



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

DECANATO DE POSGRADO

TRABAJO FINAL PARA OPTAR POR EL TITULO

Maestría en Administración Financiera

Propuesta de Presupuesto de compras locales e Importadas
Grupo Ramos categoría de bebidas

Sustentante

Ing. Lennis Sorilenny Ramirez

2017-1050

Asesora

Dra: Iara V. Tejada

Santo Domingo, D.N., República Dominicana

Abril del 2019

DEDICATORIA

Al encontrarme en las vísperas de la finalización de mis estudios superiores. Dedico la culminación de este esfuerzo a Dios, a mi familia, amigos, compañeros, a los profesores y a todas las personas que me apoyaron y abrieron las puertas para compartir sus conocimientos y hacer que esta investigación de tesis se realice con éxito.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, doy gracias a **Dios**, por siempre escuchar mis oraciones y continuar guiando mis pasos a lo largo de este trayecto, en el que me dio la fortaleza para lograr mis objetivos y consagrar la sabiduría necesaria para poder enfrentar todos los obstáculos presentado en el camino.

A mis padres **Grecia Altagracia Ramírez** y **José Radhame Ramírez**, les doy las gracias por los bueno consejos y por estar siempre presente cuando más los necesito y sobre todo ser un excelente ejemplo a seguir.

A mis hermanas **Tehani, Onidia, Greisis y Nicauri**, gracias por siempre estar dispuesta a dar sus ayudas, por creer en mi sueño, por los consejos que me han inculcado.

A **Jorge Ovalles**, por la confianza, dedicación, gran apoyo y paciencia, transmitido con cariño y afecto, que me permitieron seguir avanzando en este proyecto. Mil gracias cariño por siempre estar pendiente.

A mis amigas y compañeras **Dulce Montilla y Altagracia De la Cruz**, gracias por contribuir en este logro, apoyarme y por extender sus manos en todos estos

momentos para conseguir la consecución de mis objetivos. Nunca olvidaré el hecho que los mismos me siguen instando para que no me detenga y continúe forjando mi porvenir. Mil gracias amigas.

A **Grupo Ramos**, de manera especial al **Lic. Elvis Burgos**, infinitas gracias por su apoyo. Principal facilitador durante este periodo, quien con su dirección, conocimiento y esfuerzo permitió el desarrollo de esta tesis. Mil gracias amigo.

A la Universidad **APEC**, por ofrecerme la oportunidad de alcanzar una de mis más anheladas metas.

A los **Profesores**, que han contribuido en la formación profesional a través de sus enseñanzas y conocimientos.

A mi asesora **Iara V. Tejada**, por dedicar sus conocimientos, experiencias y esfuerzo para ayudarme a realizar esta investigación.

A mis compañeros de estudio **Yaffet, Javier, Maria, Ernesto, Romer, Odali, Hilario, Esteban y Leidy**, los cuales nos apoyamos mutuamente desde el inicio hasta la culminación de nuestra formación profesional y compartimos muchos momentos agradables de lo cual ha surgido una linda amistad.

A mi amiga y hermana **Jeidy Melo**, por ayudarme en lo que necesito, por confiar en mí y siempre estar pendiente para que pueda lograr mis objetivos.

A mis amigas **Yeimy Aquino y Lisbeth Hatton**, por estar pendiente en este proceso y extender sus manos en momentos difícil.

Resumen

El propósito fundamental de esta investigación, es dar a conocer una metodología de mejora, que se pueda utilizar de manera eficiente en la planificación del presupuesto de compras. El proceso de logística de una empresa es el conjunto de actividades las cuales son planificadas por medio del presupuesto de compras, del cual se debe hacer el plan de recibo, el de despacho y la campaña de ofertas. Grupo Ramos es una empresa que se dedica a las ventas al detalles de productos importados y locales, está presentando inconveniente con los faltantes en góndola, con el sobre inventario y la entrega a tiempo de los proveedores, por lo que es necesario tener un plan de presupuesto de compras con la planificación adecuada. El presupuesto de compras es uno de los procesos principales de la empresa, dentro de la cadena de abastecimiento. Por esta razón, es precisa la mejora en el presupuesto de compras locales e importadas en el área de bebidas. Las informaciones obtenidas en esta investigación son del área de compras correspondiente a los años 2017-2018, la cual busca solucionar el problema de los faltantes, que genera grandes pérdidas de clientes y dinero, por ende, surge la necesidad de diseñar planes de mejoras que logren su reducción. Esta investigación se fundamentó en un proceso de levantamiento de información mediante la realización de diferentes métodos como una entrevista al personal del área de compras y una encuesta a las diferentes áreas involucrada, con los fines de determinar debilidades existen en las áreas de responsabilidad, de igual manera fue analizada las informaciones financieras de los últimos dos años que

permitiera evaluar el comportamiento y puntos crítico que necesiten fortalecerla. Como consecuencia del levantamiento se identificó que existen áreas de Grupo Ramos, que no contienen planes presupuestarios adecuados con compras, lo que está ocasionando un manejo inoportuno con los flujos de caja y los gastos incurrido por la empresa. Es necesario que incluya aquellas áreas como la antes mencionada y otras de forma tal que sirva de aporte a la gerencia para un mejor control de sus informaciones contable y financiera.

INDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	i
RESUMEN	iii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. IDENTIFICAR LAS CARACTERISTICAS Y GENERALIDADES DE UN PRESUPUESTO DE COMPRAS	1
1.1 Reseña histórica, origen e importancia del presupuesto de compras.	1
1.2 Definición de presupuesto	3
1.3 Objetivos del presupuesto	4
1.4 Clasificación de los presupuestos	4
1.5 Características de los presupuestos.....	6
1.6 Herramientas que forman parte de un presupuesto de compra	7
CAPITULO II: ANÁLISIS DEL PRESUPUESTO DE COMPRAS DE LA EMPRESA GRUPO RAMOS	11
2.1 Historia y filosofía de la empresa Grupo Ramos.	11
2.1.1 Nuestra Visión	13
2.1.2 Nuestra Misión	13
2.1.3 Nuestros Valores.....	13
2.1.4 Código de Ética.....	14
2.2 Formatos de negocios	15
2.2.1 Centros de almacenamientos.....	16
2.2.2 Marcas propia.....	17
2.3 Descripción de Situación Actual del presupuesto de compras local e importada.	17
2.4 Breve reseña de los proveedores.....	18
2.4.1 Materiales importados,	19
2.4.2 Materiales locales,.....	19
2.5 Análisis de las entrevistas	20
2.5.1 Tratamiento de la información.....	20
Fuente 4: Resultado de la entrevista. Elaboración propia	21
2.6 Análisis de la encuesta.....	21

2.7 Análisis de los expedientes del año 2017.....	27
2.8 Desempeño Días Inventario Abril-Enero 2018	28
2.9 Merma de los proveedores	29
2.9.1 Análisis de Merma:.....	31
2.10 Aplicando Capital de trabajo.....	32
2.10.1 Indicadores de Rendimiento o rentabilidad	34
CAPITULO III. PROPUESTA DE PRESUPUESTO DE COMPRAS LOCALES E	
IMPORTADAS GRUPO RAMOS CATEGORÍA DE BEBIDAS.....	37
3.1 Importancia de la propuesta	38
3.2 Beneficios de la implementación	39
3.3 Objetivo de la propuesta.....	39
3.4 Posibles propuestas de mejoras.....	40
3.4.1 Variación de los días de inventario.....	40
3.4.3 Presupuesto de ventas.....	43
3.4.4 Presupuesto de compras	44
3.5 Costo de la propuesta seleccionada.....	45
RECOMENDACIONES	47
CONCLUSIONES.....	49
BIBLIOGRAFÍA.....	50
ANEXOS	54

TABLA DE GRAFICO

Gráfico 1: Materiales importados.....	19
Gráfico 2: Materiales locales.	19
Gráfico 3: Entrevista a los colaboradores de (Grupo Ramos)	20
Gráfico 4: Resultado de la entrevista.....	21
Gráfico 5: Guía de procedimientos para la rrecolección de Información.	22
Gráfico 6: Análisis de la encuesta.	23
Gráfico 7: Análisis de la encuesta pregunta 2.	24
Gráfico 8: Análisis de la encuesta pregunta 3.	25
Gráfico 9: Análisis de la encuesta pregunta 4.	26
Gráfico 10: Días de inventario 2017	27
Gráfico 11: Variación de los días de inventario 2017	27
Gráfico 12: Comparación de los días de inventario 2017 con 2018	28
Gráfico 13: Diferencia Merma de los proveedores	29
Gráfico14: Variación de merma 2017 con 2018.	0
Gráfico 15: Merma representada en efectivo.....	30
Gráfico 16: Comparación de merma 2017-2018 porcentual.	31
Gráfico 17: Perdidas de margen.	32
Gráfico 18: Análisis de capital de trabajo.	33
Gráfico 19: Tendencia de ventas 2017, 2018.	34
Gráfico 20: Comparación de total de marguen.....	5
Gráfico 21: Variación de los días de inventario 2018-2019	40
Gráfico 22: Análisis comparativo días de inventario 2018- 2019.....	41

Gráfico 23 Presupuesto de inventario.	42
Gráfico 24: Simulador de inventario.	42
Gráfico 26: Ventas por categorías.	44
Gráfico 27: Presupuesto de compras 2019.	45
Gráfico 28: Análisis de costos para la implementación.	45

INTRODUCCIÓN

Los lineamientos de esta investigación obedecen esencialmente a la propuesta de mejora del presupuesto de compras locales e importadas en el área de bebidas para la empresa Grupo Ramos, a la consideración de las variables de los costos y los gastos. El presupuesto nace con la finalidad de controlar las actividades de una entidad, como un proceso lógico y normal del desarrollo económico y social. Esta es la razón por la cual es estimada que esta propuesta es muy importancia para la toma de decisiones futuras para la empresa Grupo Ramos, que es una empresa líder en ventas al detalle de productos, de la República Dominicana.

La mejora está sostenida en el análisis de las indagaciones y a un plan transcendental que se ha convertido en una práctica constante y progresiva para el apoyo de la gestión administrativa y desarrollo para todas las empresas no importando su naturaleza.

Las razones que originaron esta investigación surgen de la importancia que representan los presupuestos para las empresas, ya que éstos suministran a la gerencia herramientas sólidas para la toma de decisiones y son esenciales para resguardar la existencia de cualquier organización. Una empresa como Grupo Ramos, que está dirigido a todo público, que demande de todas las variedades de productos, necesita tener ordenada sus operaciones que favorezca al mejor resultado, es por esta razón que surge la propuesta de Presupuesto de compras locales e Importadas para el área de bebidas.

En la investigación se utilizaron fuentes bibliográficas, las cuales, permitieron analizar y obtener resultados y agudeza del tema tratado, con la ayuda de las informaciones y accesorias obtenidas a través de libros y folletos realizadas anteriormente, entre otras. Las técnicas utilizadas fueron la entrevista diez personas de área de compras, la encuestas y observaciones a los empleados de la empresa para apoyarnos en informaciones inmediatas. En ese sentido se realizaron preguntas relacionadas con el desempeño y la planificación presupuestaria en las áreas para conocer su opinión al respecto. Ambas con el propósito de conocer el desempeño administrativo y las técnicas presupuestarias para comparar lo planeado con lo realizado.

Se ha utilizado el método descriptivo - explicativo, por cuanto presenta la realidad actual del sistema de control interno en la ejecución presupuestal y se explica la forma como obtener la eficiencia y eficacia a través del sistema de control interno. El de estímulo, para determinar las alternativas pertinentes para lograr que la empresa pueda cumplir los objetivos y metas delineadas y el método de la observación, mediante el estudio de los hechos. Posteriormente se utilizó el método del análisis, para explorar la realización presupuestaria y especialmente la incidencia de los mecanismos de control en la operatividad de dicho negocio, para poder manifestar conclusiones sobre su incidencia en la eficiencia, eficacia y economía de los ingresos de la entidad. Así como también las ventajas que les ofrecen la utilización de los mismos.

