



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA  
MEJORAR EL PROCESO DE COMPRAS DE  
LA EMPRESA AVICOLA FAENA F.P UBICADA  
EN SAN JOAQUÍN ESTADO CARABOBO.**

**Autoras:** Esmeralda Ortega

Jesselt Carrillo

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego  
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 87123



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR EL PROCESO DE  
COMPRAS DE LA EMPRESA AVÍCOLA FAENA F.P UBICADA EN SAN  
JOAQUÍN ESTADO CARABOBO**

Trabajo de grado para optar al título de  
Licenciado en Administración de Empresa

**Autoras:** Esmeralda Ortega  
Jesselt Carrillo

**Tutora:** Licda. Oneida Jiménez

San Diego, Noviembre del 2018



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
COORDINACIÓN DE PASANTÍA Y TRABAJO DE GRADO**

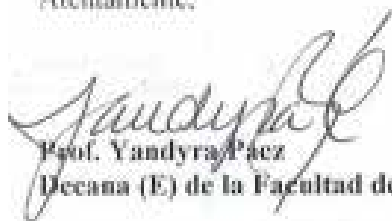
**ACTA N° 00085-2-2018**  
San Diego, 26 de Noviembre del 2018

Ciudadanas  
**Jesselt Adriana Carrillo Acosta**  
**C.I. 25.550.311**  
**Esmeralda del Valle Ortega Betancourt**  
**C.I. 25.425.072**

Cumplo con informarle que la Comisión de Trabajo de Grado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad José Antonio Páez, acordó aprobar el Proyecto de Trabajo de Grado, presentado por usted titulado: **"Estrategia Administrativas para mejorar el proceso de compras de la empresa Avícola Facna F.P ubicada en San Joaquín Estado Carabobo; para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas.**

Sin otro particular, se suscribe de usted,

Atentamente,



**Prof. Yandyra Páez**  
**Decana (E) de la Facultad de Ciencias Sociales**



**"Se Aprueba Proyecto (Anexo L) sin revisión Metodológica".**




**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Quien suscribe, Oneida Jiménez, portadora de la cédula de identidad N° 10.227.464, en mi carácter de tutor del trabajo de grado presentado por las ciudadanas Jesselt Carrillo y Esmeralda Ortega portadoras de la cédula de identidad N°25.550.311 y N° 25.425.072 respectivamente titulado, **ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR EL PROCESO DE COMPRAS DE LA EMPRESA AVÍCOLA FAENA F.P UBICADA EN SAN JOAQUÍN ESTADO CARABOBO**, presentado como requisito para optar al título de Licenciado en Administración de Empresa, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, Noviembre del año 2018



---

Lcda. Oneida Jiménez  
C.I: 10.227.464

## ÍNDICE GENERAL

<b>LISTA DE CUADROS</b>	pp. vi
<b>LISTA DE FIGURAS</b>	vii
<b>LISTA DE GRÁFICOS</b>	viii
<b>LISTA DE TABLAS</b>	ix
<b>DEDICATORIA</b>	x
<b>AGRADECIMIENTO</b>	xii
<b>RESUMEN INFORMATIVO</b>	xiv
<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>CAPÍTULO</b>	
<b>I EL PROBLEMA</b>	
1.1. Planteamiento del Problema.	3
1.1.1. Formulación del Problema.	5
1.3. Objetivos de la Investigación.	5
1.4. Justificación de la Investigación.	6
<b>CAPÍTULO</b>	
<b>II MARCO TEÓRICO</b>	
2.1. Antecedentes de la Investigación.	8
2.2. Bases Teóricas.	12
2.3. Bases Legales.	18
2.4. Definición de Términos Básicos.	20
<b>CAPÍTULO</b>	
<b>III METODOLOGÍA</b>	
3.1. Naturaleza de la Investigación.	21
3.2. Tipo de Investigación.	21
3.3. Nivel de la Investigación.	22
3.4. Diseño de la Investigación.	22
3.5. Fases de la Investigación.	23
3.2.1 Diagnóstico de la situación actual.	23
3.2.2 Determinación de las debilidades y factores positivos.	24
3.2.3 Diseño de estrategias administrativas.	25
<b>CAPITULO</b>	
<b>IV RESULTADOS</b>	
4.1. Análisis de los Resultados	26

<b>CAPÍTULO</b>	pp.
<b>V PROPUESTA</b>	
5.1. Presentación de la Propuesta	43
5.2. Objetivos de la Propuesta	44
5.3. Justificación de la Propuesta	44
5.4. Factibilidad de la Propuesta	45
5.5. Desarrollo de la Propuesta	46
<b>CONCLUSIONES</b>	60
<b>RECOMENDACIONES</b>	62
<b>REFERENCIAS</b>	64
<b>ANEXOS</b>	67

## LISTA DE CUADROS

<b>CUADRO</b>		<b>pp.</b>
1.	Matriz DOFA	39
2.	Cruce de Estrategias Matriz DOFA	40
3.	Procedimiento de Compras	48
4.	Método para Evaluar a los Proveedores	57

## **LISTA DE FIGURAS**

<b>FIGURA</b>		<b>pp.</b>
1.	Formato de Programa para las compras	52
2.	Formato para la Comparación de Precio y Cotizaciones	53
3.	Formato Esquema para las Compras	54
4.	Formato Acompañamiento de Pedido	56
5.	Formato de Evaluación de Proveedores	58
6.	Formato de Registro de Proveedores	59

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO</b>	<b>pp.</b>
1. Normas de compras establecidas	27
2. La política de compras	28
3. Registro de entrada en los libros	29
4. Capacitación del personal en el área de compras	30
5. Selección de Proveedores	31
6. Supervisión del área administrativa	32
7. Comparación de precios y calidad	33
8. Procedimiento de compra en la empresa	34
9. Estrategias administrativas	35
10. Requerimiento de personal	36

## LISTA DE TABLAS

<b>TABLA</b>	<b>pp.</b>
1. Normas de compras establecidas	27
2. La política de compras	28
3. Registro de entrada en los libros	29
4. Capacitación del personal en el área de compras	30
5. Selección de Proveedores	31
6. Supervisión del área administrativa	32
7. Comparación de precios y calidad	33
8. Procedimiento de compra en la empresa	34
9. Estrategias administrativas	35
10. Requerimiento de personal	36

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a mi familia por haber sido mi principal apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida.

En especial a mi abuela María que desde donde te encuentres espero que te sientas muy orgullosa de mí y me extrañes como lo hago yo cada día que pasa.

A mi Tía margarita por ser la mejor tía del mundo por siempre estar a mi lado mostrándome su apoyo incondicional y su amor.

Finalmente a todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

**Jesselt Carrillo**

## **DEDICATORIA**

Dedico este éxito Primeramente a Dios y a la Virgen, por siempre mantenerme fuerte y con fé en los momentos más difíciles, por acompañarme durante toda mi vida, por escucharme, ayudarme y sobre todo dándome mucha salud. Su tiempo es perfecto.

A mi Padres Katusca Betancourt y Richard Ortega por haberme dado la vida y siempre guiarme por el camino correcto. Pues este éxito también es de ustedes.

A mi hermano Richard Javier por su gran apoyo y motivación durante toda mi carrera, por siempre estar ahí en las buenas y malas.

A mi Abuela Esmeralda Ruiz, por estar presente y siempre contar con ella en todo momento, así que esto también es tuyo abuela espero que estés orgullosa de mí.

A mi Abuelo Manuel Acosta, espero que desde allá en el cielo te sientas feliz y estés orgullosos de mí. Te extraño. Abuelo.

Finalmente a mi persona porque hoy termine otra meta más y mañana comienza otra. Me siento orgullosa porque todo con esfuerzo, dedicación y amor, todo se puede.

**Esmeralda Ortega**

## **AGRADECIMIENTO**

Me gustaría agradecer en estas líneas la ayuda que muchas personas y colegas me han prestado durante el proceso de investigación y redacción de este trabajo. Primeramente a mi familia mi mamá y mi papá, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa universidad y haber sido mi apoyo durante toda la carrera.

Igualmente a mi hermana por haberme apoyado cuando más la necesite.

Así mismo le agradezco a mi novio Daniel por ayudarme y estar para mí cuando más lo necesite siempre presente apoyándome incondicionalmente en todo momento con mi investigación.

Finalmente le agradezco a mi compañera de tesis Esmeralda Ortega por ser la mejor compañera que pude tener en esta etapa de construir nuestra tesis de grado. Además te agradezco por ser muy buena amiga, darme consejos y aguantarme mis locuras, espero que Dios te guíe y puedas cumplir todos tus sueños.

**Jesselt Carrillo**

## **AGRADECIMIENTO**

Primero que nada le agradezco a Dios. No por librarme de obstáculos sino por ayudarme y darme la fortaleza, resistencia y perseverancia para superarlos y colocar en mí camino a personas que me han hecho crecer tanto personal como profesionalmente. Gracias Dios porque el mejor camino es a tu lado.

A mis Padres Katusca Betancourt y Richard Ortega y todo el resto de mi familia Ortega, Betancourt y Ruiz.

A mi hermano y mi cuñada por su gran apoyo.

Agradezco los Profesores Edgar Basanta, Oneida Jiménez y Ada Colmenares, quienes me han ofrecido orientación y apoyo. Sus ocurrencias y modo de ver la vida me han enseñado que un docente puede ser más que un educador, pueden ser un amigo ¡Dios los Bendiga siempre!

A mi amiga y compañera de Trabajo de Grado Jesselt Carrillo “chama” por compartir esta experiencia juntas, por tantos buenos y malos momentos que siempre me han dejado un aprendizaje, gracias por todo. ¡Te quiero Chama!

A Junior Padrón, mi novio, por brindarme el apoyo incondicional en todo momento y tenerme paciencia en el transcurso de la realización de mi trabajo de grado.

A mis amiga/o que estuvieron presente en todo momento.

Gracias a todos por su apoyo. ¡Los quiero!

**Esmeralda Ortega**



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR EL PROCESO DE  
COMPRAS DE LA EMPRESA AVÍCOLA FAENA F.P UBICADA EN SAN  
JOAQUÍN ESTADO CARABOBO**

**Autoras:** Carrillo Jesselt  
Ortega Esmeralda

**Tutora:** Lcda. Oneida Jiménez

**Fecha:** Julio de 2018

**RESUMEN INFORMATIVO**

La presente investigación tiene como propósito desarrollar estrategias administrativas para el procedimiento de compras de la empresa Avícola Faena F.P., que permita el buen trabajo en el proceso de compras, indispensable para el funcionamiento de la empresa. Metodológicamente se desarrolló como un proyecto factible, apoyado en una investigación de campo de nivel descriptivo, para el estudio se tomó una población conformada por tres (03) personas que laboran dentro del departamento, así mismo, para la recopilación de datos se utilizó como técnicas la encuesta, como instrumento el cuestionario, de preguntas cerradas dicotómicas es decir “SI” y “NO”, compuestas por diez (10) ítems. Como técnicas de procesamiento de los datos se utilizó el análisis y síntesis para las observaciones y, la estadística descriptiva para los datos provenientes del cuestionario. De acuerdo a los resultados de la encuesta y los estudios realizados, las investigadoras concluyen que es de gran importancia que el método de compra de la empresa se lleve a cabo de la mejor manera, debido a que es el aparato circulatorio de una empresa comercializadora, de lo contrario puede repercutir ocasionando descontrol y pérdidas de mercancía. De igual manera, recomiendan aplicar en el departamento las herramientas propuestas como lo es mejorar el procedimiento de compra actual para así lograr ser más eficiente en las actividades que le concierne, luego evaluar a los proveedores, ya que dependiendo de la calidad de la mercancía que presta, se podrá cumplir con las demanda de los clientes alcanzar los objetivos planteados.

**Descriptor:** Compras, Estrategias y Proceso.

## INTRODUCCIÓN

La gestión de compras debe estar fundamentada en la aplicación de normas y procedimientos que permitan el aseguramiento de la obtención de equipos, materiales, mercancías y servicios apropiados en la cantidad correcta, con la calidad apropiada, a un precio correcto. Es por ello, que el proceso de compras dentro de las empresas requiere una revisión constante, un mejoramiento continuo para adecuarlo a las exigencias del mercado, que permita posicionar a las organizaciones en un justo nivel de eficiencia, pero para lograr la efectividad es necesario concentrar esfuerzos en adquirir los materiales con la mayor calidad posible.

Hoy en día, es importante contar con los procedimientos que estén relacionados a las actividades administrativas en donde se establezcan de formas clara los procedimientos exclusivos para realizar las compras, con el objetivo de satisfacer la demanda y mantener la calidad en el servicio de la organización. Sin embargo para darle cumplimiento a sus funciones es necesario analizar cómo se desarrollan las actividades administrativas, para que faciliten la prestación de sus servicios.

Sin embargo, surgió la necesidad de estudiar el proceso administrativo en el departamento de compras de la Empresa Avícola Faena F.P, dedicada a la compra y venta de alimentos para animales, se observa debilidades en el procedimiento de compras .El propósito de la investigación es ofrecer a la empresa estrategias administrativas para mejorar el proceso de compras ajustado a sus características y necesidades. La investigación se estructura de acuerdo a los siguientes capítulos:

**Capítulo I:** el Problema, se plantea la problemática de la empresa, la formulación de problema, se establecen los objetivos (General y Específicos) y la Justificación de la Investigación.

**Capítulo II:** en el Marco Teórico, se describen los antecedentes del estudio y se adaptan las teorías relacionadas con la investigación, y se nombran sus bases teóricas y de definiciones de términos básicos.

**Capítulo III:** comprende el Marco Metodológico de la investigación compuesto por el tipo y diseño de la investigación, y las fases metodológicas, donde se muestra la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y las técnicas de análisis de datos.

**Capítulo IV:** en este capítulo se muestran los Resultados de la investigación, una vez aplicada las diferentes técnicas de recolección de datos

**Capítulo V:** contiene la presentación de la Propuesta, los objetivos, la justificación, la factibilidad, el desarrollo de la propuesta, las conclusiones y las recomendaciones.

Finalmente se presentan las referencias bibliográficas.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

El proceso de compras es una serie de actividades que permiten poder realizar efectivamente la compra de un producto o de varios, su objetivo principal es optimizar el manejo del recurso y el tiempo para cumplir los objetivos que exigen el nivel y la calidad. Habitualmente realizar ese procedimiento conlleva a tener en mente varios pasos para la adquisición del producto con beneficios positivos. En este sentido es necesario realizar un afectivo proceso de compras, para contar con las existencias necesarias y poder satisfacer las necesidades de los clientes.

Las compras son casi tan antiguas como la historia del hombre, inicia cuando el hombre dio un truco o a cambio alguna de sus pertenencias por la posesión de una propiedad ajena, la compra ha sido siempre básica para el progreso y la riqueza del hombre, por su parte la globalización, la capacidad y la excelencia de una empresa u organización son las temáticas más resaltantes de estos últimos tiempos, se trata del entorno del siglo XXI, esto se encuentra presente hoy en día en una realidad concreta y preocupante, cuya característica principal representa la crisis en diversas áreas específicas en lo que respecta a la economía política.

En Venezuela, son múltiples las razones que llevan a la inestabilidad de las empresas, siendo una de las causas que originan deficientes cumplimientos reflejados en la ausencia de un adecuado procedimiento de compra, por lo tanto no se logra garantizar la eficiencia en las operaciones y a su vez no se protegen los recursos del almacén lo que trae un deterioro de los productos y riesgos de no obtener utilidad, creando una necesidad en el proceso de compra.

El departamento de compra es un indispensable apoyo dentro de la organización desempeñando varias funciones dentro de la misma tales como el suministro del producto a obtener, evaluando el precio, marca o el modelo del

artículo. El objetivo primordial es asegurar que el suministro sea de primera calidad y cubra con las necesidades requeridas por el consumidor poniendo en práctica estrategias administrativas que logren beneficios positivos.

