder a archivar cada una de las facturas.
- Contabilización de reembolsos de gastos: Esto se hace mediante el software contable que maneja la empresa (SIIGO), donde se contabiliza y se legaliza cada uno de los reembolsos de la zona de Santander. Ej. gastos de viaje, peajes, parqueaderos, hospedaje, alimentación, fletes, mantenimientos y reparaciones entre otros. También se maneja las cuentas por pagar.
- Creación de terceros- para gastos: Esto se hace mediante el software contable, donde por medio del Skype empresarial o correo electrónico las agencias hacen llegar las facturas del régimen común o los RUT del régimen simplificado correspondientes para la creación de terceros en el sistema y así poder hacer efectiva la legalización de gastos con el tercero que corresponde.
- Revisión de soportes contables (Egresos-Reembolsos-Compras): Se realiza una revisión de los soportes contables para que estos cumplan con las debidas especificaciones que estos deben contener. Decreto 2649 de 1993 art 123.

1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

Descripción de la propuesta de mejoramiento

Conociendo a fondo la situación actual de la empresa es de vital importancia intervenir en el proceso de compras, y dentro de este proceso es importante reducir los indicadores de pedidos no conformes. Inicialmente se realizó una auditoria al proceso de compras donde se realizaron observaciones y entrevistas a las personas encargadas de realizar este proceso en la organización para identificar las principales causas que generan reprocesos y conocer cómo se lleva a cabo el proceso actualmente.

Para generar un mayor control en el proceso de compras para disminuir los riesgos operativos y financieros en la empresa se propuso:

- El diseño de un manual para el proceso de compras con políticas claras y específicas para que sea cumplido a cabalidad por los proveedores y las personas encargadas de este proceso, ya que este manual es uno de los más importantes dentro de la organización de una empresa, ya que su falta repercute en otros departamentos inmediatamente del ente económico, este será la guía oficial para la organización y del funcionamiento correcto del proceso de compra mercancía, suministros y de suministros en la empresa.
- Diseño de un formato de órdenes de compra detallado para asegurar la eficiencia de las transacciones, ya que allí se especifica detalladamente la demanda de artículos que se requieren como también sus precios, con el fin de reducir el indicador de pedidos no conformes, con el lanzamiento de la orden de compra, se propone desarrollar una herramienta que permita que el proceso que se realiza en coordinación, sea eficaz, disminuyendo tiempos de proceso mediante la eliminación de operaciones realizadas por el área; la herramienta permitirá que se tengan cálculos acertados de los requerimientos y que el material sea el adecuado; teniendo siempre en cuenta los antecedentes de los proveedores para aplicar al suministro de

productos según el caso, donde se tengan en cuenta los criterios de cantidad, calidad y oportunidad; garantizando que el requerimiento se realice al proveedor indicado.

1.6.1 Título. “Auditoria del proceso actual de compra de mercancía, suministros y servicios en la empresa Agromilenio S.A”

1.6.2 Objetivos

1.6.2.1 General. Desarrollar una auditoria al actual proceso de compras de mercancía, suministros y servicios, para identificar las causas que generan reprocesos en la empresa Agromilenio S.A

1.6.2.2 Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la empresa.
- Conocer el proceso actual de compra de mercancía, suministros y servicios.
- Diseño de un manual para el proceso de compras.
- Implementación de un formato de órdenes de compra.
- Determinar los beneficios de la propuesta de mejoramiento.

1.6.3 Justificación. Una correcta gestión de compras asegura que una empresa permita cumplir con sus objetivos planeados y aumentar los márgenes de beneficio; es por esto que se hace necesario desarrollar esta investigación para dar solución a los problemas encontrados en el proceso de compras, y mejorar otros aspectos de la empresa.

Agromilenio S.A ha experimentado últimamente un notable crecimiento pasando de la comercialización y distribución de productos agroquímicos amigables con el medio ambiente a abarcar otras áreas como la industria de los medicamentos para uso veterinario, haciendo que sus demandas de mercancía y de suministros se vuelvan más específicas, urgentes y un poco complejas, es por esto la necesidad de implementar dentro de la organización mecanismos de control y de fortalecimiento en el proceso de compras, como un manual para el proceso de compras con políticas claras que se deban cumplir a cabalidad, donde contemple órdenes de compra, ya que este es la base fundamental al momento de adquirir bienes y servicios, donde se especifique detalladamente datos de la empresa y del proveedor a quien se le solicita la mercancía, como la cantidad y descripción de cada producto con su precio unitario, bonificación si la hay, detalles de la entrega de la mercancía, firma de quien elabora la orden para que tenga la debida autorización y garantizando si el proveedor cuenta con el inventario de mercancía que se solicita, generando seguridad en un negocio.

Las órdenes de compra entre más específica sean y más detalles incluya, más efectiva será la transacción, permitiendo conocer con anterioridad el valor de la transacción y certificando que este valor sea el mismo reflejado en la factura de venta emitida por el vendedor, convirtiéndolo en un documento comercial de vital importancia en la empresa, y es importante que las facturas lleven como referencia el número de la orden de compra para saber a cuál transacción está ligada, quedando estas órdenes como soporte interno para la empresa, para generar una

buena gestión en el proceso de compras de la organización y disminuyendo los riesgos operativos y administrativos.

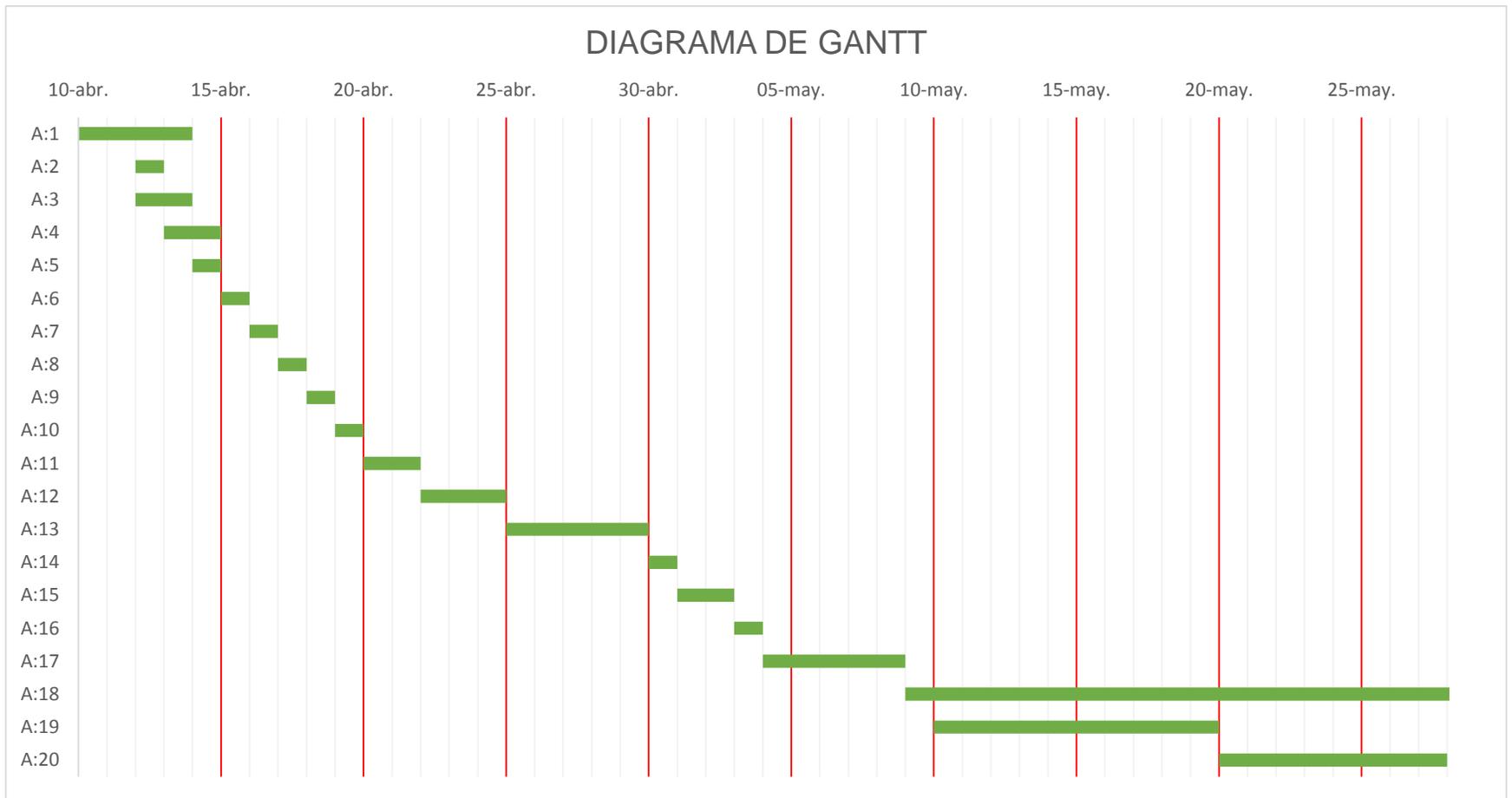
Hoy en día muchas empresas deciden evitar las órdenes de compra por el exhaustivo papeleo o bien, porque tienen una buena relación comercial con sus proveedores, pero esto no es impedimento ya que la orden de compra, se puede llevar de manera electrónica y así dar a entender de manera clara y específica la mercancía que se solicita, ya que los documentos en papel pueden sufrir alteraciones, se pueden perder o destruirse fácilmente causando a las empresas una pérdida de dinero así como tiempo y recursos.

1.6.5 Cronograma

Tabla N°4 Actividades propuestas.