El propósito de esta investigación es relevante, propone hacer grandiosos aportes a la institución, debido a que persigue mejorar el presupuesto de compras locales e importadas para Grupo Ramos, por lo mismo he propuesto describir las peculiaridades generales de dicha empresa y describir los conceptos básicos de un presupuesto y su importancia de aplicación. También formular opciones de mejoras del sistema presupuestario que se podrían implementar para el mismo.

El desarrollo de este trabajo está compuesto por tres capítulos. En primer capítulo, se tratarán las características y generalidades de los presupuestos atendiendo a los estudios anteriores y filosofía de los autores que marcan los datos, conceptos e investigaciones importantes que favorecerán al desarrollo del tema. En el segundo capítulo, se realizara un análisis de la situación de la empresa Grupo Ramos, mediante los estados financieros de las ventas, merma y días de inventarios desde el 31 de marzo hasta enero de los años 2017-2018, con la finalidad de evaluar el comportamiento de las ganancias y pérdida. En el tercer capítulo se plantea soluciones al problema de investigación, de suministrar alternativas de mejoramiento, que promuevan el desarrollo y al cumplimiento de los adjetivos de la empresa. Tomando como reseña que el presupuesto operativo se encomienda a planificar y controla todos las operaciones operativa que tiene la empresa según su entorno, este a su vez resignado por diferentes cavidad como son las ventas, compras, inventario, gastos de publicidad y otros, mientras que en el financiero este se encarga de planificar y controlar aquellas variable permiten guiar los recursos de la entidad

de forma más eficiente de los cuales se destacan principalmente las inversiones, los gastos administrativos, los ingresos, el capital y las utilidades.

Se espera que esta mejora sea de gran aporte para la empresa y que la misma le proporcione mejores resultados, permitiéndoles mayor control de las actividades y desempeño de sus funciones.

Teniendo en cuenta que tanto las personas como las empresas buscan cumplir con sus objetivos a través del menor uso de los recursos a su disposición, pues vivimos ante un ambiente de inconvertibilidad. Además, la simple supervivencia en el mercado está urgido de la constante implementación, ajuste y cambio de sistemas y enfoques que aseguren el perfeccionamiento de las operaciones y que los mismos aborden los indicadores de eficiencia y eficacia. Una aplicación que se expone a la consideración de los lectores está explícita en la presente investigación.

**CAPÍTULO II IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS Y
GENERALIDADES DE UN PRESUPUESTO DE COMPRAS**

CAPÍTULO I. IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS Y GENERALIDADES DE UN PRESUPUESTO DE COMPRAS

El objetivo de este capítulo es identificar las características y generalidades de un presupuesto de compras, de manera, que podamos entender la importancia que tienen dentro de la empresa. La creación de un sistema eficaz de presupuestos constituye hoy en día una de las claves del éxito, por esta razón, la importancia radica precisamente en contar con un sistema presupuestal como un instrumento de gestión para obtener el más productivo uso de los recursos para obtener los mejores resultado en la ganancia de la empresa.

1.1 Reseña histórica, origen e importancia del presupuesto de compras.

Según Burbano (2005), el presupuesto es un término cuantitativo de los objetivos que se plantea alcanzar la dirección de la empresa en un tiempo necesario.

De acuerdo a (James Stoner 1996), define el presupuesto como “etapa cuantitativo formal de los patrimonios fijados para las movimientos proyectadas para plazos de periodo acordados”.

El autor (Rosenberg 2013), lo define como un extracto sistemático hacían estimaciones para pronosticar los resultados o de las perspectivas de los egresos programados y de las valoraciones de los ingresos previstos para cubrir dichos egresos.

(Cristóbal del Río 2013), lo define como la estimación proyectada, en forma sistemática, de los escenarios de operación y de los resultados a obtener por una entidad, en un período fijo. Presupuesto procede de dos raíces latinas, pre cuyo conocido es antes de o delante de, y el sufijo Supuesto significa hecho, formado; por lo tanto, Presupuesto significa “antes de lo hecho”. Orígenes y evolución del presupuesto Siempre ha existido en la humanidad la idea de “presupuestar”, los egipcios, antes de Cristo, hacían estimaciones para vaticinar los efectos de sus frutos de trigo con el objeto de advertir los años de escasez; los romanos tasaban las bienes de pago de los pueblos conquistados para exigirles el tributo adecuado. Sin embargo, fue hasta el siglo XVIII cuando el presupuesto inició a utilizarse como ayuda en la Administración Pública, al someter el Ministro de Finanzas de Inglaterra a la consideración del Parlamento, sus reglas de Gastos para el periodo fiscal del año siguiente, incluyendo una recapitulación de gastos del año anterior, y un programa de impuestos y encomiendas para su aplicación. Desde entonces a la fecha ha evolucionado de la siguiente manera. Francia y otros países europeos incorporan un manera de presupuesto para la base gubernamental. E.U.A. instituye un presupuesto rudimentario en el Gobierno. Después de la Primera Guerra Mundial en toda la Industria se estima la conveniencia del control de los gastos por medio del Presupuesto. De 1912 a 1925 en E.U.A. se inicia la evolución y madurez del Presupuesto. En las últimas décadas han surgido muchos métodos, que van desde la proyección estadística de estados financieros hasta los sistemas de

presupuestación con el cual se ha logrado fijar una sucesión de documento de eliminar así la improvisación y los desembolsos innecesarios.

1.2 Definición de presupuesto

Es un plan que se compone de integración que es ordenado y que se expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una institución, para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados. Es un instrumento renovador para la planeación y control de actividades que reflejan el comportamiento de indicadores económicos como las fluctuaciones en los índices de inflación y devaluación y tasas de interés, que permite a la entidad mantenerse en el mercado competitivo, puesto que disminuye la incertidumbre en los riesgos asumidos y por tanto otorga una mayor exactitud en los resultados finales del negocio. Son un papel importante en aspectos administrativos, contables y financieros. La creación de un sistema eficaz de presupuestos constituye hoy en día una de las claves del éxito de una empresa. Desde una perspectiva financiera, si no tienen un sistema de presupuestos debidamente coordinado, la administración asumirá una visión errónea dónde dirigirse o a donde se dirige la empresa. Por lo tanto, la importancia radica precisamente en tener un sistema. Como un instrumento de gestión para obtener los mejores resultados. Los presupuestos ayudan a determinar cuáles son las áreas fuertes y débiles de la empresa. El Control presupuestal genera la relación interna de esfuerzos. Planear y controlar las operaciones y el sistema presupuestal provee un cuadro exhaustivo de las operaciones como un todo.

1.3 Objetivos del presupuesto

Ser un ejemplo de ejecución una guía en los análisis de la planificación, la integración y que permite dirigir sistemáticamente todas las actividades. Ejecutar las actividades en el momento oportuno detalles de los resultados de operaciones, basado en una eficiencia razonable para la ejecución del plan o política de la empresa. Evalúa la situación no implica solo el cálculo de cifras, es un sistema integral donde se planifica y controlan las diferentes actividades. Optimiza los recursos establece un control sobre los planes que son llevado a cabo con relación a los objetivos establecidos. Previene los riesgos consideración factura que permiten asegurar la liquidez con la obtención de la utilidad máxima de los recursos de la empresa.

1.4 Clasificación de los presupuestos

Según flexibilidad se clasifican en rígidos, estáticos, fijos o asignado son los que se elaboran para un único paralelismo de actividad y no se realizan ajustes necesarios. Flexibles o variables se elaboran para diferentes actividades y se pueden adaptar a las situaciones cambiantes del entorno. Se pueden analizar los ingresos, costos y gastos ajustados al tamaño de operaciones, manufactureras o comerciales. Su aplicación es amplia en el campo de la presupuestarían de los costos, gastos indirectos de fabricación, administrativos y ventas. Según el periodo que cubran, estos pueden clasificarse en corto y largo plazo. A corto plazo son los que se realizan para cubrir la planeación de la organización en el período de operaciones de un año. A largo plazo este pertenecen a los procedimientos de desarrollo que generalmente, congregan los

estados y grandes empresas. Las grandes empresas adoptan presupuestos de este tipo, cuando realizan proyectos de inversión de actualización tecnológica, ampliación de capacidad instalada y expansión de los mercados. Según el campo de aplicación en la empresa entre estos podrían incluirse ventas, Producción y Compras. De operación o económicos tienen en cuenta la planeación detallada de las actividades que se desarrollarán en el periodo siguiente al cual se elaboran y, su contenido se resume en un Estado de Ganancias y Pérdidas. Entre estos presupuestos se pueden destacar. Presupuesto de compra de materiales muestra las cantidades en unidades físicas y monetarias que se requiere comprar durante el periodo presupuestado con el fin de satisfacer los niveles de realización y variación de inventarios. Costos indirectos de fabricación este presupuesto pretende cuantificar los costos proyectados que inciden indirectamente en el producto, como es el caso de los materiales indirectos, la mano de obra indirecta, el mantenimiento de las máquinas y otros gastos que no van físicamente en la elaboración del producto pero que son necesarios para la producción. Presupuesto de gasto de ventas este presupuesto ilustra el costo en que va incurrir una empresa durante el período presupuestado para hacer llegar el producto de la planta de producción hasta los hogares y empresas. Presupuestos financieros este tipo de presupuestos detallan el dinero que la organización pretende gastar en ese mismo plazo y las fuentes de donde se obtendrá el dinero. Estado de resultado proyectado es un estado proyectado que muestra los ingresos y egresos a fin de establecer los resultados operativos del ejercicio presupuestado, también

constituyen un resumen del desempeño financiero de la empresa dentro de un intervalo. Sistema de presupuestarían como un instrumento que utiliza la dirección para planificar, organizar, coordinar y controlar las diferentes actividades de cada uno de los departamentos que conforman una organización contribuyendo de esta manera a la maximización de las utilidades, que es el objetivo principal de toda empresa. Según el sector de la economía en el cual se utilizan público, privado y tercer sector. Público cuantifican los recursos que requieren los gastos de funcionamiento, la inversión y el servicio de la deuda pública de los organismos y las entidades oficiales. Privado los utilizan las empresas privados como base de planificación de las acciones organizacionales. Tercer sector son los utilizados por las organizaciones o asociaciones sin ánimo de lucro. Presupuesto de ventas volumen de ventas expresado en términos monetarios que es factible lograr por una empresa, integra información sobre cantidades y precios por clase, forma y marca de producto, representa la base para planear las compras, la producción, el financiamiento, los inventarios y la liquidez.

1.5 Características de los presupuestos

Para los presupuestos se presentan tres tipos de especialidades como los menciona (González Cristóbal Del Río 2013). De formación, de planeación y de aplicación. De formulación debe ser directa con las particularidades de la misma. Planeación, coordinación y control de funciones Para manifestar un presupuesto se debe inicial por un plan analizado, para que la planificación sea eficaz, cuando se lleve a cabo formalmente, los planes no se realizan en el momento en que se

presenta una situación favorable o desfavorable. De presentación de acuerdo con las reglas de contables y económicas los presupuestos se utilizan como herramienta de la dirección y tienen como requisito de presentación indispensable el ir de unión con las normas contables y económicas, período, mercado, oferta y demanda, ciclo económico, etc. y de acuerdo con la estructuración contable. De aplicación elasticidad y criterio los presupuestos deben ser aplicados con elasticidad y criterio, debiendo estos aceptar cambios los cuales pueden estar sujetos a las constantes vacilaciones del mercado, la fuerte presión que se ven sometidos las empresas debido a la competitividad, a las variaciones de las ventas y la producción y el ciclo económico.

1.6 Herramientas que forman parte de un presupuesto de compra

Herramienta de presupuesto análogo este método consiste en implementar los gastos de un proyecto previo a otro que se encuentre en fase de ejecución. El requisito necesario es que los proyectos sean equivalentes o, en su defecto, guarden relación. Muchas empresas lo utilizan en casos de proyectos renovados; incluso, en dichas situaciones tienen la ventaja de implantar los cambios que consideren oportunos para hacer más efectivos los presupuestos. Además, este modelo resulta atractivo al ser poco costoso. Método descendente este modelo descendente parte de una suma total del proyecto, que es la que se distribuirá en las distintas fases del mismo. Los gestores repartirán en cada actividad el coste que cubra su ejecución. Este método es bastante empleado en casos de recursos delimitados o cantidades fijas y que no acepten variaciones.

