

98
24.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN



MODELO INTEGRAL DE UN SISTEMA DE COMPRAS EN LA MEDIANA EMPRESA

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P R E S E N T A

ALEJANDRO TIRSO PEREZ

ASESOR: LIC. FRANCISCO RAMIREZ ORNELAS

CUAUTITLAN IZCALLI, ESTADO DE MEXICO

1 9 9 7

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXÁMENES PROFESIONALES

U. N. A. M.
UNIVERSIDAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES CUAUTITLÁN



DEPARTAMENTO DE
EXÁMENES PROFESIONALES

ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS

DR. JAIME KELLER TORRES
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLÁN
P R E S E N T E .

AT'N: Ing. Rafael Rodríguez Coballos
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la F.E.S. - C.

Con base en el art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos la TESIS
Modelo Integral de un Sistema de Compras en la Mediana Empresa

que presenta al pasante: Alejandro Tirso Féras
con número de cuenta: 8109733-5 para obtener el TÍTULO de:
Licenciado en Administración

Considerando que dicha tesis reúne los requisitos necesarios para ser discutida en el EXÁMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

A T E N T A M E N T E .
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"
Cuautitlán Izcalli, Edo. de Méx., a 17 de Julio de 1997

PRESIDENTE	<u>L.A. Carlos Matías Arnes</u>
VOCAL	<u>L.A. Francisco Ramírez Ornelas</u>
SECRETARIO	<u>L.A. Guillermo Aguilar Dorantes</u>
PRIMER SUPLENTE	<u>L.A. Efraín Monroy Guerrero</u>
SEGUNDO SUPLENTE	<u>L.A. Yolanda Zamudio García</u>

(Firma)
(Firma)
(Firma)

A mi mamá:

**Quien se sacrificó por sus hijos,
que con su ejemplo nos ha encausado
por el buen camino, y a quien debo algo
más que la vida.**

A mis hermanas:

**Por los momentos difíciles que hemos
pasado juntos, su gran apoyo y por
haberme impulsado a seguir adelante.**

A mi pareja:

**Porque siempre ha estado en mis
triumfos y fracasos, por su gran
comprensión y apoyo**

A mis hijas:

**Que es lo más maravilloso que Dios
me ha dado, les dedico este trabajo
para que les sirva de ejemplo y motivación
para su futuro.**

INDICE

INTRODUCCIÓN

1.- ANTECEDENTES Y GENERALIDADES	2
1.1 Concepto de Compra	3
1.2 Origen de las compras	3
1.3 Relación con otros departamentos	3
1.4 La mediana empresa	7
2.- MODELO PROPUESTO DEL SISTEMA DE COMPRAS	13
2.1 Diseño conceptual	14
2.2 Diseño estructural	20
2.3 Diseño funcional	27
2.3.1 Manual de organización del departamento de compras	29
2.3.2 Manual de procedimientos de compras	40
2.6 Manual de políticas de compras	51
3.- METODO DE INVESTIGACION APLICADO	58
3.1 Identificación del problema	59
3.2 Planteamiento de la hipótesis	59
3.3 Fijación de objetivos	59
3.4 Diseño de la investigación	60
3.4.1 Determinación de la muestra	60
3.4.2 Variable independiente, dependiente y de control	63
3.4.3 Diseño del cuestionario	64
Investigación de campo	68
3.4.4 Resultados obtenidos en las encuestas realizadas	98
3.5 Aprobación o disprobación de la hipótesis	101
4.- CONCLUSION	102
BIBLIOGRAFIA	105

INTRODUCCION

La función de compras en la empresa moderna está teniendo día tras día una importancia cada vez mayor.

A raíz del ingreso de México a la Organización Mundial de Comercio antes G.A.T.T. y de la apertura comercial que ha tenido el país Con la firma del Tratado de Libre Comercio con U.S.A. y Canadá ,y los acuerdos Bilaterales que sostiene con algunos países Sudamericanos la operación de compras ya no es únicamente en el contexto nacional,sino ahora también en el contexto internacional.

Es por eso que ahora es necesario poseer una clara comprensión de los objetivos y principios fundamentales de la función compradora,con el fin de establecer una buena política de compras que permita adoptar las decisiones pertinentes que toda empresa moderna requiere.

Las empresas industriales, comerciales y de servicios desembolsan cantidades considerables en la compra de materias primas, útiles de oficina, mobiliario, equipo de seguridad, solventes, herramientas, refacciones industriales y lubricantes.

El éxito de cualquier empresa depende en gran parte de la manera en que haga sus compras. De tal manera que ahora no es suficiente con realizar la función de compras, sino también administrarla.

Por tal motivo en el presente trabajo, se esta realizando una combinación entre la administración y la función compradora, resultando por consiguiente un material que ayude o facilite la toma de decisiones del directivo del área de compras.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES Y GENERALIDADES

1.1. CONCEPTO

A las compras se le puede conceptualizar como la obtención de un bien o servicio, justificando su necesidad y cantidad; así como evaluar cualidades, calidades, tiempos de entrega, precio y tipos de financiamiento con el objeto de seleccionar lo más conveniente dentro del mercado.

1.2 ORIGEN DE LAS COMPRAS

El acto de comprar es uno de los más antiguos de la humanidad, ya que cuando a las personas se les ocurrió intercambiar cosas, en ese momento nacieron los actos de comprar y vender; solo que al acto de intercambiar una cosa por otra se le llamó trueque. posteriormente con el nacimiento de la moneda, se inicia la etapa del comercio formal, en donde la moneda (dinero), sirve como medio para intercambiar bienes de valor.

La compra ha sido siempre básica para el progreso y la riqueza del hombre, trátase de su progreso o riqueza personal o como parte de sus funciones ya organizadas en grupo.

1.3 RELACIÓN CON OTROS DEPARTAMENTOS

La función de compras, que abarca todas las labores necesarias para procurarse materiales y servicios para el negocio, se desarrolla en conjunto con los esfuerzos de la función de los otros departamentos, ejecutando su parte en el esfuerzo global organizado.

COMPRAS - PRODUCCIÓN

Esta es la función del grupo comprometido en la elaboración del producto, sea manufacturarlo, realizar funciones de refinamiento, o ejecutar servicios vendibles, como tal, por lo menos en la mayoría de los negocios industriales, la producción es la función principal que debe ser atendida por el área de compras, es por eso que la

relación entre compras y producción, es la de que compras procure los materiales necesarios para la producción y de que producción descansa en compras para tal servicio.

Es responsabilidad de compras de obtener los materiales y servicios requeridos por la producción y arreglar sus entregas conforme se requiera para el ritmo óptimo y la continuidad de las operaciones de producción. Esto no releva a compras de su responsabilidad de recomendar nuevos productos, calidades más prácticas y cantidades más económicas para el departamento de producción.

COMPRAS - ALMACÉN

La función de almacenamiento definida ampliamente, incluye la solicitud del material requerido, el manejo físico de los abastecimientos recibidos y el control de los materiales relacionados con ellos. La operación de los almacenes incluye la recepción y la verificación de las compras del material. El almacenamiento sistemático, la protección de las existencias y la disposición de los materiales para el personal de operaciones directas

La función de almacenamiento está estrechamente relacionada con la función de compra

La relación entre compras y almacenes debe ser tal que ninguno tienda a ser dominado por los objetivos del otro. Los almacenes no deben ser innecesariamente presionados en su manejo de espacio de almacenamiento, mano de obra, movimientos de materiales, e inventarios y compras no debe estar amenazado por la necesidad de colocar ordenes de consumo urgentes y por la necesidad de prodigar su habilidad de comprar y sus relaciones con los proveedores teniendo que concentrarse para seguir y obtener programas arbitrarios de entrega. La buena administración debe asegurar que estas dos funciones diferentes operen juntas de modo efectivo.

COMPRAS-MANTENIMIENTO

El mantenimiento es una función básicamente de servicio y que tiene por objeto, mantener las instalaciones en buenas condiciones de operación. Al hacerlo así, consume materiales de reparación y de mantenimiento, es importante e imperativo que la producción sea continua sin ninguna disminución ó paro debido a la falta de materiales, por lo cual la relación con compras debe ser paralela a la relación que hay entre producción y las funciones de compras.

COMPRAS - INGENIERÍA

La función de ingeniería usualmente incluye una variedad de responsabilidades: El diseño de instalaciones físicas; la designación de los estándares del equipo; la evaluación de las alteraciones y las adiciones propuestas a las instalaciones; la definición técnica de las especificaciones de materiales y abastecimientos y la prueba de artículos que requieren una revisión de calidad ó demandas.

Las relaciones entre compras e ingeniería mas cercanamente que en el caso de cualquier otra función, es de servicio mutuo, compras sirve a ingeniería procurando los abastecimientos y el equipo solicitados bajo la autoridad de ingeniería, obteniendo las cotizaciones y la asistencia técnica de los proveedores y asistencia en la preparación y evaluación de las alternativas e investigaciones de mercado y estudios para mejores y más nuevos materiales y equipo.

Ingeniería, a su vez da una asistencia invaluable a compras en la asesoría de sus especialistas expertos en cuestiones de especificaciones optimas de un artículo determinado para su aplicación particular: estandarizaciones deseables de compras y en reconciliar las ideas conflictivas de personal no experto en materia de especificaciones.

COMPRAS-CONTABILIDAD

La contabilidad es una función triple en la mayoría de negocios, dirigir las cuentas y el manejo de las transacciones monetarias tanto de los ingresos como de los gastos; establecer un acomodo y un presupuesto para el capital de trabajo necesario y revisar los detalles de procedimiento o ejecución para asegurarse de que estén de acuerdo con las políticas y directrices de la administración. Compras tiene relaciones vitales en las tres áreas de contabilidad

La relación ideal es aquella de socios iguales. Compras hace gastos; contabilidad de acuerdo con el comprobante correcto del proveedor, hace los pagos. Compras requiere de un bolsillo muy profundo para mantener los materiales y abastecimientos fluyendo al negocio; contabilidad debe ver que existan fondos disponibles en cantidad adecuada. El personal de compras esta encargado de la custodia de grandes proporciones del ingreso de la empresa.

En algunas organizaciones, el cuerpo de auditoria de contabilidad mantiene una verificación continua en beneficio de la administración de compras para asegurarse de que las practicas acostumbradas del negocio prevalecen, enfocando su revisión en las transgresiones u omisiones, faltas de atención e ignorancia. antes de que se conviertan en cosas serias; y en tratar de descubrir la primera indicación de deshonestidad.