ACTIVIDADES		FECHA INICIAL	DURACION	FECHA FINAL
A:1	Caracterización de la situación actual del proceso de compras	10-abr	4	14-abr
A:2	Personas que intervienen en el proceso de compras	12-abr	1	13-abr
A:3	Descripción de subprocesos del proceso de compras	12-abr	2	17-abr
A:4	Conocimiento de lineamientos y políticas.	13-abr	2	15-abr
A:5	Directrices generales del proceso.	14-abr	1	15-abr
A:6	Proceso de pedidos y/o solicitudes de compra.	15-abr	1	16-abr
A:7	Autorización de compra.	16-abr	1	17-abr
A:8	Requerimientos de compra.	17-abr	1	18-abr
A:9	Proceso de entrega y aceptación compra	18-abr	1	19-abr
A:10	Conocer las políticas con proveedores.	19-abr	1	20-abr
A:11	Proceso de gestión de compras que maneja la empresa.	20-abr	2	22-abr
A:12	Diagrama causa-efecto de pedidos no conformes.	22-abr	3	25-abr
A:13	Estructura de un nuevo proceso de compras.	25-abr	5	30-abr
A:14	Investigar aspectos con respecto a un formato de órdenes de compra.	30-abr	1	1-may
A:15	Creación de un manual para el proceso de compras	1-may	2	3-may
A:16	Corrección del formato y manual (si es el caso).	3-may	1	4-may
A:17	Revisión y aprobación del formato	4-may	5	9-may
A:18	Implementación	9-may	24	2-jun
A:19	Seguimiento.	10-may	10	20-may
A:20	Conclusiones de sus beneficios, recomendaciones y alcances de la propuesta.	20-may	8	28-may

Imagen N° 9 Diagrama de Gantt.



2 DESARROLLO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

Desde el punto de vista de la logística, el proceso de compras en una organización es parte fundamental para asegurar disponibilidad de productos para satisfacer las necesidades de sus clientes; el fin de la gestión de compras de una empresa, consiste en cubrir las necesidades de la organización con elementos exteriores a la misma, maximizando el valor del dinero invertido para ayudar al cumplimiento de objetivos.

Las empresas hoy en día se enfrentan a diversas variaciones en el mercado ya sea por la tecnología, servicios, mejoras en calidad, cambios que hacen que el mercado sea cada vez más exigente, por lo que se debe contar y disponer de productos de excelente calidad, con diversidad para todos los gustos y precios para generar ventaja competitiva, es por ello que se hace necesario contribuir a la mejora de los procesos de la organización que están ligados a la cadena de abastecimiento de la empresa, ya que esta es la principal administradora de los recursos económicos del ente económico.

Para responder positivamente a los nuevos cambios hay que saber escoger muy bien los proveedores, quienes juegan un papel muy importante en el abastecimiento de productos para la empresa, donde debe existir siempre una relación de amistad entre la organización y sus clientes internos y externos.

El área de compras en una compañía según González “ha pasado de ser considerada puramente administrativa en sus actividades, a ser reconocida como un elemento clave para mantener y mejorar la posición competitiva, ya que tiene la responsabilidad del gasto en promedio de la mitad del dinero que una organización recibe de las ventas, así como de otras fuentes, debido a que la mayoría de los costos de una empresa son de compras y servicios”.

El personal a cargo del proceso de compras en la organización reúne diferentes características como de personalidad, liderazgo, saber negociar y con educación,

comprometido con los demás procesos de la empresa para alcanzar mayor eficiencia.

Tabla N° 5 Aspectos que se desean conocer de los proveedores

Aspectos que se desean conocer de los proveedores		
Condiciones referidas a la calidad	Condiciones Económicas	Otras condiciones
Calidad de los productos	Precio unitario	Periodo de validez de la oferta
Materiales Utilizados	Descuento comercial	Causas de terminación del contrato
Características técnicas	Rappels (Descuentos por volumen de compra)	Circunstancias que pueden dar lugar a revisiones en los precios
Periodo de Garantía	Forma de Pago	Plazo de entrega
Formación de los usuarios, si fuese necesario	Plazo de Pago	Embalajes especiales
Servicio postventa	Precios de envases y embalajes	Cualquier otra información
Servicio de atención al cliente	Pago del transporte	
Otras informaciones que se necesite conocer	Pago del Seguro	
	Recargos por aplazamiento de pago	

Fuente: Sin autor. Curso en línea: (Imagen) Proveedores compra y venta, consultada el (25/04/2018). Disponible en: <http://www.mailxmail.com/curso-proveedores-compraventa/seleccion-proveedores-fases>

Al momento de requerir un producto que los proveedores exclusivos no lo posean, se decide a cotizar con proveedores en el mercado, realizando un análisis para saber cuál de todos es el más adecuado para realizar la compra.

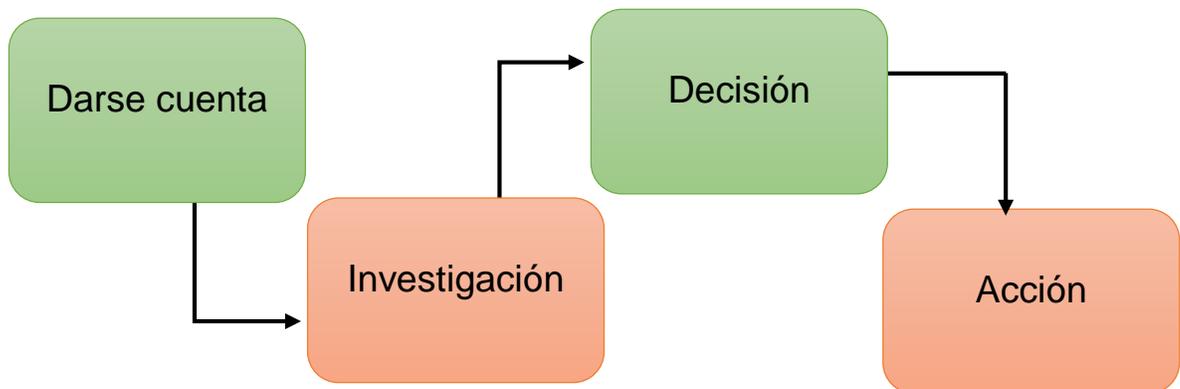
2.1 PROCESO DE COMPRAS

El proceso de compras en la empresa Agromilenio S.A, es considerado un proceso muy importante, ya que es el responsable de administrar los recursos y responder a las necesidades de los clientes internos y externos de manera oportuna y cumpliendo con la entrega correcta de pedidos, estando esté ligado a todos los procesos existentes en la empresa.



2.1.1 Proceso actual de compra de suministros.

Imagen N°10 Fases del proceso de compra de suministros



Fuente: Elaboración propia

El proceso de compra de suministros en la organización es ante todo un proceso administrativo, que consta de cuatro fases que son: “darse cuenta”, es aquí donde existe la necesidad de comprar un bien o un servicio, para el funcionamiento o

crecimiento de la organización, estas necesidades deben darse a conocer con anterioridad al auxiliar administrativo de la empresa, quien es el encargado de cotizar con proveedores para las respectivas compras, “investigación” se realiza una indagación con los proveedores del mercado para elegir el producto o el servicio adecuado, se contacta con diferentes proveedores, para conocer si cuentan con los productos solicitados, el precio, condiciones de pago, y alternativas que ofrecen entre otras; posterior a esto se toma la “decisión”, la persona encargada de realizar las compra de suministros para el buen funcionamiento de la organización depende en gran medida de la clase de suministro que sea, pero en general estos requerimientos son realizados por el auxiliar administrativo de la organización, ya sean de seguros, hotel, servicios de vigilancia electrónica, tiquetes, papelería, servicios contables, papelería, arrendamientos, combustibles, fletes, botiquines, participación en eventos, aires acondicionados, entre otros; y por último la “acción” esta es la fase donde ya se da por hecho el acto de la compra y se coordina la entrega con el proveedor.

Actualmente las compras se solicitan a los proveedores o las personas que prestan los servicios mediante un formato que es enviado por correo electrónico, el auxiliar administrativo debe recibir la factura junto con la solicitud, en este caso el correo que se ha enviado previamente para generar la compra, para confirmar que, si se halla adquirido el producto que se solicitó, las condiciones del mismo, las cantidades y el precio. Esta factura pasa por revisión del jefe administrativo, el auxiliar administrativo y se pasa a programación dependiendo de los acuerdos de la empresa.

Si las compras corresponden a vehículos, ya sea combustible, repuestos, entre otros, deben venir autorizados por logística, si son cosas de papelería, hoteles, arrendamientos deben tener la firma y autorización del jefe administrativo.

La encargada de registrar en el software contable las compras de suministros es la asistente contable, quien contabiliza las compras mensualmente, estas se adquieren de acuerdo al convenio, pero en su mayoría se adquieren a crédito y se

pagan de acuerdo al nivel de la factura, antes de la fecha de vencimiento por tesorería.

Actualmente el proceso de compras de suministros en la organización recibe en promedio mensualmente 83 facturas de proveedores, las cuales se contabilizan para realizarse el respectivo pago por el servicio prestado o el bien recibido. Por lo anterior y teniendo en cuenta el deseo de crecimiento ante las oportunidades de la empresa, y crecimiento en la oferta de nuevas líneas de productos, se requiere mayor cantidad de suministros para cumplir de manera correcta con el objeto social de la organización, por lo que se hace necesario establecer alternativas de control para contribuir a disminuir los riesgos operativos y financieros en el ente económico.

Actualmente en la empresa el proceso de compras de suministros se realiza de la siguiente manera:

Tabla N° 6 Proceso actual de compra de suministros

ACTIVIDAD	ENCARGADO	DESCRIPCION	TIEMPO DETERMINADO
Solicitud de compra	Diferentes departamentos de la organización.	Realizan la solicitud de compras utilizando un formato según el caso.	1 día
Organizar en un solo formato todas las solicitudes	Asistente administrativo.	Revisa quien solicita los productos y/o servicios y cantidad, reuniéndolas en un solo formato.	1 día
Realizar cotizaciones	Área administrativa	Realiza mínimo 2 cotizaciones.	1 día

Evaluar y escoger proveedores.	Área administrativa.	Se evalúan las cotizaciones.	1 día
Coordinación de entrega de producto y/o servicio.	Asistente administrativo.	Se coordina la entrega del producto y/o servicio con el proveedor.	1 día
Entrega factura para contabilización.	Asistente de contabilidad.	Registra contablemente en el software contable los gastos de suministros.	1 día
Autorización de pago	Área financiera y administrativa.	Se autoriza el pago.	1 día.
Pago de factura.	Tesorería	Se hace el pago de la factura antes del vencimiento de esta.	1-15 días.