En caso de que el presupuesto total no alcance a cubrir las tareas previstas, los responsables del proyecto podrán reducir las actividades hasta que sean compatibles con la suma inicial. Método ascendente al contrario que en el apartado anterior, esta herramienta consiste en la clasificación de cada una de las actividades que hacen parte del proyecto para determinar su coste total. Este modelo es recomendable para proyectos variables, en los que el gasto de cada actividad no tenga un valor fijo, sino que, por ejemplo, cambie según los gastos o los proveedores. No es adecuado para presupuestos muy ajustados. Estimación paramétrica este modelo incluye, además del desglose de las actividades y sus costes, el cálculo aritmético de las variables que determinan el coste del proyecto. Se usa, sobre todo, para gastos complejos o presupuestos especializados. Al igual que en el primer método, este modelo traza una relación con proyectos anteriores para determinar parámetros que ayuden a calcular el coste total de los proyectos.

Conclusión

En este capítulo se conoce el origen y evolución de presupuesto, que nos permite analizar, planear, proyecta, organizar, coordinar y interviene las diferentes actividades de cada uno de las diferentes áreas que conforman una organización socorriendo de esta manera a la maximización de las liquidez de la empresa, que es el objetivo principal de toda empresa. Por otra parte se determina la fundamentación filosófica explicando el paradigma, este capítulo es de mucha importancia ya que engloba todos los aspectos relacionados con las variables de estudio.

CAPITULO II

ANÁLISIS DEL PRESUPUESTO DE COMPRAS DE LA EMPRESA

GRUPO RAMOS

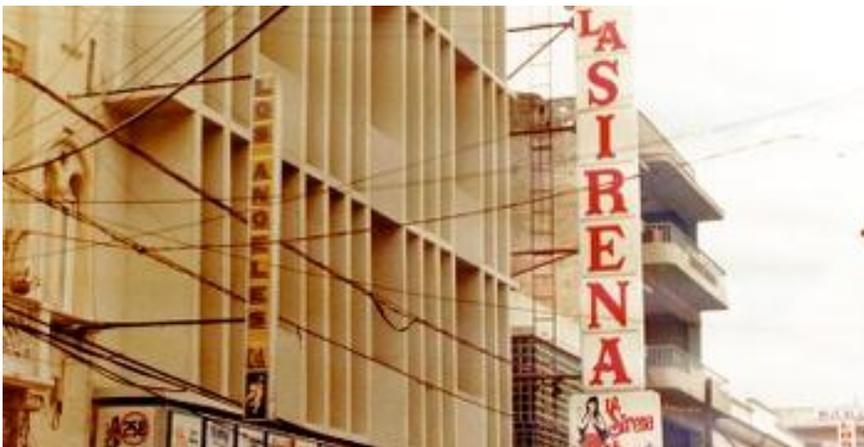
CAPITULO II: ANÁLISIS DEL PRESUPUESTO DE COMPRAS DE LA EMPRESA GRUPO RAMOS

El objetivo de este capítulo es analizar la situación de la empresa Grupo Ramos, que muestren falencias con la finalidad de proporcionar alternativas de mejoramiento y que promuevan el desarrollo de la misma. Se estará tabulando los resultados obtenidos a través de técnica de investigación utilizada para analizar las ventas 2017-2018, hacer el diagnóstico a través de una entrevista y encuesta a los colaboradores.

2.1 Historia y filosofía de la empresa Grupo Ramos.

La historia de Grupo Ramos comenzó el 1 de diciembre de 1965, cuando el señor Román Ramos Uría adquirió la tienda La Sirena, un pequeño local ubicado en la avenida Mella de Santo Domingo. La Sirena Mella empezó a crecer con firmeza y a revolucionar el mercado comercial dominicano con el autoservicio, el horario corrido y los precios bajos y fijos, convirtiéndose en poco tiempo en la tienda por departamentos más popular y concurrida del país. En 1979 la familia Ramos incursiona en el negocio de alimentos, con la compra y posterior remodelación del Supermercado García en Santo Domingo, el cual abrió sus puertas como Súper Pola. En 1999, consolida sus negocios en lo que hoy es Grupo Ramos, manteniendo desde entonces un dinámico proceso de crecimiento y expansión, abriendo nuevos locales en diferentes zonas del país e innovando con nuevos formatos y líneas de negocio. Grupo Ramos es la empresa líder en ventas al detalle de la República Dominicana. Desde el año 1965 servimos con esmero al mercado nacional, a través de nuestras marcas La

Sirena, Super, Pola y Aprezio, las cuales han evolucionado constantemente, adaptándose a las cambiantes necesidades del mercado. También incursionamos en el negocio inmobiliario, con el desarrollo de centros comerciales regionales bajo el nombre Multiplaza. Cada día abrimos las puertas de nuestros establecimientos comerciales, distribuidos en las principales zonas geográficas del país, con una oferta amplia, variada y de calidad, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y hacer su vida más práctica y feliz. La visión y los valores de sus fundadores, el trabajo tesonero de su equipo de trabajo y un enfoque claro en el cliente, han sido constantes en la trayectoria de Grupo Ramos, y constituyen piezas claves para su éxito y liderazgo.



Román Ramos Uría compra la tienda La Sirena de la avenida Mella, en Santo Domingo. (Figura 1)

2.1.1 Nuestra Visión

Ser la empresa de ventas al detalle preferida, con operaciones de clase mundial.

2.1.2 Nuestra Misión

Ofrecer una experiencia de compra que haga la vida más práctica y feliz.

2.1.3 Nuestros Valores

Íntegros, actuamos siempre con transparencia, compromiso y equidad.



Serviciales, nos apasiona entender las necesidades del cliente y ofrecerle soluciones con amabilidad y respeto.



Eficientes, mejoramos continuamente y optimizamos el uso de los recursos.



Solidarios, nos acercamos a las comunidades y contribuimos con su bienestar.



Tesoneros, trabajamos arduamente y nos apoyamos para lograr las metas.

2.1.4 Código de Ética

En Grupo Ramos nos hemos caracterizado por actuar siempre apegados a nuestros valores y principios éticos. Para asegurar que estos principios se transmitan con integridad y que todas las personas que se relacionan con la empresa puedan conocerlos y consultarlos continuamente, en el año 2009 publicamos un Código de Ética, en el que se establecen por escrito las directrices que han de guiar las actuaciones de todos los colaboradores, ejecutivos y consejeros de la organización. El Código de Ética de Grupo contiene políticas específicas respecto a Conflicto de intereses, manejo de información. Utilización de recursos, conducta con clientes, trato con competidores, proveedores y autoridades. Relaciones interpersonales, actividades extra-laborales, debido cumplimiento y Promociones.

2.2 Formatos de negocios

Grupo Ramos opera tres formatos de negocio de venta al detalle y el formato multiplaza, multímetros, bajo la marca La Sirena; supermercados, Súper Pola, y tiendas de descuento, bajo la marca Aprezio.



Multímetros La Sirena, son tiendas con grandes superficies y un surtido completo de productos, hoy son 25 tiendas en el mercado.



Supermercados Pola, los Súper Pola son tiendas de cercanía, de tamaño más pequeño, especializados en la venta de alimentos existen 7 Pola.

Tiendas de Descuento Aprezio, son locales pequeños y sencillos, con un surtido básico de productos Inmobiliaria existen 35 Aprezio.



Multiplaza, son centros comerciales concebidos con el propósito de ofrecer al cliente la mayor cantidad de opciones de compra y entretenimiento en un solo lugar, incluyendo: hipermercado, cine, restaurantes, gimnasio, tiendas de ropa y calzado, hogar y electrodomésticos, farmacia, bancos, agencia de cambio,

servicios de telecomunicaciones y áreas de juego infantil, para el disfrute de toda la familia.

2.2.1 Centros de almacenamientos

La empresa cuenta con cinco centros de almacenamiento que son (Centro de Distribución San Luis, Mercafrio, Centro textil CPT, Refidonsa CFV y Panificadora.



Centro de Distribución, ubicado en el municipio Santo Domingo Este, el Centro de Distribución de Grupo Ramos es el eje primordial de un ambicioso proyecto de mejora logística en el que la empresa trabaja desde el año 2009, con el propósito de responder de manera cada vez más eficiente a la demanda creciente de sus clientes.

Grupo Ramos opera también un Centro de Procesado Textil, en el municipio de Haina; y un Centro de Distribución de Perecederos, en Mercafrio. Planta Panificadora, Grupo Ramos cuenta con una planta panificadora, que procesa más de 700 mil libras de harina por mes.

2.2.2 Marcas propia

Grupo Ramos, a través de La Sirena, Súper Pola y Aprezio, comercializa 15 marcas propias. Nuestro catálogo está conformado por las marcas: First Class, Corcel, Enrico Ferraro, Victorias's, Attico, Nikkel y Buen Horno, entre otras.



2.3 Descripción de Situación Actual del presupuesto de compras local e importada.

En la empresa actualmente se presenta una situación en la planificación del presupuesto de compras con los materiales de bebidas, lo que conlleva a pérdidas de dinero, exceso de inventario, pago en horas extra, faltantes y entrega con errores o fuera de programación de los proveedores. Se requiere conocer y analizar el presupuesto que tendrá disponible para evaluar que necesita comprar sin afectar las operaciones de los centros de distribución con los volúmenes y fechas de pedidos, al mismo tiempo, realiza la clasificación y evaluación de proveedores por medio del desarrollo de los Scorecards y estados de Ganancias y pérdidas para los proveedores. No está definido con los Gerentes de compras, la elaboración de los planes de compra tomando en cuenta características y condiciones de pedido. No incluyen los planes de ventas

(que envuelven campañas, promociones y ofertas) y temporadas con nuevos productos. Los avances tecnológicos y las finanzas han tenido una relación de mutuo beneficio a través de los tiempos y es por ello existen diversidad de aplicaciones financieras que permiten realizar el presupuesto de compras, pero debido a los altos costos de los mismos, muchas entidades prefieren prescindir de esos servicios y optar por alternativas menos perfeccionadas. Es aquí donde surge la necesidad de encontrar alternativas económicas que permitan ir encaminando pasos en dirección de disminuir la latente brecha expuesta en primera instancia.

2.4 Breve reseña de los proveedores

Actualmente trabajamos con 65 proveedores de bebidas, dentro de ellos tenemos 29 de importaciones y 36 locales. Con un total de materiales de 650 materiales de bebidas alcohólica y no alcohólica. Esto se clasifican en diferentes categorías (Vinos, sidras, ponches, ron, whisky, cervezas, refrescos, agua con gas, agua tónica, jugos líquidos, jugo en polvo, maltas y cigarros y cigarrillos). Definimos las estrategias de compras y posicionamiento de nuestros formatos de negocios en alianza con nuestros proveedores, con el propósito de incrementar los márgenes de beneficios, controlando los costos, calidad, precios y tiempo de entrega de los productos, para aumentar las ventas y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

2.4.1 Materiales importados, estos materiales tienen un trato de pedido diferente a los locales, se deben pedir en un periodo de tres meses y son almacenado en el centro de distribución.

Imagen1: Materiales importados.