No es prerrogativa de contabilidad juzgar el valor recibido por compras en sus negociaciones, pero si es su responsabilidad determinar por medio de una auditoria apropiada, si se están siguiendo las autorizaciones y los procedimientos especificados. No es responsabilidad de contabilidad ajustar los errores en las transacciones de abastecimiento, pero si es su responsabilidad determinar que los recibos de materiales y los precios facturados estén de estricto acuerdo con los términos de la orden de compra, antes de que se realice el pago, llamando la atención al agente de compras sobre las desviaciones, para que tome las medidas correctivas apropiadas.

1.4 LA MEDIANA EMPRESA

En nuestro país una rama de gran importancia lo representa La Mediana Empresa. El establecimiento y operación de este tipo de empresas es el resultado del deseo humano de poder satisfacer necesidades de carácter material. El propietario de la empresa busca lograr una utilidad a través de la fabricación y venta de un producto o de la realización de un servicio, y a su vez el que compra dicho producto o servicio busca satisfacer una necesidad.

La Mediana Empresa constituyen, hoy en día, el centro del sistema económico de nuestro país. El enorme crecimiento de la influencia actual de estas empresas se debe a la masificación de la sociedad, a la necesidad de concentrar grandes capitales y enormes recursos técnicos para el adecuado funcionamiento de la producción y de los servicios y el alto nivel de perfección logrado ya por muchas normas de dirección. Ellas todo lo investigan, planean y someten a procedimientos y métodos exhaustivos y científicos.

Desde el punto de vista individual, el mediano negocio puede parecer aparentemente insignificante, pero en su tamaño de conjunto es realmente grande, no solo en cifras si no por su contribución a la economía del país.

IMPORTANCIA DE LA MEDIANA EMPRESA

La importancia colectiva que tiene la Mediana Empresa en nuestro país, la podemos demostrar con las gráficas 1.4.1 ; 1.4.2 que continuación se muestran

Fig.1.4.1 Establecimientos en México (%)

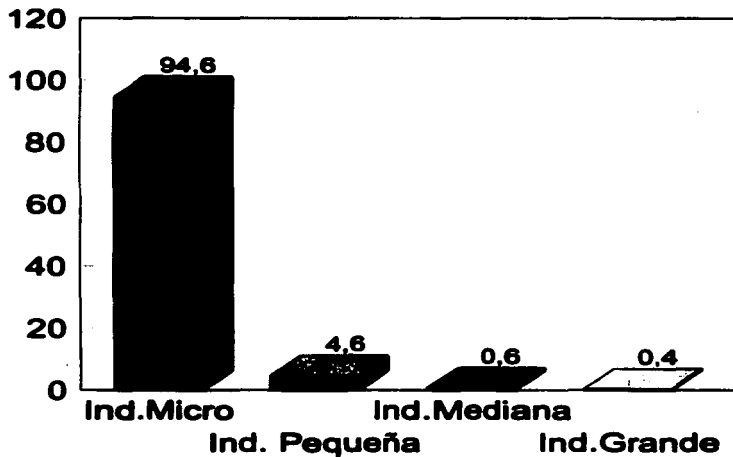
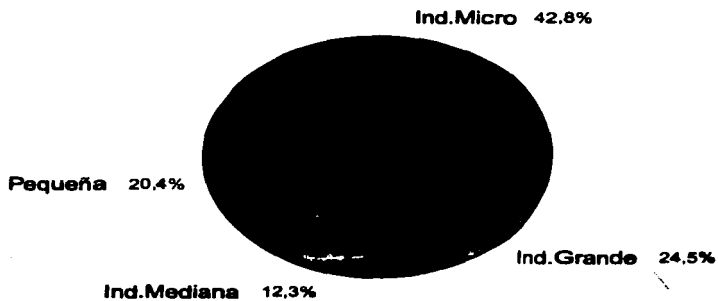


Fig 1.4.2 Generación de empleos



CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN

Según el autor A. Reyes Ponce, hay dos criterios para clasificar el tamaño de la empresa, que son: La cantidad de personal ocupado y la complejidad de la organización de la empresa. Tomando estos criterios, se concluye que la Mediana Empresa puede considerarse como la que cuenta con un número aproximado de 40 a 70 trabajadores y por lo menos con tres grupos fundamentales de dirección, (Finanzas, Producción y Ventas).

Además señala Reyes Ponce, que en ellas existen uno o dos niveles intermedios de jefes, de tal manera que las ordenes deben pasar a través de ellos .

En la revista "Ejecutivos de Finanzas", se exponen algunos criterios que determinan la magnitud de la Empresa en México y que son:

Por el número de personal:

Pequeña Empresa	menos de 25
Mediana Empresa	entre 50 y 250
Grande Empresa	más de 250

Según Nacional Financiera en su libro "Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa Principales características." Establece una serie de criterios para clasificar a las empresas: Estos datos están basados en los Censos Económicos de 1994 proporcionados por el (INEGI) y que son:

Estrato de Empresas	Monto de ventas anuales	Número de empleados
Micro	Hasta \$ 900,000	Hasta 15
Pequeña	Hasta \$ 9'000,000	Hasta 100
Mediana	Hasta \$ 20'000,000	Hasta 250
Grande	Más de \$ 20'000.000	Más de 250

IMPORTANCIA ECONÓMICA

La dinámica del sistema económico Mexicano propicia necesariamente el desarrollo absoluto de sus componentes. Es decir, al crecer El Producto Interno Bruto, crecen los elementos que lo componen, entre ellos el sector industrial.

El crecimiento del sector industrial, dentro de la Economía, hace que aumente la dimensión de las unidades productivas, por lo cual los niveles de industria se trasladan de los sectores artesanales o de incipiente industria, a los de Pequeña Industria y, de estos al nivel de Mediana Industria y finalmente a Grande Industria.

La importancia de la Mediana Empresa no solo puede medirse por el número de establecimiento, sino también por el capital invertido que representan; por el valor de su producción; por el valor agregado; por las materias primas que consume; por la formación de capital fijo; por los empleos que genera y por la capacidad de compra que dan a la población trabajadora mediante los sueldos y salarios.

IMPORTANCIA SOCIAL

La importancia de la Mediana Empresa en cualquier país, no importando el grado de industrialización, no solo es de carácter económico sino también de orden social.

La Mediana Empresa al incorporar fuerza de trabajo al sector manufacturero, procedente sector del Agro Mexicano, contribuye por una parte, a incrementar a un rango social distinto a este sector de desocupados o semi ocupados, debido a la capacidad de compra que les proporciona la industria, a través de sus salarios y por los bienes que adquieren con él. Por otro lado, contribuye a crear y capacitar la mano de obra que por la estructura educacional, características de los países en vías de desarrollo, no habría encontrado los elementos para capacitación.

Sin embargo, hay excepciones de empresarios identificados y conscientes del desafío nacional: de estos deben los demás tomar ejemplo para fortalecer el aporte de la Mediana Empresa al modelo del país que deseamos alcanzar.

La función asignada a este importante sector de la economía, comprende el aceptar un solo reto y varias responsabilidades: producir, ser eficientes, participar en el desarrollo regional, generar empleos, promover mayores y mejores niveles de calificación de la fuerza de trabajo y contribuir a la independencia económica y social del país, sustituyendo importaciones a la vez que se produzcan bienes competitivos para los mercados internacionales.

CAPITULO II

MODELO PROPUESTO DEL SISTEMA DE COMPRAS

2.1 DISEÑO CONCEPTUAL

El sistema de compras incluye todas las funciones comprendidas en la procuración de material desde el momento en que una necesidad o una posible necesidad es conocida por primera vez, hasta que se recibe el material y se aprueba su utilización. Los pasos seguidos en el proceso son:

- 1.-Obtener información preliminar acerca de las especificaciones, disponibilidad, características y precios.
- 2.-Envío de requisiciones al comprador apropiado.
- 3.-Emisión de la requisición y asignación del proveedor, de la ruta y otras instrucciones pertinentes, por parte del comprador.
- 4.-Obtener ofertas de competidores.
- 5.-Mecanografiar la orden de compra y distribuir las copias.
- 6.-Activar la ejecución si es necesario.
- 7.-Recibir el material.
- 8.-Verificar los precios.
- 9.-Aprobación de la factura para su pago.
- 10.-Proporcionar registros e información para el procesamiento de datos.

Estudio preliminar.- Cuanto más pronto esté informado el departamento de compras de los requerimientos o posibles requerimientos, tanto más efectivo y útil podrá ser menos la posibilidad de malos entendidos con los proveedores o vendedores. Así todas, excepto las requisiciones de rutina preliminares, deben ser hechas a través del departamento de compras quien arreglara las entrevistas con otro personal interesado según se requiera.

Los puntos que deben ser considerados al desarrollar el sistema son:

Requisición.- La requisición debe seguir la forma de la orden de compra tanto sea posible. Después de haber obtenido todas las aprobaciones requeridas, debe necesitarse un mínimo de redacción para ser elaborada por el comprador que va a llevarla a efecto. Muchas empresas utilizan una requisición viajera para compras repetitivas.

Orden de compra.- La orden de compra, en donde es aceptada por el proveedor sin excepción, se convierte en un contrato y debe ser considerada como tal. Debe contener toda la información necesaria para que el proveedor pueda llevar a cabo la entrega y facturar de acuerdo con los deseos del comprador. Las copias deben ser hechas para todas las partes interesadas, en el departamento de compras. Copias adicionales deben ser proporcionadas para contabilidad, cuentas por pagar, almacén y control de calidad en algunos casos. Sin embargo, el número de copias debe limitarse al mínimo requerido para llevar a cabo el trabajo.

una copia de aceptación con el original debe ser enviada al proveedor para su ejecución y su devolución.

Reclamaciones.- Las reclamaciones caen generalmente en dos clases, contra el proveedor o contra el transportista.

Las reclamaciones contra el transportista deben ser hechas por el comprador cuando el material se embarca libre a bordo del punto de embarque. Las reclamaciones deben ser preparadas y archivadas por el departamento de compras trabajando estrechamente con el departamento de almacenes para desarrollar la información requerida. El transportista debe ser notificado tan pronto como se descubre el daño.

Ordinariamente el proveedor debe manejar las reclamaciones solo cuando el material es embarcado libre a bordo en el punto de destino. En algunos casos un proveedor está en mejor posición para efectuar un acuerdo justo de manera de manera expedita, debido a que tiene mayor influencia con el transportista comprometido y puede manejar una reclamación, si se le solicita, aun cuando el embarque haya sido sobre la base de libre a bordo en la fábrica del proveedor.

Las reclamaciones contra los proveedores deben ser manejadas de manera inmediata. Los retrasos en las notificaciones motivaran que las reclamaciones sean menos seriamente consideradas.