Dentro de este orden de ideas, existen muchas técnicas para llevar el inventario dentro de una empresa, cada vez hay mejor metodología que muestra una manera eficaz de los resultados obtenidos aplicando una serie de funciones que consiste en mantener un conocimiento constante de los productos que se mantienen en los almacenes. Primeramente en los almacenes se debe poseer una seguridad que mantenga la mercancía en buen estado desde su entrada a la empresa u organización, hasta la salida de la misma para ser usada por un usuario final o industria. El control de inventario, permite tener presente al director de la empresa que los productos estén vigentes y se presenten en perfecto estado.

Cabe considerar, que las posibles soluciones son la planificación de todas las acciones de la Empresa en específico en el área de compras, ya que esta comprende todas las actividades financieras de la organización de manera que se adquiere las compras de los productos y la realización de las ventas para cumplir con los objetivos planteados. De esta manera, uno de los procesos más importantes que se llevan a cabo dentro de las organizaciones es la evaluación, selección y mejora continua de los proveedores, esto debido a la importancia que tienen las compras a nivel comercial, tanto para todas las empresas industriales, comerciales y de servicios, ya que la parte de las compras es el primer paso dentro del proceso comercial de una empresa, debe mantenerse un buen control adecuado para que no existan las fallas o excesos en los almacenes y si este no es óptimo difícilmente los procesos de ventas, mercadeo y distribución serán efectivos.

Se explica, que la Empresa Avícola Faena F.P ubicada en San Joaquín estado Carabobo, es una organización que se destaca por su actividad comercial en el desarrollo de la economía del país, tiene una trayectoria de más de 20 años en el comercio, juega un papel fundamental en el mercado con la compra y venta de alimentos y artículos relaciones con el cuidado de los animales. Al realizar la

investigación en el área de compras, se observó una debilidad en el carácter operativo, principalmente las fallas generadas por los procedimientos que actualmente se realizan para gestionar dichos procesos al adquirir nueva mercancía, es decir, que no se tiene definido con exactitud un proveedor específico lo cual no permite que se evalúen adecuadamente o en todo caso se pueda cotizar para decidirse por la mejor oferta en el mercado.

De igual forma no existe un método de información interno que indique las exigencias máximas y mínimas de los diversos productos que se ofrecen a los clientes. La situación detallada se debe fundamentalmente a no contar con un proceso de compras escrito y sin una planificación adecuada que le permita al encargado realizar las compras necesarias esto trae como consecuencias el mal funcionamiento en el control interno administrativo, desorganización en las operaciones a ser cumplidas así como ineficiencia laboral en el desarrollo de las actividades. Además de producir pérdidas por ventas no realizadas al ofertar un producto del cual puede no haber disponibilidad creando insatisfacción en las necesidades de los consumidores.

De continuar esta situación la Empresa se verá afectada en cuanto a sus ingresos, así como también la pérdida de mercado por no cumplir con las exigencias de los clientes, no logrando así sus objetivos económicos propuestos. En atención a ello y como alternativas de solución en la problemática expuesta, se observó la necesidad de desarrollar estrategias administrativas para mejorar el proceso de compras de la Empresa Avícola Faena F.P.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿De qué manera las estrategias Administrativas pueden mejorar el proceso de compras de mercancías en la Empresa Avícola Faena F.P?

## **1.2 Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1 Objetivo General**

Proponer estrategias administrativas para mejorar el proceso de compras de la

Empresa Avícola Faena F.P.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de la Empresa Avícola Faena F.P
- Determinar las debilidades y factores positivos de la Empresa Avícola Faena F.P
- Diseñar estrategias administrativas para el procedimiento de compras de la Empresa Avícola Faena F.P.

### **1.3 Justificación de la Investigación**

Las compras representan un factor clave en el éxito de cualquier organización, que quiere alcanzar la excelencia. En estos tiempos de crisis, contar con un proceso de compras optimo, aumenta la probabilidad de alcanzar el éxito, por lo tanto se tiene la intención de mejorar el proceso administrativo del área de compra de la Empresa Avícola Faena F.P. La Empresa como organización tiene el fin de ser competitiva dentro del mercado donde se maneja, sobre todo considerando lo que expone en su misión, satisfacer la demanda de los clientes ofreciéndoles artículos de calidad.

Visto de esta forma, la Empresa Avícola Faena, siente la necesidad de corregir las fallas que se presentan en el área de compras, ya que muchas veces se hace una orden de compras por el mismo alimento o artículo, no ordenando lo que verdaderamente se necesita para satisfacer la necesidad de los clientes, situación que afecta de alguna manera el funcionamiento administrativo de la empresa, dado que es originado por la falta de estrategias administrativas para la compra de mercancía. En otras palabras, la necesidad de desarrollar esta investigación es brindarle a la empresa, la oportunidad de planificar las compras para obtener el control necesario en el área de compras, ayudando a conseguir los objetivos, estrategias, precios más competitivos y el aumento de la rentabilidad.

Además, se realiza para identificar los proveedores potenciales de cada compra

a realizar por el departamento, dentro de este orden de ideas, se justifica el presente estudio para brindarle a la Empresa Avícola Faena F.P, una solución viable al problema de la compra de mercancía, ya que el estudio se realizó específicamente en el área de compras. Además permitiéndole a la gerencia conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades para así buscar la mejor forma de ejercer la gestión de compras.

En definitiva, la importancia de brindarle a la Empresa Avícola Faena F.P, estrategias idóneas para evitar errores en el área de compras, logrando que realicen sus actividades correspondientes de manera eficiente y eficaz. Finalmente este estudio permitió ampliar los conocimientos de las autoras tanto teórico como práctico, para continuar desarrollando futuros estudios y profundizar en el tema y obtener nuevas perspectivas en el área de compras.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

El marco teórico constituye un aspecto importante dentro de la presente investigación, puesto que permitirá tener una visión más clara del problema, la representación de la “explicación” teórica para comprender la naturaleza del hecho investigado. Según Tamayo (2014:50), expresa que: “es la estructura conceptual integrada por hechos e hipótesis que debe ser compatibles entre sí en la relación con la investigación”.

El propósito de situar el marco referencial es sustentar las perspectivas teóricas, se desarrollan todos aquellos aspectos en los cuales se presentan los datos destacar que el marco referencial está conformado por los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y legales que fundamentan el estudio analizan y exponen teorías, investigaciones, leyes y antecedentes consideradas válidas y confiables, en dónde se organiza y conceptualiza el caso estudio.

#### **2.1 Antecedentes de la Investigación**

Están formados por las investigaciones anteriores que son similares a lo planteado, en la mayoría de los casos se realiza en el mismo área para que el estudio esté relacionado y pueda servir como seguía y reforzar la investigación.

Sabino, (2012:23), indica que: “los antecedentes de la investigación se refieren a los estudios o investigaciones previas relacionadas con el problema planteado, es decir investigaciones realizadas anteriormente y que guardan vinculación con el objeto de estudio”. A continuación se presentan estudios que ya fueron realizados y presentados y que sirven como antecedentes para este trabajo, entre los trabajos consultados se encuentran los siguientes:

Inicialmente, Calvache y Sarmiento (2015), realizaron un trabajo titulado **“Propuesta de mejoramiento en los procesos de compras y de gestión de**

**inventario para la empresa Abraxas Distribuciones S.A.S.**”, presentado en la Pontificia Universidad Javeriana, Cali- Colombia. La empresa Abraxas distribuciones S.A.S busca a través de su misión ser líder y exclusiva en el sector automotriz; siendo este volátil y exigente. Por lo tanto, se vio en la necesidad de encontrar oportunidades de mejora para poder enfrentarse a dicho mercado.

En este proyecto, los autores buscaron establecer procedimientos que garantizaran una buena gestión en el proceso de compras y de inventario. Al evidenciar la falta de calidad en los procesos. La relación que tiene con la siguiente investigación, es que los autores presentaron una propuesta que le ayude a mejorar el proceso de compras y de inventario dentro de la organización, que la misma sirvió de apoyo para esta investigación que se realizó dentro de la empresa Avícola la Faena, F.P.

Continuamente, Coronado y Rojas (2014), realizaron un trabajo, el cual lleva por título **“Sistema administrativo integral para mejorar la gestión de compras y pago a proveedores de una empresa Distribuidora de Artículos de Soldadura, ubicada en el Municipio San Diego del Estado Carabobo”**, presentado en la Universidad José Antonio Páez, para optar por el Título de Licenciado en Administración de Empresas. En esta investigación se proyecta describe un problema que sucede en una empresa distribuidora de artículos de soldaduras en cuanto al descontrol en el proceso de compras de mercancía y pago a proveedores internacionales. En cuanto al objetivo general propone un sistema administrativo integral, lo cual se hará en base a la teoría expuesta en la investigación relacionada a la administración, gestión de compras y pago de proveedores y sistemas.

Sobre la metodología, la investigación se estableció como tipo factible, nivel de campo de corte transaccional y está compuesta por cuatro fases metodológicas que son: Diagnostico de la situación actual, en donde se aplicara un cuestionario, en base a la técnica de la encuesta, a las cuatros (4) personas que laboran en el Departamento de administración, así como la presentación y análisis, para posteriormente efectuando la elaboración de la propuesta, la cual tiene como finalidad diseñar el

sistema administrativo integral a fin de mejorar la gestión de compra y pago a proveedores mediante la elaboración de un instrumento administrativo.

Este antecedente, tiene relación con la presente investigación; ya que esta empresa presento fallas en la gestiones de compras de mercancía, por lo que este capítulo expone los antecedentes que permite tener relaciones con la investigación de la empresa Avícola Faena, F.P., adicionalmente se desarrollaron las bases teóricas, la metodología y la fundamentación de la propuesta, basadas en el aporte teórico que se logra obtener de la misma.

Seguidamente, Buyones (2014), en el trabajo de grado denominado con el título **“Lineamientos administrativos que optimicen el control interno en el departamento de compras de la Zona Educativa del Estado Carabobo, (ZEEC), entre descentralizado adscrito al Ministerio Del Poder Popular Para La Educación (MPPE)”**, presentado en la Universidad José Antonio Páez, para optar por el título de licenciado en Administración de Empresa. En esta investigación su objetivo general fue proponer lineamientos administrativos que optimicen el control interno en el departamento de compras de esta institución.

Así por otra parte, la muestra estuvo conformada por una población de cinco (5) personas, donde el investigador uso una lista de cotejo o de chequeo, aplico un cuestionario para la obtención de resultados y la matriz DOFA, de esta manera detectándose las fallas relevantes en los procesos ejecutando por el departamento. Aquí se plantea que para llevar un control de las compras realizados se deben establecer directrices enfocadas en el ámbito administrativo, la investigación estuvo enmarcada bajo la modalidad de proyecto factible, apoyando el estudio una investigación de campo.

Cabe destacar que en esta investigación se concluye que, se logró los objetivos planteados, lo que permitió el diseño de los lineamientos administrativos para llevar el control interno en el departamento de compras de la ZEEC. Este antecedente tiene relación con la empresa, porque se presentaron fallas en el proceso de compras, aparte de esto, el presente estudio marco la importancia y el beneficio de la eficiencia

de los procedimientos, como medio del control en el departamento de compras para así mejorar la compra-venta y su rentabilidad.

Chávez (2014), en su trabajo especial de grado titulado como, “**Generalizar el proceso interno en el departamento de compra en la empresa Viveluso C.A.**”, tuvo como objetivo el mejoramiento de la gestión administrativa, el cual surgió por la necesidad presentada por el departamento de compras, en búsqueda de un rendimiento óptimo en los procesos de gestión con el fin de lograr la máxima eficiencia. En este sentido, se enmarcó una investigación de tipo descriptiva, sustentando en una investigación de campo, y apoyado en una revisión documental. Conformada por una población de catorce (14) personas que laboran en el departamento de compras, se utilizó el muestreo de carácter censal conformada por el cien (100%), ya que se tomó toda la población para conseguir información necesaria, se utilizó la técnica de recolección de datos denominada encuesta, y el instrumento que se utilizó fue el cuestionario, bajo la modalidad dicotómico (SI o NO). Una vez obtenido los resultados y el análisis respectivo, la autora concluye, entre otras, la necesidad de realizar un ajuste en las políticas del procedimiento de gestión en material de control interno en las operaciones de compra.

El aporte más destacado en la cual se relaciona, es la necesidad de realizar un ajuste a las políticas del procedimiento de compra. Esta investigación se centró específicamente en los instrumentos aplicada para la recolección de la información, por lo tanto sigue los lineamientos metodológicos establecidos. Por otra parte, su contribución en cuanto al análisis de los resultados obtenidos refleja la importancia de manejar herramientas que permitan mejorar el procedimiento para poder realizar las compras.

Finalmente, Guzmán (2013), desarrolló un trabajo de grado titulado “**Evaluación del control interno aplicado a la gestión de compras de la empresa Servicios Dawin, C.A**”, con la finalidad de mejorar dicha gestión a fin de contribuir de manera positiva al desenvolvimiento del área de compras. Metodológicamente se desarrolló como una investigación de campo de nivel evaluativo, usando como

población de estudio a tres (03) personas, las cuales se tomaron en su totalidad para el estudio por lo cual se le llama estudio poblacional, ya que se tomaron todos los integrantes de la población.

Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron la observación directa y la encuesta, y como instrumento el registro de información y el cuestionario, los datos se procesaron con las técnicas de análisis y síntesis y la estadística descriptiva. La autora concluyó que era necesario implantar correctivos a la etapa de selección y seguimiento de proveedores para solventar las debilidades de la gestión de compras.

Ambos trabajos están relacionados, porque evalúan la gestión de compras y el aporte fue que sirvió de modelo para la propuesta a realizar. Se sustenta en la necesidad que requiere la organización en estudio en cuanto al proceso de compras, y la necesidad de ejecutar un mejoramiento acorde a las exigencias empresariales actuales en procura de generar resultados acordes a las exigencias administrativa que requiere la empresa.

## **2.2 Bases Teóricas**

Comprenden un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen la revisión bibliográfica que, sirve de apoyo para el desarrollo de la presente investigación ya que permite conocer el significado, las implicaciones y la ubicación del tema con otras áreas de conocimiento. Según Arias (2016:39), señala que: “las bases teóricas comprenden un conjunto de concepto proporciones que contribuyen a un punto de vista determinado dirigido al fenómeno o problema planteado”. En este sentido, Las bases teóricas encierran una serie de consideraciones que se sustentan teóricamente al trabajo de investigación. A continuación se presenta la teoría de la investigación con la finalidad de precisar y organizar el contenido del problema.

### **2.2.1 Administración**

Es un proceso que consiste en las actividades de planeación, organización,

dirección y control para alcanzar los objetivos establecidos, utilizando para ellos recursos económicos, humanos, materiales y técnicos a través de herramientas y técnicas sistematizadas. Según Chiavenato (2001:66), la administración es: “el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales”. La administración tiene como misión fundamental lograr los objetivos de la organización, mediante el uso racional de los recursos y donde los administradores deben verificar que los individuos que la integra realicen las labores por sí mismos. La administración es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado, consiste en lograr un objetivo establecido, mediante el esfuerzo ajeno.

### **2.2.2 Compras**

Comprar es adquirir bienes o servicios por cambio de dinero, de lo anterior mencionado se puede decir que las compras como insumo necesario en todo proceso productivo siendo el responsable de adquirirlas el departamento de compras dentro de una organización. La gestión de compras es una actividad que debe ser realizada de una manera correcta, con el objetivo de obtener los materiales de calidad y precio justo, esto se lleva a cabo con una detallada evaluación de proveedores, donde se determine condiciones de pago, tiempo de entrega y traslado de mercancía.

Por su parte Catacora (2007:261), las compras son: “las actividades comerciales que realizan las empresas con la finalidad de obtener los materiales e insumo necesarios para la operación, tomando en cuenta la localidad, las condiciones de entregar y el financiamiento de la misma”. La presente investigación hace referencia al término de compras, ya que dirige su acción a una adquisición de un bien o servicio. Se refiere, que comprar es un proceso de intercambio de dinero por algún bien o servicio que se necesite.