Gpo.artic.	Material	Texto breve de material	Ce.	Alm.	TpMt	LibrUtiliz
310702101	1626074	8 RIOS VINO SAUVIGNON BLANC 0.75 LT	CD01	0001	ZABA	1,404
310702102	1626072	8 RIOS VINO MERLOT 0.75 LT	CD01	0001	ZABA	2,160
310702102	1626071	8 RIOS VINO CABERNET SAUVIGNON 0.75 LT	CD01	0001	ZABA	2,124
310702102	1626075	8 RIOS VINO CABERNET RESERVA 0.75 LT	CD01	0001	ZABA	936
310702102	1626077	8 RIOS VINO CABERNET GRAN RES 0.75 LT	CD01	0001	ZABA	198
310702503	1528346	4C INSTANT ICED TEA LEMONADE 36 OZ	CD01	0001	ZABA	792
310702503	1528342	4C INSTANT ICED TEA FRUIT PUNCH 36 OZ	CD01	0001	ZABA	636
310702503	1479098	4C ICED TEA NATURAL RASPBERRY 70.3 OZ	CD01	0001	ZABA	234
310702503	1076066	4C ICED TEA LEMON 70.3 OZ	CD01	0001	ZABA	1,230
310702503	1479086	4C ICED TEA GREEN TEA ANTIOXIDAN 50.2 OZ	CD01	0001	ZABA	708
310702102	1825689	19 CRIMES VINO 0.75 LT	CD01	0010	ZABA	24
310702102	1858852	19 CRIMES THE BARNISHED VINO 0.75 LT	CD01	0010	ZABA	168
310702102	1858853	19 CRIME THE WARDEN VINO 0.75 LT	CD01	0010	ZABA	6
*						10,620

Fuente: Materiales importados (Grupo Ramos)

2.4.2 Materiales locales, estos materiales tiene tres maneras de ser manejado, en el esquema POR, entrega directa a tienda y selectivo.



Imagen 2: Materiales locales.

Gpo.artic.	Material	Texto breve de material	Ce.	Alm.	TpMt	LibrUtiliz
310702301	1271118	PRESIDENTE CERVEZA LIGHT 22 OZ	CD01	0010	ZABA	96
310702301	1271119	PRESIDENTE CERVEZA LIGHT 12 OZ	CD01	0010	ZABA	504
310702301	1345423	PRESIDENTE CERVEZA LIGHT 1 LT	CD01	0010	ZABA	96
310702301	1024316	PRESIDENTE CERVEZA LATA 12 OZ	CD01	0010	ZABA	96
310702301	1020828	PRESIDENTE CERVEZA 22 OZ	CD01	0010	ZABA	120
310702301	1023230	PRESIDENTE CERVEZA 12 OZ	CD01	0010	ZABA	96
310702301	1266057	PRESIDENTE CERVEZA 1 LT	CD01	0010	ZABA	96
*						1,104

Fuente: Materiales locales. (Grupo Ramos).

2.5 Análisis de las entrevistas

Se realizó entrevistas estructuradas con un cuestionario de diez preguntas a los Gerentes del área de compras y a los encargados de recibo, para poder efectuar un levantamiento que nos permitió conocer los datos puntuales y exactos para asistir con la investigación y evaluar los resultados obtenidos de las tendencias de los principales indicadores para definir eficiencia y eficacia de la empresa.

2.5.1 Tratamiento de la información.

Esta entrevista fue realizada a diez personas, donde 4% de los entrevistados están de acuerdo en que el área de recibo tendría una mejor logística si el presupuesto de compras contemplara, incluir el plan de recibo, mientras el 6% dice que la merma fueran más baja si las compras fueran planificada con más tiempo. Ver gráfico 1

Imagen 3: Entrevista a los colaboradores de (Grupo Ramos)

Sexo	Cantidad	Porcentaje
Masculino	7	70%
Femenino	3	30%
Total	10	100%

Fuente 3: Entrevista a los colaboradores de (Grupo Ramos) elaboración propia.

Imagen 4: Resultado de la entrevista.



Fuente 4: Resultado de la entrevista. Elaboración propia

2.6 Análisis de la encuesta

Para esta encuesta, es necesario utilizar el Paradigma Positivista; porque permite cuantificar los resultados y los elementos que sean necesarios, de ésta manera conseguir soluciones posibles que ayuden, a compensar el problema objeto de la investigación. Se medir la satisfacción de los empleados sobre el uso del presupuesto de compras, estos se utilizaron para efectuar comparaciones, también se utilizaron técnicas estadísticas mediante la elaboración de tablas y gráficas que expresan los resultados cuantitativos de la investigación, para así proceder a analizar dicha información.

Imagen 5: Guía de procedimientos para la recolección de Información.

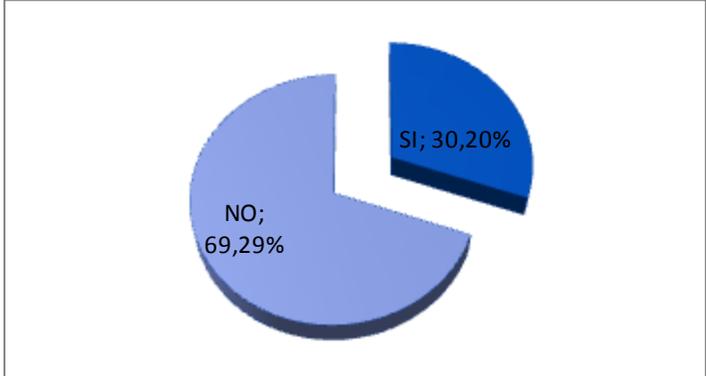
Técnicas	Procedimientos
Encuesta	<p>¿Que?: Método inductivo</p> <p>Al personal del departamento de compras, inventario y</p> <p>¿Puede?: recibo</p> <p>¿Cuales?: Grupo Ramos</p> <p>¿Con?: Marzo-2019</p>

Fuente 5: Guía de procedimientos para la recolección de Información.

Elaboración propia.

En la encuesta se obtuvieron que 69.29% considera que la empresa no cuenta con una adecuada planificación presupuestaria mientras que 30.20% considera que si y que la necesidad de tener un plan de inventario, debido a que no satisfacen las necesidades porque no se distribuyen de manera adecuada, los porcentajes de distribución que asigna la administración a los diferentes departamentos, no cuentan con un estudio previo de requerimientos, provocando insatisfacción en los procesos. Puesto que no se pueden desarrollar las actividades de manera normal, que dicha asignación de presupuestos, no permite el cumplimiento de los objetivos institucionales. Ver gráfico 6.

Imagen 6: Análisis de la encuesta.

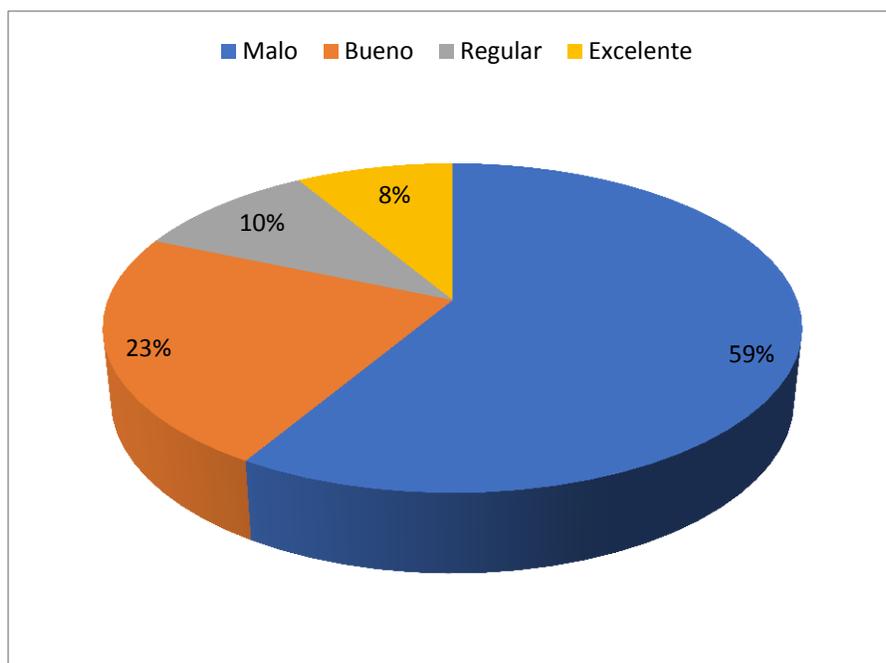
Pregunta	Respuesta	Análisis e interpretación
<p>¿Considera Ud. Que la empresa , cuenta con una adecuada planificación presupuestaria, para cumplir con los objetivos de esta?</p>		<p>Análisis: El 69.29. de las persona, encuestadas, respondieron que la empresa no cuenta con una adecuada planificación presupuestaria, mientras que el 30.20% dice que si</p>
		<p>Interpretación: Por consiguiente GR, no cuenta con la adecuada planificación presupuestaria para cumplir con los objetivos</p>

Fuente 6: Análisis de la encuesta. Elaboración propia.

Para la pregunta ¿Califique la calidad de la información financiera que proporciona Grupo Ramos, en base a la planificación presupuestaria del área de bebidas?

59% consideran mala, la calidad de la información financiera que proporciona Grupo Ramos, en base a la planificación presupuestaria del área de bebidas mientras que 23% considera que es buenas, el 10% regular y 8 % excelente. Es necesidad de tener cada departamento con la comunicación necesaria. Ver gráfico 7.

Imagen 7: Análisis de la encuesta pregunta 2.



Fuente: Análisis de la encuesta pregunta 2.

El 80% de las persona, encuestadas, respondieron que la empresa no se cumple los objetivos al 100%, que el porcentaje de cumplimiento es de un 25%. Ver gráfico 8.

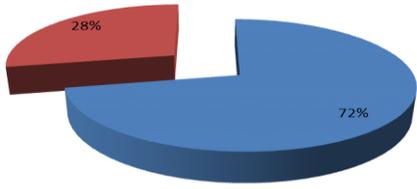
Imagen 8: Análisis de la encuesta pregunta 3.

Pregunta	Respuesta	Análisis e interpretación
<p data-bbox="298 457 669 562">¿En qué medida se cumplen los objetivos institucionales, considerando el presupuesto?</p> 		<p data-bbox="1143 420 1422 697">Análisis: El 80% de las persona, encuestadas, respondieron que no cumplen los objetivos institucionales al 100%, que el porcentaje de cumplimiento es de 25%.</p>

Fuente: Análisis de la encuesta pregunta 3.

El 72% de las persona, encuestadas, respondieron que es necesario establecer un sistema de control interno, que permita gestionar los inventarios, mientras que el 28% dicen no. Ver gráfico 9.

Imagen 9: Análisis de la encuesta pregunta 4.

Pregunta	Respuesta	Análisis e interpretación						
<p>¿Considera Ud. que es necesario establecer un sistema de control interno, que permita gestionar los inventario?</p>		<p>Análisis: El 72% de las persona, encuestadas, respondieron que es necesario establecer un sistema de control interno, que permita gestionar los inventario, mientras que el 28% dicen no.</p>						
<p style="text-align: center;">Ventas</p> <p style="text-align: center;">■ SI ■ NO</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SI</td> <td>72%</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>28%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	SI	72%	NO	28%		
Respuesta	Porcentaje							
SI	72%							
NO	28%							

Fuente: Análisis de la encuesta pregunta 4

2.7 Análisis de los expedientes del año 2017.

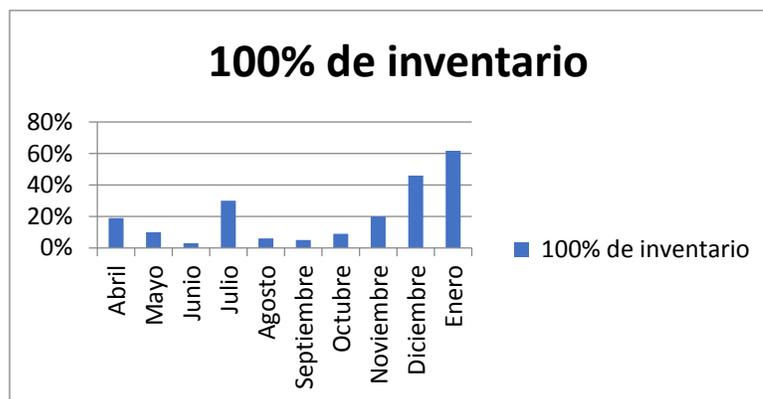
Este análisis nos muestra, la variación de los días de inventario entre los diferentes meses, se puede analizar que el mes con el volumen más alto es Enero con 62%, por la alta rotación o ventas de los materiales de bebidas.

Imagen 10: Días de inventario 2017

Meses	100% de inventario
Abril	19%
Mayo	10%
Junio	3%
Julio	30%
Agosto	6%
Septiembre	5%
Octubre	9%
Noviembre	20%
Diciembre	46%
Enero	62%

Fuente: Días de inventario 2017. Elaboración propia.