ESTÁNDARES DE EJECUCIÓN EN LA FUNCIÓN DE COMPRAS

Estándares de ejecución.- Deben desarrollarse estándares de ejecución definitivos y asignarse a cada trabajo dentro del departamento. En el desarrollo de estos estándares, debe tomarse en consideración la cantidad de esfuerzo mental y físico requeridos para cada trabajo que va a evaluarse.

Es fácilmente aparente que no puede utilizarse los mismos estándares para evaluar la carga de trabajo de un comprador, de la misma manera que se utilizan para calcular la carga de trabajo de un activador o de una secretaria y/o mecanografía.

Estándares de personal.- Dicho de manera simple, el personal del departamento de compras debe ser el mejor obtenible dentro del presupuesto permitido. Debe evitarse personal con limitaciones que hagan difícil su promoción, estos se convierten, eventualmente en insatisfechos, otros verán en ellos obstáculos por los cuales no podrán progresar. Se debe estar seguro de que quien quiera que se emplee tenga interés real en compras, una imaginación activa y el ingenio para utilizarla en su mayor grado

Las secuencias de actos que llevan y siguen a través de un ciclo completo de procuración en un negocio, comprende muchas funciones además de la compra, pero la función de compras está llamada a tomar parte en cada paso.

El grado de formalidad y los detalles de procedimiento pueden variar de empresa a empresa y el grado de artículo a artículo en cada firma, pero cada transacción está sujeta a la siguiente secuencia típica.

Consideraciones originales de la orden de compra.- Antes de que un artículo pueda ser comprado, alguien debe decidir si debe o no comprarse y, si esto es así, decidirá específicamente que es lo que debe comprarse. De acuerdo con el grado de importancia, el valor que signifique o la complejidad del problema, compras tiene la responsabilidad de desarrollar precios, alternativas y otra información apropiada.

Origen de la requisición de compras.- Cuando el individuo apropiado llega a una decisión, está es transmitida por medio de una requisición debidamente autorizada. Puede tomar una de las siguientes tres formas típicas:

a) Una tarjeta de reorden repetitiva, b) Una forma de requisición de rutina, ó c) Un memorándum específico requiriendo una procuración no usual de material.

Cualquiera que sea la formal a requisición ó solicitud de compra es la señal para proceder a comprar y estipula tres cosas esenciales: a) Que la autoridad de compras haga el compromiso, b) La identidad, calidad y especificaciones de lo que debe comprarse y c) La fecha en que se requiere el artículo.

La forma de requisición proporciona usualmente cierta información adicional sobre la conveniencia del subsecuente recibo y manejo, al igual que para contabilidad y para los registros del control de costos, así como una identificación específica del destino y los códigos apropiados de costos que deben aplicarse.

Determinación de las fuentes posibles. - Es una función de compras para este objeto, hacerse cargo de la responsabilidad directa de adquisición. Basado en los conocimientos y en la experiencia en cuánto a los proveedores potenciales, el agente de compras determina a quien solicitarle que cotize.

De acuerdo con las circunstancias y con su juicio, puede solicitarse la cotización por teléfono, telegrama o enviar por correo su solicitud o invitar a los representantes de los proveedores para una platica personal.

Cuando el tiempo lo permita, es recomendable enviar una solicitud de cotización formal aun cuando se solicite cotización a un solo proveedor.

Selección de la fuente.- La negociación del compromiso es un aspecto importante de la responsabilidad del agente de compras. Su objeto, es determinar quien, a su juicio recto y objetivo, ofrece libremente el mayor valor final por el dinero, con los factores combinados de precio, servicio, calidad y tiempo de entrega.

Emisión de la orden de compra.- Cuando se llega a un arreglo con el proveedor escogido, todas las provisiones pertinentes del arreglo son confirmadas formalmente preparando y emitiendo una orden de compra. Esta es una obligación que ata legalmente a ambas partes y la autoridad para contraer tal obligación es una función confiada a la inteligencia, juicio prudente e integridad del agente de compras. Es esencial que la obligación sea establecida en la orden de compra, clara y completamente.

Rastreo y aceleramiento de la compra.- El rastreo es el proceso o función de verificar con el proveedor para asegurar el cumplimiento de su obligación de promesa de entrega. El rastreo es una función ejecutada casi siempre por el departamento de compras, acelerar frecuentemente requiere talento y asistencia técnica, de manera que no es poco común que está función sea ejecutada por otros, tales como personal de ingeniería o inspección, de acuerdo con la solicitud y autorización del departamento de compras.

Recepción e inspección.- La función de recibir y de manejar físicamente los materiales entregados, conjuntamente con la verificación de que las entregas correspondan exactamente al valor especificado en la orden de compra, se ejecuta usualmente no por el departamento de compras, sino por un grupo especializado, independiente de compras, desde el punto de vista de auditoría interna, que trabaja en conjunto con las funciones asociadas de almacenamiento y manejo de materiales.

La inspección varía desde el conteo simple y la verificación de la lista de empaque o del talón de entrega hasta las pruebas de laboratorio prescritas para la verificación de la calidad especificada y para elaborar las inspecciones técnicas y las demostraciones de su ejecución. La función de inspección debido a su variada amplitud, puede ser ejecutada por cualquiera de los grupos funcionales que van desde el personal de recibo hacia arriba, de acuerdo con las circunstancias dominantes.

Administración de compras.- La función administrativa es la de organizar y supervisar los esfuerzos del grupo para el cumplimiento de las responsabilidades de compras asignadas. Abarca el establecimiento de políticas de guía de compras, la definición de procedimientos para ser empleados, la delegación de labores que deben ser ejecutadas, el empleo y entrenamiento de personal y la supervisión de las tareas asignadas.

La administración incluye mantener a todos los miembros del grupo informados de los desarrollos y objetivos del conjunto, manteniendo relaciones de trabajo cordiales dentro del grupo, obteniendo cooperación de otros grupos funcionales y coordinando los esfuerzos individuales con las actividades de otros, tanto dentro como fuera del departamento.

La operación de compras completa, es una reacción en cadena que empieza mucho antes de que una requisición sea entregada en el escritorio del agente de compras y continua mucho más allá del otorgamiento de ésta orden; es la función administrativa que guía al grupo de compras hacia el logro de los objetivos planeados.

II.2 DISEÑO ESTRUCTURAL

La estructura de la organización dentro del área de compras está basada en varios factores, entre los cuales tenemos:

- a) El nivel general de organización que la misma empresa haya logrado y sus perspectivas de desarrollo.
- b) Las oportunidades que haya de especializar al personal.
- c) La coordinación existente entre el almacén y el departamento de producción o sus equivalentes, según el caso.
- d) La situación de los mercados.
- e) Las diversas dificultades por las cuales atraviesan los aprovisionamientos.
- f) La heterogeneidad de las compras y el número de ellas efectuadas durante algún plazo, generalmente un año.
- g) El grado de centralización o descentralización que se tenga previsto.

Lo anterior también nos da idea, de la importancia que el mismo departamento tenga en relación con las necesidades que debe satisfacer. Cada uno de los factores mencionados da origen a una serie de actividades que deben llevarse a cabo en un orden jerárquico y una asociación homogénea de las mismas, lo que constituye propiamente la organización.

Dada la naturaleza dinámica de la función compras, no hay una estructura tipo adaptable a todos los departamentos de abastecimiento y que, por tanto su organización debe estar basada en la medida de los fines que se traten de alcanzar.

Además de los factores anotados, al estructurar la organización del departamento debemos también tener en cuenta ciertos principios generalmente aceptados y son:

1.- El de ámbito de control que debe tener un jefe sobre sus subordinados, puesto que el mismo lleva la responsabilidad de ver que se realicen las cosas como se habían planificado.

2.- El principio de especialización, que consiste en asignar a cada individuo o grupo obligaciones y actividades de naturaleza similar logrando con ello el fomento de la eficiencia. Tal asignación tiene como límite la magnitud propia de esas actividades y obligaciones, es decir su número, que a veces será tan reducido que no pueda constituir las labores de un solo empleado o viceversa, interviniendo aquí el criterio al plantear éste principio.

El equilibrio entre la autoridad y la responsabilidad es de suma importancia, ya que la primera debe delegarse en proporción a lo que se va a exigir, salvo en los casos de pequeños departamentos donde sea fácil una estrecha supervisión que de otra manera posiblemente originaria abusos. sin embargo, se entiende que la responsabilidad del jefe en cuanto a la actuación de sus subordinados es absoluta. Los diferentes tipos de estructuras que se recomiendan para el modelo propuesto, se pueden representar en las siguientes tres clases de organigramas ó cartas de organización y que son:

- 1.- El organigrama vertical u horizontal
- 2.- El organigrama circular
- 3.- El organigrama escalar

En cualquiera de ellos podemos ver con mayor claridad la división de funciones, las líneas de autoridad y responsabilidad, los niveles jerárquicos, las características de ser lineal ó staff, los canales formales de comunicación, etc.

Los organigramas vertical y horizontal derivados de la organización lineal y de lineal-staff, son de los más usados y que se comprenden con mayor facilidad, con la única diferencia de que el primero se lee de arriba hacia abajo y el segundo de izquierda a derecha y nos indican en forma objetiva las jerarquías del personal.

En los organigramas circulares ó de círculos concéntricos, en los cuales se constituyen los distintos niveles de organización y en los que se colocan los diversos puestos que existen uniéndolos por líneas que representan la autoridad y la responsabilidad al mismo tiempo que la comunicación, se elimina el efecto del "status" alto ó bajo, sin dejar de señalar la importancia de los niveles jerárquicos.

De poco uso en la actualidad aunque muy sencillos son los organigramas escalares, que señalan los distintos niveles jerárquicos en el margen izquierdo de su trazo con diferentes colores.

Todos ellos deben tener los requisitos de: Claridad, solo comprender las funciones, ser breves, y no incluir a los trabajadores sino hasta el nivel ultimo superior. (ver organigramas de compras figuras 2.1 a 2.3).

JERARQUÍAS

En un departamento de compras, es necesario estructurar técnicamente las relaciones existentes entre funciones, niveles y obligaciones, con el objeto de lograr su máxima eficiencia.

Empezaremos a comentar las jerarquías, que vienen siendo el nivel que tiene cada puesto dentro del departamento; así como las líneas de autoridad y responsabilidad y canales de comunicación, lo anterior se puede ver elaborando un organigrama de tipo vertical, ver fig. 2.4 .



