



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DEL
PRESUPUESTO DE COMPRAS EN PERIODOS
INFLACIONARIOS EN LA EMPRESA
VIDEO HD TECHNOLOGY C.A.**

Autora: Betsaida López
C.I. 17066037

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 DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DEL PRESUPUESTO DE
COMPRAS EN PERIODOS INFLACIONARIOS EN LA
EMPRESA VIDEO HD TECHNOLOGY C.A.**

Proyecto del Trabajo de Grado para optar al título de
Licenciado en Administración de Empresas

Autora: Betsaida López

Tutor(a): Ysabel Pantoja

San Diego, Junio de 2018

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Ysabel Pantoja portadora de la cédula de identidad N° 11807313, en mi carácter de tutor del trabajo de grado presentado por la ciudadana Betsaida Ló Portadora de la cédula de identidad N° 17066037 titulado ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DEL PRESUPUESTO DE COMPRAS EN PERIODOS INFLACIONARIOS EN LA EMPRESA VIDEO HD TECHNOLOGY C.A. presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciada en Administración de Empresas, 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, a los _____ días del mes de _____ del año 2018

Nombre
C.I:

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

pp.

ÍNDICE DE CUADROS.....		vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....		vii
RESUMEN INFORMATIVO.....		viii
INTRODUCCIÓN.....		1
CAPÍTULO		
I	EL PROBLEMA.....	3
	1.1. Planteamiento del problema.....	3
	1.1.1. Formulación del Problema.....	6
	1.2. Objetivos.....	6
	1.3. Justificación.....	7
II	MARCO TEÓRICO	9
	2.1. Antecedentes.....	9
	2.2. Bases Teóricas.....	14
	2.3. Definición de Términos.....	24
III	MARCO METODOLÓGICO	25
	3.1. Tipo y Diseño de la Investigación.....	25
	3.2. Fases Metodológicas.....	26
	Fase I.....	26
	Fase II.....	27
	Fase III.....	28
IV	RESULTADOS	29
	4.1. Análisis y presentación de los Resultados.....	29
	4.2. Análisis del Cuestionario.....	30
	4.3. Análisis de la Lista de Cotejo.....	40
V	LA PROPUESTA.....	44

	5.1. Presentación de la Propuesta.....	44
	5.2. Justificación de la Propuesta.....	45
	5.3. Objetivos de la Propuesta.....	45
	5.4. Factibilidad de la Propuesta.....	46
	5.5. Desarrollo de la Propuesta.....	46
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		47
REFERENCIAS.....		69
ANEXOS.....		62

LISTA DE CUADROS

CUADRO	CONTENIDO	p.p
1	Procedimientos para las compras	30
2	Sistema de información.....	31
3	Métodos de planeación.....	32
4	Tiempo de entrega.....	33
5	Controles administrativos.....	34
6	Presupuesto de compras	35
7	Estimaciones presupuestarias.....	36
8	Evaluación y control.....	37
9	Evaluación y control.....	38
10	Estrategias de control.....	39
11	Lista de Cotejo.....	40
12	Matriz DOFA.....	43

LISTA DE GRÁFICOS

CONTENIDO		
GRÁFICOS		p-p
1	Procedimientos para las compras	30
2	Sistema de información.....	31
3	Métodos de planeación.....	32
4	Tiempo de entrega.....	33
5	Controles administrativos.....	34
6	Presupuesto de compras	35
7	Estimaciones presupuestarias.....	36
8	Evaluación y control.....	37
9	Evaluación y control.....	38
10	Estrategias de control.....	39



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

ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DEL PRESUPUESTO DE COMPRAS EN PERIODOS INFLACIONARIOS EN LA EMPRESA VIDEO HD TECHNOLOGY C.A.

Autor: Betsaida López

Tutor: Ysabel Pantoja

Fecha: Noviembre de 2018

RESUMEN INFORMATIVO

El objetivo primordial de la investigación consiste en proponer estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A., ya que se observan debilidades en la adquisición de los materiales y equipos, debido a la variación de los precios producto del proceso inflacionario, el cual afecta el proceso presupuestario. Metodológicamente se enmarca en la modalidad de proyecto factible, con apoyo en una investigación de campo de nivel descriptivo. Entre las técnicas de información que se emplearon, se tiene en primer lugar, la encuesta mediante un cuestionario aplicado a la población objeto de estudio conformada por cinco trabajadores que laboran en el departamento de compras. A través de este instrumento se conoció la situación actual en cuanto al presupuesto de compras que se maneja en la empresa Video HD Technology C.A. En segundo lugar, se utilizó la observación directa, mediante una lista de cotejo para identificar los elementos que intervienen en el control de las compras y su relación con el proceso inflacionario, conformada por seis elementos que indican presencia o ausencia del aspecto observado. Una vez obtenida la información procedente de las técnicas de recolección, se procedió a la clasificación y agrupación de la misma para luego ser codificada, tabulada y analizada hasta llegar a resultados concretos y su respectiva interpretación y de esta manera proceder a la elaboración de la propuesta de estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa

Descriptor: Presupuesto, Compras, Gestión de compras, Presupuesto, Presupuesto de Compras, Inflación.

INTRODUCCIÓN

El presupuesto funge como un elemento de planificación y control expresado en términos económicos financieros dentro del marco de un plan estratégico, es capaz de ser un instrumento o herramienta que promueva la integración en las diferentes áreas de una empresa. Una estructura presupuestaria muestra las proyecciones en unidades físicas y monetarias, constituyendo generalmente en la base sobre la que se desarrolla la planificación integral de ingresos y egresos de la empresa a corto y mediano plazo, en función a los planes tácticos y estratégicos.

El proceso presupuestario se apoya sobre las previsiones elaboradas en función de las condiciones que configuran el entorno empresarial, en base a las cuales los directivos de la entidad realizan periódicamente una comparación entre los datos presupuestados y los reales con el fin de poder detectar y analizar las desviaciones producidas.

En este contexto, el presupuesto de compras es una herramienta que ayuda a las organizaciones ya sea tanto industrial como comercial a determinar de forma cuantitativa y financiera la cantidad de productos que se necesita para el giro del negocio, ya sea costos de producción o inventarios para la venta. Por lo tanto, la función de compras representa para cualquier empresa un factor fundamental para el crecimiento, una gestión eficaz puede representar el éxito o fracaso de la misma. Es considerada además una herramienta para el logro de objetivos corporativos asociados a la satisfacción de clientes

Es de gran interés y complejidad lo que refiere el proceso de compras ya que trata principalmente de lo que la organización necesita, en las cantidades y tiempo que ella lo requiere. Al respecto, el fenómeno inflacionario ha tenido impacto expansivo sobre las actividades que desarrollan las organizaciones, estas han presentado consecuencias como la disminución en las ventas, el aumento de los costos de la materia prima, lo que ha dificultado llevar una gestión del proceso de compras eficiente. Tal es el caso de la empresa Video HD Technology C.A., la cual presenta debilidades relacionadas

deficiencias en el manejo y control del presupuesto de compras, debido a los índices inflacionarios que afectan la adquisición de los materiales y equipos. Es por lo cual, que se plantea como objetivo general proponer estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A. La investigación se estructura en los siguientes capítulos:

Capítulo I. El Problema, se plantea la problemática de la empresa, se establecen los objetivos (Generales y Específicos), posteriormente se justifica el estudio, los alcances y la formulación del problema

Capítulo II. Marco Teórico, se describen los antecedentes del estudio y se adaptan las teorías relacionadas con la investigación, y se nombran sus bases teóricas y 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. También se presentan las conclusiones y las recomendaciones.