Imagen 11: Variación de los días de inventario 2017

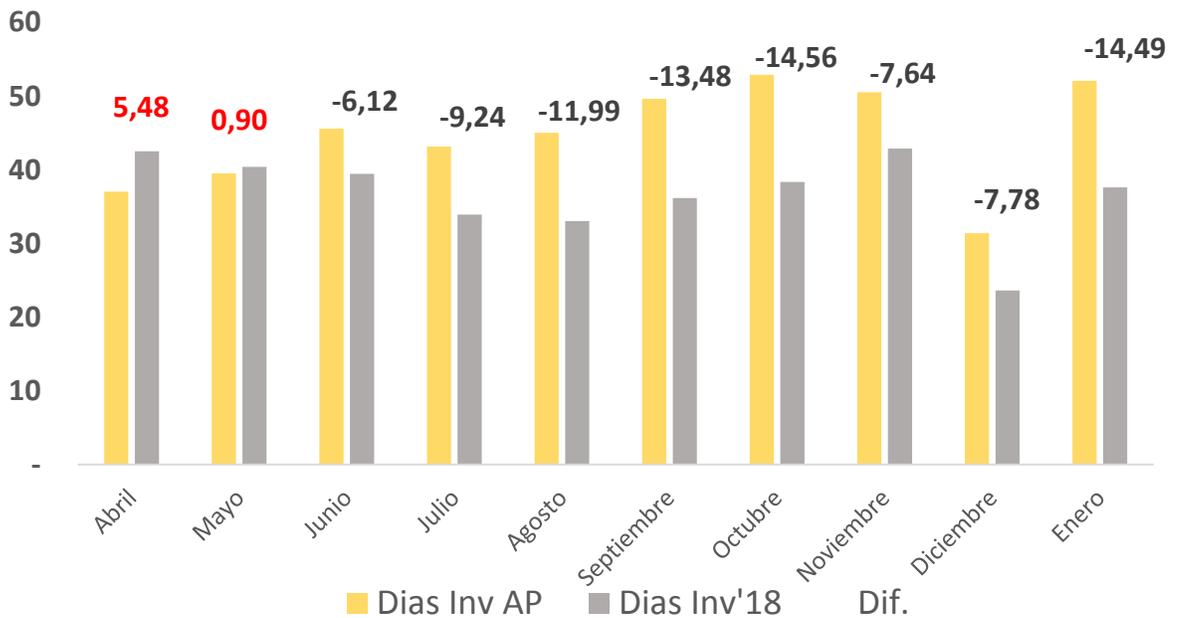


Fuentes: Variación de los días de inventario 2017. Elaboración propia.

2.8 Desempeño Días Inventario Abril-Enero 2018

Se puede ver los registros de los días de inventario correspondiente al periodo Abril-Enero 2017-2018 de la empresa Grupo Ramos, en donde se puede evidenciar la situación del alto volumen de inventario. Cabe destacar que se realizó un análisis al área operativa, área de recibo y el área de despacho, mediante la tabulación del expediente de registro de material no conforme correspondiente a los 2 años 2017-2018, en la cual nos indica la cantidad de inventario en días.

Imagen 12: Comparación de los días de inventario 2017 con 2018



Fuente: Comparación de los días de inventario 2017 con 2018. Elaboración propia.

Las diferencia entre los días de inventario, encontrada entre los dos periodo es de un 15% menor al año 2017.

CatMan	Dias Inv'18	Año Pasado	%
Bebidas	52.23	61.69	-15.3%

2.9 Merma de los proveedores

Esta merma, que frecuentemente presentamos en el área de recibo y en las tiendas, el volumen más alto se presenta en el mes de diciembre para un total de 253.78%, debido a las diferentes importaciones que llegan de vinos y sidras, esta merma genera grande faltantes.

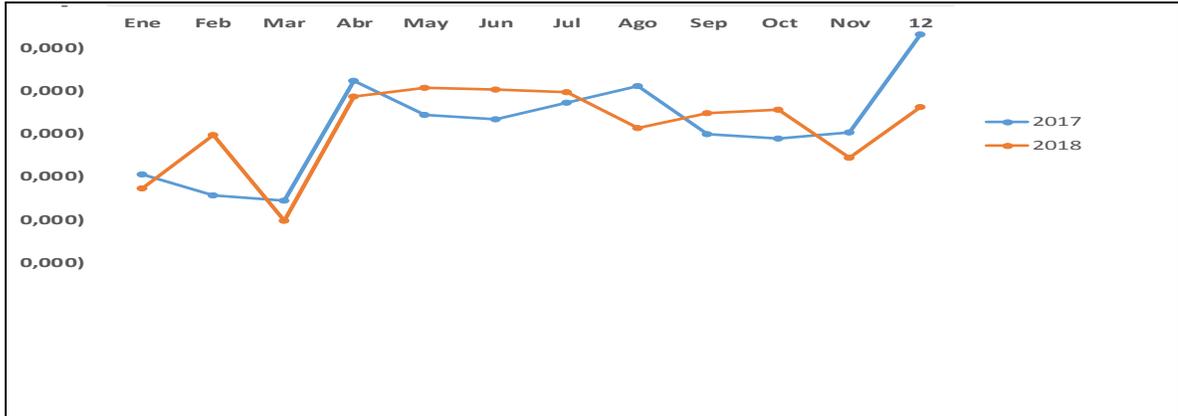
Imagen 13: Diferencia Merma de los proveedores

MERMA POR PROVEEDORES				
Proveedor	(Todas)	<input type="button" value="v"/>	} Seleccionar	
CatMan	BEBIDAS	<input type="button" value="v"/>		
Categoría	(Varios elementos)	<input type="button" value="v"/>		
Mes		2017	2018	%
Ene		(3,943,635)	(4,266,293)	8.18%
Feb		(4,428,769)	(3,017,976)	-31.86%
Mar		(4,567,442)	(5,024,935)	10.02%
Abr		(1,768,861)	(2,135,709)	20.74%
May		(2,559,559)	(1,912,280)	-25.29%
Jun		(2,667,436)	(1,970,895)	-26.11%
Jul		(2,270,718)	(2,024,911)	-10.83%
Ago		(1,888,160)	(2,855,174)	51.21%
Sep		(2,997,821)	(2,521,748)	-15.88%
Oct		(3,101,042)	(2,424,798)	-21.81%
Nov		(2,970,357)	(3,561,205)	19.89%
12		(672,596)	(2,379,529)	253.78%

Fuente: Diferencia Merma de los proveedores (Grupo Ramos).

La variación de merma en estos años es notable en cambio que se obtuvo en el 2018, pero es muy costoso el precio que se paga por las merma.

Imagen14: Variación de merma 2017 con 2018.



Fuente: Variación de merma 2017 con 2018. Elaboración propia.

Este monto en dinero representa la merma, este cálculo es realizado porcentualmente sobre los números de ventas, para visualizar los impactos que simboliza sobre los márgenes de rentabilidad.

Imagen 15: Merma representada en efectivo.



Fuente: Merma representada en efectivo. (Grupo Ramos).

2.9.1 Análisis de Merma: esta representa la pérdida o reducción monetaria de la empresa, la cual es inevitable pero que puede ser controlada con revisiones y creaciones de procesos o procedimiento. Si calculamos cada merma en peso o en porcentaje.

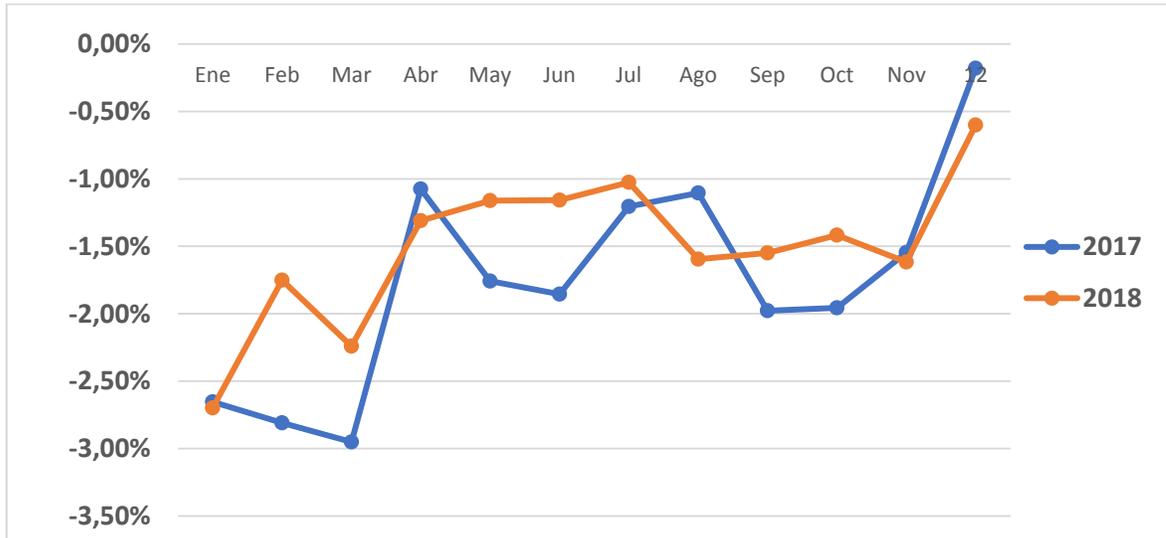
Imagen 16: Comparación de merma 2017-2018 porcentual.

Merma Vs Costo de Venta				
Mes		2017	2018	%
Ene		-2.65%	-2.70%	1.71%
Feb		-2.81%	-1.75%	-37.65%
Mar		-2.95%	-2.24%	-24.04%
Abr		-1.08%	-1.31%	21.78%
May		-1.76%	-1.16%	-33.97%
Jun		-1.85%	-1.16%	-37.58%
Jul		-1.21%	-1.03%	-14.85%
Ago		-1.10%	-1.60%	44.45%
Sep		-1.98%	-1.55%	-21.62%
Oct		-1.96%	-1.42%	-27.57%
Nov		-1.55%	-1.62%	4.61%
12		-0.18%	-0.60%	233.16%
Total		-1.57%	-1.43%	

Fuente: Comparación de merma 2017-2018 porcentual. Elaboración propia.

Las pérdidas provocadas por las roturas pueden contemplarse también dentro de las posibles pérdidas de margen.

Imagen 17: Perdidas de margen.



Fuente: Perdidas de margen. Elaboracion propia.

2.10 Aplicando Capital de trabajo

Puede establecer el equilibrio, se analizan la unión de varios elementos en ello se encuentran los valores negociables, los inventarios, el efectivo y cuenta por cobrar, esta herramienta es muy utilizada para analizar el presupuesto de compras ya que la fuente principal del capital de trabajo son las ventas a los clientes. Este capital positivo quiere decir que la empresa posee más activos líquidos que deudas con vencimiento en el tiempo.

Imagen 18: Análisis de capital de trabajo.