2.1.2. Proceso actual de compra de mercancía. Para tomarse una decisión de compra de mercancía, el jefe de bodega hace una revisión de inventarios al final de cada mes, para saber qué clase de productos escasean de los cuales se deben comprar, estas solicitudes son pasadas al jefe de coordinación de la zona, quien determinara la cantidad a comprar de acuerdo a diagnósticos de comparación con años anteriores en el mismo periodo de tiempo, ya que existen fenómenos cíclicos donde en unos meses se vende más que en otros, el jefe de coordinación, es el encargado de contactar con proveedores para negociar donde siempre se tiene en cuenta el proveedor que oferte a menor precio, ya que son productos genéricos, donde lo importante es un producto a bajo costo que se pueda vender, posterior a esto se le envía un formatico en Excel, muy sencillo al proveedor, especificando los productos que se solicitan con su referencia, cantidades y fecha que se requieren, también se le envía el formato al jefe de bodega para que cuando llegue la mercancía la compare con lo que se solicitó, al jefe comercial que siempre debe que estar enterado de las compras que se realizan en la empresa, y a la asistente de coordinación quien es la encargada de realizar la contabilización de facturas emitidas por el proveedor. Después de realizarse el registro contable, la factura y la contabilización son entregadas al jefe de coordinación quien verifica precios antes de pasarse a tesorería para pago.

El proceso de compras no está bien establecido, pero existe una constante comunicación con políticas definidas con los proveedores para que el proceso de compras se lleve bajo control y no se cometan errores.

Una de las debilidades de este proceso es que no existen políticas bien establecidas con formatos de control bien detallados que maximicen el control, siendo este proceso muy importante para la organización; otra de las debilidades es cuando existen grandes negociaciones por orden de la gerencia, para comprar grandes cantidades de producto, provocando un problema de inventarios, y un manual para el proceso de compras bien establecido.

Una de las fortalezas del proceso es que existe exclusividad, confianza, cumplimiento con los proveedores.

Imagen N° 11 Organigrama del proceso de compras



Actualmente en la empresa el proceso de compras de mercancía se realiza de la siguiente manera:

Tabla N° 7 Proceso actual de compra de Mercancía

ACTIVIDAD	ENCARGADO	DESCRIPCION	TIEMPO DETERMINADO
Solicitud de compra	Jefe de Bodega	Realizar solicitud de compra, después de revisión de inventarios.	1 día.
Diligenciamiento formato compra	Jefe de coordinación	Especificar productos, cantidades, y condiciones, el cual se le enviara al proveedor	1 día.
Realizar cotizaciones	Jefe de coordinación	Se cotiza con proveedores para saber cuál oferta a menor precio.	1 día.
Si los proveedores cuentan con los requerimientos son tenidos en cuenta, si no se sigue la búsqueda de proveedores			

Escoger proveedor	Jefe de Coordinación	Se escoge al proveedor más fuerte en determinada línea de producto.	1 día.
Coordinación de la entrega del producto	Jefe de coordinación	Se coordina la entrega del producto con el proveedor.	1 día.
Recepción, revisión y almacenamiento	Área de Bodega	Se revisa detalladamente y se reciben los productos para su almacenamiento de acuerdo con el formato de solicitud.	1 día.
Si los materiales que se van a recibir cumplen con lo solicitado, se reciben, si no, se realiza la devolución.			
Contabilización	Asistente de coordinación-contabilidad	Registra contablemente en el software contable los activos adquiridos.	1 día.
Verificación de precios de pedido vs factura.	Jefe de Coordinación	Se verifican que los precios estén bien.	1 día.
Autorización para pago	Jefe de coordinación	Se autoriza el pago	1 día.
Pago de factura	Tesorería	Se hace el pago de la factura de acuerdo con las condiciones de pago dadas por el proveedor.	1-30 días.

2.2 DESCRIPCION DE SUBPROCESOS DEL PROCESO DE COMPRAS

2.2.1 Evaluación y selección de proveedores.

En lo que respecta a la evaluación y selección de proveedores, actualmente se tiene un procedimiento claramente definido donde existen proveedores con varios años de relación, donde muchas veces son estos a los que se les solicitan los productos, no se hacen evaluaciones periódicas de proveedores y en la mayoría de las veces no se realizan cotizaciones en el mercado.

Para certificar la eficiencia y eficacia la empresa Agromilenio S.A efectúa una correcta gestión de compra con los mejores proveedores del mercado, en todo lo que tiene que ver con productos utilizados en actividades agropecuarias, siempre buscando que los productos sean de excelente calidad, con las mejores condiciones de entrega, plazo, surtido, volumen y al menor costo posible.

2.2.2 Negociación con proveedores. Para llevar a cabo el proceso de negociación con proveedores, el jefe de coordinación se contacta con los proveedores más fuertes en cada línea de producto, teniendo siempre presente el precio de venta ya que los productos agroquímicos son genéricos.

Al momento de comprar suministros se tiene en cuenta la calidad, garantía, descuentos por volúmenes de compra y precios, con tal de ayudar a disminuir costos, ya que este es uno de los objetivos de la gestión de compras, igualmente se establecen tiempos de entrega del servicio y/o el bien solicitado y condiciones de pago para evitar inconformidades por parte de los mismos, para este paso la empresa tiene establecido pagar siempre antes de la fecha de vencimiento.

2.2.3 Gestión de solicitudes y formato de compra. Las solicitudes deben darse a conocer al encargado de realizar la gestión de compras, estas se pasan por escrito de lo que se requiere, posterior a esto se procede a llenar un formato con todas las solicitudes para determinar las cantidades y clases de productos que se necesitan comprar, con este formato se procede a negociar con los proveedores y queda internamente como soporte.

Si una solicitud interna se realiza incorrectamente el formato de solicitud también va a ser incorrecto, y esto implica la cancelación del mismo.

El formato que maneja la empresa es un poco obsoleto, donde en muchas situaciones no existe claridad en lo que se solicita, las referencias de los productos, provocando confusiones, donde no incluye precios para realizar comparaciones.

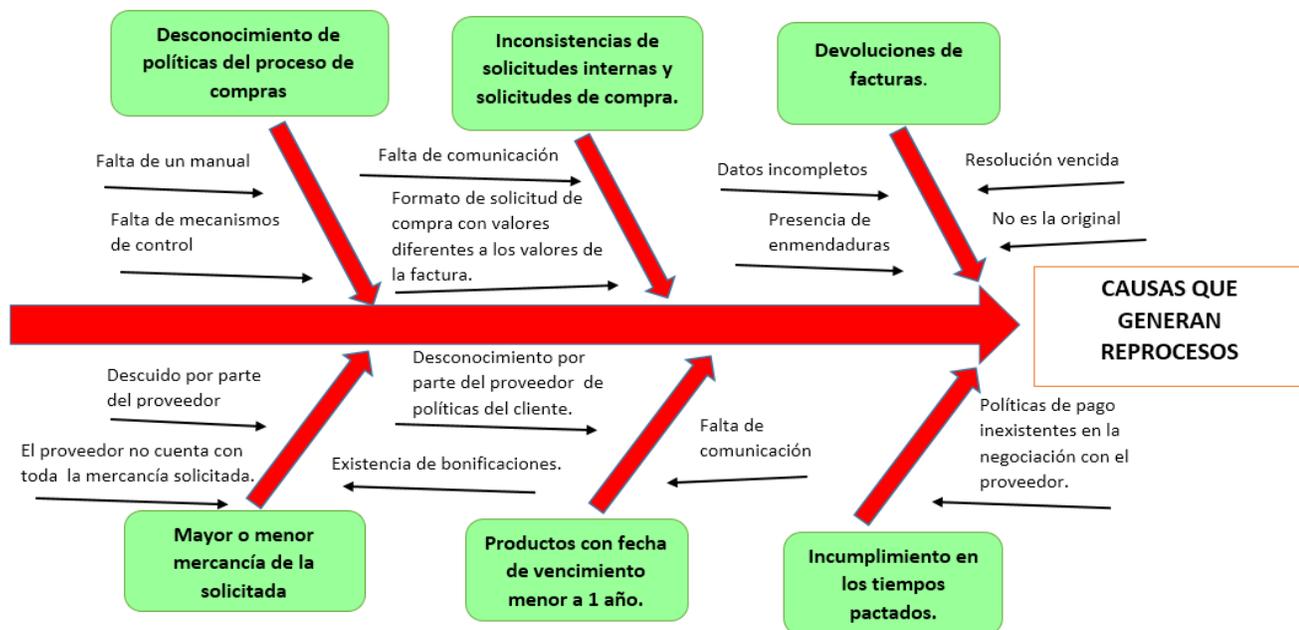
2.2.4 Recepción en SIIGO producto o servicio. La mercancía es recepcionada en el software contable que maneja la empresa para mantener un control de inventarios.

2.2.5 Entrega de facturas a contabilidad y pago proveedores. Las facturas son contabilizadas una vez se halla comparado precios del soporte interno y de la factura emitida por el proveedor y se halla dado la respectiva autorización. Al realizar la recepción se registra la mercancía como un activo especificando la forma de pago. La compra de suministros es contabilizada en las cuentas de gastos de venta. En la contabilización se especifica la fecha de vencimiento de la factura y otras condiciones.

Una vez contabilizada la compra se pasa a tesorería para pago dependiendo de los acuerdos con el proveedor.

Para ilustrar las principales causas que se identificaron que generan reprocesos en el proceso de compras y que han conllevado a la problemática actual, se realiza un diagrama de Ishikawa