Finalmente se presentan las referencias bibliográficas

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

El mundo actual se caracteriza por estar en constante variación y ser el punto de convergencia de diversos factores como: globalización e internacionalización de los mercados, creciente incertidumbre del entorno, aumento notable de la competencia y de una demanda cada vez más selectiva, utilización de la calidad como estrategia competitiva de diferenciación, incremento en la diversidad de productos ofrecidos al mercado y predicción y control de los presupuestos. Todo esto ha conllevado a que las empresas alcancen una nueva cultura organizativa tratando de adaptarse a las nuevas condiciones que les rodea con el fin de aumentar sus posibilidades comerciales.

En este sentido, Venezuela a nivel empresarial no escapa de la realidad de los embates económicos, sobre todo cuando se aplican políticas macroeconómicas que experimentan fuertes fluctuaciones en los índices de inflación, devaluación de la moneda y de las tasas de interés, sólo por nombrar algunos factores; ante la crisis que emerge en los últimos años las empresas han tenido que reformular sus estrategias y crear nuevas para el logro de los objetivos trazados. Debido a esto, se dio origen a la actividad presupuestaria, creándose una herramienta de planificación y control para el entorno empresarial denominada presupuesto, el cual facilita el cumplimiento de algunas de las funciones básicas que la gerencia ha de ejecutar en el manejo de la organización.

En una época de cambios, en la gerencia moderna, la toma de decisiones requiere mayor precisión y rapidez, por lo tanto, el factor de predicción y control de las acciones que se pretendan emprender es de vital importancia como una eficiente estrategia administrativa y contable. Por ende el desarrollo de herramientas como los presupuestos dentro de las empresas, indiferentemente del ramo a que pertenezcan, han

venido creciendo. Es así, como el presupuesto se ha impuesto como medio indispensable para la conducción eficiente de las empresas, porque mediante su uso el empresario traza el rumbo de los negocios, y así ir palpando la eficiencia de los hechos, que precisará si se continúa con el ritmo de las operaciones sobre el rumbo original trazado o si por el contrario hay que hacer cambios en las políticas establecidas

Cabe destacar, lo que afirman Londoño y Mesa (2004. 13), en cuanto al proceso presupuestario: “El proceso presupuestario tiende a reflejar de una forma cuantitativa, a través de los presupuestos, los objetivos fijados por la empresa a corto plazo, mediante el establecimiento de los oportunos programas, sin perder la perspectiva del largo plazo”. Asimismo, señala que este proceso no implica sólo el cálculo de cifras, sino que es un sistema donde se presta especial atención a la fijación de objetivos en los cuales se planifican y controlan las diferentes actividades que pueda realizar una administración; y que estarán respaldadas por estrategias, planes de acción y asignación de recursos; sin embargo, se requiere precisar, en números, el avance y la consecución de estos objetivos.

En cuanto al presupuesto de compras, Burbano (2012: 14), señala “que muestra las cantidades en unidades físicas y monetarias que se requiere comprar durante el periodo presupuestado con el fin de satisfacer los niveles de producción y variación de inventarios”. Para poder realizar este presupuesto de manera eficiente y eficaz se necesita conocer, determinar o formular el presupuesto de producción con los volúmenes indicados para la elaboración del producto y conocer los inventarios finales para hacer la reposición de los mismos. La situación de la empresa frente al mercado es de suma importancia, ya que influye en el presupuesto de compras dentro de la organización, porque determina cuanto se va vender y de ahí surge la necesidad de realizar las compras necesarias para la producción del bien o la compra de inventarios para venderlos.

Ahora bien, el proceso inflacionario afecta la estructura financiera de los presupuestos establecidos por las empresas, por cuanto la contabilidad se basa en costos históricos y en términos de unidades monetarias constante lo cual no tiene validez en

una economía inflacionaria con moneda heterogénea, porque al aumentar los precios los valores se distorsionan, lo cual evidentemente requiere de un ajuste que modifique su valor en sintonía con la realidad.

Por ende, toda organización debe estar preparada para enfrentar la situación inflacionaria que se presenta y ser capaz de innovar y aplicar constantemente estrategias que permitan ajustar sus esquemas de gestión a las nuevas realidades del mercado, poniendo en práctica una adecuada política empresarial, por lo cual debe tener pleno conocimiento y comprensión de lo que es la inflación, ya que la misma genera dos problemas fundamentales: los precios de los insumos aumentan y los recursos financieros se hacen escasos.

Es por ello, que controlar el proceso de compra para la causación efectiva del presupuesto, estará condicionada a las necesidades de producción, pero también al conocimiento del mercado en cuanto a precios, procesos simplificados, calidad, disponibilidad de fuentes de abastecimientos, competencia, ubicación de las fuentes, etc., de esta forma verificar mes a mes las variables como ingresos, costos y rentabilidad proyectadas.

Sin embargo, en la empresa Video HD Technology C.A., se presentan deficiencias en el manejo y control del presupuesto de compras, puesto que cuando se adquieren equipos importados generan costos adicionales no contemplados en el presupuesto, por lo que se ha visto afectada por los desequilibrios económicos y el alto índice inflacionario, incidiendo de manera negativa en la gestión presupuestaria, en los costos operativos y en los precios de los productos que comercializan, ya que el proceso inflacionario que por años se ha desarrollado en Venezuela, distorsiona la información presentada en los estados financieros y su interpretación.

Esta situación incide en el flujo de efectivo, puesto que se solicitan fondos adicionales, ya que las fechas deben extenderse y realizar la programación de las compras. Por lo tanto, no se realiza una evaluación financiera del presupuesto ni se considera la magnitud, el momento y el riesgo de todos los flujos de efectivo relevantes relacionados con el proceso de compras.

Además, se debe hacer referencia a que no existe una adecuada segregación de funciones, generando exceso de trabajo en el área, ocasionando los retrasos en las fechas programadas de las compras y una buena supervisión, debido al volumen de actividades. Lo que hace que no exista unificación de criterios en el manejo y control de las compras en términos de economía, eficacia, eficiencia y transparencia.

De seguir este escenario, la empresa corre el riesgo de tener desviaciones en sus operaciones a nivel operativo, lo que conlleva al incremento de los gastos administrativos influyendo en la rentabilidad de la empresa. Por lo tanto, en períodos inflacionarios requiere establecer políticas cambiantes y fácilmente adaptables para subsistir en el entorno en el que se desenvuelve mediante la elaboración de estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos que le proporcione una información útil y confiable a la gerencia para la toma de decisiones

1.1.1 Formulación del Problema

¿Cuáles serían las estrategias que se deben aplicar en la empresa Video HD Technology C.A. para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Proponer estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual en cuanto al presupuesto de compras que se maneja en la empresa Video HD Technology C.A.
- Identificar los elementos que intervienen en el control de las compras y su relación con el proceso inflacionario
- Elaborar estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.

1.3 Justificación de la Investigación

La gestión presupuestaria como un proceso dinámico y complejo de decisiones gerenciales provee los escenarios de actuación y gestión que deben realizarse para lograr los objetivos y metas planteadas y así poder garantizar el crecimiento del negocio. En este sentido, optimizar los procesos relacionados con el presupuesto de compras tiene como finalidad controlar, coordinar y planificar todos aquellos movimientos que se realizan en la organización o departamento específico.