Proveedor (Varios elementos)		CatMan BEBIDAS		Categoria (Varios elementos)		Seleccionar				
Mes	2017			2018			Ventas	Var		
	Ventas (RD\$ miles)	Margen%	Días Inventar	Ventas (RD\$ miles)	Margen%	Días Inventario		Margen% PBS	Días Inventario	
Enero	RD\$21,095	25.6%	33.19	RD\$19,816	20.0%	49.00	-6.1%	-552.09pt	47.7%	
Febrero	RD\$22,387	19.0%	25.80	RD\$22,376	21.1%	40.92	-0.1%	209.43pt	58.6%	
Marzo	RD\$20,699	22.1%	33.39	RD\$23,035	19.2%	38.87	11.3%	-292.71pt	16.4%	
Abril	RD\$19,742	26.6%	31.14	RD\$19,735	21.2%	36.96	0.0%	-533.82pt	18.7%	
Mayo	RD\$18,515	27.6%	36.51	RD\$19,866	22.1%	39.31	7.3%	-549.36pt	7.7%	
Junio	RD\$16,964	29.1%	43.22	RD\$19,373	22.5%	35.76	14.2%	-659.01pt	-17.3%	
Julio	RD\$21,309	18.9%	39.04	RD\$22,245	19.4%	29.45	4.4%	51.38pt	-24.6%	
Agosto	RD\$19,956	20.3%	36.45	RD\$22,788	23.1%	27.24	14.2%	278.74pt	-25.3%	
Septiembre	RD\$20,768	20.3%	35.79	RD\$18,942	23.6%	30.93	-8.8%	329.64pt	-13.6%	
Octubre	RD\$17,500	18.9%	42.75	RD\$17,615	24.2%	50.88	0.7%	529.76pt	19.0%	
Noviembre	RD\$18,443	18.3%	37.76	RD\$30,443	18.7%	42.61	65.1%	38.12pt	12.8%	
Diciembre	RD\$29,267	17.1%	34.14	RD\$32,825	18.3%	26.42	12.2%	117.29pt	-22.6%	
Total	RD\$246,647	21.7%	35.41	RD\$269,058	20.8%	36.80	9.1%	-85.63pt	3.9%	

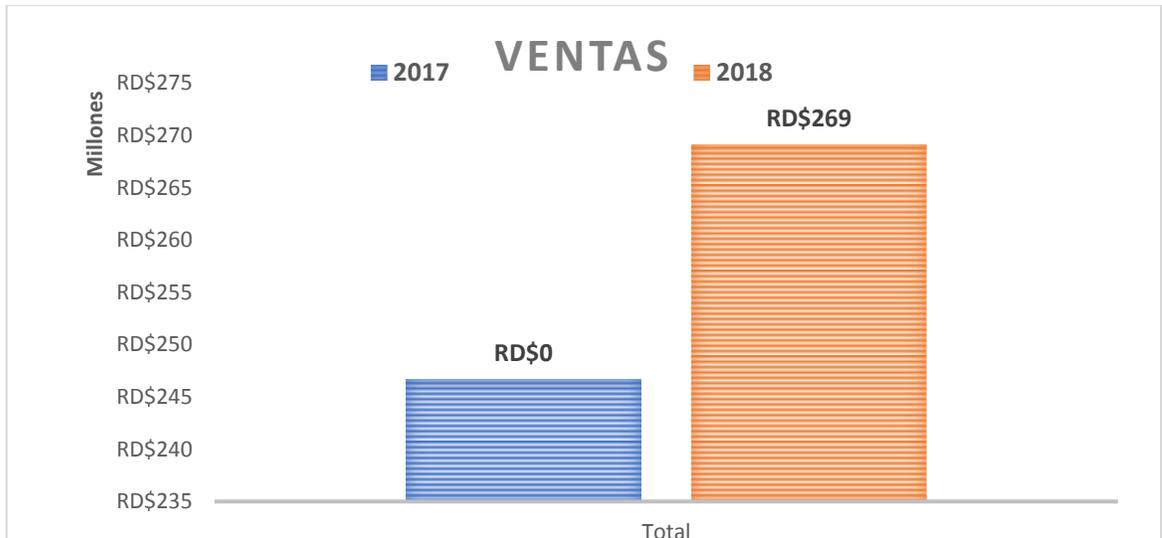
Capital de Trabajo

Proveedor	(Varios elementos)
CXP	3,273,220,727
Inventario	137,827,207
Capital de trabajo	3,135,393,520

Fuente: Análisis de capital de trabajo. Elaboración propia.

Estas ventas muestran las tendencias que se producen en el volumen del tiempo, no necesariamente el tener mayores ventas significa mayor ganancia, porque está el factor del margen.

Imagen 19: Tendencia de ventas 2017, 2018.

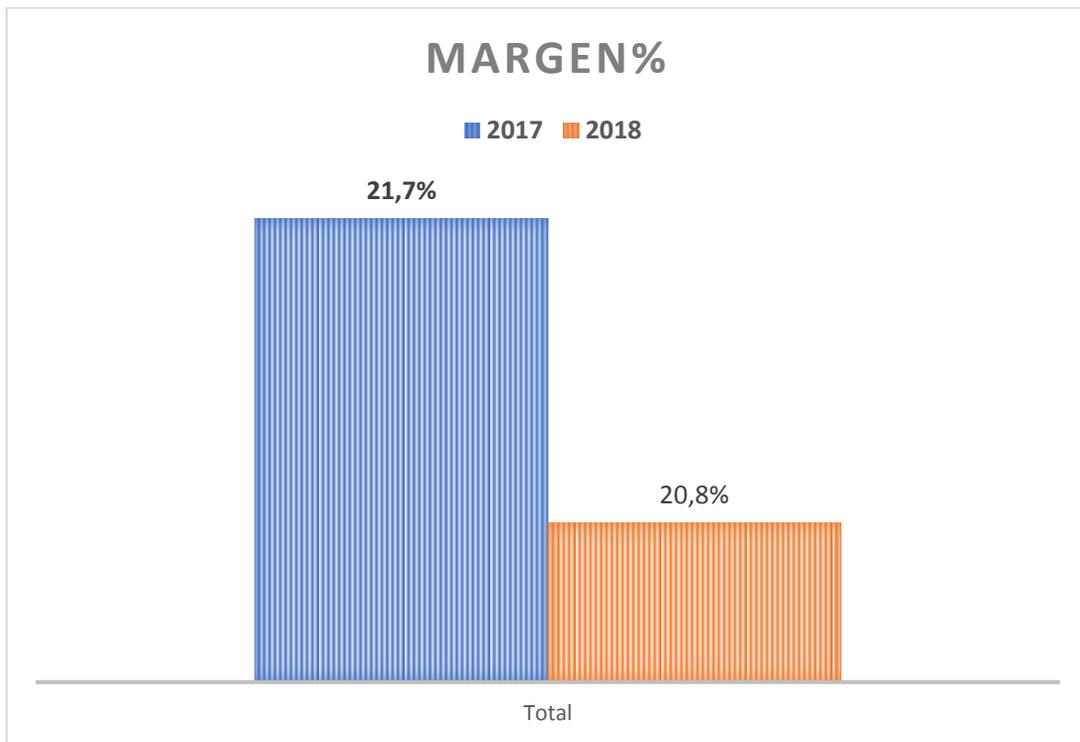


Fuente: Tendencia de ventas 2017, 2018. Elaboración propia.

2.10.1 Indicadores de Rendimiento o rentabilidad

Comparando los años 2017-2018, se puede apreciar que el 2017, el margen es mayor, representando ganancia para la empresa aquí podemos medir la efectividad que tiene la administración en el manejo de los costos y gastos, buscando que el margen de contribución sea alto y obtener así un margen neto de utilidad favorable para la empresa. Se determina el porcentaje que queda de cada peso por venta después de deducir todos los gastos. Mientras más alto se mantenga el margen más éxito tiene la compañía.

Imagen 20: Comparación de total de marguen.



Fuente: Comparación de total de marguen. Elaboración propia.

Conclusión

En este capítulo se analizar los resultados de la investigación y la planificación presupuestaria empírica que utiliza la institución actualmente, que no permite que los distintos departamentos puedan desarrollar sus actividades con eficacia, esto se refleja en las encuestas realizadas a los colaboradores de Grupo Ramos, y se visualiza los departamentos de recibí, despacho y control de inventario.

CAPITULO III

PROPUESTA DE PRESUPUESTO DE COMPRAS LOCALES E

IMPORTADAS GRUPO RAMOS CATEGORÍA DE BEBIDAS

CAPITULO III. PROPUESTA DE PRESUPUESTO DE COMPRAS LOCALES E IMPORTADAS GRUPO RAMOS CATEGORÍA DE BEBIDAS

En este capítulo se detalla la solución al problema de investigación utilizada, el mismo que se encuentra enfocado en los principales procedimientos que realiza la institución, con la finalidad de proporcionar alternativas de mejoramiento y desarrollo de Grupo Ramos, acerca de los resultados alcanzados a través del análisis, se puede tener un plan de compras para el áreas de bebidas eficiente, la cual permite la diversificar la inversión aumentando la rentabilidad a la vez que se mitiga el riesgo inherente de las competencias. Tomando en cuenta los resultados obtenidos de las encuestas, en efecto es imprescindible la implementación de un sistema de control para elaborar presupuestos. se plantea la elaboración de los diferentes modelo de presupuestos dentro de los cuales se encuentra el Operativo y Financiero de la empresa objeto, tomando como referencia que el presupuestos operativo se encarga de planificar y controla todos las actividades operativa que tiene la empresa según su naturaleza, este a su vez conformado por diferentes célula como son las ventas, compras, inventario, gastos de publicidad y otros, mientras que en el financiero este se encarga de planificar y controlar aquellas variable permiten administrar los recursos de la entidad de forma más eficiente de los cuales se destacan principalmente las inversiones, los gastos administrativos, los ingresos, el capital y las utilidades.

3.1 Importancia de la propuesta

Perseguir cumplir con el planeamiento logístico en los procesos de aprovisionamiento, importación y almacenamiento de mercancías a ser comercializadas en las sucursales, manteniendo en control los inventarios y mermas, para garantizar el surtido de las tiendas, reduciendo los costos de operaciones de la cadena de suministro y los tiempos de entrega. La empresa necesita llegar a estrategias que permitan dar respuesta a la necesidad de minimizar inventarios, para ajustarse a las necesidades del mercado competitivo. Los excesivos días de inventario genera pérdida significativa, se nota la necesidad de implementar estrategias para la reducción de costos. Ya que, las empresas que quieren perpetuar su esquema de negocio deben racionalizar sus gastos acordes a la situación de mercado que estamos viviendo. Otras necesidades de mejora a tomar en cuenta por parte de la compañía son: reducir los faltantes en góndola para poder cumplir con la satisfacción de los clientes, dado que se puede observar que los inconvenientes arriba mencionados están afectando el rendimiento de los mismos. Por tal razón se hace necesario adoptar indicadores para el presupuesto de compras, los cuales nos permitan medir la variación de las ventas y el control de la compra de materiales, para la reducción de los costos operacionales.

3.2 Beneficios de la implementación

Reducción de los inventarios, control en las compras, cubrir margen, reducción de los faltantes en las góndolas, atraer más clientes y satisfacer sus necesidades, control de merma, el material tiene mejor manejo en el almacén, entre los procesos de recibo y despacho. Si tiene un inventario controlado puede lograr reducir materiales el vencimiento. Control en la caducidad. Ser útil para poder analizar, precisar y ser oportuno, tener la capacidad para evaluar el desempeño de los colaboradores y ser el soporte para la asignación de los recursos. Mejora la calidad de almacenamiento del producto, ya que hay mayores controles de revisión.

Los beneficios que obtendrá la empresa mediante esta mejora son muy importante es decir obtener reducción de costo, los cuales, le dará a la empresa un aumento de la utilidades.

3.3 Objetivo de la propuesta.

Cuidar el funcionamiento de los métodos contables y financieros de la institución, con la intención de testificar que nuestra organización cumpla. Reducir la brecha entre los métodos de compras y la demanda real de las ventas. Controlar y medir los resultados cuantitativos y específicos. Contribuir a crear el plan de recibo y el plan de inventario, bajar los días de inventario y reducción de faltantes en góndola. Al reducirse los días de inventario, disminuyen los costos. Al disminuir los costos, aumenta en margen y la rentabilidad. Realizar presupuesto de compras que contribuya a optimizar los planes actuales que ejecuta la empresa. Minimizar los niveles del inventario y los

costos, resulta crucial prever cuándo se necesitarán los materiales, eficiencia el fill Rate de los proveedores.

3.4 Posibles propuestas de mejoras

Realizar presupuesto de compras, inventario y ventas, que contribuya a optimizar los planes actuales que ejecuta la empresa para mejorar el proceso del presupuesto de compras importadas y locales, para optimizar los niveles y costos de inventario. Medición de inventario y la recepción de los proveedores.

3.4.1 Variación de los días de inventario

Creación del plan de inventario se debe iniciar por balancear los inventarió en las diferentes tiendas, y en el centro de distribución. Control de Inventarios CDSL, debe hacer el simulacro de conteo para entender la situación ante de realizar el inventario general, para eliminar riesgo de pérdidas y hacer los ajustes en el momento indicado. Llegar a bajar los días de inventario de 52.16 a 35.6, con una diferencia de 16.56 días.