FIGURA 2.1 ORGANIGRAMA GERENCIAL-PARTICULAR DE UN DEPARTAMENTO DE GERENCIA

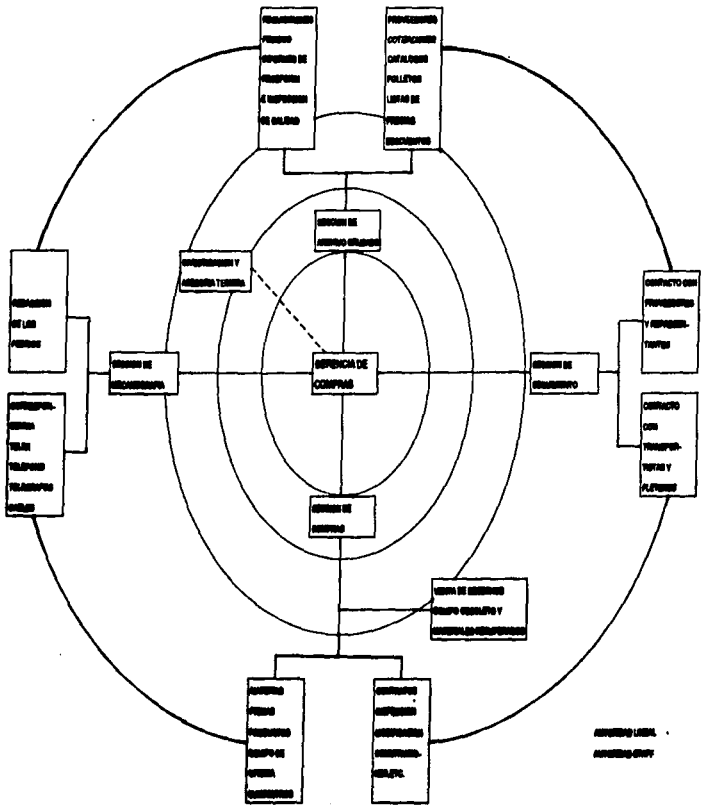


FIGURA 2.2 ORGANIGRAMA CIRCULAR

Autoridad lineal

Autoridad staff

Garantía de compras

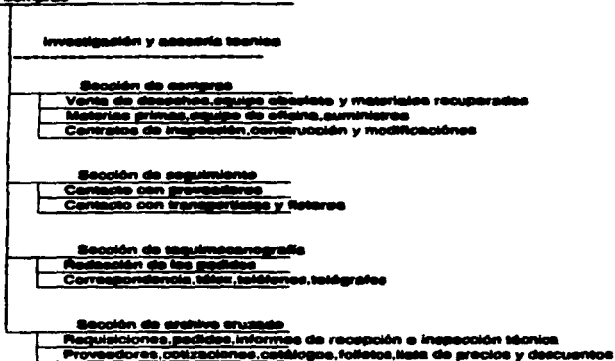


Figura 2.3 Organigrama esencial.

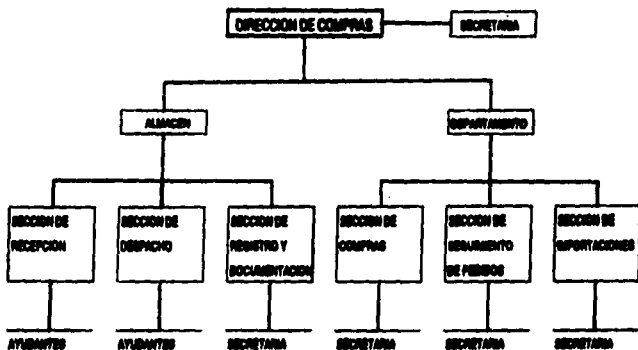


FIG. 2.4 ORGANIGRAMA DE LA DIRECCION DE COMPRAS

Puntos a considerar para la determinación de los niveles jerárquicos:

- 1.- Cuando es la primera vez que se quieren determinar, la pauta será el grado de autoridad y responsabilidad que se quiere dar a cada puesto.
- 2.- Funciones de cada puesto.
- 3.- Forma en que se quiere controlar al personal.
- 4.- Experiencia y preparación técnica de los empleados.
- 5.- Conocimientos de los problemas del departamento de cada uno de los empleados.
- 6.- Capacidad de trabajo de cada uno de ellos.
- 7.- Necesidad de la división de funciones.
- 8.- Modo de centralización o descentralización que se desee.
- 9.- Naturaleza y semejanza de algunas operaciones.
- 10.- Informes que se tengan que presentar.

Es conveniente revisar periódicamente el organigrama para adaptarlo al crecimiento natural del departamento de compras.

II.3 DISEÑO FUNCIONAL

Un departamento de compras no debe ser establecido meramente por el hecho de tenerlo en una organización, sino que debe tratar de alcanzar los objetivos establecidos tan simple y eficientemente como sea posible. es por eso que la organización de compras para ser flexible, rápida para reaccionar a los cambios y para que sea competitiva debe ser completamente funcional acentuada en el trabajo a desarrollar.

La simplicidad debe ser la meta al establecer la organización de compras, al escribir los procedimientos para su operación, desarrollar las formas impresas requeridas y hacer contacto con otros, dentro y fuera de la compañía.

Independientemente del tamaño de del departamento, de su fuerza de trabajo o del valor de las compras, los mismos resultados finales se requieren. La meta es la misma aunque la manera de lograrla puede variar, dependiendo del tamaño del departamento y del tipo de producto o productos comprados y manufacturados. Es por eso que para alcanzar los objetivos fijados por la organización de compras se deben formular una serie de manuales acordes con el tamaño de la empresa de que se trate; para nuestro caso es una Empresa Mediana se deben formular los siguientes manuales:

- 1.-Manual de organización del departamento de compras.
- 2.-Manual de procedimientos de compras.
- 3.-Manual de políticas de compras.

II.3.1 MANUAL DE ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

PLÁSTICOS X, S.A.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

DEL DEPARTAMENTO DE

COMPRAS

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

CONTENIDO

Introducción

-Objetivos

-Catalogo de puestos

-Estructura Organizacional

-Descripciones de puestos

-Identificación

-Funciones del puesto

-Relaciones del puesto

-Requerimientos o requisitos para el puesto

-Condiciones de trabajo

INTRODUCCION

La mayoría de la gente que al querer conocer con detalle la naturaleza y funcionamiento de un departamento de compras, se encuentra con varias limitaciones, ya que la empresa no cuenta con ningún documento que la describa.

Lo ideal es que toda empresa ya sea pequeña, mediana o grande cuente con una descripción de su funcionamiento que sea fácil de entender, para todo tipo de personas ya sea los altos directivos o cualquier otro empleado y aún más para personas ajenas a la empresa.

Algunas utilizan técnicas para describirla, sin embargo, tal vez ya estén obsoletas, o utilicen demasiados detalles y sea muy difícil de comprender a personas de los puestos bajos de la compañía o personas ajenas a esta.

Los manuales organizacionales exponen con detalle la estructura organizacional de la empresa o en particular por cada departamento, señalando los puestos y la relación que existen entre ellos; explican la jerarquía, los grados de autoridad y responsabilidad, las funciones y actividades de las unidades orgánicas de la empresa o departamento.

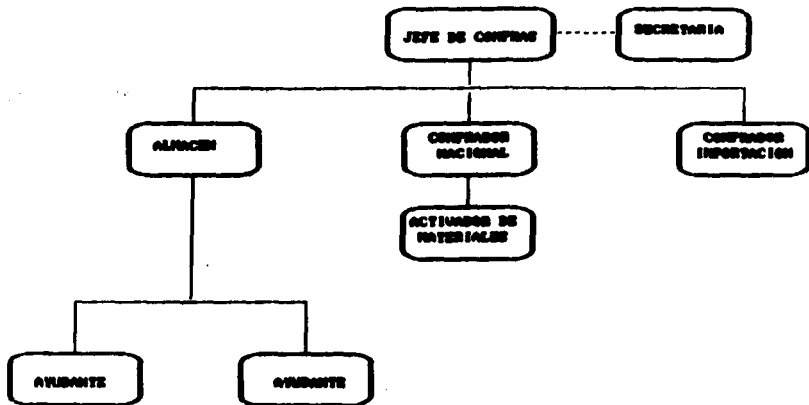
OBJETIVO

Es un documento oficial cuyo propósito es describir la estructura de funciones, las tareas específicas y la autoridad asignadas a cada miembro del departamento.

CATALOGO DE PUESTOS

Clave	Nombre del puesto
4500	Jefatura de Compras
4501	Secretaria de Compras
4510	Compras Nacionales
4511	Seguidor de materiales Nacionales
4520	Compras Importación
4530	Almacenista
4531	Ayudante de Almacén
4532	Ayudante de almacén

ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

1.-IDENTIFICACION DEL PUESTO

- 1.-Titulo del puesto Comprador Nacional
- 2.-Proposito del puesto Abastecimiento de bienes y servicios
- 3.-Otros títulos Comprador Jr.
- 4.-Número de plazas Única
- 5.-Subordinados Uno
- 6.-Nivel organizacional 2do. nivel
- 7.-Reporta a Jefe de compras
- 8.-tipo de puesto
- | | | | |
|------------|------|----------|-----|
| Confianza | (xx) | Sindical | () |
| Honorarios | () | Eventual | () |
- 10.-Clasificación del puesto
- | | | | |
|----------------|------|-----------|-----|
| Administrativo | (xx) | Operativo | () |
|----------------|------|-----------|-----|
- 11.-Material y equipo
- Calculadora ,computadora, fax, calibrador, ocasionalmente maquina de escribir.
- 12.-Sueldo
- | | | | |
|---------|-------------|--------------|-------------|
| Mercado | \$2'000,000 | Organización | \$2'200,000 |
|---------|-------------|--------------|-------------|
- 13.-Aspectos confidenciales
- Especificaciones ó normas de fabricación
- 14.-Períodos de revisión
- | | | | | | |
|-----------|------|-------|-----|-------|-----|
| Semestral | (xx) | Anual | () | Otros | () |
|-----------|------|-------|-----|-------|-----|

II.-FUNCIONES DEL PUESTO

1.-**GENERICA** Se encarga de abastecer todos los materiales necesarios de índole nacional, para el buen funcionamiento de la empresa.

2.-ESPECIFICAS

- a)Solicita cotizaciones de proveedores sobre materiales a comprar.
- b)Elabora cuadros comparativos en base a cotizaciones, y selecciona al proveedor más idóneo de acuerdo a calidad, precio y tiempo de entrega.
- c)Realiza negociación comercial con proveedor, y confirma pedidos.
- d)Hace seguimiento de pedidos con proveedores.
- e)Realiza visitas a planta de proveedores para verificar grados de avance de materiales.
- f)Verifica con almacén arribos de material
- g)Desarrolla nuevos proveedores.
- h)Emite información a la gerencia de compras sobre arribos de material.
- i)Da sugerencias a los departamentos solicitantes sobre alternativas de material.
- j)Realiza actividades no consideradas en los puntos anteriores, pero concernientes al departamento de compras.