Al respecto, la elaboración de estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A., se justifica porque se cuantificarán los costos generados en el proceso de compras de una manera técnica y acorde con los principios de contabilidad de aceptación general, lo cual supone modernización en los sistemas administrativos y contables y se puede obtener resultados eficazmente, permitiendo cumplir con los objetivos

Se garantizará el abastecimiento oportuno de la demanda interna de los materiales, artículos de consumo e inventarios para la venta, así como obtener adecuados precios de adquisición, lo cual incluiría el máximo aprovechamiento de descuentos por pronto pago y bonificaciones sobre volumen y, en su caso, rebajas sobre compras

Por otra parte, este estudio tendrá relevancia social, porque brindará una herramienta que sirva de orientación a la empresa para el control interno, disminuyendo las pérdidas por mal manejo de la gestión de compras, por lo tanto proporcionará al

nuevos modos de entender la gerencia, optimizando la satisfacción de las necesidades tanto productivas como humanas, para que el producto obtenido cumpla con las condiciones requeridas para generar valor agregado.

Asimismo, tiene justificación profesional ya que la investigadora puede vincular la teoría con la práctica, proporcionando un escenario para afianzar y ampliar los conocimientos no sólo en los futuros Administradores Comerciales y Contadores Públicos de la Universidad José Antonio Páez, sino que además esta investigación representa un insumo para el desarrollo de otras investigaciones, de cualquier universidad; porque sirve como antecedente para profundizar en esta temática.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se analizan y exponen teorías, investigaciones, leyes y antecedentes consideradas válidas y confiables, en dónde se organiza y conceptualiza el estudio, Señala Tamayo y Tamayo (2014: 96) “El marco teórico nos amplía la descripción del problema. Integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas.”

2.1 Antecedentes de la Investigación.

Los antecedentes de la investigación constituyen un conjunto de investigaciones previas que han sido exploradas y seleccionadas por su nivel de relación con el trabajo en desarrollo. Textualmente, indican Hurtado y Toro (2012: 83) que: “Los antecedentes conforman todo hecho anterior a la formulación del problema que sirve para aclarar, juzgar e interpretar el problema planteado

Berrueta y Manaure (2017), realizaron un trabajo titulado: **“Gestión de Compras e Inventario de Materia Prima del Sector Cervecerero de la Parroquia de Aranza del Municipio Maracaibo.”** Presentado en la Universidad Rafael Urdaneta para optar por el título de licenciado en Contaduría Pública. Tuvo como objetivo general analizar la gestión de compras e Inventario de Materia Prima. La empresa presentaba deficiencias en el manejo de las compras, por lo que tuvo como objetivo general analizar la gestión de compras e Inventario de Materia Prima. Metodológicamente, se consideró un estudio descriptivo de campo no experimental. La población estuvo constituida por siete trabajadores pertenecientes al departamento de compras, a quienes se les aplicó una encuesta de 51 ítem validado por expertos.

Una vez analizado los resultados, se concluyó que el departamento de compras no realiza compras especiales y estacionales, solo efectúa compras rutinarias en pequeñas

cantidades, de igual forma no negocia la forma de pago con los proveedores. De igual forma, los proveedores no mantienen las condiciones pactadas que figuran en el documento a la reposición de suministros, precios y plazos de cobro

Este antecedente se enfoca en el funcionamiento de la gestión de compras, por lo cual se relaciona de manera directa con el proyecto en proceso, la investigación tiene las bases para construir de manera efectiva con una propuesta que minimicen las debilidades encontradas en el proceso de compras.

Por otra parte, Castillo (2016), realizó un trabajo titulado: “**Herramienta Presupuestaria para la Planificación y Control de los Gastos Operativos en la empresa Fundación Carabobeña para la Atención de Enfermedades Hematológicas (FUNCAHEM).**” El objetivo general, consistió en proponer una herramienta presupuestaria que permita la planificación y control de los gastos operativos en la empresa que sirva como instrumento complementario de la programación., ya que no poseía una adecuada planificación gerencial, lo cual traía como consecuencia desorganización a nivel administrativo y operativo que conllevan a un descontrol sobre todo a nivel de los gastos que se generan.

Metodológicamente, se enmarcó dentro del esquema denominado proyecto factible partiendo de un diseño de campo no experimental, pues se fundamenta en el análisis sistemático del problema en la realidad. Como técnicas de recolección de información se emplearon la observación directa, a través de una lista de cotejo para diagnosticar la situación actual que presenta la empresa con respecto a los gastos operacionales y la encuesta mediante un cuestionario que fue aplicado a la población objeto de estudio conformada por cuatro trabajadores que laboran en el área administrativa de la empresa con la finalidad de identificar los elementos relacionados con la planificación y control de los gastos operativos en la empresa,

A través de los resultados obtenidos, se concluyó que no se lleva a cabo un proceso presupuestario para el control de los gastos operativos (administrativos y de ventas), por lo que decisiones operativas y administrativas se toman en forma improvisada y subjetiva a medida que se desarrollan las actividades

Este antecedente se relaciona directamente con la investigación, ya aporta información sobre la elaboración y planificación de un presupuesto operativo, el cual es una herramienta imprescindible para implantar y desarrollar un eficiente sistema de apoyo y seguimiento a la gestión empresarial. Por lo tanto, sirve de marco de referencia para la propuesta de estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.

Seguidamente, se tiene el trabajo de Alberto y González (2015), titulado: **“Propuesta de Estrategias de Control Interno para el Ciclo de Compras - Cuentas Por Pagar - Pagos de la empresa “L.H.R Industrial Supply C.A” Ubicada En Valencia, Edo. Carabobo”**, presentado en la Universidad de Carabobo para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública. Con el fin de lograr la optimización del proceso y prácticas administrativas y contables, que les permitiera ser más eficientes y eficaces en la realización de sus actividades diarias la investigación tuvo como objetivo general elaborar una propuesta de estrategias de control interno para el ciclo de compras – cuentas por pagar – pagos de la empresa L.H.R. Industrial Supply C.A. El estudio estuvo enmarcado bajo la modalidad de proyecto factible, ya que la misma aportó una posible solución ejecutable en la problemática planteada, fundamentada en una investigación de campo de tipo descriptivo, apoyada en las bases teóricas y en las referencias bibliográficas.

Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la observación directa y la aplicación de la encuesta. Los datos obtenidos de tales instrumentos fueron analizados para conocer la situación actual del ciclo de compras – cuentas por pagar – pagos en la empresa, concluyendo que debilidades en el desarrollo de las actividades relacionadas con las compras, ya que carece de medios que permitan la evaluación de diferentes alternativas, en cuanto a: precio, tiempos de entrega, tipos de garantía, costos de transporte, entre otros, que facilitan la toma de decisiones. También, pudieron constatarse debilidades derivadas de la carencia de procedimientos claramente documentados que definan como deben registrarse las facturas recibidas y los deberes formales y fiscales que se derivan de las mismas. Por lo que se elaboró una propuesta

para la mejora en el ciclo de compras con la finalidad de obtener controles adecuados para su proceso así como las actividades que se desarrollan dentro del área administrativa de la empresa.

Este antecedente se vincula con el presente trabajo, ya que plantea una propuesta de estrategias de control interno para el ciclo de compras cuentas por pagar usando herramientas y técnicas para que la empresa cuente con los recursos previstos, mediante la aplicación de herramientas presupuestarias que identifiquen claramente todos los procesos que se deben aplicar para implementar un control interno del proceso de compras.