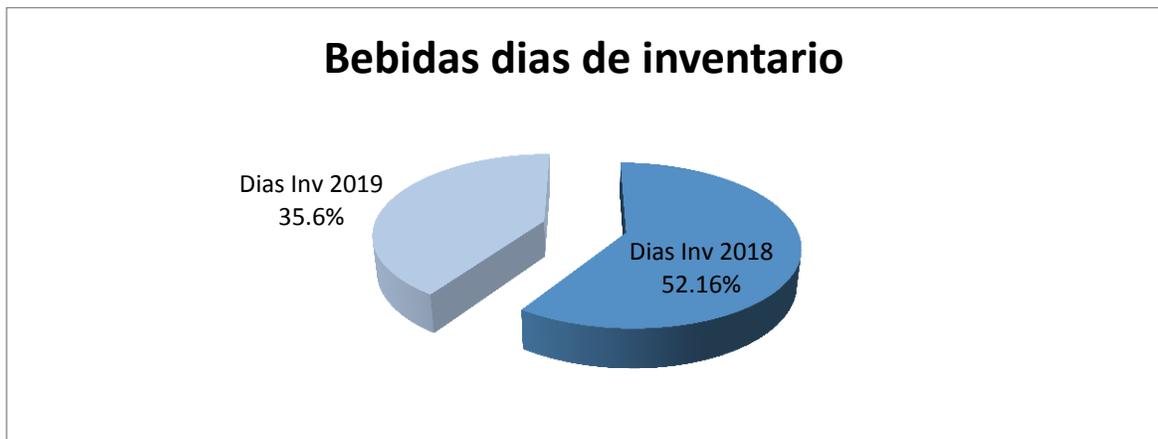
Imagen 21: Variación de los días de inventario 2018-2019



Imagen: Variación de los días de inventario 2018-2019. Elaboración propia.

Imagen 22: Análisis comparativo días de inventario 2018- 2019.

Áreas	Días Inv. 2018	Días Inv. 2019	% Var
Bebidas	52,16	35,06	16,56



Fuente: Análisis comparativo días de inventario 2018 -2019. Elaboración propia.

3.4.2 Presupuesto de inventario

Este presupuesto tiene como finalidad determinar el inventario final del 2019 se razonó factores importante como el inventario final al 2018.

Imagen 23 Presupuesto de inventario.

Grupo Ramos
PRESUPUESTO DE INVENTARIO
AÑO 2019, RD\$

Inventario	Inventario
Inicial	Final
323.210	340.456

Formatos	Cantidad Materiales	Cant. Materiales Inv. 0	% de materiales sin inventario	%Directo	%Centro	%Importado	%Inventario Local
GRUPO RAMOS	273.814	12.959	4,73%	5,89%	4,41%	1,60%	3,13%
APREZIOS	54.768	1.663	3,04%	4,41%	2,86%	0,91%	2,13%
LA SIRENA	174.918	8.955	5,12%	6,02%	4,80%	1,68%	3,44%
SUPER POLA	44.128	2.341	5,31%	6,39%	5,07%	2,15%	3,16%

Material	Cantidad Materiales	Cant. Materiales Inv. 0	% de materiales sin inventario	%Directo	%Centro	%Importado	%Local	Categori
LICORES	7.910	222	2,81%	16,06%	2,57%	1,15%	1,66%	BEBIDAS
VINOS Y SIDRAS	11.496	489	4,25%	0,00%	4,28%	3,47%	0,78%	BEBIDAS
CERVEZAS	2.418	221	9,14%	8,57%	9,15%		9,14%	BEBIDAS
AGUA Y HIELO	1.800	86	4,78%	14,71%	4,59%	2,06%	2,72%	BEBIDAS
MALTAS	946	27	2,85%	0,00%	3,07%	0,00%	2,85%	BEBIDAS
JUGOS Y BEBIDAS REFR	11.162	532	4,77%	3,03%	5,12%	0,87%	3,90%	BEBIDAS
REFRESCOS	5.099	168	3,29%	100,00%	3,26%	0,41%	2,88%	BEBIDAS

Fuente: Presupuesto de inventario. Elaboración propia.

Imagen 24: Simulador de inventario.

Simulacro Generación de Conteos Inventario General AF-2018		
Generación de conteos "Ubicaciones con inventario"		Plan de Acción "Ubicaciones no generadas"
Ubicaciones con Inventario	15,034	Verificar la configuración de las ubicaciones que no generaron conteos
Ubicaciones Generadas "Conteo"	15,021 99.9%	
Ubicaciones No Generadas	13 0.1%	
Generación de conteos "Ubicaciones Vacías"		Plan de Acción "Ubicaciones no generadas"
Ubicaciones Vacías en Sistema	17,573	Verificar la configuración de las ubicaciones que no generaron conteos
Ubicaciones Generadas "Conteo"	17,398 99%	
Ubicaciones No Generadas	175 1%	

Fuente: Simulador de inventario. Elaboración propia.

3.4.3 Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas es la predicción de las ventas de la empresa que tienen como prioridad determinar el nivel de ventas real proyectado por una empresa, éste cálculo se realiza mediante los datos de demanda pasada y actual. La base sobre la cual descansa el presupuesto de ventas y las demás partes del presupuesto maestro, es el pronóstico de ventas, para la elaboración este presupuesto fue partiendo de análisis del comportamiento de las ventas de los últimos dos años según las informaciones financieras suministrada.

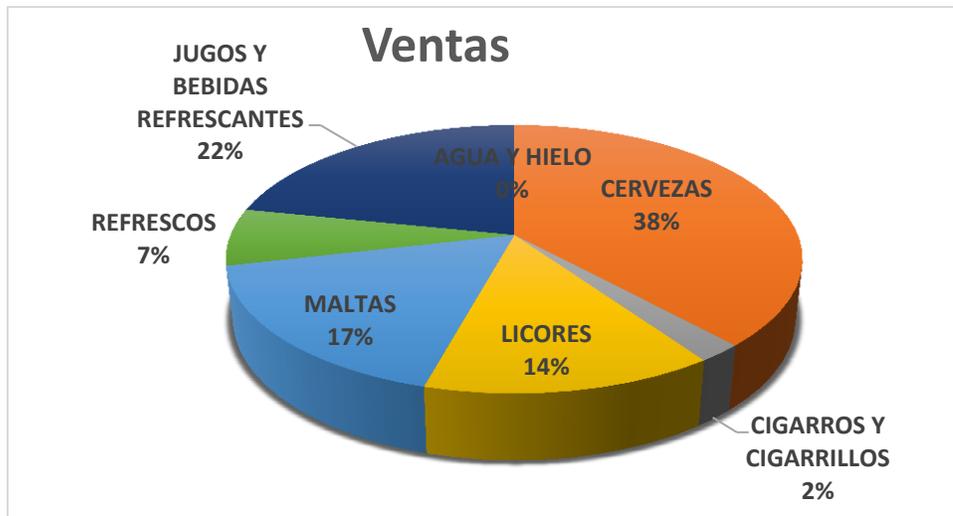
Imagen 25: Presupuesto de ventas.

Grupo Ramos
PRESUPUESTO DE VENTAS
AÑO 2019, RD\$
Cédula 01

	2017	2018	2019
Mes	Ventas (RD\$ miles)	Ventas (RD\$ miles)	Ventas (RD\$ miles)
Enero	RD\$32.837	RD\$33.983	34.890
Febrero	RD\$34.572	RD\$36.674	37.581
Marzo	RD\$34.168	RD\$69.772	70.679
Abril	RD\$36.196	RD\$37.654	38.561
Mayo	RD\$29.486	RD\$38.249	39.156
Junio	RD\$29.094	RD\$52.745	53.652
Julio	RD\$55.678	RD\$59.395	60.302
Agosto	RD\$41.521	RD\$55.091	55.998
Septiembre	RD\$36.266	RD\$47.671	48.578
Octubre	RD\$34.304	RD\$48.473	49.380
Noviembre	RD\$45.029	RD\$84.837	85.744
Diciembre	RD\$56.549	RD\$79.702	80.609
Total	RD\$465.703	RD\$644.246	645.153

Fuente: Presupuesto de ventas. Elaboración propia.

Imagen 26: Ventas por categorías.



Fuente: Ventas por categorías. Elaboración propia.

3.4.4 Presupuesto de compras

Este presupuesto tiene como finalidad determinar que se debe comprar para hacer frente a las proyecciones de ventas tomando como referencia el inventario y las ventas. Para este fue realizado un análisis del comportamiento de compra de los años antes 2017-2018, además del inventario final al 2018.

Imagen 27: Presupuesto de compras 2019.

Políticas de la empresa		% participación de Ventas	
Costo de Venta (%)	35%	Matriz	65%
Inventario de seguridad	20%	Sucursal	35%
Política de compras (%)	45% del CV del mes siguiente		

Unidades a Vender Anual	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Matriz	\$ 15.200,00	\$ 13.100,00	\$ 11.300,00	\$ 9.200,00	\$ 10.400,00	\$ 9.100,00	\$ 8.589,00	\$ 11.100,00	\$ 7.100,00	\$ 6.800,00	\$ 12.300,00	\$ 12.900,00
Sucursal	\$ 5.320,00	\$ 8.515,00	\$ 7.345,00	\$ 5.980,00	\$ 353.600,00	\$ 5.915,00	\$ 5.583,00	\$ 7.215,00	\$ 2.414,00	\$ 4.420,00	\$ 7.995,00	\$ 8.385,00
Total de Ventas	\$ 20.520,00	\$ 21.615,00	\$ 18.645,00	\$ 15.180,00	\$ 364.000,00	\$ 15.015,00	\$ 14.172,00	\$ 18.315,00	\$ 9.514,00	\$ 11.220,00	\$ 20.295,00	\$ 21.285,00

Presupuesto de Compras

Unidades a Vender Anual	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inventario Final	\$ 3.404,56	\$ 2.936,79	\$ 2.391,05	\$ 57.330,20	\$ 2.365,06	\$ 2.232,29	\$ 2.884,81	\$ 1.498,66	\$ 1.767,35	\$ 3.196,66	\$ 3.352,59	\$ 0,20
Costo de ventas (CV)	\$ 7.182,00	\$ 7.565,25	\$ 6.525,75	\$ 5.313,00	\$ 127.400,00	\$ 5.255,25	\$ 4.960,20	\$ 6.410,25	\$ 3.329,90	\$ 3.927,00	\$ 7.103,25	\$ 7.449,75
Total Necesario	\$ 10.586,56	\$ 10.502,04	\$ 8.916,80	\$ 62.643,20	\$ 129.765,06	\$ 7.487,54	\$ 7.845,01	\$ 7.908,91	\$ 5.097,25	\$ 7.123,66	\$ 10.455,84	\$ 7.449,95
-Inventario Inicial	\$ 3.232,10	\$ 3.404,56	\$ 2.936,79	\$ 2.391,05	\$ 57.330,20	\$ 2.365,06	\$ 2.232,29	\$ 2.884,81	\$ 1.498,66	\$ 1.767,35	\$ 3.196,66	\$ 3.352,59
Total de Compras	\$ 7.354,46	\$ 7.097,48	\$ 5.980,01	\$ 60.252,15	\$ 72.434,86	\$ 5.122,48	\$ 5.612,72	\$ 5.024,09	\$ 3.598,60	\$ 5.356,31	\$ 7.259,18	\$ 4.097,36

Fuente: Presupuesto de compras 2019. Elaboración propia.

3.5 Costo de la propuesta seleccionada

Imagen 28: Análisis de costos para la implementación.

ANÁLISIS COSTO	
Costos de Operación	Monto (USD)
Seguimiento del proyecto	\$ 1,200
Salario del Coordinador de proyecto	\$ 1,000
Difusión del proyecto en la compañía	
Materiales didácticos para capacitación	\$ 200
Costos de Inversión	

Implementación de Equipos de Trabajo	\$ 800
Implementación del plan de recibo	\$ 3.000
Implementación de proceso de despacho	\$ 1.000
COSTO TOTAL	\$6,200

Fuente: Análisis de costos para la implementación de la mejora. Elaboración propia.