III.-RELACIONES DEL PUESTO

1.-INTERNAS

- a)Permanentes Con su jefe inmediato y almacenes.
- b)Periodicas Producción, Mantenimiento, Control de Calidad, Ingeniería y Contabilidad
- c)Eventuales Con el personal de la empresa

2.-EXTERNAS

- a)Permanentes Proveedores
- c)Eventuales Empresas transportistas y dependencias gubernamentales.

IV.-REQUERIMIENTOS O REQUISITOS PARA EL PUESTO

1.-INHERENTES AL PUESTO

Escolaridad	Bachillerato o carrera técnica
Edad	25-35 años
Sexo	Indistinto
Experiencia	Un año mínimo como comprador
Otros estudios	Cursos en compras y computación (No necesario)
Estado civil	Indistinto
Domicilio	Viva cerca de la localización de la empresa.

2.-INHERENTES AL PROSPECTO

Habilidad.- Se requiere que la persona que vaya a ocupar el puesto tenga capacidad amplia en la toma de decisiones y en el cierre de negociaciones.

Don de mando.- Que sea líder potencial, carismático y que tenga facilidad de palabra.

Responsabilidad.- Para que realice sus funciones.

V.-CONDICIONES DE TRABAJO

1.-INSTALACIONES

Color.- La oficina se recomienda que sea pintada o tapizada de color muy claro y decoración sencilla.

Ventilación.- El lugar de trabajo debe contar con ventilación de tal forma que el ambiente sea agradable.

2.-RIESGOS

	altos	medios	bajos
A Personales			xxxxx
B Materiales			xxxxx
C Económicos	xxxxx		

II.3.2 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE COMPRAS

PLASTICOS X, S.A.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

DEL DEPARTAMENTO DE

COMPRAS

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

CONTENIDO

- **Introducción**

- **Objetivos**

- **Procedimiento**

1.- **Título del procedimiento**

2.- **Propósito del procedimiento**

3.- **Normas de operación**

4.- **Diagrama de flujo**

5.- **Descripción del diagrama de flujo**

6.- **Relación de archivos administrativos**

7.- **Relación de formatos e instructivo de llenado**

INTRODUCCION

El llegar a uniformar procedimientos es una de las mayores oportunidades que existen para reducir costos de oficina. Siempre existe una mejor manera de realizar cualquier tarea y una vez que se encuentra éste modo, debe establecerse como el procedimiento que ha de seguirse.

Es muy importante que los procedimientos de operación se registren por escrito y se pongan a disposición del personal en un documento (MANUAL).

Los procedimientos administrativos son un conjunto de operaciones ordenadas en secuencia cronológica que precisan la forma sistemática de hacer determinado trabajo de rutina.

Los manuales de procedimientos, son instrumentos de información en los que se señalan los pasos y operaciones a seguir para la realización de las funciones de una unidad administrativa, se describen los diferentes puestos, contienen una descripción narrativa que señala los pasos a seguir en la ejecución de un trabajo con diagramas a base de símbolos.

OBJETIVOS

Presentar una visión integral de como opera el departamento de compras.

- Precisar la secuencia lógica de los pasos que se compone cada uno de los procedimientos.
- Guiar al usuario en las actividades realizadas con sus funciones.
- Precisar la responsabilidad operativa del personal en cada área de trabajo.
- Describir gráficamente los flujos de las operaciones.
- servir como medio de integración y orientación para el personal de nuevo ingreso.
- Propiciar el mejor aprovechamiento de los recursos humanos y materiales.

PROCEDIMIENTO DE COMPRAS

1.- Titulo del procedimiento.

PROCEDIMIENTO RECEPCIÓN DE REQUISICIONES

2.- Propósito del procedimiento.

- Llevar un control de todos los requerimientos solicitados, canalizados a través de compras.

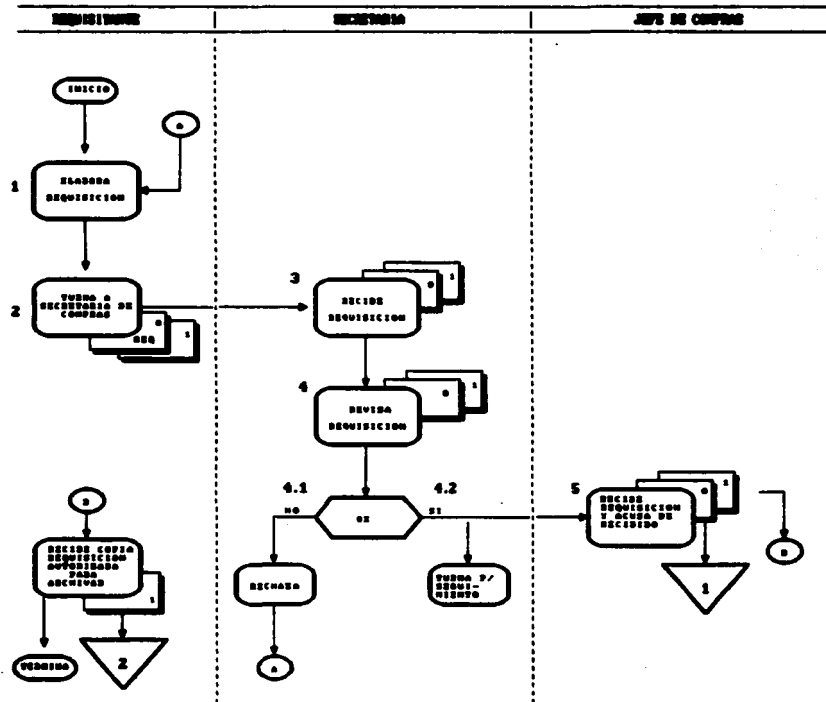
3.- Normas de operación.

- No se recibirá ninguna requisición, que no contenga las firmas del gerente o responsable del área

Donde se requiere el material

- La requisición debe venir debidamente redactada, tanto en cantidad como especificaciones del material.
- La requisición debe contener la fecha o fechas, para cuando se requiere el material .

4.-DIAGRAMA DE FLUJO RECEPCION DE REQUISICIONES



5.- DESCRIPCIÓN DEL DIAGRAMA

PROCEDIMIENTO RECEPCIÓN DE REQUISICIONES

FECHA

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN GENÉRICA
1	Requisitante	Elabora requisición en original y copia mencionando centro de costos y, turna a secretaria de compras
2	Secretaria	Recibe requisición en original Y copia, revisa que contenga el centro de costos y firmas correspondientes, si está bien folea y sella de recibido y turna a jefe de compras, si no regresa al requisitante haciéndole mención el motivo del regreso.
3	Jefe de compras	Recibe requisición en original y copia, clasifica y turna el original al comprador correspondiente, la copia firmada de recibido regresa requisitante para su archivo.

6.- RELACIÓN DE ARCHIVOS ADMINISTRATIVOS

No	USO	TIPO			DOCUMENTO
		T	D	M	
1	Solicitud para compra de material.		X		Requisición Original
2	Antecedente de solicitud de compra de material y, documento para activar compra de material.		X		Requisición Copia

7.- RELACIÓN DE FORMATOS E INSTRUCTIVO DE LLENADO

PLÁSTICOS X, S.A. 1 2
 López No 17de 19
 México, D.F. Fecha No de folio
3 4
Departamento Cuenta

REQUISICIÓN DE COMPRA

Sr. 5
 Jefe de Compras
 Presente

Se ruega a usted gestionar la compra de lo siguiente para el día: 6

Cantidad	Unidad	Descripción del material
7	8	9

Requisitante 10	Jefe de área 11	Contraloría 12
Nombre y firma	Nombre y firma	Nombre y firma

7.1 INSTRUCTIVO DE LLENADO

NO.	DATO	ANOTA
1	Fecha	Fecha en que se elabora requisición.
2	No de Folio	Compras asigna un número de folio para control.
3	Departamento	Anotar el departamento quien está generando la requisición.
4	Cuenta	Anotar el número de cuenta que tiene asignado el departamento.
5	Nombre	Nombre del jefe de compras ó responsable del dpto..
6	Fecha	Fecha en que se requiere que arribe el material a la planta.
7	Cantidad	Anotar cantidad correcta del material que se está solicitando.
8	Unidad	Unidad de mercancía expresada en (kgs., mts, pzas., jgos.)
9	Descripción	Descripción detallada del material a comprar.
10	Requisitante	Nombre y firma de quien elabora la requisición.
11	Jefe de área	Nombre y firma del jefe del departamento donde se origina la requisición.
12	Contraloría	Autorización para compra de material, que no estén consideradas en las políticas

II.3.3 MANUAL DE POLÍTICAS DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

PLÁSTICOS X, S.A.
MANUAL DE POLÍTICAS
DEL DEPARTAMENTO DE
COMPRAS

MANUAL DE POLÍTICAS

CONTENIDO

- Introducción
- Objetivos
- Políticas

INTRODUCCION

El manual de políticas es un documento escrito, que contiene las guías básicas para la acción de un organismo y lineamientos generales para tratar aspectos determinados de éste.

Podemos decir también que éste representa un recurso técnico, para ayudar a la orientación del personal a realizar sus actividades sin tener que consultar constantemente a los niveles jerárquicos superiores.

Aun cuando el manual de políticas contenga disposiciones con carácter técnico, no debemos limitar su uso exclusivo a aspectos administrativos, ya que es una herramienta importante para el personal técnico.

Los manuales de políticas pueden crearse a nivel general de la organización o específico como en nuestro caso al Departamento de Compras.

OBJETIVOS

Un manual de políticas persigue los siguientes objetivos:

- a) **Presentar una visión de conjunto de la organización o departamento para su adecuada administración.**
- b) **Expresa las acciones que deben realizarse en cada unidad de la organización.**
- c) **Ser instrumento útil para la orientación e información del personal.**
- d) **Ser fuente de conocimiento inicial, rápido y claro, para ubicar en su puesto a nuevos empleados.**

POLÍTICAS DE COMPRAS

A continuación se señalan las políticas del área de compras en base al modelo propuesto.