### **2.2.3 Cotización.**

Es el documento físico que emite la empresa al proveedor, para dar constancia a

la solicitud de su pedido. De acuerdo a Rosenberg (2000:99), expone que: “es un documento que generalmente envían los proveedores y en que el que manifiestan a los compradores entre otros, el precio, las condiciones de pago y las garantía que ofrecen”. Por Cotización es la acción de establecer un precio, realizar una estimación de algo, abonar una cuota o un presupuesto a tomar.

#### **2.2.4 Estrategias**

Una estrategia es el plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia bien formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos con en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes. Desde ese punto de vista, Zapata (2008), dice que:

Apunta que el concepto de estrategia implica una connotación finalista e Intencional. Toda estrategia ha de ser un plan de acción ante una tarea que requiere una actividad cognitiva que implica aprendizaje. No se trata, por tanto, de la aplicación de una técnica concreta, por ejemplo aplicar un método de lectura .Se trata de un dispositivo de actuación que implica habilidades y destrezas que el aprendiz ha de poseer previamente y una serie de técnicas que se aplican en función de las tareas a desarrollar. (p.142)

Consiste en medir las fortalezas y debilidades de la posición dentro de una empresa, hay serie de herramientas, métodos o técnicas utilizadas como base para el análisis estratégico de un negocio. En este sentido, esta base teórica es de gran importancia para la presente investigación ya que es la herramienta administrativa que se quiere proponer para lograr mejorar el procedimiento de compras actual de la Empresa Avícola Faena F.P. y lograr una efectiva gestión, para contar con las existencias necesarias, así como solicitar los servicios necesarios para garantizar la operatividad de la organización,

### **2.2.5 Gestión o proceso de compra**

Es el proceso que se lleva a cabo dentro de toda organización o empresa para adquirir sus bienes o servicios que necesiten para el funcionamiento de la misma. Para Ballou (2004:52), consiste que la: “gestión de compras es obtener bienes y servicios a precio justo de un proveedor adecuado en la cantidad precisa, con la cantidad debida en el momento apropiado”. La gestión del departamento de compras asegura que todos los bienes, servicios e inventario necesarios para la operación del negocio se ordenen y se encuentren a tiempo en los almacenes de cualquier empresa. El proceso de compras consta de las siguientes fases: planificación de las compras, análisis de la necesidades, solicitud de oferta y presupuesto, evaluación de las ofertas recibidas, selección del proveedor, condiciones de la negociaciones, solicitud del pedido, seguimiento del pedido y los acuerdos, requisición, análisis de requisición, solicitud de cotización y orden de compra descritas.

### **2.2.6 Organización**

Consiste en distribuir y asignar las actividades de una manera tal que puedan realizarse con un mínimo de esfuerzo, tiempo y costo, se considera como el proceso de ordenar las funciones y relaciones jerárquicas de la empresa adoptando un criterio racional en la ejecución de las tareas necesarias para la consecuencia del objetivo deseado. Al respecto, Rosenberg (2000:355), contempla que: “la organización es cualquier sistema estructurado de reglas y relación funcionales diseñado para llevar a cabo las políticas empresariales, más precisamente, los programas que tales políticas inspiran”. En otras palabras, una organización es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

### **2.2.7 Orden de compra.**

Es el documento que envía la empresa al proveedor, autorizándolo a enviar la mercancía, el mismo debe llevar impreso: la fecha de emisión, el nombre y la

dirección de la persona que recibe la orden, la cantidad de unidades y bolívares, la descripción de los artículos solicitados, la fecha de envío, la dirección de su recepción, términos y condiciones de pago. Rosenberg (2000:87), señala que: “es un documento mediante el cual solicitan formalmente al proveedor materiales de acuerdo con las condiciones específicas, técnicas de calidad y con proveedores definidos”. Una orden de compra o nota de pedido es un documento que un comprador entrega a un vendedor para solicitar ciertas mercaderías. En él se detalla la cantidad a comprar, el tipo de producto, el precio, las condiciones de pago y otros datos importantes para la operación comercial.

### **2.2.8 Proceso administrativo**

Son actividades que el administrador debe llevar a cabo para aprovechar los recursos humanos, técnicas, materiales, entre otros. Con los que cuenta la empresa. Además es el conjunto de fases o etapas sucesiva a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral. Según Rosenberg (2000:68), cita: “el proceso administrativo está constituido por todos aquellos métodos y procedimientos fundamentales mediante los cuales una organización coordina o regula sus acciones”. Las funciones fundamentales de la organización constituyen el proceso administrativo y son los medios por los cuales administra un gerente.

### **2.2.9 Proveedor**

Los distribuidores se especializan en determinado tipo de artículo, como componentes electrónicos, material de ferretería, como laminas, barras, empalmes para plomería. Estos productos los obtienen de gran cantidad de fabricantes. Los distribuidores almacenan muchos productos y pueden tener para entrega inmediata artículos fuera de inventario de otras filiales o ramas en otras ciudades. Según, Luther (2003:80), señala que: “el responsable de la empresa tiene que tratar con representantes directos de ventas, distribuidores, representantes de productores y

talleres independientes”. Los representantes del producto en general son un pequeño grupo de agentes de ventas que representan a un grupo de pequeños fabricantes y normalmente trabajan en campos complementarios, proporcionan servicios semejantes a los de los representantes de ventas directos.

### **2.2.10 Procedimientos de compras**

Las compras comprenden un proceso complejo que va más allá de la negociación. Con una buena gestión de compras la empresa consigue ahorrar costos, satisfacer al cliente, en tiempo y cantidad y obtener beneficios empresariales directos. Chaves (2001), lo define:

Como estar organizadas las funciones de comprar y quien es el responsable de cada actividad. Así mismo, la función de comprar tiene relación con otros departamentos y personas de la organización bien sea por el hecho de la adquisición de mercancía y servicios o por la asignación de las responsabilidades correspondientes a las siguientes actividades: Establecer precios y condiciones de pago para los artículos comprados, seleccionar proveedores u obtener ofertas, seleccionar los métodos de envío y controlar los costos de transporte, obligar legalmente a la empresa a controlar los pedidos, controlar la cobertura de seguros de envío (mercancía en tránsito),negocios y apoyar las condiciones con los proveedores. (p.130)

Para desempeñar correctamente el control y las responsabilidades de compras, deben estar bien definidas arribas, a fin de tener menor riesgo al realizar la compra. El departamento de compra debe efectuar en coordinación en otros departamentos para poder desempeñar sus funciones correctamente y contribuir al establecimiento de un procedimiento de compras adecuado, de manera que se puedan lograr los objetivos establecidos y alcanzar las metas propuestas, por lo tanto para lograr la efectividad de los procesos de compra de la empresa en estudio, es necesario que tales procedimientos estén claramente definidos, y establecer las medidas para lograr su fiel cumplimiento, es decir implementar controles para salvaguardar los activos, y

establecer los correctivos necesarios en el caso de desviaciones.

## **2.3 Bases Legales**

Constituye toda la fundamentación de la teoría expresada anteriormente, en los reglamentos y leyes imperantes en el país, como base para determinar la obligatoriedad de los mecanismos, lineamientos o métodos que se están sugiriendo implantar para la solución de un problema. Según Izaguirre (2002:13), señala que “las bases legales son todas aquellas leyes o reglamentos que den sustento o asidero de la legalidad de la investigación”. Las actividades de las empresas en Venezuela están reguladas a través de diferentes normas, leyes y reglamentos de escritos cumplimientos, tales como el código de comercio y la ley del impuesto sobre la renta.

### **2.3.1 Código de Comercio**

El Código de Comercio (1955), emitido en la Gaceta N° 475 extraordinaria de fecha 21 de diciembre de 1955, establece en sus artículos 145 y 147 las siguientes, normativas a seguir para sustentar las bases teóricas, en el cual se cita:

**Artículo 145.** Entregadas las mercancías vendidas al comprador, éste no será oído en las reclamaciones sobre defecto de calidad o falta de cantidad, siempre que las hubiere examinado al tiempo de la entrega y recibo sin reserva. Cuando las mercancías fueren entregadas en fardos o bajo cubierta y que impidan su reconocimiento y el comprador hiciere expresa y formal reserva del derecho de examinarlas, podrá reclamar en los ocho días inmediatos al de la entrega las faltas de cantidad o defectos de calidad, acreditando, en el primer caso, que los cabos de las piezas se encuentran intactos, y en el segundo, que las averías o defectos son de tal especie que no han podido ocurrir en sus almacenes por caso fortuito, ni ser causados dolosamente sin que aparecieran vestigios del fraude. El vendedor puede exigir en el acto de la entrega que se haga el reconocimiento íntegro, en calidad y cantidad; y en este caso no habrá lugar a reclamación después de entregadas las mercancías. (p.41)

**Artículo 147.** El comprador tiene derecho a exigir que el vendedor firme y le entregue factura de las mercancías

vendidas y que ponga al pie recibo del precio o de la parte de éste que se le hubiere entregado. No reclamando contra el contenido de la factura dentro de los ocho días siguientes a su entrega, se tendrá por aceptada irrevocablemente. (p.42)

Los artículos antes expuestos señalan como llevar, el orden de una empresa, es decir, Cuando las mercancías son entregadas en fardos o bajo cubierta y que impidan su reconocimiento y el comprador hiciere expresa y formal reserva del derecho de examinarlas legalmente, tendrán el derecho de hacer reclamo durante ocho (8) días hábiles por falta de mercancía o equivocación de a mercancía enviada, dicho reclamo es válido si el comprador presenta la factura de la mercancía recibida. La factura recibida por la compra de mercancía realizada tiene que ser legal.

### **2.3.2 Ley de Impuesto Sobre la Renta**

Por su parte, la Ley de Impuesto Sobre la Renta (2007), publicada en la Gaceta Extraordinaria N° 38.628 de fecha 16 de febrero de 2007, en relación “Del Control Fiscal”, en su artículo 91, donde se cita lo siguiente:

**Artículo 91.** Los emisores de comprobantes de ventas o de prestación de servicios realizados en el país, deberán cumplir con los requisitos de facturación establecidos por la Administración Tributaria, incluyendo en los mismos su número de Registro de Información Fiscal (RIF). A todos los efectos previstos en esta Ley, solo se aceptarán estos comprobantes como prueba de haberse efectuado el desembolso, cuando aparezca en ello el número de Registro Información Fiscal (RIF) del emisor y sean emitidos de acuerdo con la normativa sobre facturación establecida por la Administración Tributaria. (p.31)

## 2.4 Definición de Términos Básicos

**Compras anticipadas:** Mercado (2004:38): “las compras anticipadas provienen la incertidumbre en la obtención de volúmenes que hagan peligrar la producción a futuro”.

**Condiciones de pago:** Mercado (2004:67), establece que: “las condiciones de pago representa un acuerdo establecido con clientes y proveedores en forma de tipos de descuento y plazos de pago. Éstas suministran información a tesorería y gestión de pagos”.

**Control de inventario:** Mercado (2004:34), indica que: “es un sistema de registro por medio del cual se comprueban las existencias físicas de materiales en los almacenes, y de estos en curso de fabricación”.

**Organización:** Rosenberg (2000:355), establece que: “es cualquier sistema estructurado de reglas y relaciones funcionales diseñado para llevar a cabo las políticas empresariales, más precisamente, los programas que tales políticas inspiran.

**Precio de Venta:** Toro (2016:29), define: “el precio de venta de los artículos o mercancías, por el cual son vendidos. Dicho valor monetario se expresa en dinero y señala la cantidad que debe tener el comprador o cliente para hacerse con un producto o servicio”.

**Presupuesto de Compras:** Mercado (2004:47), dice que: “es la formulación de planes para un futuro periodo, dado en términos numéricos. Forman parte de la planeación y representan la cristalización financiera”.

**Programa de Compras:** Mercado (2004:47), se puede definir como: “el instrumento administrativo que contiene la determinación de los diferentes pasos o secuencias a seguir para la adquisición racional de materiales, precisando las fechas y el tiempo”.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

La metodología es uno de los aspectos más importantes en toda la investigación, en ella se describen todos los procedimientos que fueron llevados a cabo en el trabajo, también se refiere a las descripciones de las unidades del análisis, las técnicas, la observación la recolección de los datos que se utiliza para saber qué tan efectiva ha sido la misma y que aportan al objeto de estudio, Balestrini (2012:105), destaca que el marco metodológico: “se alude al conjunto de procedimientos lógicos, técnicos–operacionales que envuelven a los procesos de investigación con el propósito de descubrir y analizar los supuestos del estudio y de reconstruir los datos desde los conceptos teóricos convencionalmente operacionalizados”. Uno de los puntos más importantes en una investigación, es la metodología implementada para lograr el desarrollo de esta. Permitiendo conocer en forma clara las distintas técnicas, instrumentos y las formas en que fueron recolectados los distintos datos.

#### **3.1 Naturaleza de la Investigación**

La presente investigación se encontró la forma de establecer estrategias administrativas para mejorar el proceso de compras de la Empresa Avícola Faena F.P., ya que la empresa presento fallas al momento de realizar las compras.

#### **3.2 Tipo de Investigación**

Es el conjunto de características diferenciales de una investigación con respecto a otra por su naturaleza y por su metodología y la técnica a emplear en el proceso de la búsqueda de la verdad. Al respecto, el Manual para la Elaboración del Trabajo Especial de Grado del Instituto Universitario de Tecnología Juan Pablo Pérez Alfonso IUTEPAL (2009:17), establece que: “tipo de investigación representa el esquema

general o marco estratégico que le da unidad, coherencia, secuencia y sentido práctico a todas las actividades que se emprenden para buscar respuesta al problema y a los objetivos planteados”.

Este trabajo se puede concebir dentro de la modalidad de tipo de investigación de proyecto factible, según Arias, (2006:134), señala que se trata de: “una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad”. Partiendo de lo antes expresado, es de resaltar que la presente investigación se enmarcó bajo la modalidad de Proyecto Factible, porque se diseñó una estrategia administrativa para mejorar el proceso de compras de la empresa Avícola Faena F.P.

### **3.3 Nivel de Investigación**

Se puede decir que la investigación se enmarcó en un nivel de investigación descriptiva. La investigación descriptiva trabaja sobre las realidades y sus característica fundamental es la de prestar una interpretación correcta a fin de proporcionar sugerencias de mejoras. Según, Arias (2006:24): "la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de restablecer su estructura o comportamiento". Así pues, las autoras consideraron oportuno tomar cada uno de los aspectos razonados en el problema de la ineficiencia del uso y mal procedimiento en el área de compras de la empresa, Avícola Faena, F.P., y someterlo a un proceso de análisis, para luego medir su efecto y consecuencias.

### **3.4: Diseño de la Investigación**

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. Al respecto, el Manual de Trabajo de Grado de Maestría y Especializaciones y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador UPEL (2006), expresa:

Se entiende por investigación de campo el análisis sistemático de problemas de la realidad con el propósito bien sea de describirlos interpretarlos, entender su naturaleza y factores contribuyentes, explicar sus causas y efectos o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos conocidos o en desarrollo. (p.05)

Se consideró una investigación de campo, ya que se analizó y se describió la problemática existente como falta de organización y pérdida de mercancía, información en sistema distinta a lo físico, desde el mismo sitio la Empresa Avícola Faena, F.P., ubicada en San Joaquín Estado Carabobo, dónde se registraron los hechos con el fin de recolectar información o datos de interés que sirvan de sustento para el estudio. Finalmente, se señala que la presente investigación se centró bajo la modalidad de proyecto factible, y se enmarcó en un nivel de investigación descriptiva, de campo, ya que se analizó y se describió la problemática existente porque se diseñó una estrategia administrativa para el proceso de compras.