Imagen N° 12 Diagrama de Ishikawa



Fuente: Elaboración propia basada en el diagrama de Ishikawa

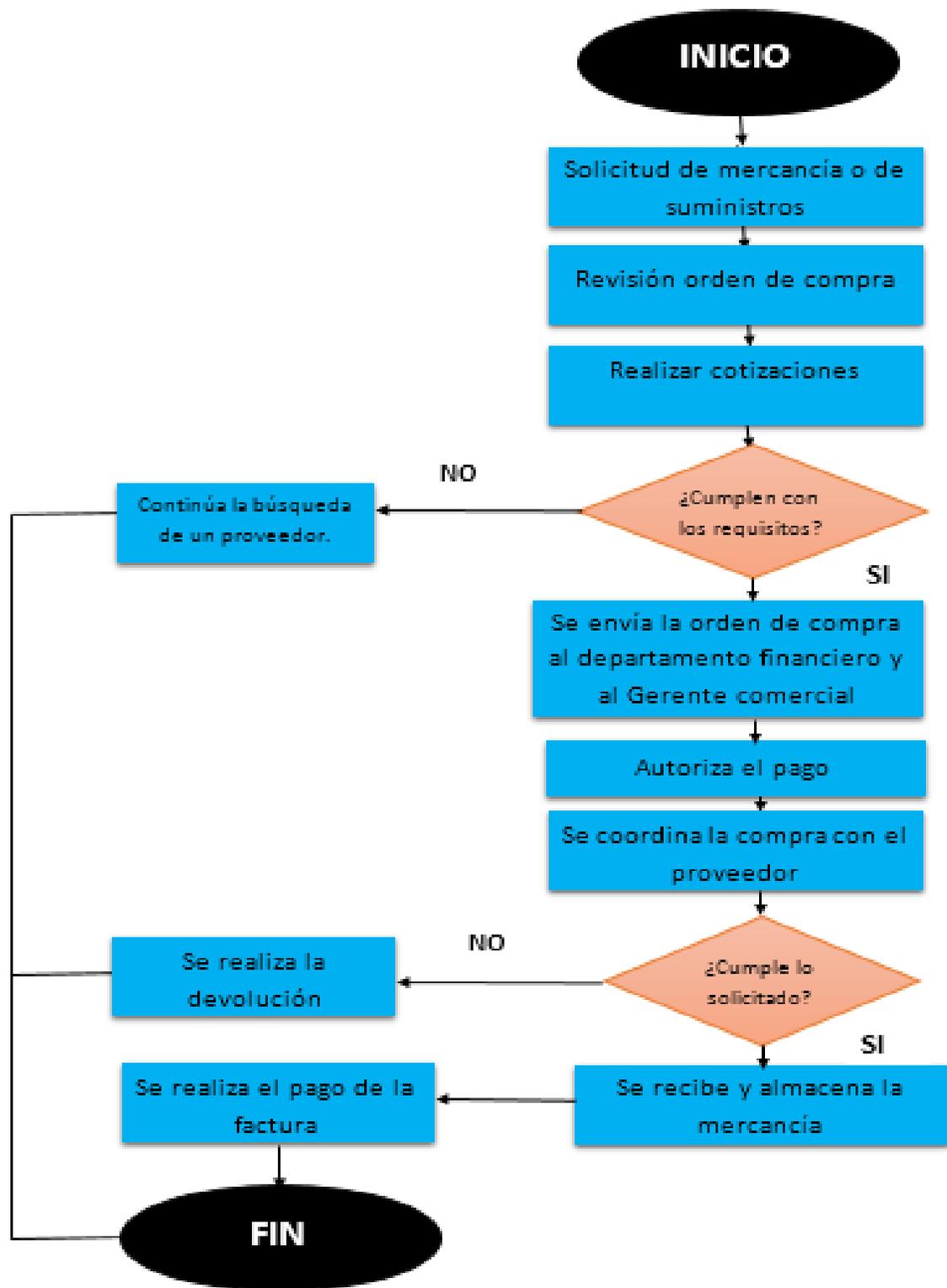
2.3 RESPUESTA A LA AUDITORIA.

Para dar respuesta a las principales causas que están generando reprocesos, se decidió por la elaboración de una manual de políticas y procedimiento para las compras, cuya finalidad consiste en elevar la eficiencia y mantenimiento de control del proceso, al definir responsabilidades y facultades de cada puesto, enmarcar acciones generales por medio de las políticas e instruir respecto a las operaciones a desarrollar, sirve además de medio de coordinador entre las diversas áreas de consulta para resolver conflictos de operaciones de carácter rutinario.

Con las oportunidades de desarrollo empresarial y las aperturas de nuevas líneas de producto, se hace necesario para la empresa contar con una guía oficial para la organización y funcionamiento del proceso de Compras; ya que es uno de los elementos con el que debe contar toda empresa como compendio formal de la estructura orgánica de la misma.

Este manual del proceso de compras cuenta con formatos de órdenes de compra para el control del proceso y disminuir al máximo los pedidos no conformes a causa de terceros.

Imagen N° 13 Proceso de compras para disminuir los riesgos operativos y financieros.



Fuente: Elaboración propia

2.4 ELABORACIÓN DEL MANUAL

Para contar con una guía de las políticas y procedimientos de compras de mercancía y de suministros, establecidos por la empresa se ha diseñado un manual para que la administración disponga de una herramienta de control que le permita manejar con efectividad los procesos de compra. Dicho manual se ha elaborado con el objetivo de disminuir los riesgos operativos y financieros y de que todo el personal esté debidamente informado sobre el procedimiento a seguir en la contratación de bienes y servicios para la organización.

La utilidad de este manual de compras tendrá vigencia en la medida que se actualice periódicamente y se introduzcan los cambios que la dinámica funcional de la empresa y el mercado requieren. Las compras son muy importantes para la generación de utilidades ya que el conjunto de ellas da como resultado el producto que se les ofrece a los clientes.

OBJETIVOS

Establecer las directrices bajo las cuales se orientan las compras de la organización, propendiendo por garantizar un suministro seguro evitando riesgos en este proceso.

Específicos:

- Establecer políticas de acuerdo con las condiciones y necesidades de la empresa.
- Implementación de formatos para las solicitudes de compra.
- Ofrecer al personal una guía descriptiva de la secuencia a seguir en el proceso.
- Garantizar la eliminación de reprocesos en la adquisición de bienes y servicios.

Dentro del manual del proceso de compras se ha decidido incluir en un volumen central todos aquellos aspectos inherentes a la organización y operación del proceso, dividiendo por capítulos aquellos aspectos susceptibles de acorde con los criterios que prevalezcan en los diferentes casos; este enmarca acciones generales por medio de las políticas e instruye respecto a las operaciones a desarrollar.

El manual de compras está integrado por los siguientes capítulos:

- Introducción
- Alcance
- Principios
- Estructura del manual
- Mantenimiento del manual
- Políticas
- Procedimiento de compra
- Formatos del proceso.

El manual de compras contemplara los siguientes formatos:

Formato de requisición de compra

- ✓ Objetivo

Proveer en tiempo y forma los materiales que el personal de la empresa requiere para la realización de sus labores.

- ✓ Manejo

Los formatos de requisición de compra deben ser diligenciadas digitalmente en el formato en Excel, especificando claramente las unidades de suministros a comprar, cantidad, y descripción del producto o servicio.

Con este formato inicia el proceso de compras, es utilizado por las diferentes áreas de la empresa, para dar a conocer a la gerencia administrativa sus necesidades de

adquirir un bien o un servicio. Es un documento de respaldo que asegura que la compra está justificada y que la misma será realizada de acuerdo a lo requerido por el solicitante.

Este formato debe ser firmado por el jefe del área y de quien la elabora, estas deben ser enviadas únicamente por correo electrónico a los proveedores para así no generar una congestión de papel al interior de la empresa.

Formato de orden de compra:

- ✓ Objetivo

Permitir un correcto control y registro de solicitudes de pedidos a los proveedores.

- ✓ Manejo de las órdenes de compra

Las órdenes de compra deben ser diligenciadas digitalmente en el formato en Excel, especificando claramente el código del producto, cantidad a comprar, precio negociado con el proveedor, forma de pago, condiciones de entrega y firmas necesarias para su autorización, estas deben ser enviadas únicamente por correo electrónico a los proveedores para así no generar una congestión de papel al interior de la empresa.

Este formato se emite una vez se hallan realizado las cotizaciones y elegido al proveedor más idóneo, el cual constituye el documento que formaliza el acuerdo entre el proveedor y la empresa.

Las órdenes de compra deben ser manejadas por el jefe de coordinación, quien debe manejar un número de consecutivo para el control de estas; dónde toda compra de mercancía deberá realizarse la respectiva orden de compra sin depender el valor que sea.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la auditoría realizada al proceso de compras se identificó que las causas que generan reprocesos y pedidos no conformes están relacionadas con la falta de mecanismos de control en el proceso, donde se encontró que el proceso de compras se demora de 8 a 12 días.

El manejo de la selección y evaluación de proveedores es un proceso importante dentro de la organización, ya que lo utilizan para obtener mayor competitividad y calidad en los productos que la empresa distribuye; al mismo tiempo le permite a esta reducir la incertidumbre al momento de tomar una decisión y gestionar una compra.

De otro lado mediante la implementación de la orden de compra que contempla el manual del proceso de compras, la empresa podrá comparar el inventario de compras con el de entregas en forma ordenada y precisa.

Así mismo, con la elaboración del manual del proceso de compras, este permite que los involucrados trabajen con sinergia, ya que conocerán las políticas y los procedimientos a tener en cuenta en el proceso de compras por parte de cada empleado, tanto para los nuevos como para los que lleguen en algún momento a la empresa.

Mediante la implementación del formato de orden de compra, se logró disminuir la cantidad de pedidos no conformes a causa de terceros, ya que este contempla las características específicas de cada producto, cantidades y tiempo de entrega.

El manual del proceso de compras servirá como auxiliar, constituyendo a la vez una fuente de consulta y una guía planificadora, eliminando al máximo los errores de los procesos de compra, mejorará la comunicación e instituirá controles para beneficio de la empresa.

El proyecto que se llevó a cabo permitirá que la empresa sea cada vez más competitiva, actualizada y preparada para responder satisfactoriamente ante las nuevas oportunidades del mercado, logrando el cumplimiento de objetivos.

El seguimiento y control es parte vital en el proceso de compras, así como la planeación y los indicadores los cuales hacen del área de compras un proceso más efectivo.

El manual de compras será uno de los más importantes a cumplir dentro de la organización, ya que su incumplimiento puede originar una serie de fallas administrativas que repercute en otros departamentos de la organización.

Este trabajo es un resumen de muchos de los temas vistos en clase, los cuales me servirán mucho en la práctica de mi trabajo y en la aplicación de la carrera como contador público.

Con el trabajo realizado me concientice más sobre la importancia del proceso de compras dentro de la organización, ya que de este proceso depende su buen funcionamiento, desarrollo empresarial y alcance de objetivos.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar las respectivas actualizaciones del manual cuando este las requiera y capacitar al personal para que tengan conocimiento de estas.

Dado la importancia estratégica que toma de decisiones de la gestión de compras de la empresa es necesario utilizar diferentes herramientas de evaluación de proveedores cada vez más eficaces y eficientes en el cumplimiento de los requisitos solicitados.

Realizar la verificación de los productos comprados, cotizaciones, registro y aprobación de las órdenes de compra en los tiempos establecidos.

Como estrategia administrativa del proceso de compras, se recomienda seleccionar a las empresas proveedoras de suministros y servicios que cuenten con certificaciones de gestión de calidad, con el propósito de garantizar los tiempos de entrega de los productos solicitados.

Realizar revisiones de inventario periódicas para no generar faltantes de mercancía y así no ocasionar inconvenientes con los clientes.