- 1.-Que exista la necesidad de comprar, eliminando compras sin justificación.
- 2.-Obtener, de ser posible desde la primera operación con los proveedores, líneas de crédito.
- 3.-Para aquellas compras repetitivas, utilizar pedidos abiertos o contratos de suministro.
- 4.-Invariablemente se deberán elaborar cuadros comparativos para decidir el pedido.
- 5.-Estar al tanto de la atención y servicio de los proveedores para calificarlos.
- 6.-Evitar que se acepten invitaciones por parte de los proveedores.
- 7.-En operaciones importantes se exigirá a los proveedores fianza por la entrega total de los materiales o equipo, y en caso de existir algún anticipo, también se pedirá fianza por el buen uso del mismo.
- 8.-Considerar garantías y vigencia de las mismas.
- 9.-Tener cuando menos tres proveedores que abastezcan un artículo o equipo, con el objeto de no depender solamente de uno.

10.-Conseguir hasta donde sea posible fijar los precios del pedido, con el objeto de no aceptar cláusulas de escalación o aumentos en los precios.

Desde luego que dependiendo de la magnitud y giro de cada empresa, las políticas de compras serán las que mejor se adapten en cada caso. Por otro lado es conveniente revisar las políticas periódicamente para que se actualicen.

III.- MÉTODO DE INVESTIGACIÓN APLICADO

3.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Las empresas medianas, por lo regular se encuentra con la problemática de no contar con un departamento de compras, que pueda abastecer a la empresa de todas las necesidades que se presenten. Es por eso que el dueño o los altos directivos en la mayoría de las ocasiones tienen que hacer la labor de compras, dejando de realizar otras actividades que requieren de toda su atención, esta situación provoca que la organización no tenga un crecimiento a futuro, quedando al margen de su desarrollo.

3.2 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

Elaborando adecuadamente un sistema de compras, acatado a los ordenamientos de la dirección y necesidades de la empresa, se logrará una imagen real y positiva de la misma tanto interna como externamente, así como una mejora en el rendimiento del recurso humano, logrando obtener un mejor desarrollo.

3.3 FIJACIÓN DE OBJETIVO

En base a la hipótesis planteada, el objetivo que se persigue es el siguiente:

Demstrar lo importante y necesario que es un departamento de compras en la Mediana Empresa como área clave para alcanzar la productividad y el desarrollo tanto a nivel individual, empresarial y social.

3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar la investigación se toma como universo el total de empresas Medianas y Pequeñas registradas en el municipio de Cuautitlán Izcalli y que son 1,500 empresas. Si bien es cierto que la inadecuada estructuración de un departamento de compras aqueja a la Mediana y Pequeña, la investigación tratará de diagnosticar la situación que se presenta en el sector industrial, concretamente en la industria de la transformación, a lo cual la Cámara proporciona el dato de 322 lo que demarca aun más el universo de la investigación.

3.4.1 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

En nuestro caso de investigación, para determinar el tamaño de la muestra se utilizará una tabla de muestreo:(plan simple de muestreo,inspección normal).

Referencia **NOM-Z-12/1-1987** de la Dirección General de Normas de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

La base estadística de esta norma es la misma adoptada por la Secretaría de la Defensa de los Estados Unidos de Norteamérica contenida en su norma:

MIL-STD-105D misma que originó sucesivamente la adopción mundial de estos conceptos por parte de la Organización Internacional de Normalización(ISO) en sus normas ISO 2859 de 1974; y es como sigue:

No de piezas	Tamaño de la Muestra
2 - 150	3
151 - 3200	13
3,201 - 35,000	20
35,001 - 300,000	32
500,001 - +	50

En nuestro caso la tabla quedaria de la siguiente manera:

No de empresas	Tamaño de la muestra
2 - 150	3
151 - 3,200	13
3,201 - 35,000	20

De acuerdo a la la tabla anterior, debemos efectuar 120 entrevistas para obtener la información requerida.

Una vez que hemos determinado el tamaño de la muestra, el siguiente paso consiste en escoger el método de muestreo, tenemos los siguientes:

a) Probabilísticos

1.-Aleatorios simple o al azar

2.-Estratificado

3.-Por área

b) No probabilístico

1.-De cuotas

2.-De juicio

Para ésta investigación se utilizara el método de muestreo aleatorio simple o al azar, en el cual todas las empresas tienen la misma probabilidad de formar parte de la muestra.

3.4.2 VARIABLE INDEPENDIENTE, DEPENDIENTE Y DE CONTROL

Para poder determinar las variables, independientes y dependientes, fue necesario considerar los elementos de análisis con que se cuenta, de tal manera que se obtuvieron las siguientes variables.

a) Variables Independientes.

La aplicación de un modelo de un sistema de compras de acuerdo a las necesidades y tamaño de la empresa, permitirá su crecimiento y sano desarrollo.

TABLA DE MUESTREO PARA "PARTES CRITICAS".

No. DE PIEZAS	TAMARO DE MUESTRA	DEFECTOS	A. Q. L.
2 - 150	3	0	4.0
151 - 3,200	13	0	1.0
3,201 - 35,000	20	0	0.65
35,001 - 500,000	32	0	0.40
500,001 - +	50	0	0.25

REFERENCIA: MIL STD 105D

PLAN SIMPLE DE MUESTREO, NIVEL B3, INSPECCION NORMAL Y CON AQL ESPECIFICADOS.

De acuerdo a las fórmulas empleadas, debemos efectuar 120 entrevistas para obtener la información requerida.

Una vez que hemos determinado el tamaño de la muestra, el siguiente paso consiste en escoger el método de muestreo, tenemos los siguientes:

a) Probabilísticos

- 1.-Aleatorios simple o al azar
- 2.-Estratificado
- 3.-Por área

b) No probabilístico

- 1.-De cuotas
- 2.-De juicio

Para ésta investigación se utilizara el método de muestreo aleatorio simple o al azar, en el cual todas las empresas tienen la misma probabilidad de formar parte de la muestra.

3.4.2 VARIABLE INDEPENDIENTE, DEPENDIENTE Y DE CONTROL

Para poder determinar las variables, independientes y dependientes, fue necesario considerar los elementos de análisis con que se cuenta, de tal manera que se obtuvieron las siguientes variables.

a) Variables Independientes.

La aplicación de un modelo de un sistema de compras de acuerdo a las necesidades y tamaño de la empresa, permitirá su crecimiento y sano desarrollo.

b) Variables Dependientes

- Evitar paros de línea por falta de algún material
- Facilidad para planear abastecimientos a largo plazo
- Dar oportunidad de concursar a nuevos proveedores
- Permitir a la empresa sanear su economía
- Crear un clima organizacional sano, que permita al personal desarrollarse.

c) Variables de control

- Cual es la rama de actividad de la Empresa
- Que antigüedad tiene la organización
- Cual es el origen del capital
- No de trabajadores
- A que tipo de clientes está dirigido su producto

3.4.3 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Después de haber determinado la hipótesis, los objetivos a alcanzar y, además de contar con el tamaño de la muestra, se procedió a desarrollar el trabajo de campo, para lo cual se pensó en un cuestionario, técnica de investigación que nos servirá para cubrir el objetivo de estudio, tanto para poder clasificar, como cuantificar las respuestas.

A continuación se señala el cuestionario de investigación.

CUESTIONARIO

RAZÓN SOCIAL _____

DIRECCIÓN _____

GIRO _____

PUESTO DE LA PERSONA ENCUESTADA

SELLO

CUESTIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica ()
- b) Plásticos ()
- c) Alimentos ()
- d) Otros ()

2.-Que origen tiene el capital

- Nacional ()
- Extranjero ()

3.-Que antigüedad tiene la Organización

- a) 1 a 5 años ()
- b) 6 a 10 años ()
- c) 11 años o más ()

4.-Cual es el número de trabajadores

- a) Menos de 25 ()
- b) Entre 50 y 250 ()
- c) Más de 250 ()

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI _____ NO _____

6.-Quien lleva a cabo la función de compras

7.-Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras

SI _____ NO _____

8.-Ha tenido paros de línea de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación

SI _____ NO _____

9.-Considera que contando con un departamento de compras se pueden reducir los gastos de fabricación

SI _____ NO _____

Porque: _____

10.-Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona o personas, que única y exclusivamente se dediquen a ésta función

SI _____ NO _____

Porque: _____

11.-Enfrentando a los nuevos retos económicos que presenta el país, considera que compras pueda influir para mejorar la calidad y ser competitivos

SI _____ NO _____

Porque: _____

CUESTIONARIO

RAZON SOCIAL

INDUSTRIAS GOZALEZ S.A.

DIRECCION

GIRO

FABRICACION DE CAJAS
y REMOLQUES E/Trailers

PUESTO DE LA
PERSONA
ENCUESTADA

J^{to} JEFE DE COMPRAS

SELLO

CURSTIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica (X)
- b) Alimentos ()
- c) Otros ()

2.-Que origen tiene el capital.

- a) Nacional (X)
- b) Extranjero ()

3.-Que antigüedad tiene la Organización.

- a) 1 a 5 años ()
- b) 6 a 10 años (X)
- c) 11 años ó más ()

4.-Cual es el número de trabajadores.

- a) Menos de 25 ()
- b) Entre 50 y 250 (X)
- c) Más de 250 ()

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI X NO _____

6.-Quien lleva a cabo la función de compras.

JEFE DE COMPRAS

7.--Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras.

SI NO

8.--Ha tenido paros de línea de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación.

SI NO

9.--Considera que contando con un departamento de compras se pueden reducir los gastos de fabricación.

SI NO

Porque: EQUIPOS Y VOLUMEN

10.--Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona ó personas, que unica y exclusivamente se dediquen a ésta función.

SI NO

Porque: - MEJORES PRECIOS
- MEJOR CALIDAD EN M. PRIMA
- ENTREGAS CORTUNAS

11.--Enfrentando a los nuevos retos económicos que presente el país, considera que compras pueda influir para mejorar la calidad y ser competitivos.

SI NO

Porque: BUENA MATERIAS PRIMAS DE CALIDAD

CUESTIONARIO

RAZON SOCIAL

POLIMETALLOS S.W. S.A. DE C.V.

DIRECCION

INDUSTRIAS # 3
FRACC. IND. GUADALUPE
QUINTANA ROO, Q.R.

GIRO

FRON. DE VESTIDO PASAJEROS
DE QUINTANA ROO

PUESTO DE LA
PERSONA
ENCUESTADA

CONTADOR

SELLO



CUESTIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica ()
- b) Alimentos ()
- c) Otras (✓)

2.-Que origen tiene el capital.

- a) Nacional (✓)
- b) Extranjero ()

3.-Que antigüedad tiene la Organización.

- a) 1 a 5 años (✓)
- b) 6 a 10 años ()
- c) 11 años ó más ()

4.-Cual es el número de trabajadores.