También se consultó el trabajo de Galindez, Tovar, Bolívar (2014), titulado: **“Estrategias Gerenciales de Control Interno para optimizar el Departamento De Compras de la empresa Inversiones Arr1376, C.A.”**, presentado en la Universidad de Carabobo para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública. En el trabajo de investigación se propone diseñar estrategias gerenciales de control interno para optimizar el departamento de compras, debido a no posee un procedimiento establecido para realizar las compras en las adquisiciones de repuestos y suministros, ya que no son planificadas de acuerdo a la necesidad existentes, sino al criterio desinformado del gerente. La investigación se enmarcó en la modalidad de proyecto factible basada en la investigación de tipo documental y de campo, apoyándose en los datos obtenidos con la aplicación de las técnicas de recolección de datos, la población fue un total de 6 personas

Se concluyó que las compras no son planificadas, ya que no las realizan de acuerdo a las necesidades de la empresa, por lo cual, muchos materiales se compran, aun cuando hay existencias de los mismos, utilizando los recursos económicos, dispuestos para otros fines y al mismo tiempo al momento de realizar la requisición de mercancía, no se verifican los saldos de las existencias, de manera física, ni en los libros, solo se realizan de acuerdo a una llamada telefónica que realiza el gerente.

La vinculación de este antecedente con la presente investigación se basa en que establece criterios gerenciales de control interno para optimizar el departamento de compras de la empresa, lo cual aporta información relevante para estrategias para el

control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.

Finalmente, se tienen el trabajo de Reyes y Rojas (2014), titulado: **“Control Contable del Área de Compras y las Cuentas por Pagar de la empresa Distribuidora Agroveterinaria Trujillo S.A.C. y su relación con los egresos de caja, para el año 2014”**. Presentado en la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, Perú para obtener el Título Profesional de Contador Público. El desarrollo del trabajo, tuvo como objetivo, determinar que mediante la verificación del control contable en el área de compras de la empresa Distribuidora Agroveterinaria Trujillo S.A.C. permitió obtener la información financiera correcta y oportuna, ya que resultaría ser un elemento fundamental para la empresa. De esta manera se podrán tomar mejores decisiones, también se podrá prevenir errores en el futuro.

Como técnicas de recolección de datos se empleó la observación directa y la encuesta para conocer el actual sistema de trabajo, así como para analizar cómo se realizan los procesos de controles contables en el área de compras y las cuentas por pagar. La Población estuvo constituida por el conjunto de procesos internos de las operaciones de compras y cuentas por pagar en la empresa Distribuidora Agroveterinaria Trujillo S.A.C. de la ciudad de Trujillo

Una vez analizado los resultados, se concluyó que la empresa tenía problemas de control contable del área de compras y las cuentas por pagar tal como se informó en la realidad problemática derivándose en situaciones erróneas de registros y omisiones e incumplimiento operativo. Por lo tanto, se desarrollaron e implementaron políticas de control operativo, de políticas de control contable para la subsanación de deficiencias específicas encontradas

Este antecedente, se relaciona con la presente investigación, dado que establece los controles contables que se deben llevar a cabo en el área de compras, lo cual contribuye a la formulación del presupuesto de compras como una herramienta importante para la planificación y ejecución de las metas que la organización desea cumplir.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Compras

Si bien es cierto, las compras son el ingreso de un bien en el patrimonio de una empresa, éstas surgen entre la necesidad de satisfacer las necesidades o pedidos de los usuarios de cada departamento que esté dentro de la empresa. Por consiguiente, Rosemberg (2005. 85) define compras como el: “acto por el que un agente económico adquiere el dominio de un bien o recibe un servicio con el pago de un precio”. En efecto, las compras tienen la función de obtener a través de los proveedores el material o servicio que sea necesario y negociar el precio que más le sea conveniente y establecer condiciones de contrato para que el ciclo de la institución no sea interrumpido. Se puede decir entonces, que las compras comprenden la forma de adquirir bienes y servicios de la calidad adecuada en el momento y al precio oportuno y del proveedor que sea más conveniente

Las compras están constituidas por una serie de actividades ejecutadas dentro de las organizaciones, con la finalidad de proveerse de bienes y servicios necesarios para el logro de sus operaciones, en donde se debe tomar en consideración el nivel de calidad, precio y condiciones de entrega de la mercancía, logrando escoger el proveedor más apropiado a los intereses de la empresa. Son la adquisición de materiales en determinado estado de elaboración los cuales son obtenidos del entorno para lograr la función de la empresa

Por otro lado, Mercado (2008: 24), define las compras “como el hecho de adquirir bienes y servicios de la calidad adecuada en el momento y precio adecuado del proveedor más apropiado”, en relación a las compras, se hace alusión a la obtención productos y/o servicios de la calidad adecuada, con el precio justo, en el tiempo indicado y el lugar preciso, en otras palabras compras se puede definir como la acción de adquirir provisiones o materiales para la empresa al mejor precio.

Se puede señalar, que en la empresa el proceso de compras involucra todo el

proceso de localización de proveedores y fuentes de abastecimiento, adquisición de materiales a través de negociaciones de precio y condiciones de pago, así como el acompañamiento del proceso (seguimiento) con el proveedor escogido y la recepción del material para controlar y garantizar el aprovisionamiento dentro de las especificaciones solicitadas.

2.2.2 Gestión de Compras

La eficiencia de cualquier organización depende de la disponibilidad de componentes y materiales en la cantidad, calidad, y rango de precio adecuado. El fracaso en cualquiera de estas áreas incrementa los costos y disminuye las utilidades de una manera tan segura como lo harían tanto los métodos de producción obsoletos, como las técnicas ineficaces de venta. Las compras son una actividad administrativa que va más allá del sencillo hecho de comprar. Incluye actividades de planeación y política que abarca un amplio rango de actividades relacionadas y complementarias.

De acuerdo a Cepeda (2006: 10): “La gestión de compras asegura que la empresa tenga los mejores proveedores para abastecer los mejores productos y servicios, al mejor valor total”. Se puede señalar, que la gestión de las compras proporciona una buena oportunidad para reducir los costos y aumentar los márgenes de beneficio. Dado que ha dejado de ser una actividad más para convertirse en un elemento estratégico de la organización, hoy más que nunca resulta necesario conocer las aristas fundamentales referidas a esta temática. Según el mismo autor, las responsabilidades básicas de la gestión de compras son:

- Mantener una continuidad en los suministros teniendo en cuenta los programas.
- Proporcionar estos suministros de acuerdo con las normas de calidad requeridas.
- Obtener los productos necesarios al costo total más bajo posible, dentro de las condiciones y plazos de entrega requeridos.
- Prevenir las variaciones de precios en el mercado, así como las coyunturas o las

tendencias que sean de interés de la organización.

De igual modo, Para cumplir sus responsabilidades el gestor de compras debe realizar las siguientes actividades:

- Búsqueda y evaluación de proveedores: Constituye una de las actividades más importantes de la función de compras, tendente a tener una calificación de los proveedores en función de su capacidad de respuesta frente a nuestra empresa, lo que constituye un punto de partida para las futuras relaciones comerciales con ellos.
- Mantenimiento de un archivo actualizado de productos, con sus características técnicas, códigos de identificación, suministradores, precios y condiciones de entrega y pago.
- Negociación permanente de precios, calidad, presentaciones y plazos de entrega, en función de las previsiones de compra y calificación del proveedor.
- Previsión de compras, en su aspecto tanto técnico como económico y financiero.
- Planificación de pedidos por artículo y proveedor, determinando los volúmenes de pedidos y fechas de lanzamiento previstas.
- Preparación de órdenes de compras, lanzamiento de pedidos y seguimiento de los mismos hasta su recepción y control de la calidad, en el caso que lo requiera.
- Solventar discrepancias en la recepción del producto.
- Analizar variaciones en precios, plazos de entrega y calidad

La gestión de compras que se debe llevar en la empresa, va dirigida a lograr mantener un abastecimiento continuo de materiales adecuados, adquirirlos al menor costo, realizar requisiciones de materiales para evitar compras innecesarias que puedan ser luego desperdicias, a su vez lograr comprar productos que mantengan altos niveles de calidad tomando en cuenta parámetros establecidos por la organización, además se debe tratar de obtener materiales al precio más bajo cuidando que sean de calidad y que logren cumplir las necesidades de la organización.