### **3.5 Fases de la Investigación**

#### **3.5.1 Fase I: Diagnóstico de la situación actual que presenta la empresa Avícola Faena F.P., con respecto al proceso de compras.**

Se realizó el diagnóstico de la situación actual del departamento de compras de la empresa Avícola Faena, F.P., se identificó la población a la cual será dirigido, donde, Tamayo y Tamayo (2014:176), la define como la: “totalidad de un fenómeno de estudio, es decir, incluye todas las unidades de análisis que integran un fenómeno que se indaga, debiendo cuantificarse para un determinado estudio una muestra de entidades que comparten una determinada característica.

Debido a esto, la investigación estuvo dirigida exclusivamente al personal del departamento de administración, que está conformado por tres (3) personas que labora en esa área, relacionadas al proceso de compras. Luego se determinó la muestra, la cual, Sabino (2012:98), define: “la muestra como aquel conjunto de

elementos que han sido tomados de una población con la finalidad de ser estudiado y mediante esta tomar las características totales de la población”. Por ser una población pequeña, accesible, conocida y donde se pueden identificar fácilmente cada uno de sus elementos, no se tomó un tamaño muestral, sino que se tomó en cuenta la totalidad de la población conformada.

Posteriormente, se utilizaron técnicas e instrumentos que permitieron recolectar la información requerida, por lo tanto, La técnica que se empleó para la recolección de la información fue la encuesta. Méndez (2009:124), señala que: “este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias”. Esta técnica utilizó el cuestionario como medio principal para reunir información. De acuerdo a Balestrini (2012):

Es considerado un medio de comunicación escrito y básico entre el encuestador y el encuestado, facilita traducir los objetivos y las variables de la investigación a través de una serie de preguntas muy particulares previamente preparadas de una forma cuidadosa, susceptibles de analizarse en relación con el problema estudiado. (p.138)

Se aplicó el cuestionario con preguntas cerradas (SI/NO) para conocer y describir los procesos relacionados con las compras de mercancía y fue aplicado a la muestra seleccionada, cuyos resultados obtenidos fueron a analizados mediante la técnica de la estadística descriptiva, la cual según Sabino ( 2012:13), expresa que: “...abarca la recolección, representación, análisis, interpretación y proyección de los datos”, en este sentido los datos fueron agrupados, tabulados, expuestos en gráficos circulares, analizados e interpretados para desarrollar las fases siguientes, así como poder presentar las conclusiones de la presente investigación.

### **3.5.2 Fase II: Determinación de las debilidades y factores positivos de la Empresa Avícola Faena F.P**

Para la Determinación de las debilidades y factores positivos de la Empresa Avícola Faena F.P., luego de recolectar la información, a través de la técnicas e

instrumento aplicado, la información fue sometida y procesada mediante la aplicación de la técnica de análisis de datos, la cual fue una herramienta útil para organizar, describir y analizar datos recogidos. De acuerdo con los resultados obtenidos, Se estructuró las debilidades y fortalezas en una matriz Dofa que según Fred (2003):

La matriz de: amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas mejor conocida como matriz (DOFA), es un instrumento de ajuste importante que ayuda a los líderes a desarrollar cuatro tipos de estrategias: estrategias de fortalezas y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fortalezas y amenazas, estrategias de debilidades y amenazas. (p.36)

### **3.5.3 Fase III: Diseño de estrategias administrativas para el procedimiento de compras de la empresa Avícola Faena, F.P.**

Posteriormente identificadas las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas del departamento de compras de la empresa y haber recopilado la información, se presenta la propuesta de diseñar estrategias administrativas para el Procedimiento de compras de la empresa Avícola Faena, F.P. para llevar a cabo el diseño de esta estrategia, para de esta manera brindarle a la empresa los procesos adecuados que le permita realizar dichas compras, y poder mantener un suministro constante de los inventarios para garantizar la operatividad de la organización.

Asimismo, considerando el tiempo de entrega de los proveedores, para evitar el desabastecimiento, así como el sobrecargo de inventarios ociosos que comprometen la liquidez de la empresa, así como buscar los proveedores que den las mejores ofertas para minimizar los costos y rendir la utilidad esperada por los accionistas. Finalmente, optimizar el desempeño del personal para el logro de los objetivos establecidos.

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1. Análisis de los Resultados**

La presentación de los resultados consiste en mostrar las consecuencias que se han obtenido en la investigación, con la ayuda de un conjunto de técnicas e instrumentos de recolección de datos que consideraron las autoras en emplear para realizar su estudio y poder adquirir resultados que den respuesta a la temática planteada. Al respecto, Eyssautier (2006:255), sostiene que el análisis e interpretación de los resultados: “es la síntesis de la información recopilada que se traducirá en conclusiones que deberán ser enunciadas con mucha precisión, es decir, deberán tener una interpretación científica y un alto nivel de abstracción y generalización”.

En este sentido, se reflejan principalmente los resultados obtenidos de la observación directa hecha por las investigadoras, específicamente en el departamento de compras de la Empresa Avícola Faena F.P, en donde se pudo evidenciar que la empresa no posee estrategias para el procedimiento de compras. Físicamente se compran mercancías sin obtener el conocimiento de la mercancía en existencia dentro de la empresa. Los resultados que proceden del cuestionario se expondrán mediante un conjunto de cuadros y gráficas, que se muestran seguidamente.

#### **4.1.1 Fase I: Diagnóstico de la situación actual que presenta la empresa Avícola Faena F.P., con respecto al proceso de compras.**

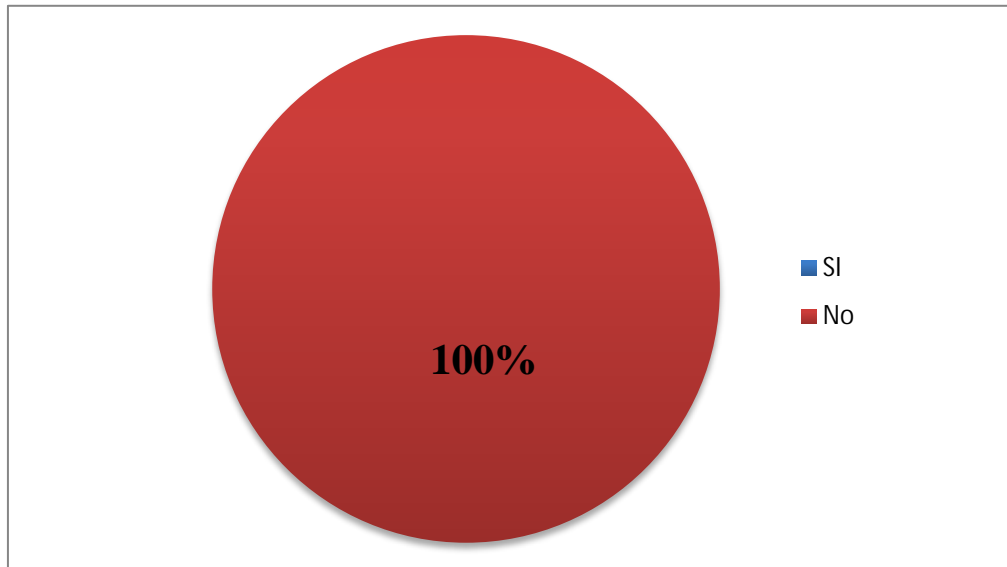
Los gráficos son presentados en el orden en que se encuentran ubicados los ítems dentro del instrumento aplicado (cuestionario) a tres trabajadores de la empresa, relacionados al área de compras. Igualmente son los suficientemente explícitos para entender de una manera clara y precisa lo que se quiere transmitir con dicha presentación.

Ítem 1.- ¿Sabe usted si el personal cumple con las normas establecidas en el departamento de compras?

**Tabla N° 1:** Norma de compras establecidas

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	0	0%
No	3	100%
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 1** Normas de compras establecidas



**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

### **Análisis e Interpretación**

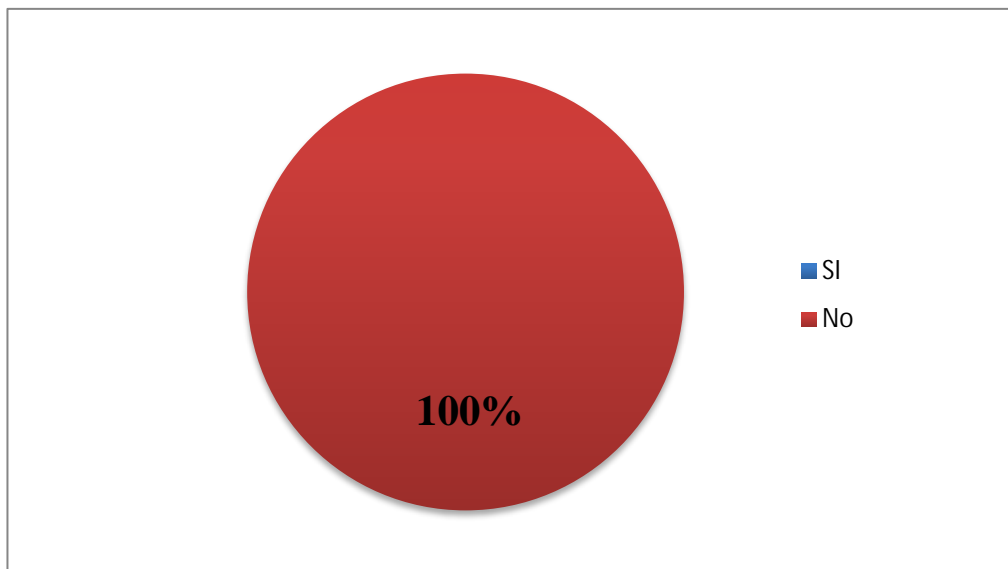
Como se puede observar en el gráfico 1 el cien por ciento (100%) de la población opina que las normas establecidas en el área de compras no se cumplen adecuadamente, esto refleja una debilidad ya que se retrasa el buen funcionamiento en el procedimiento de las compras, por lo que es un requisito establecer las normas y procedimientos a usar para obtener resultados confiables y eficientes dentro de la organización.

Ítem 2.- ¿Tiene usted conocimiento si las políticas de compras son más adecuadas para su procedimiento?

**Tabla N° 2:** La política de compras

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	0	0%
No	3	100%
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 2** La política de compras



Fuente: Carrillo y Ortega (2018)

### **Análisis e Interpretación**

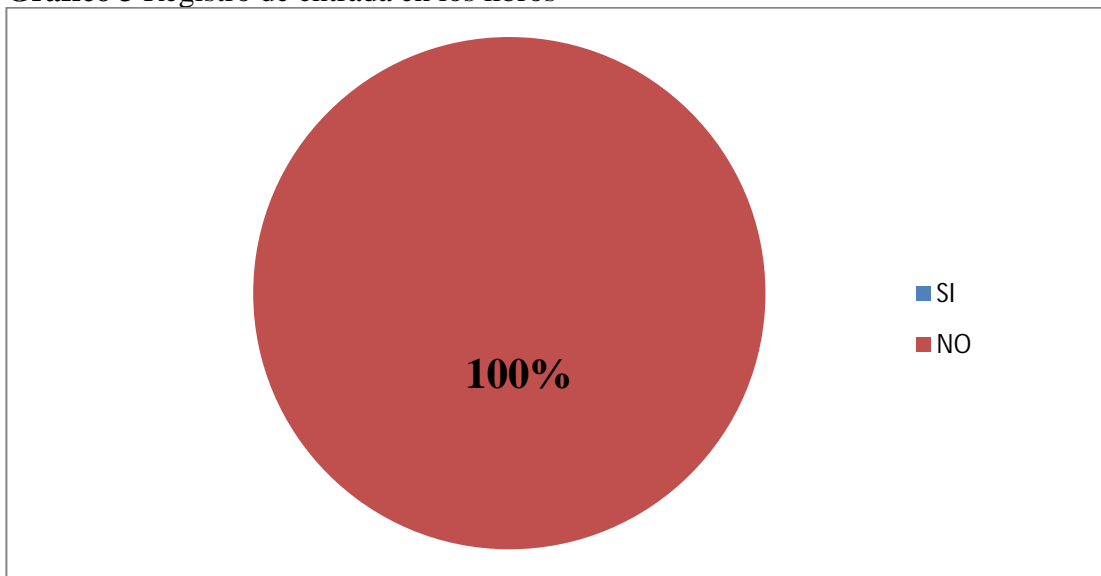
En el gráfico 2, se identifica que el cien por ciento (100%) de la población considera que la política de compras no es la adecuada para el procedimiento de compras, ya que se tiene una gestión incorrecta a la hora de obtener un producto de calidad, al mejor precio y con entrega oportuna. Antes de realizar una compra, el departamento debe asegurarse de que se cumplan los protocolos adecuados para las compras, para que sean realizadas de acuerdo a las políticas generales de la organización.

Ítem 3.- ¿Considera usted que los registros de entrada de mercancía se realizan correctamente en los libros contables?

**Tabla N° 3:** Registro de entrada en los libros

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	0	0%
No	3	100%
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 3** Registro de entrada en los libros



**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

### **Análisis e Interpretación**

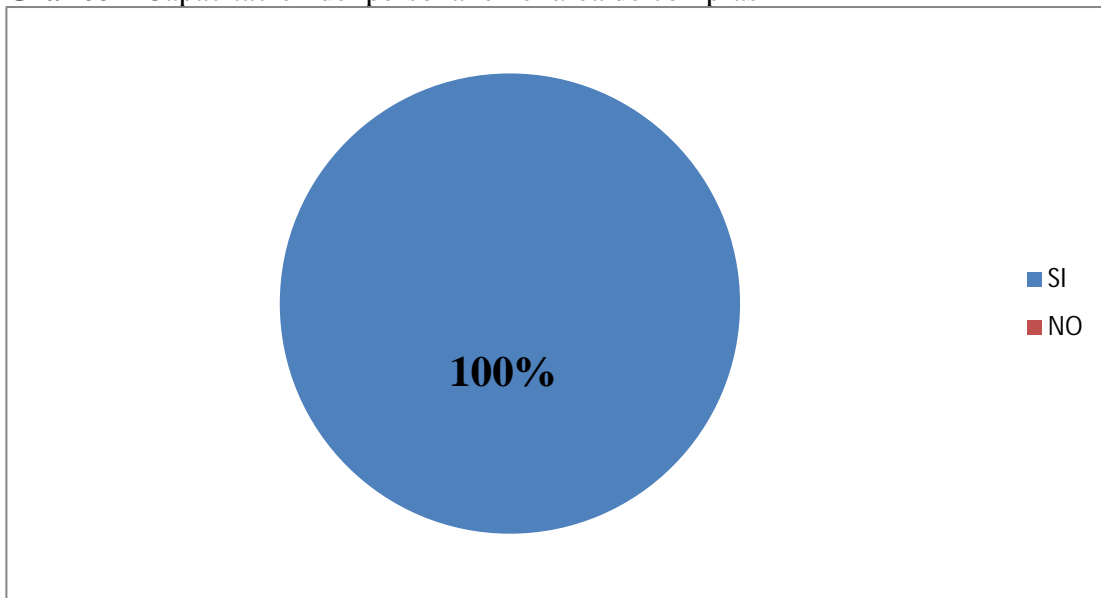
Se puede apreciar en el gráfico 3, que el cien por ciento (100%) de la población considera que los registros de entrada en los libros de compra no son realizados correctamente, esto trae como aspecto negativo no poseer respaldo a la hora de una auditoria y así poner en peligro el cierre de la empresa. En líneas generales los registros representan la fotografía de los acontecimientos mercantiles de la empresa, permiten registrar las entradas y salidas de los recursos dando a conocer los resultados de la gestión en un periodo determinado.

Ítem 4.- ¿Sabe usted si el personal en el área de compras está capacitado para cubrir todas las responsabilidades de su trabajo?