- a) Menos de 25 ()
- b) Entre 50 y 250 ()
- c) Más de 250 (✓)

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI ✓ NO _____

6.-Quien lleva a cabo la función de compras.

JESÚS DE CORTÉS

7.-Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras.

SI _____ NO X

8.-Ha tenido paros de línea de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación.

SI L NO _____

9.-Considera que contando con un departamento de compras se --- pueden reducir los gastos de fabricación.

SI _____ NO L

Porque: GENERALIOS LO PRODUCE ORIGINALES

10.-Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona ó personas, que unica y exclusivamente se dediquen a ésta --- función.

SI L NO _____

Porque: VOLUMEN DE COMPRAS

11.-Enfrentando a los nuevos retos económicos que presenta el --- país, considera que compras pueda influir para mejorar la --- calidad y ser competitivos.

SI X NO _____

Porque: VINCULO MUY IMPORTANTE EN LA CALIDAD

DE PRODUCTOS QUE SE REQUIERAN

CUESTIONARIO

RAZON SOCIAL

Distribuidora Automotriz Cuatitlan S.A.

DIRECCION

Cer. Juana Inez de la Cruz # 220 Cuatitlan

GIRO

Venta de repacciones para vehiculos

PUESTO DE LA
PERSONA
ENCUESTADA

Cantador

SELLO

CUESTIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica (X)
- b) Alimentos ()
- c) Otros ()

2.-Que origen tiene el capital.

- a) Nacional (X)
- b) Extranjero ()

3.-Que antigüedad tiene la Organización.

- a) 1 a 5 años ()
- b) 6 a 10 años (X)
- c) 11 años ó más ()

4.-Cual es el número de trabajadores.

- a) Menos de 25 ()
- b) Entre 50 y 250 (X)
- c) Más de 250 ()

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI _____ NO X

6.-Quien lleva a cabo la función de compras.

Cualquier persona

7.-Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras.

SI _____ NO X

8.-Ha tenido paros de línea de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación.

SI X NO _____

9.-Considera que contando con un departamento de compras se --- pueden reducir los gastos de fabricación.

SI X NO _____

Porque: Evitar paros de línea
por falta de materiales.

10.-Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona ó personas, que unica y exclusivamente se dediquen a ésta --- función.

SI X NO _____

Porque: Ayudarian al buen funcionamiento
de la operacion

11.-Enfrentado a los nuevos retos económicos que presenta el --- país, considera que compras pueda influir para mejorar la --- calidad y ser competitivos.

SI X NO _____

Porque: Reducir gastos extraordinarios
y comprar materiales con
calidad.

CUESTIONARIO

RAZON SOCIAL

REFRACCIONES Y PARTES INDUSTRIALES, S.A. DE C.V.

DIRECCION

MICHEL FERRADY NO. 12
CUANTILLAN TIZCALLI

GIRO

FABRICACION Y VENTA DE PARTES
PARA FREAROS

PUESTO DE LA
PERSONA
ENCUESTADA

CONTADOR

REFRACCIONES Y PARTES INDUSTRIALES, S.A. DE C.V.

Michel Ferrady No. 12

Cd. 872-50-40 872-54-02 872-34-03

Cuautillan Tizcalli, Edm. de Méx.

Reg. de Instrumentos 708074 R.E.C. RPL/00119.CZA

Reg. Com. Nat. Ind. de Transf. 20000

SELLO

CUESTIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica (X)
- b) Alimentos ()
- c) Otros ()

2.-Que origen tiene el capital.

- a) Nacional (X)
- b) Extranjero ()

3.-Que antigüedad tiene la Organización.

- a) 1 a 5 años ()
- b) 6 a 10 años (X)
- c) 11 años ó más ()

4.-Cual es el número de trabajadores.

- a) Menos de 25 ()
- b) Entre 50 y 250 (X)
- c) Más de 250 ()

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI _____ NO X

6.-Quien lleva a cabo la función de compras.

CUALQUIERA PERSONA

7.-Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras.

SI _____ NO X

8.-Ha tenido paros de línea de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación.

SI X NO _____

9.-Considera que contando con un departamento de compras se --- pueden reducir los gastos de fabricación.

SI X NO _____

Porque: REDUCCION DE GASTOS

10.-Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona ó personas, que unica y exclusivamente se dediquen a ésta --- función.

SI X NO _____

Porque: AYUDA A REDUCIR GASTOS INNECESARIOS
ABASTECIMIENTOS OPORTUNOS

11.-Enfrentado a los nuevos retos económicos que presenta el --- país, considera que compras pueda influir para mejorar la --- calidad y ser competitivos.

SI X NO _____

Porque: LA ADQUISICIÓN ES IMPORTANTE, YA QUE
AL CONTAR CON INSUMOS DE CALIDAD
SE DA EL PRIMER PASO PARA LLEVAR
A CABO UN PROCESO DE PRODUCCIÓN DE
IGUAL SENTIDO.

CUESTIONARIO

RASON SOCIAL

Química Iberoamericana S.A.

DIRECCION

N.º Antea Industrial No. 85
Casubilla Izcall, 2do. de Mx.

GIRO

Química

**PUESTO DE LA
PERSONA
ENCUESTADA**

Jefe de Compra

SELLO

CUESTIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica ()
- b) Alimentos ()
- c) Otras (X)

2.-Que origen tiene el capital.

- a) Nacional ()
- b) Extranjero (X)

3.-Que antigüedad tiene la Organización.

- a) 1 a 5 años ()
- b) 6 a 10 años (X)
- c) 11 años ó más ()

4.-Cual es el número de trabajadores.

- a) Menos de 25 ()
- b) Entre 50 y 250 (X)
- c) Más de 250 ()

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI X NO _____

6.-Quien lleva a cabo la función de compras.

 Jefe de Compras

7.-Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras.

SI X NO _____

8.-Ha tenido pares de líneas de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación.

SI X NO _____

9.-Considera que contando con un departamento de compras se --- puedan reducir los gastos de fabricación.

SI X NO _____

Porque: Ser el agua que se debe hacer contando con un
 departamento de Compras (Materia prima)

10.-Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona ó personas, que unica y exclusivamente se dediquen a ésta --- función.

SI X NO _____

Porque: Especialización

11.-Enfrentado a los nuevos retos económicos que presenta el --- país, considera que compras pueda influir para mejorar la --- calidad y ser competitivos.

SI X NO _____

Porque: Calidad en los abastecimientos

CUESTIONARIO

RASON SOCIAL

Griffeth Laboratorios S.A

DIRECCION

Michel Parodoy #15
Cinutillan Tzucalle Edo de
Mex

GIRO

Fabricación y Venta de
materias primas para la
Industria Alimenticia.

PUESTO DE LA
PERSONA
ENCUESTADA

Comprador

SELLO

CUESTIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica ()
- b) Alimentos (X)
- c) Otros ()

2.-Que origen tiene el capital.

- a) Nacional ()
- b) Extranjero (X)

3.-Que antigüedad tiene la Organización.

- a) 1 a 5 años ()
- b) 6 a 10 años ()
- c) 11 años ó más (X)

4.-Cual es el número de trabajadores.

- a) Menos de 25 ()
- b) Entre 50 y 250 (X)
- c) Más de 250 ()

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI X NO

6.-Quien lleva a cabo la función de compras.

 Comprador

7.-Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras.

SI _____ NO X

8.-Ha tenido paros de línea de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación.

SI X NO _____

9.-Considera que contando con un departamento de compras se --- pueden reducir los gastos de fabricación.

SI X NO _____

Porque: Entrega oportuna evitando gastos
Inecesarios.

10.-Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona ó personas, que unica y exclusivamente se dediquen a ésta --- función.

SI X NO _____

Porque: Experiencia

11.-Enfrentado a los nuevos retos económicos que presenta el --- país, considera que compras puede influir para mejorar la --- calidad y ser competitivos.

SI X NO _____

Porque: Reducción de gastos Inecesarios

CERTIFICACION

RAZON SOCIAL

INDUSTRIAS PIEUSA S.A.

DIRECCION

ALESSANDRO VOLTA # 7
CUAUTITLAN IZCALLI

GIRO

FABRICACION DE TERMOMES

PUESTO DE LA
PERSONA
ENCUESTADA

GERENTE ADMINISTRATIVO

SELLO

CUESTIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica ()
- b) Alimentos ()
- c) Otros (X)

2.-Que origen tiene el capital.

- a) Nacional (X)
- b) Extranjero ()

3.-Que antigüedad tiene la Organización.

- a) 1 a 5 años ()
- b) 6 a 10 años ()
- c) 11 años ó más (X)

4.-Cual es el número de trabajadores.

- a) Menos de 25 ()
- b) Entre 50 y 250 (X)
- c) Más de 250 ()

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI _____ NO X

6.-Quién lleva a cabo la función de compras.

CUALQUIER PERSONA

7.-Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras.

SI _____ NO X

8.-Ha tenido paros de línea de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación.

SI _____ NO X

9.-Considera que contando con un departamento de compras se --- pueden reducir los gastos de fabricación.

SI _____ NO X

Porque: LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA SON
MUY PEQUEÑAS

10.-Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona ó personas, que única y exclusivamente se dediquen a ésta --- función.

SI X NO _____

Porque: PARA OPTIMIZAR LOS RECURSOS

11.-Enfrentando a los nuevos retos económicos que presenta el --- país, considera que compras pueda influir para mejorar la --- calidad y ser competitivos.

SI X NO _____

Porque: SE TENDRIAN MATERIAS PRIMAS Y
MATERIALES INDIRECTOS DE BUENA
CALIDAD Y CON PRECIOS COMPETITIVOS.

CUESTIONARIO

RAZON SOCIAL

CENTRAL DE INDUSTRIAS, S.A.

DIRECCION

AV. Guillermo Gonzalez Camarena
154 ANAHUACAN IZCALLI.
P.D. DE MEXICO

GIRO

Fabricación y venta de
Asientos P/AUTOMOVILES

PUESTO DE LA
PERSONA
ENCUESTADA

Jefe de compras

C.I.S.A.

SELLO

CUESTIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica
- b) Alimentos
- c) Otros

2.-Que origen tiene el capital.

- a) Nacional
- b) Extranjero

3.-Que antigüedad tiene la Organización.

- a) 1 a 5 años
- b) 6 a 10 años
- c) 11 años ó más

4.-Cual es el número de trabajadores.

- a) Menos de 25
- b) Entre 50 y 250
- c) Más de 250

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI NO

6.-Quien lleva a cabo la función de compras.

Jefe de compras

7.-Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras.