2.2.3 Ciclo de Compras

El ciclo de compras es el proceso que surge antes de la necesidad de adquirir bienes y servicios. Al respecto, el ciclo de compras según Bittel y Ramsey (2004: 163): “tiene un beneficio a largo plazo, tanto del punto de vista de su continuidad del suministro como de su economía”. Por otra parte, un ciclo de compras está compuesto de la siguiente manera:

Requisición: En este documento se iniciará el proceso de compras. Es una solicitud elaborada por la empresa o departamento que requiera determinado artículo o servicio. Es el reconocimiento de una necesidad definida de alguna necesidad en la organización, tales como compras de materiales de oficina, se debe tratar que en las requisiciones le sean incluidos casi todos los estándares para evitar en lo posible las órdenes de compras especiales.

Solicitud de Cotización: Es un documento importante para el adecuado control interno y la supervisión del Departamento de Compras, ya que constituye la evidencia de que el pedido se realizó con el proveedor que ofreció los mejores precios y condiciones.

Cotización: Es el documento que envía el proveedor a la empresa como constancia de la solicitud de la misma.

Emisión de las Órdenes de Compras: Una vez que la cotización es recibida en el Departamento de Compras debe ser procesada para proceder a adquirir los bienes y servicios requeridos a través de un documento conocido como orden de compras, la cual es un documento en el que se solicita a un proveedor, la provisión de un bien o prestación de servicio para la empresa. Las decisiones de compras son plasmadas en la orden de compras, la cual debe incluir por lo menos lo siguiente:

- a) Departamento que solicita el bien o servicio.
- b) Concepto o descripción de los bienes o servicios.
- c) Costo unitario total.
- d) Fecha de solicitud y de disposición de los bienes o servicios.
- e) Autorización necesaria.

Recepción de Mercancías y/o Materiales: La recepción de materiales y otros artículos es de vital importancia, ya que por medio de éstos se verificará si el proveedor ha cumplido con lo que se ha comprometido, es decir, tanto en la necesidad como en la cantidad.

Cierre de Pedidos: Al Departamento de Compras le corresponde cerrar la orden de compras, una vez recibidos los materiales o suministros y si está de acuerdo con lo solicitado.

El ciclo de compras de una empresa incluye todas aquellas funciones que se requieren llevar a cabo para la adquisición de bienes, mercancías y servicios, el pago de las adquisiciones anteriores y clasificar, resumir e informar lo que se adquirió y lo que se pago

Presupuesto

Según Burbano (2012: 11). El presupuesto “es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado”. También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos. Para Pérez (2000):

Un presupuesto consiste en un plan detallado conformado tanto por las perspectivas de ingresos como por las necesidades de adquisición y consumo de recursos materiales y financieros, cuyo objetivo es el cumplimiento de unas metas definidas previamente, expresados cuantitativamente en valores y términos monetarios y que, además, debe cumplirse en un determinado período de tiempo (p 18)

Por lo tanto, el presupuesto puede considerarse una parte importante del clásico ciclo administrativo de planear, actuar y controlar o, más específicamente, como parte de un sistema total de administración que incluye: formulación y puesta en práctica de

estrategias, sistemas de Planeación, sistemas presupuestales, organización, sistemas de producción y mercadotecnia y sistemas de información y control.

Para la empresa en estudio, es de vital importancia la realización de presupuestos, ya que permite tener conocimiento de todas las operaciones y resultados que presenta y de esta forma poder prever las situaciones que se pudiesen presentar y tomar decisiones más acertadas, otro aspecto que debe resaltarse es que el presupuesto permite que la empresa trabaje bajo un plan general y de esta forma tener claro las funciones y resultados que se desean obtener.

2.2.6 Importancia de los Presupuestos

De acuerdo a Lozano (2008), los presupuestos son importantes porque ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización, además de:

Por medio de los presupuestos se mantiene el plan de operaciones de la empresa en unos límites razonables.

- Sirven como mecanismo para la revisión de políticas y estrategias de la empresa y direccionarlas hacia lo que verdaderamente se busca.
- Cuantifican en términos financieros los diversos componentes de su plan total de acción.
- Las partidas del presupuesto sirven como guías durante la ejecución de programas de personal en un determinado periodo de tiempo, y sirven como norma de comparación una vez que se hayan completado los planes y programas.
- Los procedimientos inducen a los especialistas de asesoría a pensar en las necesidades totales de las compañías, y a dedicarse a planear de modo que puedan asignarse a los varios componentes y alternativas la importancia necesaria.
- Los presupuestos sirven como medios de comunicación entre unidades a determinado nivel y verticalmente entre ejecutivos de un nivel a otro. Una red de

estimaciones presupuestarias se filtran hacia arriba a través de niveles sucesivos para su ulterior análisis

Dentro de las ventajas que aportan los presupuestos también se puede señalar que proporciona estimaciones monetarias de los diferentes ingresos y gastos para un determinado periodo en el futuro, permitiendo optimizar resultados mediante el manejo adecuado de los recursos, facilitando el control administrativo

2.2.7 Presupuesto de Compras

Burbano (2012: 14), señala que este presupuesto se deriva del “presupuesto de inventario de materiales, detalla las cantidades requeridas de cada material y las fechas aproximadas en que se necesitan (costo estimado y fechas de entrega) la cuidadosa planificación de las compras nos beneficia en el ahorro de costos”. Por lo que el presupuesto de compras debe especificar:

- Las cantidades de cada tipo de material y partes que habrán de comprarse
- Las fechas aproximadas de tales compras
- El costo estimado de dichas adquisiciones
- Costo de oportunidad
- Cuanto comprar y cuando comprar

Para que exista un buen desarrollo de este presupuesto se recomienda:

- Apegarse a las políticas de la administración en lo tocante a los niveles de inventario y partes
- Determinar el número de unidades y las fechas en que han de adquirirse los distintos tipos de materiales y partes
- Estimar el costo unitario de cada tipo de material y partes que vayan a comprarse

2.2.8 Características del Presupuesto de Compras

Las compras que realiza una empresa deben estar acorde al presupuesto de producción para que no haya excedentes. De este modo si se incrementa la producción será necesario valorar la compra de los productos necesarios. Si por contra, la producción baja hay que revisar el presupuesto de compras para no seguir adquiriendo productos que no vamos emplear. De acuerdo a Veliz (2016) posee las siguientes características:

Flexibilidad: ya que estos permiten realizar cualquier cambio o ajuste dependiendo la necesidad que se presente en la empresa o departamento al cual se le aplique.

Operatividad: porque permite proyectar todo lo referente a la esencia del negocio.

Temporalidad: pone condiciones de tiempo de acuerdo al giro del negocio, están pueden ser un mensuales, bimensuales, trimestrales.

Efectividad: porque el cumplimiento de cada actividad está en nuestras manos y nosotros a través de este podemos llegar e tener un nivel óptimo de cumplimiento siguiendo o formulando adecuadamente el presupuesto

2.2.9 Inflación

La inflación se caracteriza por el alza continua de todos o casi todos los precios de los bienes y servicios que se transan en la economía. En este sentido, la inflación es definida por Sanabria y Ojeda (2002: s/p) como: “Un proceso de aumento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios que se comercializan en la economía”. De acuerdo con este concepto, un incremento eventual de un rubro o grupo de rubros en un momento dado, no es una condición suficiente para que se determine la presencia de un proceso inflacionario en la economía. Los consumidores observan que los precios aumentan, sin que esto desaparezca en el corto plazo. Por otra parte, Catacora (2013):

Se puede definir como el incremento porcentual de los precios de una cesta de bienes y servicios representativa de una economía, entre dos períodos determinados. En efecto la inflación es un fenómeno económico que genera diversas consecuencias, una de las más importantes es la pérdida de poder adquisitivo de la moneda o del signo monetario representativo de esa economía. Por esta razón, también se expresa que la inflación es el aumento sostenido y generalizado de los precios en la economía. (p. 2).