**Tabla N°4:** Capacitación del personal en el área de compras

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	3	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	3	100%

**Gráfico 4** Capacitación del personal en el área de compras



**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

### **Análisis e Interpretación**

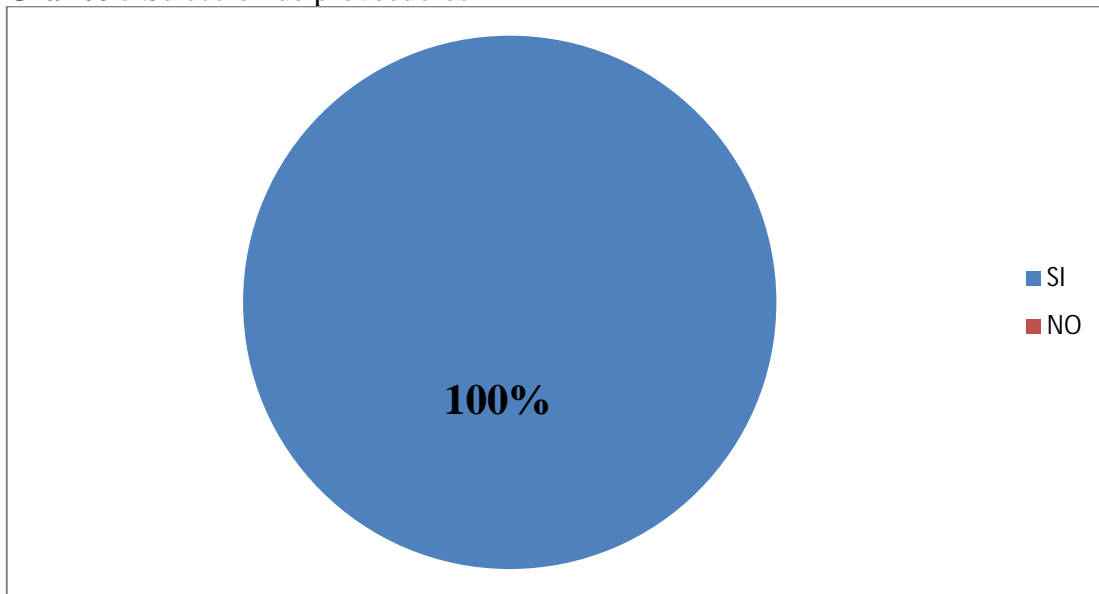
De los resultados obtenidos en el gráfico 4, el cien por ciento (100%) de la población opina que el personal de la empresa está suficientemente capacitado para cubrir todas las responsabilidades de su trabajo. Tener un personal capacitado es de vital importancia porque mejora el desempeño realizado, tomando en cuenta el conocimiento del puesto de trabajo.

Ítem 5.- ¿Considera usted que se busca, evalúa y selecciona a los mejores proveedores que garanticen el beneficio de una buena compra para la empresa?

**Tabla N°5:** Selección de Proveedores

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	3	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	3	100%

**Gráfico 5** Selección de proveedores



**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

### **Análisis e Interpretación**

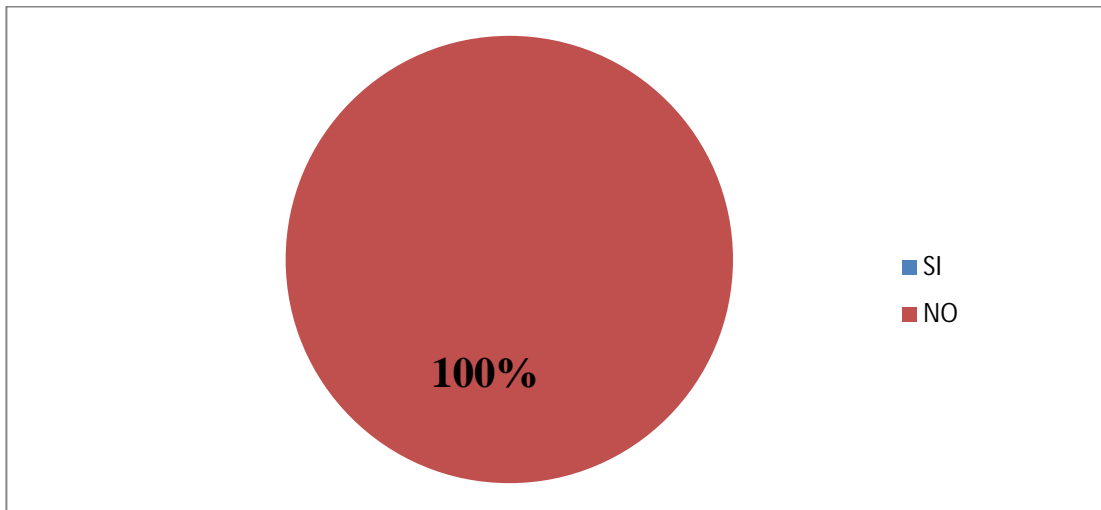
En esta ocasión en el gráfico 5, el cien por ciento (100%) de la población dice que si se evalúa y hace la mejor selección en cuanto a los proveedores. Esto es un aspecto positivo ya que los proveedores deben cumplir con los plazos y las condiciones de entrega de sus productos o servicios para evitar conflictos con la empresa a la que abastecen. En muchos casos, estas compañías deben tener un departamento de soporte o atención técnica, ya que las interrupciones del servicio causan grandes problemas al cliente.

Ítem 6.- ¿Tiene usted conocimiento si se supervisa frecuentemente al personal en el área administrativa?

**Tabla N°6:** Supervisión del área administrativa

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	0	0%
No	3	100%
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 6** Supervisión del área administrativa



**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

### **Análisis e Interpretación**

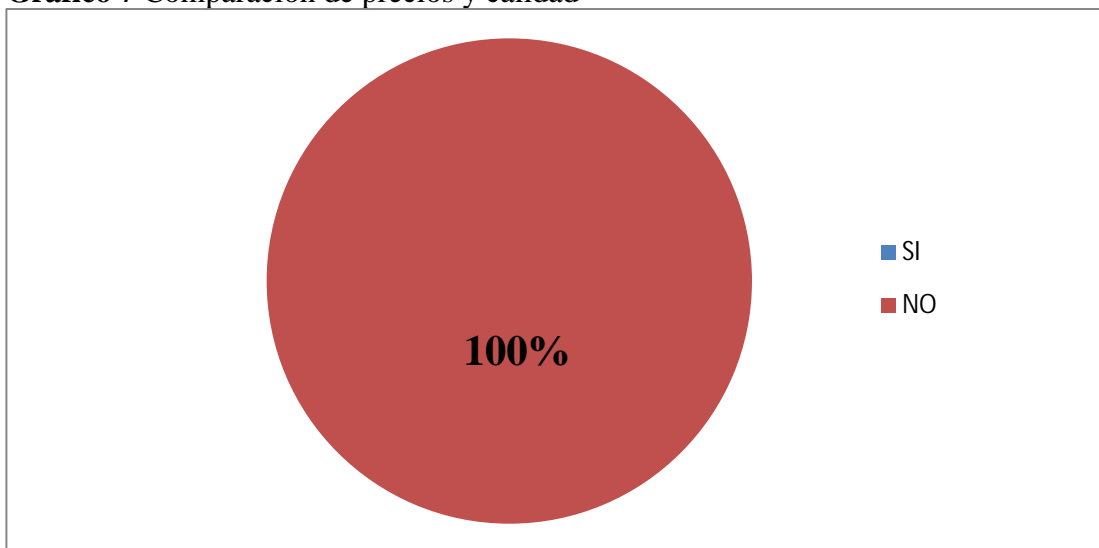
En esta ocasión en el gráfico 6, el cien por ciento (100%) de la población dice que no es supervisada. La supervisión es una actividad técnica y especializada que tiene como fin fundamental utilizar los factores que le hacen posible la realización de los procesos de trabajo: el hombre, la materia prima, los equipos, maquinarias, etc. elementos que en forma directa o indirecta intervienen en la consecución de bienes, servicios y productos destinados a la satisfacción de necesidades de un mercado de consumidores, cada día más exigente, y que mediante su gestión puede contribuir al éxito de la empresa.

Ítem 7.- ¿Sabe usted si se comparan continuamente los precios, cantidades y calidad de mercancía que se adquiere con las solicitadas?

**Tabla N°7: Comparación de precios y calidad**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
<b>Total</b>	3	100%

**Gráfico 7** Comparación de precios y calidad



**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

### **Análisis e Interpretación**

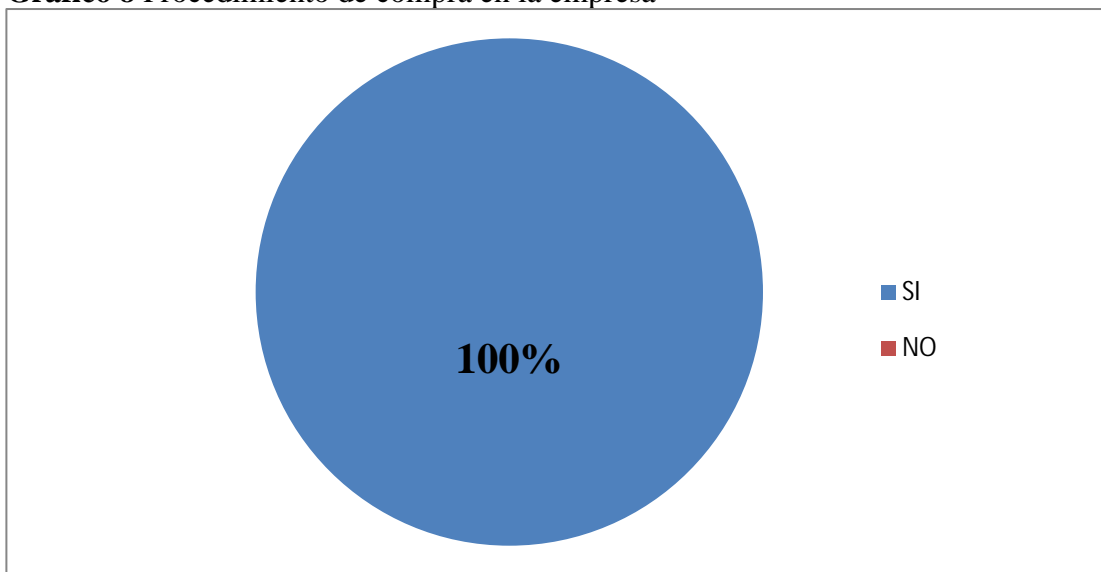
En el gráfico 8, arroja que el cien por ciento (100%) de la población dice que no se compara precios y cantidad de la mercancía. Es importante pero no fundamental para decidir hacer o no una compra, lo cual indica que ya no es una guía confiable para un comprador. En la medida que un producto de alta calidad es requerido por un cliente el proveedor se vuelve una parte importante de esta calidad, por lo tanto, el área de compras no puede basar solamente su elección en el precio, más bien debe analizar directamente el impacto total del costo, lo que esto significa es que en este mercado que más bien está moviéndose por la calidad, se requiere un esfuerzo muy importante desde el diseño para lograr la calidad que el cliente está solicitando.

Ítem 8.- ¿Considera usted que es importante mejorar el procedimiento de compra que actualmente lleva la empresa?

**Tabla N° 8:** Procedimiento de compra en la empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	3	100%

**Gráfico 8** Procedimiento de compra en la empresa



Fuente: Carrillo y Ortega (2018)

### **Análisis e Interpretación**

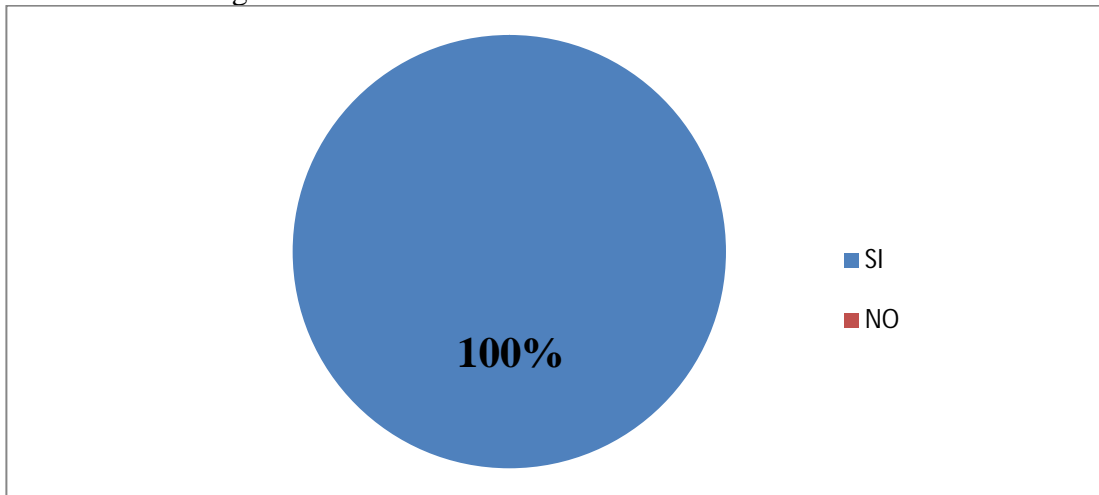
De esta manera en el gráfico 8, el cien por ciento (100%) de la población considera que el procedimiento en compras de la Empresa Avícola Faena F.P debe mejorar para obtener un mayor beneficio. Todo procedimiento debe ser manejado correctamente para obtener una mayor eficiencia, se deben seguir cada uno de estos pasos para lograr una compra exitosa: Responsabilidad, documentación, verificación de existencias, informe, faltantes, procedimiento gráfico, políticas, requisición de almacén, requisición de precios, recapitulación de precios, pedidos, costos de inventario.

Ítem 9.- ¿Usted estaría de acuerdo en utilizar las estrategias propuestas al momento de realizar una compra para la empresa Avícola Faena F.P.?

**Tabla N° 9:** Estrategias administrativas

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	3	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	3	100%

**Gráfico 9** Estrategias administrativas



**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

### **Análisis e Interpretación**

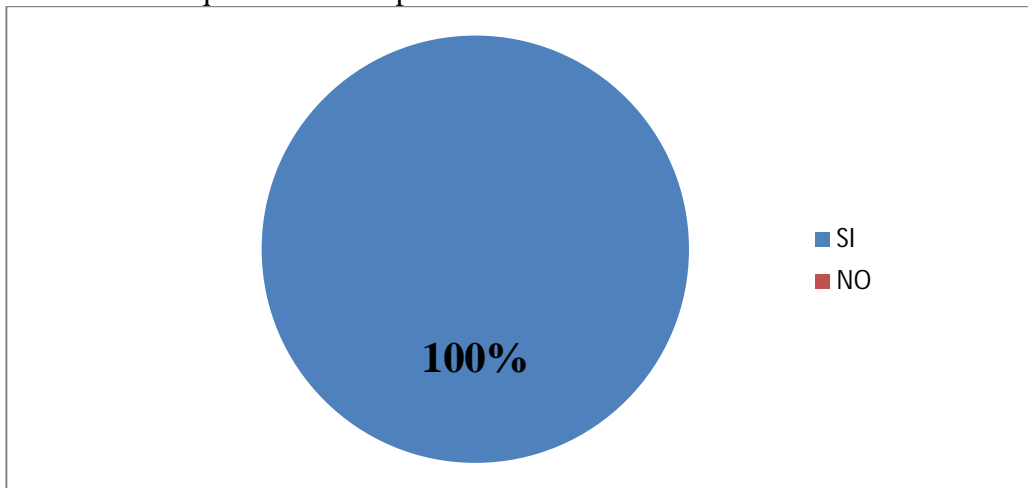
En el gráfico 9, el cien por ciento (100%) de la población está de acuerdo en utilizar las estrategias administrativas. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner en orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes. Para implementar una estrategia comienza con el tema de participación auténtica que viene a transformar la cultura, estructuras y sistemas de trabajo de la empresa.

Ítem 10.- ¿Considera usted que se necesita contratar más personal en el área de compras para un mejor funcionamiento en la empresa?