Es recomendable que a través de los procesos de evaluación continua la empresa mantenga una comunicación constante y retroactiva con los proveedores para solucionar todo tipo de inconformidades y de problemas que se puedan dar durante el proceso de compras, para que éstos sean solucionados a la

mayor brevedad posible y de esta forma crear relaciones de largo plazo, confianza y crecimiento mutuo.

Realizar la debida planeación y diagnósticos de ventas en relación con años anteriores en el mismo periodo de tiempo antes de tomarse una decisión de compra de mercancía, para evitar demoras, optimizar costos, controlar la calidad y los inventarios.

Seguir fortaleciendo las alianzas con los proveedores clave.

Dar a conocer a los proveedores las políticas que la empresa tiene establecidas para ellos.

ALCANCES DE LA PRÁCTICA

Esta experiencia me deja una gran satisfacción personal fortaleciendo mis actitudes, logrando colaborarle a la corporación en la parte de contabilidad, permitiéndome adaptarme de mejor manera a las labores diarias y afrontar la realidad empresarial que ejerceré en cualquier trabajo a futuro, todo esto gracias a los métodos de aprendizaje de la universidad de Pamplona y el convenio que tiene con la empresa Agromilenio S.A.

La práctica empresarial me permitió identificar mis mayores fortalezas y áreas de interés, involucrarme y conocer más sobre el contexto y ejercicio de la profesión, así como aplicar y desarrollar habilidades, competencias y actitudes necesarias para desempeñarme satisfactoriamente en el entorno laboral; el salir de mi lugar de origen y llegar a un lugar desconocido, me permitió conocer gente maravillosa, y amigos con los que hablábamos y reíamos en muchos momentos; más allá del proyecto que realicé, me sentí parte de una familia y creé amistades que doy por seguro que mantendré durante muchos años; también se vivieron situaciones difíciles que me conllevaron a ser más fuerte y encontrar soluciones a los problemas que se presentan.

Mediante la realización de este es trabajo puse a disposición la creatividad y los conocimientos teóricos adquiridos para determinar la mejor solución que mejor se adapte a las necesidades de la empresa vislumbrando mi perfil profesional, analizando y comprendiendo una propuesta que mejor se adapte al proceso de compras.

El desarrollo y aplicación de este proyecto genera un valor agregado para la compañía en términos de control y mejoramiento continuo del proceso de compras.

BIBLIOGRAFIA

Sin autor. Curso en línea: (Imagen) Proveedores compra y venta, consultada el (25/04/2018). Disponible en: <http://www.mailxmail.com/curso-proveedores-compraventa/seleccion-proveedores-fases>

GONZALEZ, Martínez José Luis. McGraw, Hill, 1999. 220 p.

Manual de contratación y compras. Centro Internacional de negocios y exposiciones, CORFERIAS, Principios de contratación y compra. P 5

Manual de compras y contrataciones: Políticas y procedimientos- participación ciudadana movimiento cívico no partidista (2013)

Ekomercio, Órdenes de compra: importancia en transacciones comerciales. (2016). Disponible en: <https://blog.ekomercio.com.mx/2016/04/18/infografia-las-ordenes-de-compra-y-su-importancia-en-las-transacciones-comerciales>

Semana, El agro: de cenicienta a líder. (2017). Disponible en: <http://www.semana.com/economia/articulo/crece-actividad-economica-del-sector-agropecuario-en-colombia/547670>

Cinvestab, Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del I.P.N., (2010) Disponible en: <http://administracion.cinvestav.mx/Secretar%C3%ADaAdministrativa/Subdirecci%C3%B3ndeRecursosFinancieros/DepartamentodeContabilidad.aspx>

ANEXOS

Anexo A. Entrevistas al personal de compras

- Nombre: Nathaly Camargo Méndez

Cargo: Asistente contable de Agromilenio S.A

El encargado de recolectar las solicitudes de suministros que realizan los diferentes departamentos es el auxiliar administrativo quien también realiza las cotizaciones y compras.

Los suministros que más requiere la empresa para su correcto funcionamiento es papelería, tiquetes, hoteles, utensilios, elementos de cafetería, elementos de aseo, seguros, servicios en general, combustibles, lubricantes, fletes, participación en eventos, aires acondicionados, entre otros.

Las solicitudes a proveedores se realizan por medio de correo electrónico especificando los productos que se requieren o el servicio.

Las cotizaciones y facturas para pago son autorizadas por el gerente administrativo.

Si los suministros corresponden a vehículos estos son revisados por el área de logística.

Cada departamento mensualmente pasa un listado de todos los artículos que se necesitan, ya sean lapiceros, calculadoras, papel, cartulina, papel contac, entre otros.

La encargada de realizar la contabilización de suministros es la asistente de contabilidad, quien registra en el software contable los gastos de suministros de todas las zonas.

Los suministros son pagados de acuerdo al nivel de la factura y del compromiso con el proveedor.

La factura que emite el proveedor debe ser original, que contenga el nombre, el NIT, la dirección, los servicios, que traiga bien aplicados los impuestos, la resolución vigente y que no tenga enmendaduras.

- Nombre: Yolanda Alvarado Borrero

Cargo: Jefe de coordinación- Agencia Santander

Las revisiones de inventarios se realizan al final de mes para determinar los productos que escasean, los cuales se requieren comprar para abastecer la bodega.

El jefe de coordinación es la encargada de negociar con proveedores, donde se envía un formato con la respectiva solicitud de mercancía.

Una factura pasa primeramente por una revisión de precios antes de pasarse para pago.

Para realizar una solicitud a un proveedor se envía un formato muy sencillo en Excel mediante correo electrónico, solicitándole al proveedor la mercancía que se requiere, este correo también se envía al jefe de bodega y a la asistente de coordinación, para que cuando llegue el pedido se compare con lo que se demandó.

El representante legal y el jefe de coordinación son los que autorizan las compras de mercancía.

Muchas veces hay quejas porque hay productos que se solicitaron y no llegaron en el pedido, o al contrario llego más cantidad de productos que la demandada.

Los soportes de las compras, es decir las facturas emitidas por el proveedor deben ser enviadas solo al área de coordinación no a las demás áreas de la empresa.

Los principales proveedores de la empresa son FMC, BASF, COSMOAGRO, INNOVA y ANASAC.

Para elegir al proveedor adecuado se tiene en cuenta únicamente el precio, ya que los productos agroquímicos son genéricos, donde todos cuentan con la misma calidad y garantía;

Si llega mayor cantidad de producto del que se solicitó este se debe enviar nuevamente en el vehículo que se transportó, donde el proveedor debe generar una nota crédito.

La estructura organizacional del proceso de compras esta está conformada por el representante legal, el jefe de coordinación, la asistente de coordinación, los encargados de bodega, contabilidad y tesorería.

El proceso de compras no está bien definido, pero de alguna manera lo que se ha hecho es establecer un propio proceso de compras con políticas para que no se pierda el flujo de la comunicación para evitar cometer errores.

Una de las debilidades del proceso es cuando hay grandes negociaciones, la gerencia ordena comprar en mercancía grandes cantidades de dinero, provocando consigo un problema de inventarios.

Una de las fortalezas del proceso de compras es que existe exclusividad con los proveedores, hay confianza, cumplimiento y cambios de productos en mal estado.

Dentro de las principales políticas que deben cumplir los proveedores son: solo se solicita mercancía mediante el formato en Excel, el proveedor no debe enviar mercancía mayor o menor a la solicitada, solo se reciben productos con fecha de vencimiento mayor a un año, se reciben facturas antes del día 26 de cada mes y la negociación se debe desarrollar con el coordinador de la zona.

ANEXO B. Formato de orden de compra

MANUAL DE COMPRAS (Políticas y procedimientos)

INTRODUCCIÓN

Para contar con una guía de las políticas y procedimientos de compras de mercancía, suministros y servicios, establecidos por la empresa se ha diseñado este manual para que la administración disponga de una herramienta de control que le permita manejar con efectividad los procesos de compra. Dicho manual se ha elaborado con el objetivo de disminuir los riesgos operativos y financieros, y de que todo el personal esté debidamente informado sobre el procedimiento a seguir en la contratación de bienes y servicios para la organización.

La utilidad de este manual de compras tendrá vigencia en la medida que se actualice periódicamente y se introduzcan los cambios que la dinámica funcional de la empresa y el mercado requieren. Las compras son muy importantes para la generación de utilidades ya que el conjunto de ellas da como resultado el producto que se les ofrece a los clientes.

OBJETIVOS

Establecer las directrices bajo las cuales se orientan las compras de la organización, propendiendo por garantizar un suministro seguro evitando riesgos en este proceso.

Específicos:

- ✓ Establecer políticas de acuerdo con las condiciones y necesidades de la empresa.
- ✓ Implementación de formatos para el proceso de compras.
- ✓ Ofrecer al personal una guía descriptiva de la secuencia a seguir en el proceso.

ALCANCE

Aplica para todas las compras de mercancía, suministros y servicios, partiendo desde la solicitud, aprobación, entrega y aceptación de todo bien adquirido por la empresa.

PRINCIPIOS

Las diferentes compras que realiza la organización deben regirse bajo los principios de:

Buena fe, transparencia, calidad en los servicios contratados, economía, transparencia, oportunidad, responsabilidad, pertinencia, selección objetiva de los proveedores y disminución del riesgo jurídico, para optimizar los recursos con los que cuenta y para mantener su fortaleza corporativa.

Estos principios se definen así:

- ✓ Buena Fe: Las partes deben proceder de buena fe en todas sus actuaciones, y los contratos obligarán no sólo a lo pactado expresamente en ellos, sino a todo lo que corresponda a su naturaleza, según la ley, la costumbre o la equidad.
- ✓ Calidad en los servicios contratados: Asegurar la calidad y oportunidad de aquellos productos o servicios que son prestados por medio de proveedores, definiendo para tal fin un esquema de selección y aseguramiento de calidad permanente que garantice el cumplimiento de las expectativas de nuestros clientes.
- ✓ Economía: Los recursos destinados para la contratación deben ser administrados adecuadamente en medios, tiempo y gastos de tal manera que se logre la mayor eficiencia y eficacia.
- ✓ Transparencia: La contratación debe realizarse con objetividad, reglas claras y conocidas y con oportunidad para que los interesados conozcan los documentos, conceptos y decisiones.