El autor citado anteriormente afirma que la intensidad del proceso inflacionario está relacionada con la magnitud que alcanza la tasa de variación del indicador que se utilice. Sin embargo, la calificación de muy baja, baja o alta dependerá del contexto y la realidad que vive cada país. En general cuando el porcentaje de inflación es menor a dos (2) dígitos es aceptable, sin embargo, es necesario considerar las características y los niveles de desarrollo de cada país, para poder afirmar que una inflación sea aceptable o no.

En la práctica, la evolución de la inflación se mide por la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC). El fenómeno de la inflación, se debe distinguir entre aumentos generalizados de precios, que se producen de una vez y para siempre, de aquellos aumentos de precios que son persistentes en el tiempo.

A cada empresa le afecta en forma diferente el proceso inflacionario, según cual sea su actividad, el entorno en el que se desenvuelve y la habilidad de su administración para manejar y enfrentarse a la situación. Para una mejor toma de decisiones, es importante que los gerentes, y quienes los asisten, comprendan el efecto que tiene este nuevo ambiente sobre la empresa. Es evidente, que la contabilidad tradicional, basada en el costo histórico, fracasa completamente en tiempos de inflación; ya que no puede reflejar las condiciones económicas reales en que trabajan las empresas, ni pueden determinar verazmente sus resultados.

2.2.10 Efectos de la Inflación en las Proyecciones Financieras

La inflación afecta los precios de los productos, provocando que estos se eleven. Por este lado, se atribuye que la inflación es causada por el aumento en los costos de las materias primas, o en costos de los medios de producción. Molina (2006), señala que el impacto en los estados financieros producto de la inflación es importante, pues al mismo tiempo afecta las ventas, el poder adquisitivo y en general disminuye la inversión empresarial. En criterio de la Hoz, Uzcategui y Borges (2008), cuando un país está afectado por el proceso inflacionario se afectan las operaciones de la contabilidad basada en costos históricos, al distorsionar la realidad económica, porque las transacciones están registradas con bolívares de diferente poder adquisitivo, ocasionando falta de homogeneidad y de comparabilidad

Explican los autores antes mencionados, que para poder efectuar comparaciones adecuadas se debe trabajar con cifras homogéneas. La presencia del fenómeno de la inflación en Venezuela, obliga a reexpresar la información contable de las partidas que provienen de la comercialización de las empresas, de aquellos resultados originados por el manejo o tratamiento de la gerencia sobre las partidas monetarias, para que de esta manera cualquier usuario pueda distinguir adecuadamente el efecto de la inflación en la información financiera. En un proceso inflacionario, los flujos de fondos se deben considerar son los flujos reales en lugar de sus valores nominales. En efecto, en las economías con inflación los flujos nominales deben convertirse en moneda constante, de manera que toda la información quede expresada en términos de igual poder adquisitivo. Esto implica que tanto las inversiones, como los flujos de caja y la tasa de descuento deben tener homogeneidad.

2.3 Definición de Términos Básicos

Orden de compra o nota de pedido: es un documento que un comprador entrega a un vendedor para solicitar ciertas mercaderías. Mercado, Salvador (2008).

Proveedor: persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. Mercado, Salvador (2008).

Recepción de Mercancías: es el conjunto de acciones encaminadas a conseguir que las mercancías recibidas coincidan en precio, calidad, cantidad y presentación con los pedidos realizados. Londoño, Fernand. y Mesa, Jesús. (2004)

Requisición de compras: es una autorización del Departamento de Compras con el fin de abastecer bienes o servicios. Mercado, Salvador (2008).

Control Presupuestario: Conjunto de medidas adoptadas para protegerse de errores y para asignar mayor confiabilidad en los datos presupuestarios, Burbano Jorge (2012).

Egresos: Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias. Londoño, Fernand. y Mesa, Jesús. (2004)

Gestión: Proceso que desarrolla actividades productivas con el fin de generar rendimientos de los factores que en él intervienen. Diligencia que conduce al logro de un negocio o satisfacción de un deseo, Bittel, Lester y Ramsey, Jackson. (2004).

Políticas: Principios que sirven de guía y dirigen los esfuerzos de una organización para alcanzar sus objetivos. Londoño, Fernand y Mesa, Jesús. (2004)

Procesos: Método o sistema estructurado para ejecutar algunas cosas. Acto o serie de actos para ejecutar una cosa. Bittel, Lester y Ramsey, Jackson. (2004).

Rentabilidad: es el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista. Burbano Jorge (2012).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En función de las características derivadas del problema investigado y de la delimitación de los objetivos de la misma, se introdujeron los diferentes procedimientos tecno-operacionales apropiados para recopilar, presentar y analizar los datos, con la finalidad de cumplir con los propósitos planteados, al respecto Arias (2014: 18) define el marco metodológico como el “conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas”. Se puede decir que el marco metodológico, permite analizar la respuesta al problema de estudio, a través de cada uno de los pasos o técnicas a seguir para lograr los objetivos que orientan a la realización del proyecto.

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

De acuerdo al problema planteado y en función de sus objetivos, la investigación se sustenta en la modalidad de proyecto factible, apoyado en un diseño de campo de nivel descriptivo. Según Arias (2014:134), manifiesta que el proyecto factible: “se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización.” Este tipo de investigación se orienta hacia la búsqueda de soluciones mediante la planificación inteligente del futuro a partir del presente, con el fin de resolver una determinada necesidad. La investigación se lleva a cabo como proyecto factible, ya que se va a dar solución a la situación planteada a través de la elaboración de estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.

La investigación se ubica dentro del diseño de campo, ya que se obtienen los datos directamente del medio donde están las personas sujetas a estudio. Palella y Martins (2012) señalan que:

El estudio de campo se basa en informaciones o datos primarios, obtenidos directamente de la realidad para cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se ha conseguido sus datos, haciendo posible su revisión o modificación en el caso de que surjan dudas respecto a su calidad.” (p.94).

En este caso, los datos fueron proporcionados directamente de la empresa Video HD Technology C.A. con la finalidad de conocer la situación actual en cuanto al presupuesto de compras. Por otra parte, Sabino (2014: 46), señala que las investigaciones descriptivas, “utilizan criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando de este modo información sistemática y comparable con la de otras fuentes.” Al respecto, se describieron y se identificaron los elementos que intervienen en el control de las compras y su relación con el proceso inflacionario

3.2 Fases Metodológicas

Fase I. Diagnóstico de la situación actual en cuanto al presupuesto de compras que se maneja en la empresa Video HD Technology C.A.