**Tabla N°10:** Requerimiento de personal

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	3	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	3	100%

**Gráfico 10** Requerimiento de personal



**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

### **Análisis e Interpretación**

Se pudo observar en el gráfico 10, que el cien por ciento (100%) de la población está de acuerdo con la contratación de personal para designar funciones específicas y así poder tener mejores resultados en el proceso de las compras. Se puede notar que al elaborar una sola persona en el departamento se muestra una deficiencia en adquisición y recepción de los productos, por lo tanto, se sugiere contratar por lo mínimo una persona más.

En los resultados obtenidos a partir del diagnóstico realizado, se notó que el proceso en el departamento de compras de la Empresa Avícola Faena F.P, tienen anomalías tales como que no poseen procedimientos escritos para realizar las operaciones de compras y registro de entrada ni salida de la mercancía, haciendo que el empleado realice dichas operaciones de acuerdo a sus conocimientos y experiencia. Sin saber la existencia de cada producto lo cual es negativo, ya que no se conoce la cantidad exacta de mercancía en el depósito y almacenamiento de productos a largo plazo, el vencimiento y deterioro de cada uno, llevan a producir numerosas pérdidas en ventas.

Se pudo observar que, en la encuesta aplicada al personal que el cincuenta por ciento (50%) de las preguntas fueron negativas esto confirma que actualmente la Empresa Avícola Faena F.P tiene gran deficiencia en el proceso de compras afirmando que las normas establecidas no se cumplen adecuadamente, por lo tanto, esto retrasa el buen funcionamiento en el proceso de compras, por lo que debe de ser un requisito establecer las normas y procedimientos para obtener resultados confiables y eficaces dentro de la organización.

Esto revela que, la política de compras no es adecuada para el procedimiento de los pedidos de productos de nueva adquisición ya que se tiene una inadecuada gestión a la hora de obtener el mejor producto de calidad, que el precio sea el correcto y que la entrega en sea realizada en tiempo y forma. Antes de realizar una compra se debe asegurar que se cumplan los protocolos adecuados ya que se debe manejar un presupuesto. Según lo observado por las investigadoras, consideran que no se registran las operaciones en los libros de compra lo cual genera una debilidad ya que no posee respaldo a la hora de una auditoria y así poner en peligro el cierre de la empresa por lo tanto, se requiere cumplir con los procedimientos y normas.

De acuerdo a lo observado, en el cincuenta por ciento (50%) de las preguntas que se respondieron afirmativamente por el personal se toma en cuenta que es necesario la contratación de personal para una mayor eficiencia laboral de igual manera se debe resaltar que es fundamental utilizar las estrategias a la hora de realizar

las compras, capacitando dicho personal a elaborar que posean conocimiento y experiencia de la existencia de cada producto que posee la empresa. Así, evitamos riesgos de aprovisionamiento de productos existentes. Finalmente, cabe señalar que se reflejó que es de suma importancia actualizar constantemente lista de proveedores, en el momento de adquirir nueva mercancía para la comparación de precios y marcas según la demanda de ventas que tenga la empresa.

#### **4.2 Fase II.- Determinación de las debilidades y factores positivos de la Empresa Avícola Faena F.P**

Con la finalidad de poder cumplir con los objetivos de esta investigación y de realizar las actividades que se desarrollaran en el departamento de compras , se detallaran las debilidades y fortalezas, que se observaron a través de la encuesta y observación directa en el Departamento de compras de la Empresa Avícola Faena F.P, las cuales quedaran plasmadas en una matriz de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA), la cual se define como una herramienta de análisis que se puede aplicar en cualquier situación, empresa, producto y/o individuo, que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado en el tiempo. La misma está compuesta por cuatro bases fundamentales que definen los agentes internos y externos que intervienen en el desenvolvimiento de una organización.

La presentación de una matriz DOFA, es importante para el desarrollo de la presente investigación, debido a que en ella se establecieron de manera clara y directa las estrategias que más se adaptan a la problemática de la empresa, provenientes de la combinación de los factores antes mencionados. Las estrategias mencionadas que van a permitir lograr dichos objetivos organizacionales no son únicamente los que establezca o dicte la alta gerencia, se debe tener en cuenta la opinión del empleado para fortalecer y maximizar las oportunidades de desarrollo en el proceso de compras de la empresa Avícola Faena F.P.

**Cuadro N°1 Matriz DOFA**

<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
D1- No existe eficiencia en cuanto al proceso de compras, no posee una estrategia oportuna.	F1- Compromiso con el cliente.
D2- Falta de supervisión del personal en el área administrativa.	F2- Cartera amplia de clientes.
D3- No se cumple con las políticas de compras adecuadas para el procedimiento establecido.	F3- Calidad de servicio.
	F4- Compromiso y aceptación en cuanto a la implementación de nuevas estrategias para mejorar el proceso de compras.
<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
A1- Crisis inflacionaria.	O1- Ubicación accesible.
A2- Alta competitividad en el mercado.	O2- Posibilidad de crecimiento en el mercado nacional.
A3- Altos costos de la mercancía.	O3- Ingresos económicos favorables para el crecimiento y expansión.
A4- Pocos proveedores.	

Fuente: Carrillo y Ortega (2018)

**Cuadro N°2 Cruce de Estrategias Matriz DOFA**

<b>Estrategia DA</b>	<b>Estrategia FA</b>
<p>D1A4- Desarrollar la búsqueda de proveedores, evaluando su calidad y desempeño.</p> <p>D3A2- Establecer políticas de compras para que su procedimiento en el área de compras sea más eficiente y eficaz, logrando así mantener a la empresa en el mercado.</p>	<p>F4A3- Diseñar estrategias administrativas para el procedimiento de compras de la Empresa Avícola Faena F.P., Ubicada en San Joaquín Estado Carabobo.</p> <p>F1F3A2- Al ofrecer un servicio y artículos de calidad, la empresa es reconocida dentro del mercado por su compromiso, teniendo como resultado ser altamente competitiva dentro del mercado donde se maneja.</p>
<b>Estrategia DO</b>	<b>Estrategia FO</b>
<p>D3O2- Elaborar procedimientos para mejorar la gestión de las compras en la empresa Avícola Faena F.P.</p> <p>D1O3- Al tener un procedimiento de compras eficiente y eficaz se podrán satisfacer las necesidades de los clientes, logrando aumentarlos ingresos económicos dentro de la empresa</p>	<p>F3O3- Diseñar formatos que faciliten el desarrollo de las actividades relacionadas con el proceso de compras de la empresa Avícola Faena F.P.</p> <p>F2O1- La ubicación accesible permite ampliar la cartera de proveedores y compradores en el mercado.</p>

**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

**Análisis Interno:** la empresa Avícola Faena F.P, presenta fuertes debilidades en cuanto al proceso de compras, ya que este no se está realizando de manera oportuna, lo que acarrea como consecuencia la ineficiencia al realizar el proceso de adquisición de los productos de igual manera al llevar el control administrativo de lo que se encuentra en almacén y lo que se requiere comprar nuevamente para satisfacer las necesidades de los clientes.

Pero, gracias a su alto compromiso con el público y al servicio que prestan, han logrado mantener una importante cartera de clientes que permite que sigan desarrollándose las operaciones con fluidez para cubrir los gastos de operatividad y mantenerse en el tiempo. Por eso, se debe reforzar todos los niveles de una organización para que la misma pueda operar eficientemente y pueda ser competitiva y de buena calidad.

**Análisis Externo:** se observó que presentan oportunidades que dan ventajas a la operatividad de la misma, como su ubicación y fácil acceso permite llegar a una mayor cantidad de clientes y así lograr su posicionamiento en el sector. Actualmente, la situación económica, social y entorno que vive el país hace que esos cambios sean aún más constantes, haciendo que sea casi cotidiano que ocurra sin avisar. Pero, teniendo una sólida base de estrategias que permitan el correcto desarrollo de actividades y tener provisiones ante los riesgos que afecten de manera directa o indirecta, se puede hacer frente a estos contratiempos.

Es por eso, la importancia que tiene la recolección de datos para llegar a la raíz del problema y así poder solucionarla a tiempo para que no presente las mismas fallas en reiteradas ocasiones. Las estrategias adecuadas permiten que el proceso sea más eficiente y dinámico para los involucrados; por eso el personal que acepte el reto del cambio organizacional debe tener un alto compromiso para que pueda ocurrir un verdadero cambio.

### **4.3 Fase III.- Diseño de estrategias administrativas para mejorar el procedimiento de compras de la empresa Avícola Faena F.P**

A través de la obtención de los resultados, se procedió al diseño de estrategias administrativas para mejorar el procedimiento de compras de la empresa Avícola Faena F.P, por lo que la propuesta se estructurara en el siguiente capítulo de la siguiente manera:

- Presentación de la Propuesta
- Objetivos de la Propuesta
- Justificación de la Propuesta
- Factibilidad de la Propuesta.
- Desarrollo de la Propuesta.

## **CAPÍTULO V**

### **LA PROPUESTA**

#### **5.1 Presentación de la propuesta**

Partiendo de los resultados obtenidos, los cuales sirvieron para realizar el diagnóstico que puso en evidencia, que la empresa Avícola Faena F.P ubicada en San Joaquín Estado Carabobo, presenta irregularidades por carecer de un proceso de compra y en virtud de la importancia que significa el mismo para el buen desarrollo comercial y económico. Se presenta la nueva propuesta basándose en estrategias administrativas para mejorar el proceso de compras de dicha empresa, con el objetivo de un excelente funcionamiento administrativo.

#### **Importancia de un procedimiento de compras**

Las empresas en la actualidad operan en mercados cada vez más globalizados y se enfrentan a una fuerte competencia, debido a esta situación es de vital importancia reducir costos y lograr un desempeño eficiente y eficaz en las organizaciones.

Las funciones de la compras, por consiguiente, representa una gran oportunidad para reducir costos y aumentar beneficios. La compra ha dejado de ser una actividad más para convertirse en una estrategia para las organizaciones y el objetivo de esta estrategia es conseguir para las empresas los mejores proveedores para que puedan abastecer los mejores productos o servicios al mejor precio.

#### **Beneficios de procedimiento de compras**

- Minimizar costos.
- Negociaciones más eficientes con los proveedores.
- Acceso a mayor número de proveedores potenciales.
- Eliminación de intermediarios.
- Mayor número de proveedores en menor tiempo.
- Mayor rapidez de abastecimiento.

- Mejor precio y calidad.
- Mayor utilidad para la empresa

## **5.2 Objetivos de la Propuesta**

### **5.2.1 Objetivo General**

Desarrollar estrategias administrativas para el procedimiento de compras de la Empresa Avícola Faena F.P., Ubicada en San Joaquín Estado Carabobo.

### **5.2.2 Objetivos Específicos**

- Establecer política de compras para mejorar el proceso de compras de la empresa Avícola Faena F.P.
- Elaborar procedimientos para mejorar la gestión de las compras en la empresa Avícola Faena F.P.
- Diseñar formatos que faciliten el desarrollo de las actividades relacionadas con el proceso de compras de la empresa Avícola Faena F.P.

## **5.3 Justificación de la Propuesta**

El manejo de las compras es uno de los factores más críticos en muchas empresas, la propuesta tiene como finalidad desarrollar estrategias administrativas donde se establezcan de forma clara los procedimientos exclusivos para realizar las compras con el objetivo de satisfacer la demanda y mantener la calidad en el servicio de la empresa Avícola Faena F.P., debido a que, de acuerdo a los resultados arrojados, la empresa presenta fuertes debilidades en cuanto al proceso de compras, ya que este no se está realizando de manera oportuna, lo que acarrea como consecuencia la ineficiencia al realizar el proceso de adquisición de los productos de igual manera al llevar el control administrativo de lo que se encuentra en almacén y lo que se requiere comprar nuevamente para satisfacer las necesidades de los clientes.

Así mismo, se justifica, que es necesario implementar el proceso de compras ajustado a sus características y necesidades asegurando obtención de materiales como mercancía y servicios apropiados en la cantidad correcta, con la calidad apropiada a

un precio correcto, por ende es fundamental una revisión constante y mejoramiento continuo para adecuarlos a las exigencias del mercado que permita posicionar la organización en un justo nivel de eficiencia. Asimismo, permitirá al personal del departamento de compra, optimizar su desempeño laboral, y lograr los objetivos y metas establecidos por la empresa, logrando efectivamente mantener un flujo continuo de las reposiciones de los inventarios, así como garantizar la operatividad de la organización, haciéndola más efectiva y por ende más competitivas en el mercado en el cual se encuentra inmersa.

#### **5.4 Factibilidad de la Propuesta**

La factibilidad se refiere, a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, se apoya en tres (3) aspectos básicos las cuales son: Institucionales, operativos y Técnica. El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presenta en cada uno de los tres (3) aspectos anteriores. En el presente trabajo de grado se pudo establecer que es factible, ya que hubo disponibilidad institucional, operativa y técnica de parte del departamento de compras y de los accionistas de la empresa.

**5.4.1 Factibilidad Institucional:** la propuesta es factible, desde el punto de vista institucional, dado que cuenta con el apoyo de la gerencia de la empresa para tomar en consideración cada uno de los aspectos a exponer en las diversas acciones a seguir, así como la disposición del personal para llevar a cabo las estrategias propuestas.

**5.4.2 Factibilidad Operativa:** se considera que la propuesta es factible, ya que la empresa cuenta con la infraestructura adecuada para llevarla a cabo, además no amerita de un personal adicional, ya que existe un personal capacitado para el manejo del mismo.

**5.4.3 Factibilidad Técnica:** la empresa cuenta con todos los aspectos técnicos requeridos, tales como computadores, impresoras, material de oficina, aporte de recursos administrativos y humanos como lo es la planeación, organización,

dirección, control y las cualidades del talento humano como las actitudes, habilidades, conocimientos, experiencias y las relaciones tanto individuales como colectivas son muy importantes para las actividades de la empresa para el logro de los objetivos. Entre otros; por lo desde el punto de vista técnico es factible.

### **5.5. Desarrollo de la Propuesta**

#### **Objetivo 1. • Establecer política de compras para mejorar el proceso de compras de la empresa Avícola Faena F.P.**

El siguiente Objetivo tiene como finalidad, establecer estrategias administrativas para una mejor operatividad en el área de compras de la empresa Avícola Faena F.P., Ubicada en San Joaquín Estado Carabobo. A continuación se muestran los elementos tomados en consideración para estructurar la propuesta plantea.

#### **Estrategias Administrativas**

1. Establecer claramente los objetivos del departamento, sus procedimientos, funciones, políticas, organización, ubicación, recurso humano, documentos, flujo de documentos y otras. Con este control se trata de dejar establecido sus objetivos así como los documentos y manuales de procesos y procedimientos necesarios para un efectivo funcionamiento del departamento.
  - 1.1 Realizar resumen o tener e información sobre compras, así como la comparación de marca y precios anteriores con los existentes.
  - 1.2 Comprobar los precios, datos, calidad de la mercancía y servicios. Es importante conocer y hacer seguimiento a los precios, datos y la calidad de los productos y servicios que nos ofrecen.
  - 1.3 Evaluar continuamente los procedimientos, procesos y política referente al área de compras. El área de Compras debe evaluarse continuamente para así implementar los procesos, procedimientos y gestión corrigiendo los controles que estén mal realizado o no.