- ✓ Oportunidad: Tanto los funcionarios de Agromilenio S.A, así como los proveedores o terceros deben desarrollar las actividades de los procesos de contratación y compras dentro de los plazos acordados.
- ✓ Responsabilidad: Los funcionarios y demás personas que intervengan en la planificación, tramitación, celebración, ejecución y liquidación de compras, tienen la obligación de proteger los derechos de la corporación, del contratista o proveedor, de la sociedad y del medio ambiente que puedan verse afectados por el desarrollo del proceso.
- ✓ Pertinencia y selección objetiva: Garantizar una red de proveedores acorde con las necesidades de la organización y de los clientes y asegurar que la escogencia de las propuestas sean las más favorables para la Corporación.
- ✓ Disminución riesgo jurídico: La compra o contratación de productos o servicios se debe ajustar permanentemente a las disposiciones legales vigentes.

ESTRUCTURA DEL MANUAL

El contenido del manual se ha dividido en secciones donde cada una representa el detalle del tema tratado.

- Se dan a conocer las disposiciones generales a tener en cuenta en el proceso
- Políticas de compras de mercancía, suministros y servicios.
- Políticas con proveedores.
- Control interno y sus objetivos.
- Se anexa los formatos de compras para complementar los procesos y procedimientos.

MANTENIMIENTO DEL MANUAL

Se recomienda que periódicamente sea actualizado el manual para incorporarle los nuevos estándares para lograr una adecuada utilización de este.

La edición, actualización y distribución de este manual es responsabilidad del área de coordinación, y el área de control interno velara por el cumplimiento del procedimiento establecido.

POLITICAS DE COMPRAS

I. COMPRA DE MERCANCIA, SUMINISTROS Y SERVICIOS

- ✓ Las compras de mercancía serán analizadas previamente por el representante legal de la organización.
- ✓ El coordinador de zona será el encargado de determinar la cantidad de mercancía a comprar.
- ✓ Las compras de servicios y suministros serán analizadas previamente por la gerencia administrativa y financiera.
- ✓ La gerencia administrativa y financiera serán las responsables de determinar los renglones de mantenimiento de oficina, material gastable e impreso y material de limpieza que requieran abastecimiento.
- ✓ Las solicitudes de artículos, bienes y servicios de los diferentes departamentos deben darse a conocer al auxiliar administrativo.

II. COTIZACIONES

- ✓ El formato de requisición de compra (FC. 1), debe ser llenado y enviado por el departamento solicitante al asistente administrativo, quien realiza cotizaciones; además deberá contener la descripción y las especificaciones claras de los materiales, productos y servicios a ser adquiridos.
- ✓ Se deben solicitar cotizaciones a los proveedores para obtener mejores condiciones en el mercado en cuanto a precios, calidad y servicios.
- ✓ Las cotizaciones deben contener precios firmes y fechas posibles de entrega.
- ✓ Las cotizaciones serán objeto de estudio por la gerencia administrativa.

- ✓ Las cotizaciones se deben realizar mínimo a dos proveedores en el mercado.
- ✓ Si existe un proveedor exclusivo, no será necesario efectuar cotizaciones.

III. AUTORIZACIÓN DE COMPRAS

- ✓ Todas las compras deben ser aprobadas por el representante legal.
- ✓ Las compras deben ser autorizadas por el coordinador de zona.
- ✓ Toda compra de maquinaria, software y servicios especializados deberá contar con el concepto técnico, como la evaluación técnica.
- ✓ Los productos son solicitados con su nombre propio.

IV. PEDIDOS Y/O SOLICITUD DE COMPRA

Toda solicitud de compra o pedido debe partir de lo siguiente:

- ✓ Análisis de inventarios.
- ✓ Proyección de ventas.
- ✓ Diagnóstico de años anteriores en el mismo periodo de tiempo.
- ✓ Proyección de crecimiento.

V. ÓRDENES DE COMPRA

Las órdenes de compra es un documento interno que sirve como soporte de control para comparar precios de la cotización con las facturas emitidas por el proveedor.

- ✓ En toda compra de mercancía debe realizarse una orden de compra.
- ✓ Las órdenes de compra serán preparadas por una persona diferente a la que realiza los registros contables.
- ✓ Las órdenes de compra deben ser enviadas al personal que trabaja en bodega, al representante legal y al asistente de coordinación.
- ✓ Las órdenes de compra dañadas o anuladas serán selladas como “anulado”, para ser archivadas.

- ✓ Los criterios para la adjudicación de las órdenes de compra se fundamentarán principalmente en la calidad, precios, descuentos, transporte y entrega oportuna.
- ✓ La orden de compra deberá contener el nombre de quien la prepara, con su respectiva firma.
- ✓ Las órdenes de compra deberán seguir el consecutivo de número.
- ✓ Estas deberán contener los precios unitario y total que se dieron en el momento de la negociación o cotización.

VI. RECEPCIÓN DE MERCANCÍA

- ✓ Si la compra corresponde a suministros este debe ser recibido por el asistente administrativo quien se asegurará de los productos y/o el servicio recibido este de acuerdo con la orden de compra (FC. 2), y sus especificaciones.
- ✓ Si la compra corresponde a mercancía esta es recibida por el jefe de bodega quien se asegurará que la mercancía recibida este de acuerdo con la orden de compra (FC. 2), y sus especificaciones.
- ✓ Se debe realizar el registro de la entrada de mercancía.
- ✓ La fecha de vencimiento de los productos comprados debe ser mayor a un año.
- ✓ Esta debe ser almacenada en la bodega en el lugar correspondiente para el producto.

VII. ENTREGA Y ACEPTACIÓN DE LA COMPRA

- ✓ Toda compra debe ser verificada al momento de su entrega, validando lo ordenado con lo entregado, así como la calidad de los productos entregados.

- ✓ Si llega mercancía mayor a la solicitada esta se devuelve de inmediato en el mismo vehículo que la transporta.
- ✓ Toda diferencia entre lo ordenado y entregado debe ser solucionado en el menor tiempo posible.
- ✓ Deberá dejar estipulado con sello y fecha en la factura original del proveedor el haber realizado la contabilización de esta.
- ✓ La persona encargada de realizar la contabilización debe estampar la palabra “contabilizado” en toda la documentación de la compra y lo informa a tesorería.

Para que la factura de venta del proveedor sea aceptada para su contabilización esta deberá contener:

- NIT, nombre, dirección, servicios, bien aplicados los impuestos y la resolución vigente.
- Factura original.
- Sin enmendaduras.
- Soporte de lo que se cobra.

VIII. POLITICAS PARA PROVEEDORES

- ✓ La negociación de mercancía se debe desarrollar con el coordinador de la zona.
- ✓ El coordinador de zona enviara correo electrónico con pedido con número de consecutivo al encargado de ventas en la empresa que se solicita la mercancía. Este pedido va con copia al jefe de bodega.
- ✓ Al establecer un contrato con un proveedor, hay que asegurarse de la seriedad de este.
- ✓ En el momento en el que el pedido llegue a la bodega, el jefe de bodega revisara, que corresponda al consecutivo del pedido negociado o solicitado, tanto en referencias como en cantidades.

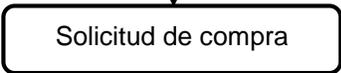
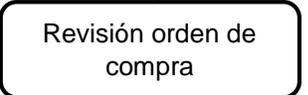
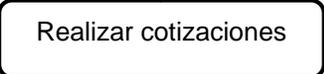
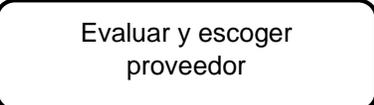
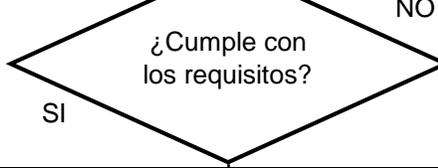
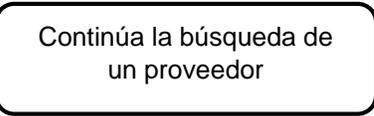
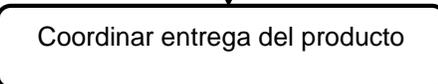
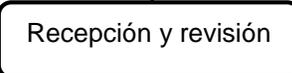
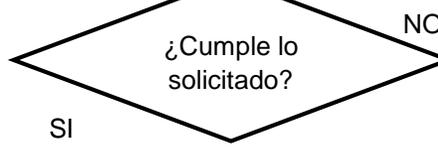
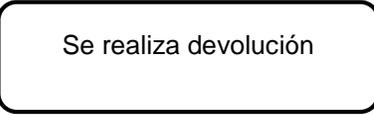
- ✓ Una vez confirmada la factura, esta se le pasará a la asistente de coordinación quien será la única persona encargada de realizar la respectiva contabilización.
- ✓ Una vez realizado el ingreso de la factura se le pasara a la coordinadora de la zona quien debe dar el visto bueno para ser remitida finalmente a contabilidad.
- ✓ Las facturas, notas créditos, y documentos en general de soporte a la venta, deben ser enviados únicamente al área de coordinación de la empresa.
- ✓ Se reciben facturas antes del 26 de cada mes. Si por alguna razón se debe facturar entre el día 27 al 30 del mes esta factura debe llegar con la fecha del siguiente mes.
- ✓ La empresa no negociara productos y/o servicios con proveedores que no hayan cumplido con los procedimientos de vinculación o actualización de información establecidos para prevenir el lavado de activos y financiación del terrorismo.
- ✓ Los empleados que se relacionen directamente con los proveedores deben asegurar que la información que estos suministren sea verdadera y completa la cual debe ser documentada según directrices establecidas.
- ✓ Se prohíbe el establecimiento de relaciones comerciales con personas naturales y jurídicas que tengan nombres ficticios o inexactos.
- ✓ Si la información suministrada por algún proveedor vinculado es falsa o presuntamente falsa se debe darse a conocer este hecho inmediatamente.
- ✓ Al ser emitida la orden de compra, el proveedor debe leer cuidadosamente el documento para la aceptación de los términos ahí señalados.
- ✓ La empresa archiva adecuadamente todos los registros y facturas por lo menos durante 10 años, debido a que pueden ser solicitadas por las autoridades competentes.