Se puede observar en esta tabla que el costo de implementación es de \$6,200 USD, para esta mejora de presupuesto de compras locales e importadas.

RECOMENDACIONES

Para poder alcanzar una implementación del proyecto de mejora exitosa, es necesario el compromiso de la gerencia, dando mayor apoyo y seguimiento en las actividades y sobre todo aportando los recursos necesarios, también comprometer a la gente por medio de la lluvia de ideas con el fin de mejorar el proceso. Realizar las debidas capacitaciones de lugar al encargado y a los supervisores con el objetivo de implementar correctamente las actividades del plan de mejora. Buscar una persona especializada para la creación de presupuestos que sirva como guía para la elaboración técnica y viable del mismo, en base a los parámetros que se establecerán a lo largo de la investigación. Que sus funciones y responsabilidades sean asignadas de forma escrita.

Deben contar con políticas y procedimientos internos, para la conveniente gestión del proceso. Deben confirmar las peculiaridades y situación real de estas.

Control de Inventarios CDSL, debe hacer el simulacro de conteo para entender la situación ante de realizar el inventario general, para eliminar riesgo de pérdidas y hacer los ajustes en el momento indicado. Con esta medida baja las merma y controlan los días de inventario.

Realizar la clasificación y evaluación de proveedores por medio del desarrollo de los Scorecards y estados de Ganancias y Pérdidas para los proveedores.

Coordinar los diferentes centros de costo para que se certifique la partida de la empresa en forma integral.

Proyectar los resultados de la organización en capital y volúmenes.

Registrar el manejo de ingresos y egresos de la empresa.

Sistematizar y relacionar las actividades de la organización.

Es necesario usar herramientas en la toma de decisiones, propicia para la compañía.

El estudio de este sistema le permitirá a la institución contar con un conjunto de reglas y medidas que faciliten la toma de decisiones en la administración. Además, demostrar que su implementación mejorará su administración. Implementar funciones y responsabilidades a cada departamento; además, establecer el principio y fin en autoridad como el de responsabilidad para cada persona. Esta definición de responsabilidad en cada área, permite solicitar el informe de los requerimientos para cada proyecto a ejecutarse. Para ello, debe considerarse: número de empleados necesarios, inventario, materiales, insumos, y el tiempo que se va emplear. Y una vez realizado el informe, tomando en cuenta futuros imprevistos. Es necesario desarrollar un presupuesto, que contemple con todas las actividades de la institución, con el propósito de demostrar los modelos que se pueden emplear en una planificación y control de flujos financieros.

CONCLUSIONES

La planificación presupuestaria empírica que utiliza la institución, no permite que los distintos departamentos puedan desarrollar sus actividades con eficacia, esto se refleja en las encuestas realizadas a los colaboradores de la institución, quienes consideran que el 58.30% de los recursos estipulados, son entregados a tiempo; sin embargo, se necesita tener un plan establecido de las dos áreas relacionada recibo y control de inventario.

Por respuestas obtenidas de los encuestados, la institución cuenta con un 50.15% de documentación que faciliten la gestión presupuestaria, siendo estos: políticas, procedimientos, registros, funciones y responsabilidades. Grupo Ramos, no posee un sistema de control de presupuestos que faciliten y ayuden a la gestión de la planificación presupuestaria, excitando que los procesos en cada departamento, se realicen de manera empírica y tratando de ajustarse a las necesidades que se presentan. Esto, burocratiza las actividades a ejecutarse por falta de compromiso de los responsables a las disposiciones expresadas.

Los resultados de la implementación de esta metodología, alcanzaran la plena satisfacción de nuestros clientes, en los cuales se reducen los faltantes y baja los costos.

Cabe reiterar que de ésta manera se logrará que Grupo Ramos, se vuelva más competitiva en el ámbito que se encuentra, dando una excelente atención a sus clientes internos como externos, ofertando calidad a sus beneficiarios.

BIBLIOGRAFÍA

- BURBANO, J. (2005) Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. Mc Graw Hill Bogotá. Tercera Edición.
- BURBANO, J. (2011) Presupuestos: Enfoque de Direccionamiento estratégico, Gestión y control de Recursos. Mc Graw Hill Bogotá. Cuarta Edición.
- DEL RIO GONZALEZ CRISTOBAL. (2000). El Presupuesto. Ediciones Contables, Administrativas y Fiscales. MEXICO: OCTAVA.
- DEL RIO SANCHEZ CRISTOBAL. DEL RIO SANCHEZ RAYMUNDO (2009). Generalidades Tradicional Áreas y Niveles de Responsabilidad. Ediciones. MEXICO: DECIMA
- LAWLER, D. (1992) Finanzas de los Negocios para Administradores Ediciones de la secretaría de postgrado UNELLEZ – San Fernando de Apure – Venezuela
- MORALES FELGUERES, Carlos. (1998) Presupuestos y Controles en las Empresas. Ediciones Contables, Administrativas y Fiscales S.A., México, 399 p
- Burbano Ruiz Jorge y Ortiz Gómez Alberto. (1995). Enfoque Moderno de la planeación y control de recursos. Santa Fe de Bogotá: segunda edición.
- <https://idalba.wordpress.com/etapas-de-la-preparacion-del-presupuesto/>
- Múnich Galindo, Lourdes. (1994). Fundamentos de administración. México: Trillas.
- Eugene f. brigham scott besley. (2001). fundamento de administracion financiera. mexico: sexta edicion.

richard a. brealey stewart c. myers. (1998). principios de finanzas corporativas.
españa: quinta edicion.

horngren sundem elliott. (2001). introduccion a la contabilidad administrativa.
mexico: undecimo edicion

ROMAN RAMOS (2015)gruporamos.com/empresa

Externalsource/Redirect/Ahr0chm6ly93d3cubw9ub2dyywzpyxmuy29tl3ryywjham
9zmta0l2rllwvslxbyzxn1chvlc3rvlwvtchjlc2fyawfsl2rllwvslxbyzxn1chvlc3rvlw
vtchjlc2fyawfslInnodg1s0

Externalsource/Redirect/Ahr0chm6ly93d3cubw9ub2dyywzpyxmuy29tl3ryywjham
9zmta2l3byzxn1chvlc3rvlwvtchjlc2etchjvewvjdg8vchjlc3vwdwvzdg8tzw1wc
mvzys1wcm95zwn0by5zahrba2

Amat, J. (2010). Contabilidad Y Gestión De Costes. Editorial Gestión 2000.
España.

Dialnet.Unirioja.Es/Descarga/Articulo/5028137.Pdf

RAMIREZ, Jorge (2008) “La gestión por competencia y el impacto de la
capacitación”. (En línea).

THOMPSON, Iván (2008) “Definición de finanzas”.
promonegocios.net/economía/definicion-finanzas.html (fecha de consulta:
13-04-2010).

Repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2055/1/TA0246.pdf

Personal/Alsasas/Files/2013/02/Presupuestos-I_li.Pdf Ramírez, Alejandra Salas,
(2013), Presupuesto.

Webquery.Ujmd.Edu.Sv/Siab/Bvirtual/Fulltext/Ades0000593/C2.Pdf

Burbano Ruiz, Jorge; Presupuestos Enfoque Moderno De Planeación Y Control De Recursos. Segunda Edición. Editorial Mcgrawhill. Colombia. 1995. Pág. 3 7

Cristóbal Del Río, González. Presupuesto Tradicional Áreas Y Niveles De Responsabilidad Programas Y Actividades, Base Cero, Ejercicios Prácticos. Tercera Edición. Ediciones Contables, Administrativas Y Fiscales S.A. De C.V. (Ecafsa). México. 1998. Pág. 1-4

Obs-Edu.Com/Int/Blog-Project-Management/Conceptos-Fundamentales-Direccion-De-Proyectos/Herramientas-Basicas-Para-Elaborar-Un-Presupuesto-De-Tu-Proyecto.

Claudia Ludlow, directora de Proyectos del club de inversionistas Angel Ventures México (2009) Entrepreneur.Com/Article/268354

Eumed.Net/Libros/Index.Php

[Https://Es.Scribd.Com/Doc/229816841/Presupuesto-De-Compras-Docx](https://Es.Scribd.Com/Doc/229816841/Presupuesto-De-Compras-Docx)

Anexo

ANEXOS

GRUPO RAMOS

Entrevista

Objetivo: Mejorar el proceso del presupuesto de compras locales e Importadas, para optimizar los niveles y costos de inventario.

Fecha: _____

Datos Generales del entrevistado: _____

Años en la empresa: _____

Posición que ocupa: _____

Preguntas

1. ¿Cómo realizan el presupuesto de compras?

2. ¿Cómo se clasifica un presupuesto de compras?

3. ¿Cuáles son las características del presupuesto de compras?

4. ¿Cuáles departamento tienen una relación directa con el área de compras?

5. ¿Cuáles son las áreas que tendrían más oportunidades de crecimientos, si realizan mejora al presupuesto de compras?

6. ¿Se puede realizar el plan logístico del área de recibo con el presupuesto de compras?

7. ¿Depende el abastecimiento de los materiales, del presupuesto de compras?

8. ¿Qué relación tienen los sobre inventario con el presupuesto de compras?

9. ¿Pueden tener mejor control en los inventarios con el plan de presupuesto de compras?

10 ¿Con el plan de presupuesto de compras el área de recibo puede tener mejor desempeño?

11. Otras preguntas que pudieran surgir:

Encuesta

Objetivo, recopilar informaciones o datos que me permita previamente diseñar la investigación descriptiva de la empresa Grupo Ramos para Mejorar el proceso del presupuesto de compras locales e Importadas, área de bebidas, para optimizar los niveles y costos de inventario.

Considera Usted. que la empresa, cuenta con una adecuada planificación presupuestaria, para cumplir con los objetivos?

Si

No

¿Califique la calidad de la información financiera que proporciona Grupo Ramos, en base a la planificación presupuestaria?

Excelente

Bueno

Malo

¿En qué medida se cumplen los objetivos institucionales, considerando el presupuesto?

100%

75%

50%

25%

¿Califique el grado de comunicación entre la gerencia y los diferentes departamentos de la Fundación?

Muy buena

Buena

Regular

¿Se distribuye a tiempo los recursos en cada departamento?

Si

No

¿Considera Ud. que es necesario establecer un sistema de control interno, que permita gestionar los inventario?

Si

No

¿Considera Ud. que es necesario ante de comprar tener el plan de recibo?

Si

No

¿Depende el abastecimiento de los materiales, del presupuesto de compras?

Si

No

¿Existen vinculación explícita entre los objetivos estratégico y el presupuesto de compras?

Si

No

Se realizan proyecciones de venta y de inventario.

Si

No

¿Puede afectar los faltantes en el análisis del presupuesto de compras entre un año y otro?

Si

No

¿Considera que los volúmenes de inventario afectan la proyección del presupuesto de compras?

Siempre

Rara vez

Nunca



SOLICITUD Y AUTORIZACIÓN EMPRESARIAL PARA REALIZACIÓN DE TRABAJO FINAL

Yo, Lennis Sorilenny Ramírez cédula 10600081193, matrícula de la Universidad APEC 20171050, estudiante de término del programa de Maestría en Administración Financiera, cursando la asignatura de Trabajo Final, solicita la autorización de la empresa GRUPO RAMOS para realizar mi trabajo final sobre: PROPUESTA PARA EL PRESUPUESTO DE COMPRAS LOCALES E IMPORTADAS, y acceder a las informaciones que precisaré para este fin. Este trabajo tiene por objetivo, Mejorar el proceso del presupuesto de compras locales e Importadas, para optimizar los niveles y costos de inventario.

Tamara Navarro con el cargo
Activa de Responsabilidad Social Cédula 001-1103528-9
_____ (Firma)

Yo, de autoriza a realizar el t rabajo final arriba señalado y que el mismo podrá: Utilizar el nombre de la empresa Utilizar un pseudónimo. Ser expuesto ante compañeros, profesores y personal de la Universidad APEC. Incluido dentro del acervo de la Biblioteca de UNAPEC Ú Aplicado en el área correspondiente dentro de la empresa si responde a las necesidades diagnosticadas.

[Firma] (Firma y sello)



i

i