En esta parte del estudio se hizo referencia a las actividades y pasos secuenciales necesarios para llevar a cabo el trabajo, es decir, el medio para obtener la información necesaria que permita lograr los objetivos de la investigación que se desarrolla. Fue necesario recabar información a través de técnicas e instrumentos de recolección de información, en este sentido, Hernández, Fernández y Baptista (2013: 125), definen la técnica como “el conjunto organizado de procedimientos que se utilizan durante dicho

proceso de recolección”. Se empleó la encuesta. Arias (2014: 72) la define “Como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema particular”. Por medio de ésta se alcanzaron los requerimientos y resultados necesarios para cumplir con los propósitos de la investigación. El instrumento mediante el cual se recopiló la información fue el cuestionario. Tamayo (2014:190) señala: que “permite aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio” El mismo estuvo compuesto por diez (10) preguntas dicotómicas (SI/NO) (Ver anexo A) y se aplicó a la población objeto de estudio para conocer la situación actual en cuanto al presupuesto de compras que se maneja en la empresa Video HD Technology C.A

Para Tamayo (2014: 180) la población es la “totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno (...) y se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación” Esta queda conformada por cinco (5) trabajadores que laboran en el área de compras.

Con respecto a la muestra, Flames (2012: 24) señala que “es el sub - conjunto representativo de la población que se toma para realizar el estudio”. Se considera que es un grupo pequeño, por lo tanto se utilizó como muestra a la totalidad de las personas que conforman la población en estudio. Es decir, no se realizarán criterios muestrales.

Fase II. Identificación de los elementos que intervienen en el control de las compras y su relación con el proceso inflacionario

Esta fase se llevó a cabo a través de la técnica de recolección de información denominada observación directa. De acuerdo a Tamayo y Tamayo (2014: 122), la observación directa: “Es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia investigación”. A través de ella se recopilaron datos e información mediante la percepción visual para observar los hechos, realidades

sociales y a las personas del contexto real en donde se desarrollan normalmente sus actividades.

En esta técnica emplea como instrumento una lista de Arias (2014: 70), la define de la siguiente manera: “La lista de cotejo o de chequeo, también llamada lista de control o lista de verificación, es un instrumento en el que se indica la presencia o ausencia de un aspecto o conducta a ser observada”. Para los efectos de este estudio, se observaron los elementos que intervienen en el control de las compras y su relación con el proceso inflacionario, en los cuales indicó la presencia (SI) o ausencia (NO) del aspecto observado. (Ver anexo B)

Luego de la recolección de la información, fue necesario procesarla con el fin de establecer el cumplimiento de los objetivos planteados. De acuerdo a Bisquerra (2012: 82) la estadística descriptiva es la que “presenta información en forma conveniente, útil y comprensible y se utiliza en conjuntos finitos para presentar, organizar analizar los datos, comparar y luego comunicar”. De acuerdo a lo planteado, se procedió a organizar, clasificar y tabular la información, con el objeto tener una visión más completa de la realidad del estudio, así como para desglosar dicha información de forma numérica y gráfica

Fase III. Elaboración estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.

En esta fase se presenta la propuesta de estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A. para lo cual se tomaron en cuenta los resultados que se obtuvieron después de las diferentes técnicas de recolección de información. La propuesta se desarrollará tomando en cuenta los siguientes aspectos: Presentación y justificación. Objetivo general y específicos. Factibilidad y desarrollo de la propuesta.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis y Presentación de los Resultados

El análisis y la presentación de los resultados según Méndez (2010: 207), es “...el ordenamiento de la información luego de ser procesada y cuantificada por ítems y agrupada por variables, permite su presentación en tablas y gráficos”. Por lo tanto, en este capítulo se muestra el análisis e interpretación de los resultados que se obtuvieron luego de aplicar los instrumentos de recolección de información con el propósito de elaborar estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.

Como primera técnica de recolección de datos se empleó la encuesta, aplicando un cuestionario conformado por diez preguntas cerradas (SI/NO) a la población objeto de estudio, a través del cual se diagnosticó la situación actual en cuanto al presupuesto de compras que se maneja en la empresa Video HD Technology C.A. Las respuestas dadas por los sujetos encuestados fueron caracterizadas a través de un grupo de cuadros para poder detallarlos cuantitativamente y una vez tabulados los resultados se agruparon en cuadros y gráficos, donde aparecen reflejados los valores frecuenciales y porcentuales de cada ítems en particular

Otra técnica empleada fue la observación directa, mediante una lista de cotejo para identificar los elementos que intervienen en el control de las compras y su relación con el proceso inflacionario. Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información obtenida permitirá elaborar las estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.

4.2 Diagnóstico de la situación actual en cuanto al presupuesto de compras que se maneja en la empresa Video HD Technology C.A.

Ítem 1. ¿En el departamento de compras existen procedimientos para el manejo de documentos y registros?

Cuadro 1. Procedimientos para las compras

Categoría	Frecuencia	%
SI	2	40%
NO	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente: López (2018)

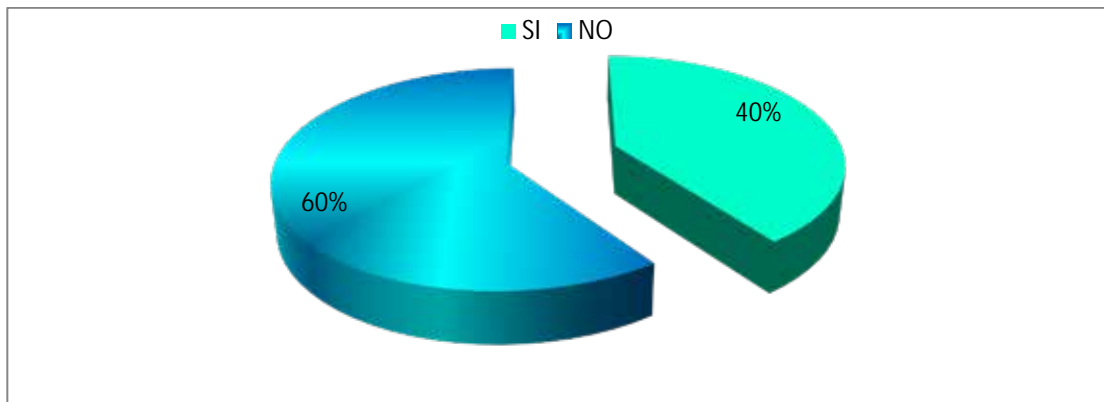


Gráfico 1. Procedimientos para las compras
Fuente. Datos Extraídos de la aplicación del Instrumento

Análisis. Se observa, que no están establecidos los procedimientos para el manejo de documentos y registros de las compras, así lo manifiestan el 60% de los encuestados. Esto se convierte en una debilidad para la organización, porque no permite realizar las operaciones de manera eficiente. Por otra parte, el 40% opina que si están procedimientos escritos. Es importante acotar, que la gestión de compras de la empresa amerita una base de políticas y normas para evitar descontroles en las mismas tanto en su adquisición como en la forma de hacerlas

Ítem 2. ¿Existen sistemas de información en el área de compras que produzcan reportes?