IX. DISPOSICIONES GENERALES

- ✓ Ningún empleado o miembro de participación ciudadana participara en la selección, adjudicación o administración de una orden de compra y/o contrato.
- ✓ Los empleados involucrados en el proceso de compra de bienes y servicios no deberán aceptar gratificaciones, favores o cualquier otro valor monetario de los proveedores.
- ✓ Las requisiciones de suministros que no estén debidamente completadas y autorizadas no serán recibidas por la asistencia administrativa.
- ✓ Las compras al contado se regirán bajo las mismas reglamentaciones que las compras a crédito.
- ✓ La suscripción de contratos es competencia única y exclusiva del representante legal de la organización.
- ✓ Todos los proveedores vinculados con la empresa deben ser escogidos por un proceso de selección abierto, donde se tendrá en cuenta el precio de venta.
- ✓ El pago a los proveedores se hará de acuerdo con los contratos establecidos entre las partes.
- ✓ Toda solicitud de compra debe contar con el correspondiente pedido.
- ✓ Todos los proveedores deben estar creados en el software contable SIIGO.
- ✓ Se debe llevar un registro de indicadores con relación a las devoluciones.
- ✓ Planificar las compras para que estas se lleven a cabo de una manera eficiente y eficaz.
- ✓ Revisar la cantidad de producto que hay en existencia antes de tomarse la decisión de compra.
- ✓ Realizar todos los trámites correspondientes a los controles internos.
- ✓ Al momento de adquirir el producto se debe cerciorar que la cantidad sea la correcta y que los productos vengan en buen estado.

- ✓ La violación de estas disposiciones generales será sancionada con medidas disciplinarias según el caso.

PROCEDIMIENTO DE COMPRA

FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLES
	COMPRAS	
	Realizan la solicitud de compra utilizando un formato para esta tarea.	Encargados de bodega-diferentes departamentos.
	Revisa quien solicita el producto, la cantidad y que no haya en bodega o en grandes cantidades.	Jefe de coordinación-asistente administrativo
	Realizar cotizaciones en el mercado de proveedores potenciales.	Jefe de coordinación-Asistente administrativo
	Se evalúan las cotizaciones.	Gerencia administrativa-Representante legal.
		Jefe de coordinación-asistente administrativo
	Se coordina la entrega del producto con el proveedor.	Jefe de coordinación-asistente administrativo
	Se recibe y se revisa el material de acuerdo a los requisitos solicitados.	Jefe de bodega
		Área de coordinación

↓ Almacenamiento	Se almacena la compra	Jefe de bodega
Recepción de factura ↓	El proveedor envía factura.	Proveedor-área de coordinación.
Registro contable de compra ↓	Se realiza la contabilización de la compra y entrada de mercancía.	Área de contabilidad
Autorización de pago ↓	Se autoriza el pago del producto.	Gerente financiero.
Pago de la factura ↓	Se paga la factura al proveedor	Tesorería
FIN		

DESCRIPCION DE SUBPROCESOS DEL PROCESO DE COMPRAS

- ❖ Evaluación y selección de proveedores. El asistente administrativo o el jefe de coordinación de la zona es quien recibe la solicitud de compra, luego de ello se define el tipo de compra y/o servicio para realizar la búsqueda en el mercado de proveedores potenciales que puedan responder al requerimiento para finalmente seleccionar al proveedor idóneo.
- ❖ Gestión de solicitudes y formato de compras. Las solicitudes deben darse a conocer al encargado de realizar la gestión de compras, para esto ahí que diligenciar un formato de lo que se requiere (FC. 1), con este formato se procede a negociar con los proveedores y queda internamente como soporte.
- ❖ Negociación con proveedores. Para llevar a cabo el proceso de negociación con proveedores, el jefe de coordinación se contacta con los proveedores más fuertes en cada línea de producto, teniendo en cuenta la calidad, garantía,

descuentos por volúmenes de compra y precios, con tal de ayudar a disminuir costos, ya que este es uno de los objetivos de la gestión de compras, igualmente se establecen tiempos de entrega del servicio y/o el bien solicitado y condiciones de pago para evitar inconformidades por parte de los mismos.

- ❖ Recepción en SIIGO de la mercancía y/o servicio. La mercancía es ingresada en el software contable que maneja la empresa para mantener un control de inventarios y para la contabilización de la compra.
- ❖ Entrega de facturas a contabilidad y pagos a proveedores. Las facturas son contabilizadas una vez se halla comparado precios del soporte interno y de la factura emitida por el proveedor y se halla dado la respectiva autorización. Al realizar la recepción se registra la mercancía como un activo especificando la forma de pago. La compra de suministros es contabilizada en las cuentas de gastos de venta. En la contabilización se especifica la fecha de vencimiento de la factura y otras condiciones. Una vez contabilizada la compra se pasa a tesorería para pago dependiendo de los acuerdos con el proveedor.

CONTROL INTERNO Y SUS OBJETIVOS

➤ CONTROL No. 1

Recibir las solicitudes de compras a través del formato de requisición de compras.

OBJETIVO. Mantener control de los pedidos realizados por el personal autorizado de cada Área.

➤ CONTROL No. 2

Obtener cotizaciones de dos o tres proveedores con anticipación a la ejecución de cada compra.

OBJETIVO. Escoger adecuadamente a los proveedores para realizar compras bajo las mejores condiciones del mercado, en cuanto a precios, calidad y servicios.

➤ CONTROL No. 3

Expedir una orden de compra pre numerada por cada requisición de compras procesadas.

OBJETIVO. Establecer el control numérico de los pedidos realizados por concepto de compras. Mantener control de las órdenes asignadas a los proveedores.

Establecer un documento oficial de la institución para solicitar las adquisiciones a los proveedores.

➤ CONTROL No. 4

Segregar las siguientes funciones:

1. Aprobación de cotizaciones
2. Preparación de órdenes de compras
3. Aprobación de órdenes de compras
4. Recepción de mercancías
5. Registro contable de las compras.

OBJETIVO. Disminuir los riesgos operativos y financieros.

FORMATOS DEL PROCESO DE COMPRAS

Los formatos son instrumentos a utilizar para facilitar la ejecución y verificación de los controles internos establecidos en la organización.

Los formatos que complementan el proceso de compras son:

- ✓ Requisición de Compras (FC. 1)
- ✓ Órdenes de Compra (FC. 2)

FORMATO DE REQUISICIÓN DE COMPRAS (FC. 1)

OBJETIVO

Proveer en tiempo y forma los materiales que el personal de la empresa requiere para la realización de sus labores.

MANEJO

Los formatos de requisición de compra deben ser diligenciadas digitalmente en el formato en Excel, especificando claramente las unidades de suministros a comprar, cantidad, y descripción del producto o servicio.

Con este formato inicia el proceso de compras, es utilizado por las diferentes áreas de la empresa, para dar a conocer a la gerencia administrativa sus necesidades de adquirir un bien o un servicio. Es un documento de respaldo que asegura que la compra está justificada y que la misma será realizada de acuerdo a lo requerido por el solicitante.

Este formato debe ser firmado por el jefe del área y de quien la elabora, estas deben ser enviadas únicamente por correo electrónico a los proveedores para así no generar una congestión de papel al interior de la empresa.

RESPONSABLE

Diferentes departamentos

CONTENIDO

El Formato contiene los siguientes renglones:

1. Fecha de solicitud.
2. Departamento - unidad solicitante.
3. Cantidad solicitada.
4. Unidad de presentación o empaque del bien solicitado.
5. Descripción del artículo, bien o servicio solicitado.
6. Sección de Observaciones, en caso de ser necesario será utilizada como nota en acciones a tomar con respecto a la compra solicitada.
7. Firma de autorización del solicitante.

FORMATO DE ÓRDENES DE COMPRA (FC. 2)

OBJETIVO

Permitir un correcto control y registro de solicitudes de pedidos a los proveedores.

MANEJO

Las órdenes de compra deben ser diligenciadas digitalmente en el formato en Excel, especificando claramente el código del producto, cantidad a comprar, precio negociado con el proveedor, forma de pago, condiciones de entrega y firmas necesarias para su autorización, estas deben ser enviadas únicamente por correo electrónico a los proveedores para así no generar una congestión de papel al interior de la empresa.

Este formato se emite una vez se hallan realizado las cotizaciones y elegido al proveedor más idóneo, el cual constituye el documento que formaliza el acuerdo entre el proveedor y la empresa.

Las órdenes de compra deben ser manejadas por el jefe de coordinación, quien debe manejar un número de consecutivo para el control de estas; dónde toda compra de mercancía deberá realizarse la respectiva orden de compra sin depender el valor que sea.

RESPONSABLES

Área de coordinación- Gerencia financiera

CONTENIDO

1. Número secuencial
2. Fecha
3. Nombre del proveedor
4. Dirección del proveedor

5. Forma de pago
6. Código del producto
7. Descripción del producto, bien o servicio.
8. Cantidad solicitada
9. Costo unitario por ítem
10. Costo total por ítem, incluyendo envío y demás costos.
11. Costo total general de la compra
12. Observaciones para indicar especificaciones o condiciones especiales de la compra
13. Nombre de quien elabora
14. Firma de autorización



Pamplona, 01 de febrero de 2018

GA170.90PA00.10-036

Señora
ERIKA JULIANA CHAVEZ NAVAS
Jefe Oficina de Talento Humano
AGROPAISA
Bucaramanga (Santander)

Cordial saludo.

Respetuosamente solicito su colaboración, para que el estudiante, **KRISTIAM MIGUEL PEÑA VILLAMIZAR**, identificado con Cédula de Ciudadanía N° 1.094.277.837, de X semestre del Programa de Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Pamplona, realice su Práctica Profesional, durante el primer periodo académico del año 2018, en esa Empresa.

Nuestro estudiante, profesional idóneo, competente para desempeñarse en el ámbito de los sistemas contables, con capacidad de análisis e investigación para la toma de decisiones, espíritu de liderazgo y eficiente capacidad para la gestión de procesos financieros; formación Integral en lo social, humanístico, tecnológico y contable, para cumplir funciones de Revisoría Fiscal, Auditoría Interna y Externa, Asesorías contables, financieras y tributarias.

La práctica cuenta con este Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial, donde se ofrece orientación y se hace seguimiento personalizado al pasante, haciendo participe del proceso a su superior inmediato; comprende un periodo mínimo de 4 a 6 meses, equivalente a un semestre académico, en el horario que según la naturaleza de la labor encomendada requiera, sin exceder los términos de ley.

Manifiesto a Usted mi sentido de gratitud, al contribuir con esta etapa del proceso de formación académica del estudiante, lo cual redundará en beneficio de la comunidad y particularmente, en la visión empresarial que deben tener nuestros egresados.

Información de contacto: correo electrónico, cenprac@unipamplona.edu.co, telefax (097) 5681761, Universidad de Pamplona.