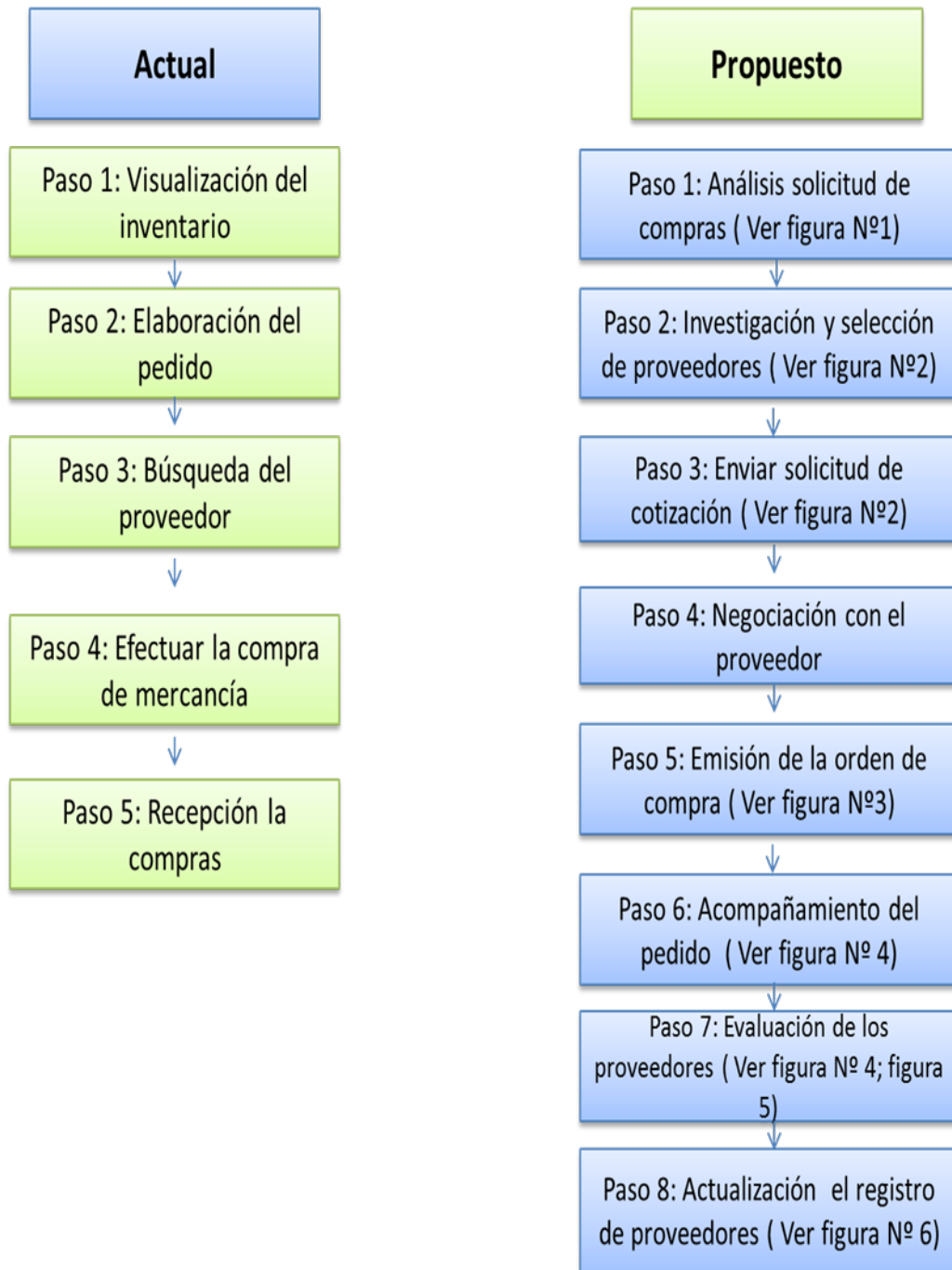
- 1.4 Elaboración del presupuesto anual de compras, analizado por meses y su verificación de cumplimiento.
- 1.5 Exigencia de por lo menos tres (3) cotizaciones, especialmente en las compras importantes que realiza la empresa. Estas tres (3) cotizaciones son necesarias para efecto de escoger la más aceptable a nuestros requerimientos.
- 1.6 Deben existir políticas escritas de descuentos, plazos o garantías dadas por los proveedores. Este control a las políticas nos garantiza su cumplimiento y seguimientos a los mismos.
- 1.7 El departamento de compras debe prestar un servicio eficiente, adecuado, de calidad, cumplimiento, presentación e imagen.
- 1.8 Debe existir buenas relaciones entre el personal del departamento de compras y demás departamentos de la empresa. Así se garantiza una buena atención y servicio del departamento.

**Objetivo 2. Elaboración de procedimientos para mejorar la gestión de las compras en la empresa Avícola Faena F.P.**

Este objetivo tiene como finalidad la elaboración de procedimientos que permitan mejorar la gestión de las compras en el empresa Avícola Faena F.P., de tal manera que se puedan unificar criterios al personal de cómo, dónde, cuándo y cómo se deben realizar las actividades relacionadas a este proceso, minimizando los riesgos de duplicidad u omisión de las mismas, permitiendo así que su ejecución continua, permita optimizar el desempeño del personal en el cumplimiento de sus funciones.

## Procedimiento de compras

**Cuadro 3.- Procedimiento de Compras**



**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

### **Paso 1: Análisis de Inventario.**

Corresponde al primer paso del procedimiento de compras y comienza cuando el personal encargado del departamento de compra requiere adquirir un determinado producto. El personal deberá realizar un estudio de inventario donde se efectuara el análisis del pedido, para conocer la condición referente al producto, tales como: Nombre del producto, cantidad de la mercancía almacenada, código del producto y la marca. (Ver figura N°1).

### **Pasó 2: Investigación y Selección de Proveedores**

La investigación consiste en investigar y estudiar los posibles proveedores de los productos requeridos. Esta investigación la realiza el personal encargado de las compras y parte con la verificación de los proveedores ya registrados. La Selección se debe tener presente que a pesar de los diversos criterios, generalmente el precio y la calidad es la referencia más importante en la selección de los proveedores. De acuerdo a lo anterior se puede concluir que la investigación permite una comparación de los diversos proveedores calificados, mientras que la selección es una decisión sobre cuál será el escogido para proveer la mercancía requerida. (Ver figura N°2)

### **Pasó 3: Enviar Solicitud de Cotización**

Consiste en comparar las propuestas o cotizaciones recibidas de los proveedores y elegir cuál es el que mejor que atiende las conveniencias de la empresa. Para una buena selección del proveedor se deben considerar diversos criterios tales como: precio, calidad del producto, condiciones de pago, descuentos, plazos de entrega, entre otros. (Ver figura N°2)

### **Pasó 4: Negociación con el proveedor**

Una vez que se ha seleccionado el proveedor adecuado, el personal de compras empieza a negociar con el proveedor la adquisición de la mercancía requerida, dentro de las condiciones más adecuadas de precios y pago. La negociación es el cuarto procedimiento de compra y sirve para definir cómo se hará la emisión de la orden de compra al proveedor.

### **Pasó 5: Emisión de la orden de compra**

La Orden de Compra es un contrato formal entre la Empresa y el Proveedor, en ella se detallan las condiciones en que se realizó la negociación, ya que tiene la fuerza de un contrato. Su aceptación implica cumplir con todas las condiciones estipuladas. El comprador por una parte es el responsable de las condiciones y especificaciones contenida en la orden de compra, mientras que el proveedor debe estar plenamente informado de todas las cláusulas, pre-requisitos y criterios exigidos por la empresa, los procedimientos de recepción de los productos, los controles y especificaciones de calidad, entre otros; para que el pedido de la compra sea legalmente valido. (Ver figura N°3)

### **Pasó 6: Acompañamiento del Pedido**

Hecha y enviada la orden de compra, el departamento de compras necesita asegurarse que la entrega de la mercancía se hará de acuerdo a los plazos establecidos, calidad y cantidad negociada y por lo tanto debe haber un seguimiento del pedido, a través de constantes contactos personales o telefónicos con el proveedor. Esto significa que el organismo de compras no abandona al proveedor después de haber emitido la orden de compra. El seguimiento o acompañamiento representa una constante supervisión del pedido y es necesario que mantenga una cobranza para poder obtener los resultados. Cuando la compra es de gran volumen, algunas empresas realizan el seguimiento en fechas y plazos preestablecidos.(Ver figura N°4)

### **Pasó 7: Evaluación de los Proveedores**

El comprador debe seleccionar a los proveedores tomando como base su capacidad para cumplir con los requisitos del contrato, incluyendo las exigencias de calidad. Un buen proveedor es aquel que proporcione la calidad especificada y haga él envió en la fecha prometida; tenga un precio aceptable y reacciones a necesidades imprevistas como cambio en los volúmenes, en las especificaciones y cualquier otra solicitud. Por ello es necesario que el personal de compras tome en consideración todas estas características para evaluar al proveedor. Al realizar la evaluación del

proveedor el comprador debe preguntarse ¿Qué tan bien se desempeñó el proveedor? Es por ello que se debe llevar un registro de las órdenes de compras enviadas para verificar como se cumplieron los objetivos en calidad, precio, envío y servicio.(Ver cuadro N°4; figura N°5)

Para evaluar el desempeño del proveedor durante el tiempo, se propone el siguiente esquema:

- a.- **Precio:** llevar un seguimiento de los precios ofrecidos durante los últimos meses y compararlos con el precio actual del mercado y el precio de otros proveedores.
- b.- **Servicio:** aunque esta evaluación es subjetiva, el comprador debe verificar la calidad de la ayuda técnica, la actitud del vendedor, el tiempo de respuesta a las solicitudes de ayuda y demás.
- c.- **Calidad:** las inspecciones de calidad se realiza dependiendo del tipo de material.

Se debe utilizar como método de evaluación las siguientes:

- Pruebas mecánicas o químicas, para evaluar las propiedades químicas o físicas del producto.
  - Inspección de la mercancía que ingresa: el muestreo estadístico y la inspección del producto que ingresa a la empresa sea de buena calidad debe validar el aseguramiento de la calidad por parte del proveedor.
- d.- **Cantidad:** revisar periódicamente si el proveedor cumple con las cantidades requeridas, y si es capaz de responder a imprevistos que le surjan a la empresa.
  - e.- **Tiempo de envío:** se debe considerar el tiempo en que el proveedor realizará el envío de la mercancía a los almacenes de la empresa, para garantizar su recepción oportuna, y evitar el riesgo de desabastecimiento.

### **Pasó 8: Actualizar el registro de los proveedores**

El departamento de compras debe actualizar toda la información de su lista de proveedores, donde se debe incluir los siguientes datos: Nombre, teléfono, empresa, correo, calificación y dirección. (Ver figura N°6)

### **Objetivo 3. Diseño de formatos que faciliten el desarrollo de las actividades relacionadas con el proceso de compras de la empresa Avícola Faena F.P.**

Este objetivo tiene como finalidad el efectuar el diseño de formatos que faciliten el desarrollo de las actividades relacionadas con el proceso de compras de la empresa Avícola Faena F.P., de tal manera que sirvan de soporte a los procedimientos antes descritos, así como dejar constancia por escrito de los datos más significativos del proceso de compras, entre los cuales se presentan los siguientes:

**Figura N° 1 Formato de Programa para las Compras**

					
<b>Fecha:</b> /    /			<b>N° 00-00001</b>		
<b>Programa para las Compras</b>					
<b>N°</b>	<b>Código</b>	<b>Artículo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Precio unitario</b>

**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)


Este formato tiene como finalidad poder realizar una programación de las compras de manera que se pueda establecer las cantidades, artículos, de acuerdo a un código, el proveedor que lo suministra y el precio que se tiene al momento de la programación de tal forma que se pueda calcular los costos generados por la misma.

### Instrucciones de llenado

- Indicar la fecha de la programación de las compras.
- Señalar el número de la compra realizada.
- Suministrar el código del artículo.
- Detallar el tipo de artículo a ser comprado.
- Indicar el nombre del proveedor a quien se le realiza la compra.
- Suministrar el precio unitario del artículo.

Seguidamente, se presenta el formato de comparación de precios y cotizaciones, de tal manera que se puedan unificar en un solo documento, las diferentes cotizaciones solicitadas sobre un producto lo cual permite la fácil comparación para poder seleccionar la opción más adecuada y conveniente para la empresa.

**Figura 2.- Formato para la Comparación de Precio y Cotizaciones**

					
Fecha:    /    /			N° 00-00001		
Comparación de Precios y Cotizaciones					
Comprador		Proveedor # 1	Proveedor # 2	Proveedor # 3	
Código	Artículo	Precio # 1	Precio # 2	Precio # 3	

Fuente: Carrillo y Ortega (2018)

### Instrucciones de llenado

- Indicar la fecha de la comparación de los precios y las cotizaciones.
- Colocar el nombre del comprador.
- Indicar el nombre de los tres (03) proveedores a quienes se les solicitó la cotización.
- Suministrar el código del artículo.
- Detallar el tipo de artículo a ser comprado.
- Suministrar el precio unitario del artículo por cada cotización obtenida.

El siguiente formato, consiste en la elaboración de un esquema de compras, con el objeto de dejar constancia por escrito de la compra efectuada de acuerdo al proveedor seleccionado, y poder comparar con las facturas a ser recibida al momento de la recepción de la mercancía.

**Figura 3.- Formato Esquema para las Compras**

					
<b>Fecha:</b> /    /				<b>N° 00-00001</b>	
<b>Esquema de Compras</b>					
<b>Distribuidora:</b>		<b>Proveedor:</b>		<b>Orden de Compra N°:</b>	
<b>Código</b>	<b>Artículo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
<b>Fecha de la Orden</b>				<b>Flete</b>	
<b>Fecha de Entrega</b>				<b>TOTAL</b>	


**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

### **Instrucciones de llenado**

- Indicar la fecha de la elaboración del esquema de compra.
- Colocar el nombre de la distribuidora.
- Indicar el nombre del proveedor a quien se les solicitó la compra.
- Señalar el número de orden de compra correspondiente.
- Suministrar el código del artículo.
- Detallar el tipo de artículo a ser comprado.
- Indicar a cantidad solicitada.
- Dar una breve descripción del artículo.
- Suministrar el precio unitario del artículo dado por el proveedor.
- Calcule el precio total multiplicando las cantidades por el precio unitario.
- Señale el precio del flete negociado.
- Determine el total de la compra más el flete.

A continuación, se presenta el formato denominado “Acompañamiento de pedido”, el cual tiene como finalidad, dejar constancia de los datos de la mercancía recibida y la documentación que originó la compra, así como la suministrada por el proveedor, de tal manera que se pueda detallar, lo realmente recibido, así como indicar si hubo alguna devolución al momento de la recepción, y a que factura corresponde para solicitar la correspondiente nota de crédito ante el proveedor, así como mantener alerta al personal de cuentas por pagar si se ha generado dicho suceso, para no efectuar el pago hasta la recepción de la misma.

**Figura 4.- Formato Acompañamiento de Pedido**

 <p><b>Faena F.D.</b>          JOSE GREGORIO CARRILLO ROJAS          ALIMENTOS, ACCESORIOS, MEDICINA Y MATERIA          PRIMA PARA EL CONSUMO ANIMAL, ETC.          RIF.:V-11354997-8</p>					
<b>Fecha:</b> /    /				<b>N° 00-00001</b>	
<b>Acompañamiento de Pedido</b>					
<b>Distribuidora:</b>		<b>Recibido por:</b>		<b>Orden de Compra N°:</b>	
<b>Código</b>	<b>Artículo</b>	<b>Cantidad Solicitada</b>	<b>No. de Factura</b>	<b>Cantidad Recibida</b>	<b>Devolución</b>
<b>Fecha de Recepción</b> /    /			<b>TOTAL</b>		
<b>Observaciones:</b>					


Fuente: Carrillo y Ortega (2018)

**Instrucciones de llenado**

- Indicar la fecha de la elaboración del documento.
- Colocar el nombre de la distribuidora.
- Indicar el nombre de la persona que hizo la recepción de la compra.
- Señalar el nombre de la orden de compra correspondiente.
- Suministrar el código del artículo.
- Detallar el tipo de artículo comprado.
- Indicar la cantidad solicitada.
- Colocar el número de factura que soporta la compra.
- Señalar la cantidad recibida.
- Establecer la cantidad en devolución.
- Indicar la fecha de recepción de la mercancía.
- Totalizar el número de artículos recibidos y devueltos.
- Colocar las observaciones necesarias, en especial el motivo de la devolución si se hicieran.

A continuación se presenta el método para evaluar a los proveedores de manera que se puede establecer una prioridad de los mismos al momento de la selección al realizarse la planificación de las compras.