SI NO

8.-Ha tenido paros de línea de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación.

SI NO

9.-Considera que contando con un departamento de compras se --- pueden reducir los gastos de fabricación.

SI NO

Porque: ya que se pueden planear las compras

10.-Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona ó personas, que unica y exclusivamente se dediquen a ésta --- función.

SI NO

Porque: Así las personas únicamente realizarán la función de abastecimiento

11.-Enfrentado a los nuevos retos económicos que presenta el --- país, considera que compras pueda influir para mejorar la --- calidad y ser competitivos.

SI NO

Porque: Actualmente la calidad del producto es importante, por lo cual compras debe cuidar en abastecer productos de calidad.

CUESTIONARIO

RAZON SOCIAL

Mettrase S.A

DIRECCION

Antonio Lavoisier #37
Parque Industrial Camatla
Cuautitlán Izcalli, Edo. de Mex.

GIRO

Fabricación y venta de
equipo para manejo de
carga

**PUESTO DE LA
PERSONA
ENCUESTADA**

Gerente Administrativo

SELLO

CUESTIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica (X)
- b) Alimentos ()
- c) Otras ()

2.-Que origen tiene el capital.

- a) Nacional (X)
- b) Extranjero ()

3.-Que antigüedad tiene la Organización.

- a) 1 a 5 años ()
- b) 6 a 10 años (X)
- c) 11 años ó más ()

4.-Cual es el número de trabajadores.

- a) Menos de 25 ()
- b) Entre 50 y 250 (X)
- c) Más de 250 ()

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI _____ NO X

6.-Quien lleva a cabo la función de compras.

Cualquier persona

7.-Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras.

SI _____ NO X

8.-Ha tenido paros de línea de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación.

SI X NO _____

9.-Considera que contando con un departamento de compras se --- puedan reducir los gastos de fabricación.

SI X NO _____

Porque: Porque son expertos en compras y se
deciden por el mejor precio

10.-Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona ó personas, que unica y exclusivamente se dediquen a ésta --- función.

SI _____ NO X

Porque: Porque la empresa es considerada
pequeña

11.-Enfrentando a los nuevos retos económicos que presenta el -- país, considera que compras pueda influir para mejorar la --- calidad y ser competitivos.

SI X NO _____

Porque: Porque consigue la mejor calidad
del material para fabricación

CUESTIONARIO

RAZON SOCIAL

Distribuidora Quimica
Mexicana SA

DIRECCION

Guillermo Marconi #13A
Cuautitlan Izcalli
Estado de Mexico

GIRO

Fabricación y Distribución
de Productos Químicos

**PUESTO DE LA
PERSONA
ENCUESTADA**

Comprador

SELLO

CONDICIONARIO

1.-Cual es la rama de actividad de la Empresa.

- a) Metalmeccanica ()
- b) Alimentos ()
- c) Otras (✓)

2.-Que origen tiene el capital.

- a) Nacional ()
- b) Extranjero (✓)

3.-Que antigüedad tiene la Organización.

- a) 1 a 5 años ()
- b) 6 a 10 años ()
- c) 11 años ó más (✓)

4.-Cual es el número de trabajadores.

- a) Menos de 25 ()
- b) Entre 50 y 250 (✓)
- c) Más de 250 ()

5.-Cuenta su Empresa con departamento encargado de la función de compras.

SI ✓ NO

6.-Quien lleva a cabo la función de compras.

Comprador

7.-Cuenta la Empresa con manuales administrativos de compras.

SI NO

8.-Ha tenido paros de líneas de producción por la falta de algún material, que no se haya comprado con anticipación.

SI NO

9.-Considera que contando con un departamento de compras se --- pueden reducir los gastos de fabricación.

SI NO

Porque: Ahorros en Compras
Buena Calidad en la Materia Prima

10.-Cree adecuado delegar las funciones de compras a una persona ó personas, que unica y exclusivamente se dediquen a ésta --- función.

SI NO

Porque: Considero que con la experiencia de un comprador se puede lograr mejor control en el area

11.-Enfrentado a los nuevos retos económicos que presenta el --- país, considera que compras pueda influir para mejorar la --- calidad y ser competitivos.

SI NO

Porque: Un punto fundamental de un producto es su materia prima y si es de calidad se pueden ahorrar retobets y con esto, reducir su costo de fabricación

3.4.4 RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS ENCUESTAS REALIZADAS

La entrevista consistió en la obtención de la información, por parte del personal que de alguna manera está involucrado en las actividades de compras, al cual se le explico el motivo de la entrevista de una manera cordial y afectuosa, misma que se reflejó en los buenos resultados obtenidos.

Cabe hacer mención que, en algunas empresas, el entrevistado no pudo atenderme en el momento por estar ocupado, teniendo que dejar el cuestionario para, posteriormente recogerlo ya resuelto.

PREGUNTA:

¿Cual es la rama de actividad de la empresa?

- a) El 50 % de las empresas son de índole metalmeccanico
- b) El 10 % de las empresas son de índole alimenticio
- c) El 40 % corresponde a un giro diferente a las anteriores de las que encontramos.
 - Plásticos
 - Autopartes
 - Químicas
 - Mueblero (madera)

¿Que origen tiene su capital?

- a) El 70 % corresponde a capital nacional
- b) El 30 % corresponde a capital extranjero

¿Que antigüedad tiene la empresa?

- a) El 60 % tiene una antigüedad entre 6 a 10 años
- b) El 30 % tiene una antigüedad de 11 años ó más
- c) El 10 % tiene una antigüedad menor a 5 años

¿Cual es el número de trabajadores?

El 90% de las empresas cuestionadas cuentan con una planilla laboral entre 50 y 250 trabajadores y el 10 % mas de 250 trabajadores.

¿Cuenta la empresa con un departamento de compras?

- a) El 60 % si cuenta con departamento oficial de compras
- b) El 40 % de empresas no cuentan con un departamento de compras

¿Quien lleva a cabo la función de compras?

- a) El 40 % respondió que como no tienen un departamento oficial de compras , cualquier persona puede realizar la operación y, que va desde el mismo dueño hasta los jefes de departamento siempre y cuando estén aprobados por el dueño o por el contador de la empresa.
- b) El 60 % realiza sus compras a través del personal perteneciente al departamento de compras.

¿Cuentan con manuales administrativos de compras?

- a) El 70 % no cuentan con manuales de compras
- b) El 30 % si cuentan con manuales de compras

¿Ha tenido paros de línea por falta de algún material?

- a) El 90 % respondió que sí
- b) El 10 % respondió que no

¿Compras puede reducir los gastos de fabricación?

- a) El 90 % considera que compras puede ayudar a reducir los gastos de fabricación.
- b) El 10 % considera que no

¿Es adecuado delegar las funciones de compras a un departamento especializado?

- a) El 90 % informó que sí, ya que esto ayudaría a una fluidez en sus operaciones.
- b) El 10 % considero que no, ya que tienen pocas operaciones y son realizadas por el dueño del negocio.

¿Compras puede influir en la mejora de la calidad del producto y ser competitivos?

El 100 % informó que sí, ya que consideran que teniendo un buen departamento, se pueden planear las actividades, así como desarrollar proveedores nacionales o extranjeros que garanticen la calidad de los materiales y, la oportuna entrega de los mismos.

3.5 APROBACIÓN O DISPROBACION DE LA HIPÓTESIS ORIGINAL

De acuerdo a los resultados obtenidos e interpretados, considero que la hipótesis original se aprueba, apoyada en que todas las empresas de la muestra, ven como algo indispensable el contar con un departamento de compras, que pueda garantizar la calidad de los materiales, los mejores precios del mercado, utilizando técnicas de negociación adecuadas, así como las entregas oportunas de los mismos.

AJUSTE DE LA HIPÓTESIS ORIGINAL

Considero que la hipótesis original no amerita ajuste alguno, por lo que permanece igual.

CAPITULO IV

CONCLUSION

CONCLUSIÓN

En base a los resultados obtenidos se concluye que menos del 50 % de las empresas, cuentan con un departamento oficial de compras que proporcione los materiales necesarios para el buen funcionamiento de las mismas; así también en su mayoría no le dan la importancia adecuada a los manuales administrativos, que pueden servir como guías de ejecución para las actividades de compras.

Ademas podemos afirmar que muchas de las empresas que se encuentran establecidas han tenido un crecimiento desordenado, debido a las siguientes causas:

-El dueño en la mayoría de los casos y aun cuando funge como gerente general, no tiene los conocimientos, ni el tiempo necesario para las operaciones de compra, que acarrea como consecuencia, no lograr con eficiencia los objetivos esperados.

Otra de las causas que aporoto resultados significativos, es que en su mayoría las empresas han tenido que dejar de producir, por falta de algún material, debido a la falta de un departamento de compras.

Uno de los tópicos de gran trascendencia que arrojó la investigación, es el relacionado a la influencia que puede tener un departamento de compras en la calidad del producto, ya que contando con un departamento de compras se pueden planear las actividades, así como desarrollar proveedores que garanticen la calidad de las materias primas, como entregas oportunas.

Es por eso que el área de compras además de llevar a cabo la ejecución de las operaciones comerciales y el control de las mismas, debe incluir las funciones técnicas de apoyo a todos los departamentos que integran la organización. Por lo tanto el departamento de compras se presenta como un reto para los administradores, ya que por ser un departamento de servicio requiere contar con profesionales especializados capaces de interactuar ellos mismos y con su medio interno y externo para buscar y enfrentar las oportunidades de mejora siempre presentes en los negocios.

BIBLIOGRAFIA

TITULO	Las Compras como Programarias.Organizarlas y
AUTOR	Controlarlas
EDITORIAL	Michele Callmeri
	Barcelona Hispano Europea 1994
TITULO	Manual de Compras
AUTOR	George W.Ahjian
EDITORIAL	Diana 1994
TITULO	Compras Principios y Aplicaciones
AUTOR	Salvador Mercado H.
EDITORIAL	Limusa 1994
TITULO	Administración de Compras
AUTOR	Rodolfo Gama O. / José Manuel Hurtado
EDITORIAL	Diagnosticas Administrativas 1990
TITULO	Control de Inventarios
AUTOR	Starr y Miller
EDITORIAL	Diana 1991
TITULO	Organización Estructura y Proceso
AUTOR	Richard Hall
EDITORIAL	Prentice/hall ster 1991
TITULO	Sistemas y Procedimientos
AUTOR	Victor Lazzaro
EDITORIAL	Diana 1990
TITULO	Planación y Organización de Empresas
AUTOR	Guillermo Gomez Coja
EDITORIAL	Edicol 1991