Atentamente,


ÁLVARO PARADA CARVAJAL
Director Centro de Práctica y Asesoría Empresarial


TALENTO HUMANO
AGROPAISA S.A.S.
SU ALIADO EN EL CAMPO
NIT. 900.345.431-7
03-02-2018



Formando líderes para la construcción de un
nuevo país en paz

S-GTH-0394

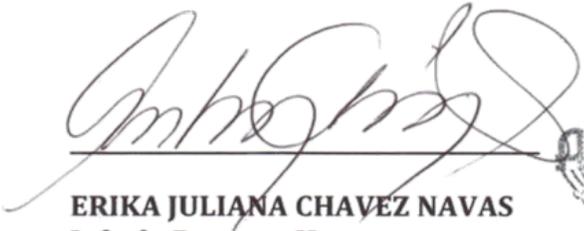
CERTIFICADO LABORAL

Por medio de la presente certifico que el(la) señor(a) **PEÑA VILLAMIZAR KRISTIAM MIGUEL** identificado(a) con la Cédula de Ciudadanía No. 1.094.277.837 de Pamplona, laboró en la empresa AGROPAISA S.A.S con NIT. 900.345.431-7, desde el día 31 de enero de 2018, desempeñando el cargo de **PRACTICANTE UNIVERSITARIO EN CONTADURIA PUBLICA** con las siguientes funciones Iniciales:

- Solicitud de certificados de Retención en la fuente y Rete ICA
- Revisión de facturación de las agencias (Confrontación orden de pedido vs Factura e impuestos)
- Contabilización de reembolsos de gastos - zona Santander
- Creación de terceros - para gastos
- Revisión de soportes contables (Egresos - Reembolsos - Compras)

Se expide por solicitud del interesado a los 14 días del mes de Febrero de 2018.

Atentamente,


ERIKA JULIANA CHAVEZ NAVAS
Jefe de Recurso Humano

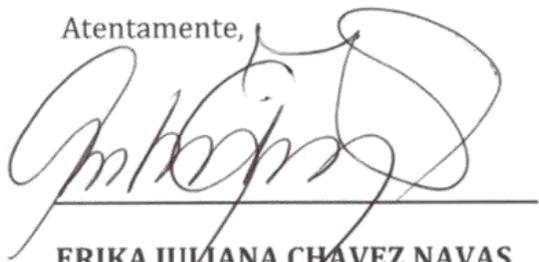
Cra. 35W No. 71-37 Bod. 59 Provincia de Soto Etapa I
Teléfono: 6971951 ext. 117

Señores:
Universidad de Pamplona
Coordinación de Practica
Ciudad

Por medio de la presente certifico que la Señor **KRISTIAM MIGUEL PEÑA VILLAMIZAR**, identificada con C.C. No. 1.094.277.837 de Pamplona, Ingreso a la empresa **AGROPAISA SAS** con **NIT. 900.345.431-7**, desde el día 31 de Enero de 2018, hasta el día 31 de Julio de 2018, bajo la modalidad de contrato de aprendizaje, como **PRACTICANTE DE CONTADURIA PUBLICA**, realizando las siguientes funciones: Solicitud de certificados de Retención en la fuente y Rete ICA, Revisión de facturación de las agencias (Confrontación orden de pedido vs Factura e impuestos), Contabilización de reembolsos de gastos - zona Santander, Creación de terceros - para gastos, Revisión de soportes contables (Egresos - Reembolsos - Compras), en el área de **CONTABILIDAD**, y en el área de **DISTRIBUCION** realizando las siguientes funciones: Revisión de los Reembolso de gastos de Representantes Comerciales, Revisión de Entradas al sistema de SIIGO, Revisión de Facturación. Cumpliendo a cabalidad con cada una de las funciones asignadas.

Se expide por solicitud del interesado a los 31 días del mes de Mayo de 2018.

Atentamente,



ERIKA JULIANA CHAVEZ NAVAS
Jefe de Recurso Humano

Cra. 35W No. 71-37 Bod. 59 Provincia de Soto Etapa I
Teléfono: 6971951 ext. 117



Señores
UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
Centro de Prácticas Empresariales (CENPAE)
Pamplona

Por medio de la presente certifico que el señor **KRISTIAM MIGUEL PEÑA VILLAMIZAR**, identificado con **C.C.1.094.277.837** de Pamplona, socializó en la empresa **AGROMILENIO S.A.** con **NIT.804.010.412-0** la propuesta de mejoramiento del proceso de compras e implementó el manual del proceso de compras para la organización.

Se expide por solicitud del interesado el primer (1) día del mes de Junio de 2.018

Atentamente,



Agromilenio S.A.
Nit. 804.010.412 - 0

NANCY PATRICIA GAMBOA SEPULVEDA

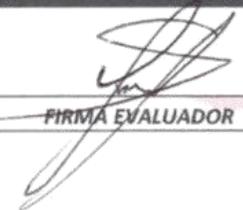
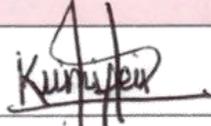
Jefe de Contabilidad

Cra. 35W No.71-37 Bod.59 Provincia de Soto Etapa 1

Teléfono 6378080 Ext.116

OBJETIVO:	Evaluar el desempeño del practicante de acuerdo con los objetivos previamente planteados en la empresa con el fin de comprender las acciones que faciliten el cumplimiento de los mismos y logren el desarrollo personal y profesional del estudiante		
ESTUDIANTE:	Kristiam Miguel Peña V.	ORGANIZACIÓN:	Agromilenio S.A.
PROGRAMA:	Contaduría Pública.	DEPENDENCIA:	Distribución - Contabilidad
EVALUADOR:	July Patricia Acevedo G.	FECHA:	1 de junio - 2018

CALIFICACION: MUY SOBRESALIENTE (MS)- SOBRESALIENTE (S)-POCO SOBRESALIENTE (PS)- ACEPTABLE(A)

INDICADORES DE DESEMPEÑO	MS	S	PS	A	CONCEPTO DEL EVALUADOR
ADAPTACIÓN A LA ORGANIZACIÓN Actitud del estudiante para afrontar cambios en los diversos roles que debe asumir de acuerdo con las circunstancias presentadas.	X				
INTEGRACIÓN AL GRUPO DE TRABAJO Facilidad para adaptarse a las orientaciones, comportamientos y necesidades de las personas que componen el equipo.	X				
INICIATIVA Y APORTES Capacidad para sugerir soluciones prácticas e innovadoras a problemas presentados en la organización.	X				
RESPONSABILIDAD Asumir positivamente las consecuencias de sus actos.	X				
CALIDAD DE TRABAJO Oportunidad y efectividad en todas las actividades que realiza.	X				
PUNTUALIDAD Y ASISTENCIA Disposición para presentarse a tiempo en su lugar de trabajo.	X				
COMUNICACIÓN Capacidad para expresar sus ideas (oral y escrita) en forma clara y precisa, y para interrelacionarse.		X			
MADUREZ Grado de autocontrol y serenidad para manejar cualquier tipo de situación.	X				
ENTUSIASMO Capacidad para asumir aptitudes de manera positiva y optimista.	X				
CAPACIDAD DE MEJORAMIENTO Capacidad de revisar constantemente los procesos para darles valor agregado.	X				
TRABAJO BAJO PRESIÓN Capacidad de dar solución a diferentes labores en cortos periodos de tiempo.	X				
CUALIDADES DEL ESTUDIANTE:	Responsable, amable, inteligente, Puntual, optimista				
ASPECTOS QUE DEBE MEJORAR EL PRACTICANTE:	Liderazgo		Proactividad		X
	Comunicación		Generación de Propuestas		
	Otra, ¿Cuál?				
EL PRACTICANTE CUMPLIO CON SUS ESPERATIVAS:	SI	X			
	NO	¿Por qué?			
RECOMENDACIONES Y /O SUGERENCIAS:					
					
FIRMA EVALUADOR	FIRMA PRACTICANTE				

Nombre del Estudiante: Kristiam Miguel Peña Villamizar Fecha: 31/5/18
 Nombre de la Empresa: Agramilenio S.A Programa: Contaduría Pública
 Dependencia Entidad: Contabilidad Evaluador: _____

OBJETIVO: Reflexionar en torno de las actitudes y habilidades que pueden dinamizarse durante el semestre de práctica para reafirmar los valores y principios ciudadanos fundamentales.

1 Señale el medio por el cual se vinculó usted a la empresa donde desarrolla su Práctica Profesional.

1.1. Unipamplona 1.2. Familiar 1.3. Amistad 1.4. Autogestión
 1.5. ¿Otro Medio? Especifique ¿Cuál Otro? _____

2 ¿Qué lo motivó a elegir este medio? Empresas con convenio.

3 ¿Considera usted que ha cumplido las expectativas que se tenía antes de iniciar el semestre de práctica? SI NO
 Explique He aprendido aspectos importantes del campo laboral.

4 ¿Qué tipo de dificultades ha afrontado durante la práctica?

4.1. Académicas 4.2. Laborales 4.3. Personales 4.4. Ninguna
 Explique _____

5 ¿Cree usted que el semestre de práctica es un escenario propicio para la formación en valores humanos? SI NO

6 Señale TRES VALORES que usted haya fortalecido durante este semestre de práctica profesional.

6.1. Responsabilidad 6.2. Puntualidad 6.3. Compromiso 6.4. Participación
 6.5. Sensibilidad Social 6.6. Nacionalismo 6.7. Creatividad 6.8. ¿Otro?

¿Cuál? _____

7 Desde el punto de vista del cumplimiento de los objetivos, evalúe su desempeño durante el semestre de práctica y califíquese, en el siguiente cuadro. Utilizando escala de 0.0 a 5.0, con base en las siguientes competencias y sus criterios.

COMPETENCIA	NOTA	EXPLIQUE ¿PORQUE?
Ciudadano Autónomo Hombre – Contexto Participación y cumplimiento en todas las actividades de CENPAE.	4.1	Entregué documentación inicial y participe activamente en las actividades.
Científico Hombre – Conocimiento Presentación efectiva y oportuna del trabajo académico	4.1	Cumplí a cabalidad con los informes y seguí instrucciones del supervisor.
Profesional Hombre – Disciplina Expresa la síntesis de su formación en saberes, actitudes y habilidades, aplicadas al ámbito laboral.	4.1	Apoye desde mi perfil como futuro profesional en las actividades contables de la organización.
Nota Integral		