**Cuadro 4.- Método para Evaluar a los Proveedores**

	
<b>Método para Evaluar a los Proveedores</b>	
<b>Calificación</b>	<b>Variable evaluada</b>
<b>Alta 7-10 puntos</b>	Satisfacer las fechas de envío sin apresuramiento o usualmente se aceptan las fechas de envío.
<b>Buena 6-5 puntos</b>	Con frecuencia es capaz de aceptar las fechas de envío que se piden.
<b>Regular 4-3 puntos</b>	Algunas veces los envíos son tardíos, por lo que se requiere un estricto seguimiento.
<b>Insatisfactoria 2-1 puntos</b>	Los envíos usualmente son tardíos, raramente cumple con las promesas de envío.

Fuente: Carrillo y Ortega (2018)

Para realizar el proceso de evaluación de los proveedores, se presenta a continuación el formato que respaldará dicha actividad, de manera que sea más efectivo al seleccionar el proveedor o proveedores más indicados para el suministros de las reposiciones de los inventarios, o la prestación de servicios necesarios para garantizar la operatividad de la empresa, el cual se expone de la manera siguiente:

**Figura 5.- Formato de Evaluación de Proveedores**

	
<b>Evaluación de Proveedores</b>	
<b>Razón Social:</b>	
<b>Producto/Servicio:</b>	
<b>Aspecto a Evaluar</b>	<b>Puntos Obtenidos</b>
<b>Calidad</b>	
<b>Cantidad</b>	
<b>Oportunidad de entrega</b>	
<b>Precio</b>	
<b>Servicio (flete)</b>	
<b>TOTAL</b>	

Fuente: Carrillo y Ortega (2018)

#### **Instrucciones de llenado**

- Indicar el nombre o razón social del proveedor.
- Indicar el producto que vende o servicio que presta.
- Señale debajo de la columna puntos obtenidos, la calificación en cuanto a los aspectos evaluados:
  - Calidad.
  - Cantidad.
  - Oportunidad de entrega.
  - Precio.
  - Flete.
- Sume la calificación de cada fila y determine el total de la misma.

Otro de los formatos que se presentan en la propuesta, es el de Registro de Proveedores, con el objeto de dejar por escrito los datos de cada proveedor, y poder organizar un archivo que permita la fácil ubicación de la información al momento de realizar una compra o solicitud de servicio, el cual se presenta a continuación:

**Figura 6.- Formato de Registro de Proveedores**

	
<b>Registro de Proveedores</b>	
<b>Distribuidora:</b>	<b>Dirección:</b>
<b>Teléfono:</b>	<b>Correo:</b>
<b>Proveedor:</b>	<b>Celular:</b>
<b>Persona Contacto:</b>	<b>Condición de Pago:</b>
<b>Producto:</b>	<b>Calificación de Última Evaluación:</b>
<b>Fecha de la Evaluación:</b>	<b>Observaciones:</b>

Fuente: Carrillo y Ortega (2018)

### Instrucciones de llenado

- Indicar el nombre de la distribuidora.
- Detallar la dirección fiscal del proveedor.
- Proporcionar el número de teléfono del proveedor.
- Suministrar el correo electrónico del proveedor.
- Indicar el nombre o razón social del proveedor.
- Señalar el número de celular de la persona contacto.
- Indicar el nombre de la persona contacto.
- Establezca la condición de pago adquirida con el proveedor.
- Indicar el producto que vende o servicio que presta el proveedor.
- Indique la calificación de la última evaluación efectuada al proveedor.
- Señale la fecha de la última evaluación.
- Resalte las observaciones obtenidas de la última evaluación que se requieren considerar para las próximas solicitudes de compras o prestación de servicios.

## CONCLUSIONES

Luego de haber aplicado los instrumentos, se pudo dar cumplimiento a cada uno de los objetivos específicos planteados para la presente investigación alcanzando las siguientes conclusiones:

Es de gran importancia que el procedimiento de compra de las empresas se lleve a cabo de la mejor manera, ya que forman parte del aparato circulatorio de la misma y debe ser manejado de la forma más organizada y precisa posible. Así pues, Avícola Faena F.P. sostiene una situación en la que no ostenta de procedimientos físicos para ejecutar las operaciones de compras y la inadecuada planificación al momento de elegir a sus proveedores. Originando que cada trabajador, realice dichas adquisiciones de acuerdo a sus conocimientos y experiencias. Además, que para complacer el pedido de urgencia se vean en la necesidad de obtener el producto con un proveedor que tal vez no sea el mejor a la hora de presentar el tiempo, la calidad y el precio, esta depende de una organización clara y estratégicamente planificada que se refleje en orden sus utilidades.

Por otra parte, el departamento de compra presenta ciertas debilidades al momento de realizar las adquisiciones. Esto muestra que el departamento no presenta un procedimiento que le permita al personal planificar las compras apropiadas. Además que el personal presenta ciertas confusiones y desorganización de sus actividades laborales en el área. Por otra parte, el departamento de compras posee como fortaleza un personal altamente capacitado con conocimientos, habilidades y/o competencias necesarias para que la organización pueda solucionar de la manera más efectiva los problemas que presenta e implementar las estrategias para el logro de los objetivos empresariales. Por este motivo, las investigadoras le brindan al departamento la oportunidad de conocer cuáles son sus debilidades y fortalezas para así buscar la mejor forma de ejercer la gestión de compras.

Tomando en consideración todo lo expuesto en el presente estudio, los

resultados obtenidos mediante la aplicación de la metodología seleccionada se determinó que la empresa Avícola Faena F.P. debe aplicar estrategias administrativas para mejorar el procedimiento de compras. De manera que, a la empresa Avícola Faena F.P. se le ofrece unas estrategias administrativas para mejorar y perfeccionar el procedimiento de compras físico, plasmado en diferentes talonarios varios para la coordinación, el control y excelente eficiencia de esta área, y así ejecutar los objetivos planteados.

Es importante mencionar que las estrategias administrativas es un plan de acción que se lleva a cabo para lograr un determinado fin en una empresa a corto y largo plazo, se refiere al diseño del plan de acción dentro de una empresa para el logro de sus metas y objetivos. Para finalizar las investigadoras realizaron una propuesta para mejorar el procedimientos de compras de la empresa, a través de diseñar estrategias administrativas para el procedimiento de compras en la empresa Avícola Faena F.P.

Finalmente, la compra ha dejado de ser una actividad más para convertirse en un elemento estratégico de la organización. La práctica de la estrategia de compra asegurar que la empresa tenga los mejores proveedores para abastecer los mejores productos y servicios, al mejor valor total. De aquí que la efectividad de las compras de mercancía dependa de gran medida de la integridad y de los valores éticos del personal que diseña, administra y controla los procedimientos de la empresa Avícola Faena F.P.

## RECOMENDACIONES

Para lograr una efectiva implementación de las estrategias administrativas propuestas, para mejorar el procedimiento de compras de la Empresa Avícola Faena F.P., Ubicada en San Joaquín Estado Carabobo, las autoras presentan las siguientes recomendaciones a ser consideradas:

- Evaluar la propuesta sugerida por las autoras, con el fin de proporcionarle al departamento de compra, una herramienta que le permita mejorar continuamente en sus funciones y por ende beneficiar a la empresa en cuando a la ejecución de sus procesos.
- Aplicar en el departamento de compras las herramientas propuestas como lo es elaborar el procedimiento para mejorar la gestión de compras actuales para ser más eficiente.
- -Establecer una relación estratégicas con los proveedores, buscando siempre la colaboración y el apoyo mutuo para obtener el mayor provecho de esta relación, y permita a cada una de las partes lograr sus objetivos propuestos.
- Diseñar un método claro y definido para verificar la calidad del producto.
- Llevar un registro de proveedores de la empresa actualizado, además de mantenerlo evaluados de tal manera que la empresa tenga la confianza de recibir los productos solicitados con la calidad requerida, a un buen precio para el mercado competitivo, con el tiempo de entrega esperado y las mejores condiciones de pago, evitando de esta forma desperdicios en tiempo y dinero.
- Evaluar a los proveedores, ya que dependiendo de la calidad de la mercancía que presta, se podrá cumplir con las demanda de los clientes.
- Realizar un seguimiento periódico de los resultados obtenidos por el área de compras luego de poner en práctica la metodología propuesta en la presente investigación.

- El tiempo en que los proveedores deben entregar la mercancía debe ser preciso al momento de realizarse la orden de compra.

## REFERENCIAS

- Arias, Fidas (2006). **El Proyecto de Investigación**. Introducción a la metodología 5ª Edición. Caracas, Venezuela. Editorial Episme S.A.
- Balestrini, Mirian (2012). **Elaboración de Proyectos de Grado**. 7ª Edición. Caracas. Venezuela: Editorial Panapo.
- Ballou, Ronald (2004). **Logística Administración de la Cadena De Suministro**. 5ª Edición México: Editorial Pearson Educación.
- Bunge, Mario (2000). **La Investigación Científica**. 3ª Edición. México: Editorial Siglo Veintiuno.
- Buyones, Hector (2014). **Lineamientos administrativos que optimicen el control interno en el departamento de compras de la Zona Educativa del Estado Carabobo, (ZEEC), entre Descentralizado adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Educación (MPPE)**. Universidad José Antonio Páez. San Diego. Carabobo. Venezuela: Trabajo de grado no publicado.
- Calvache, David y Sarmiento, Javier (2015). **Propuesta de mejoramiento en los procesos de compras y de gestión de inventario para la empresa Abraxas Distribuciones S.A.S**. Pontificia Universidad Javeriana, Cali-Colombia: Trabajo de grado no publicado.
- Calvo, Emilio (Recop.). (1985). **Código de Comercio Venezolano (1955)**. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 475 de fecha 21 de diciembre de 1955. Caracas. Venezuela: Comentado y concordado, Leyes de Venezuela.
- Catacora, Fernando (2007). **Sistemas y Procedimientos Contable**. 5ª Edición. Colombia: Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Cerda, Hugo. (2007). **Cómo Elaborar Proyectos**. 3ª Edición. Santa Fe de Bogotá. Colombia: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Coronado, Blas y Rojas, Ailen (2014). **Sistemas administrativo integral para mejorar la gestión de compras y pago a proveedores de una empresa distribuidora de artículos de soldadura, ubicada en el Municipio San Diego del Estado Carabobo**. Universidad José Antonio Páez. San Diego. Carabobo. Venezuela: Trabajo de grado no publicado.

- Chaves, Eric (2001). **Administración de materiales**. 4ª Edición. San José. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia- EUNED.
- Chávez, María (2014). **Generalizar el proceso interno en el departamento de compras en la empresa Viveluso C.A. para el mejoramiento de la gestión administrativa**. Instituto Universitario de Tecnología Juan Pablo Pérez Alfonzo (IUTEPAL). Maracay, Aragua. Venezuela: Trabajo de grado no publicado.
- Chiavenato, Idalberto (2001). **Administración**. 4ª Edición. Colombia: Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Eyssautier, Maurice (2006). **Metodología de la investigación**. 3ª Edición. México: Editorial Internacional Thomson Editores.
- Fred, David (2003). **Conceptos De Administración Estratégica**. 1ª Edición. Industrial Atoto 53519, Naucalpan de Juárez, Estado México: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
- Guzmán, José (2013). **Evaluación del control interno aplicado a la gestión de compras de la empresa Servicios Dawin, C.A.** Instituto Universitario de Tecnología Juan Pablo Pérez Alfonzo (IUTEPAL). Maracay, Aragua. Venezuela: Trabajo de grado no publicado.
- Instituto Universitario de Tecnología Juan Pablo Pérez Alfonzo- IUTEPAL (2009). **Manual para la Elaboración del Trabajo Especial de Grado del Instituto**. Maracay. Venezuela: Editorial del IUTEPAL.
- Izaguirre, David (2002). **Manual De Normas, Procedimientos, Registro y Ejecución**. 1ª Edición. Caracas. Venezuela: Editorial Limusa.
- Ley De Impuesto Sobre La Renta (2007)**. Caracas. Venezuela: Gaceta Oficial N° 38.628 de fecha 16 de febrero de 2007.
- Luther, William (2003). **El Plan de Mercadeo**. 3ª Edición. México: Editorial Grupo Norma.
- Méndez, Carlos (2009). **Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación**. 4ª Edición. Colombia: Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Mercado, Salvador (2004). **Compras Principios y Aplicaciones**. 4ª Edición. Caracas. Venezuela: Editorial Limusa, de Noriega Editores.

- Rosenberg, Jerry (2000). **Diccionario de Administración y Finanzas**. 6ª Edición. Barcelona. España: Editorial Océano.
- Sabino, Carlos (2012). **El Proceso de Investigación**. 3ª Edición. Caracas. Venezuela: Editorial Panapo.
- Tamayo y Tamayo, Mario (2014). **Proceso de Investigación Científica**. 4ª Edición. México DF, México: Editorial Lumisa del Grupo Noriega.
- Toro, Francisco (2016). **Costos ABC y Presupuestos**. 2ª Edición. Bogotá Colombia Editorial Ecoe Ediciones.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2006). **Manual de Trabajos de grado de especialización, maestría y tesis doctorales**. 1ª Edición Caracas. Venezuela: Editorial de la Facultad de Maestría y Tesis Doctorales de la UPEL.
- Zapata, Pedro (2008) **Contabilidad General**. 3ª Edición. México: Editorial Mc Graw-Hill Interamericana S.A.

# **ANEXOS**



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Estimado señor

Empresa Avícola Faena F.P.,

Gerente de Administración.-

El presente instrumento ha sido diseñado con la finalidad de elaborar las estrategias administrativas propuestas, para mejorar el procedimiento de compras de la Empresa Avícola Faena F.P., Ubicada en San Joaquín Estado Carabobo.

En este sentido, los resultados obtenidos serán utilizados como base de un trabajo de grado universitario de acreditación por experiencia laboral. Por lo que, la información que usted suministre será muy valiosa, tendrá carácter confidencial y se utilizará para fines estrictamente académicos y mejora para la organización.

**Instrucciones Generales:**

- 1.- Lea detenidamente cada uno de los ítems del cuestionario antes de responder.
- 2.- Marque con una equis (X) la casilla correspondiente a la opción que representa su opinión.
- 3.- Procure responder con objetividad todas las preguntas formuladas.

Gracias por su colaboración,

**Anexo A.-  
Cuestionario**

N°	PREGUNTAS	SI	NO
1	¿Sabe usted si el personal cumple con las normas establecidas en el departamento de compras?		
2	¿Tiene usted conocimiento si las políticas de compras son más adecuadas para su procedimiento?		
3	¿Considera usted que los registros de entrada de mercancía se realizan correctamente en los libros contables?		
4	¿Sabe usted si el personal en el área de compras está capacitado para cubrir todas las responsabilidades de su trabajo?		
5	¿Considera usted que se busca, evalúa y selecciona a los mejores proveedores que garanticen el beneficio de una buena compra para la empresa?		
6	¿Tiene usted conocimiento si se supervisa frecuentemente al personal en el área administrativa?		
7	¿Sabe usted si se comparan continuamente los precios, cantidades y calidad de mercancía que se adquiere con las solicitadas?		
8	¿Considera usted que es importante mejorar el procedimiento de compra que actualmente lleva la empresa?		
9	¿Usted estaría de acuerdo en utilizar las estrategias propuestas al momento de realizar una compra para la empresa Avícola Faena F.P.?		
10	¿Considera usted que se necesita contratar más personal en el área de compras para un mejor funcionamiento en la empresa?		

**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)

**Anexo B.-  
Tabla de Frecuencias**

PREGUNTAS	ALTERNATIVAS / FRECUENCIAS		ALTERNATIVA / PORCENTAJES	
ÍTEM	SI	NO	SI	NO
<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>
<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>
<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>
<b>4</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>
<b>5</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>
<b>6</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>
<b>7</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>
<b>8</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>
<b>9</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>
<b>10</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>

**Fuente:** Carrillo y Ortega (2018)