Cuadro 2. Sistema de información

Categoría	Frecuencia	%
SI	-	-
NO	5	100%
TOTAL	5	100%

Fuente: López (2018)

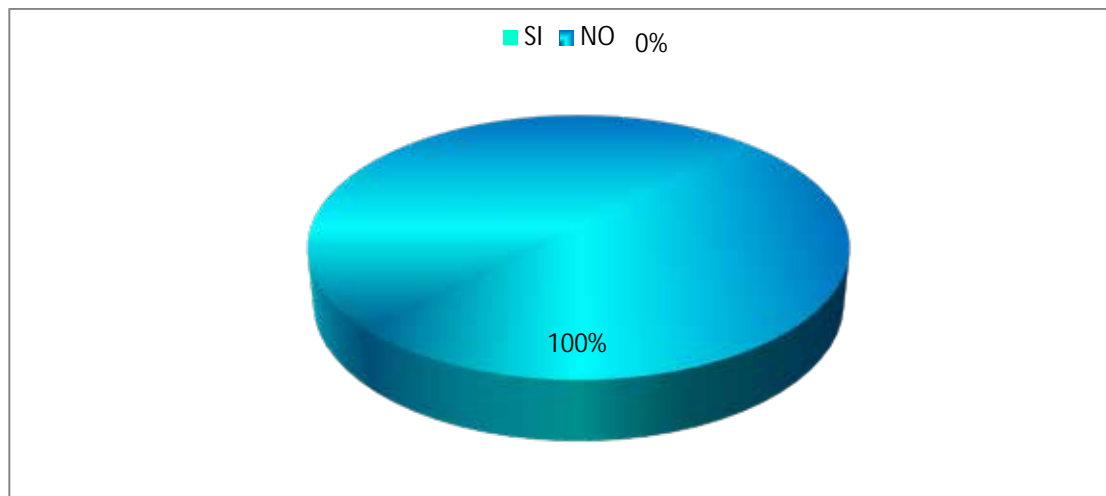


Gráfico 2. Sistema de información
Fuente. Datos Extraídos de la aplicación del Instrumento

Análisis. Como se observa, el 100% de los encuestados, considera que la gestión actual de las compras no se lleva de manera adecuada, dado que no se posee un sistema de información que abarque todas las labores necesarias para procurarse materiales, abastecimientos y servicios para la organización, por lo que no se producen reportes sobre las compras, lo cual impide que la información fluya tanto dentro como fuera de esta área. Se deben tomar en cuenta las variables externas que se afectan el proceso de compras y que afectan los precios de los productos, tales como el proceso inflacionario que afecta la estabilidad y rentabilidad de la empresa

Ítem 3. ¿Tiene conocimiento de la existencia métodos de planeación que permitan realizar pedidos oportunamente evitando insuficiencias de los productos?

Cuadro 3. Métodos de planeación

Categoría	Frecuencia	%
SI	2	40%
NO	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente: López (2018)

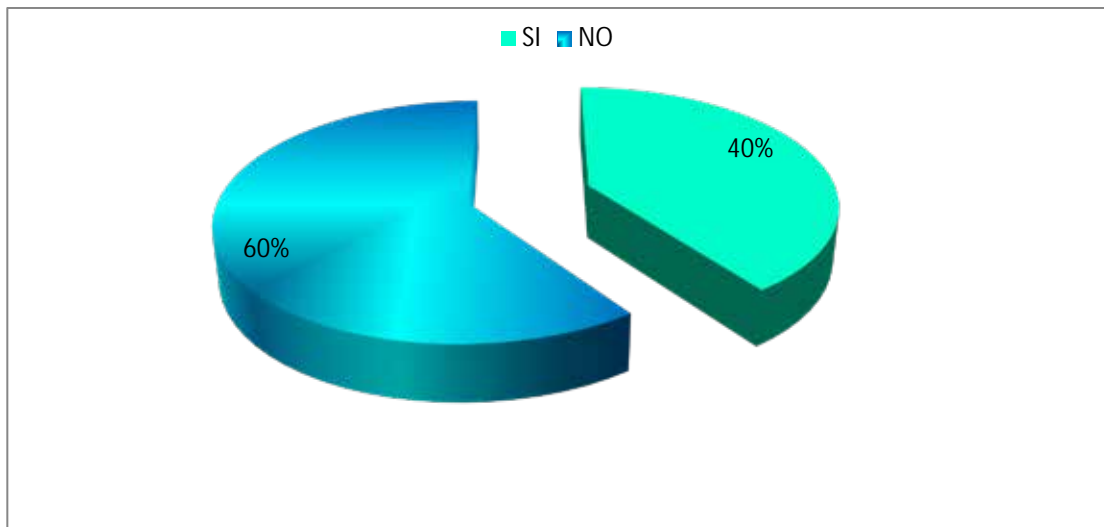


Gráfico 3. Métodos de planeación

Fuente. Datos Extraídos de la aplicación del Instrumento

Análisis. Se observa, que el 60% de los encuestados señalan que no tiene conocimiento de la existencia métodos de planeación que permitan realizar pedidos oportunamente evitando insuficiencias de los productos. Por otro lado, el 40% opina lo contrario, puesto que se elaboran presupuestos para el proceso de compras. Sin embargo, la planificación de las compras se ha visto afectada por los desequilibrios económicos y el alto índice inflacionario, incidiendo de manera negativa en la gestión presupuestaria, en los costos operativos y en los precios de los productos que comercializan

Ítem 4. ¿Se cumplen los tiempos de entrega acordados entre la empresa y los clientes?

Cuadro 4. Tiempo de entrega

Categoría	Frecuencia	%
SI	-	-
NO	5	100%
TOTAL	5	100%

Fuente: López (2018)

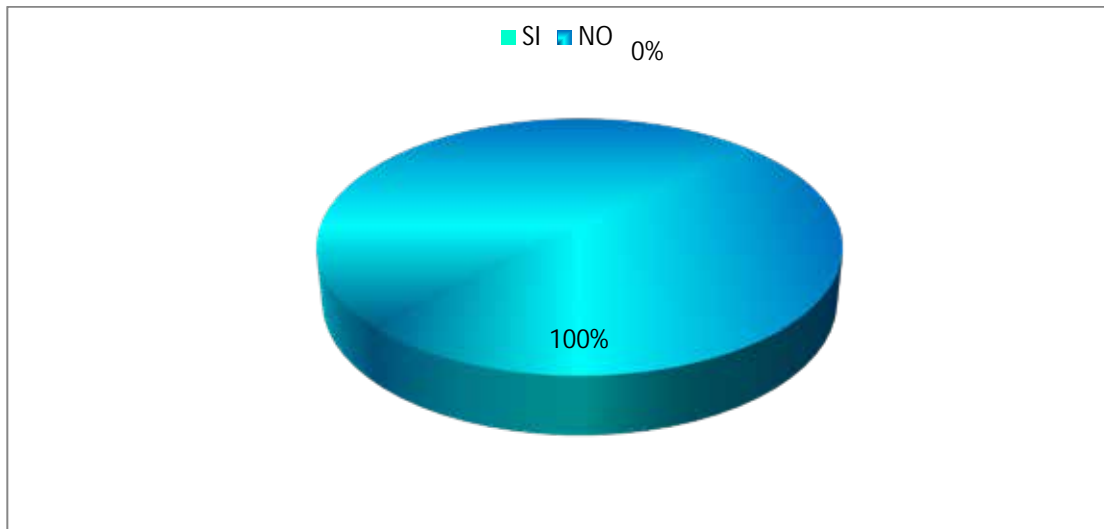


Gráfico 4. Tiempos de entrega

Fuente. Datos Extraídos de la aplicación del Instrumento

Análisis. Los resultados que se muestran, indican que el 100% de las personas encuestadas considera que no se cumplen los tiempos de entrega acordados entre la empresa y los clientes, ya que no se realiza un análisis de los procesos concernientes desde el abastecimiento hasta la asignación correcta de los insumos a las cuentas de los clientes, puesto que en ocasiones no es suficiente para cubrir la demanda, generando clientes insatisfechos y el incumplimiento de los objetivos de las ventas. Esto representa un punto crítico que afecta la calidad del proceso de compras ya que si la organización no puede suministrar a tiempo los pedidos solicitados por los clientes no está siendo eficiente a la hora de hacer las entregas.

Ítem 5. ¿Los controles administrativos que se llevan a cabo fomenten la eficiencia y eficacia en el proceso de compra?

Cuadro 5. Controles administrativos

Categoría	Frecuencia	%
SI	1	20%
NO	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: López (2018)

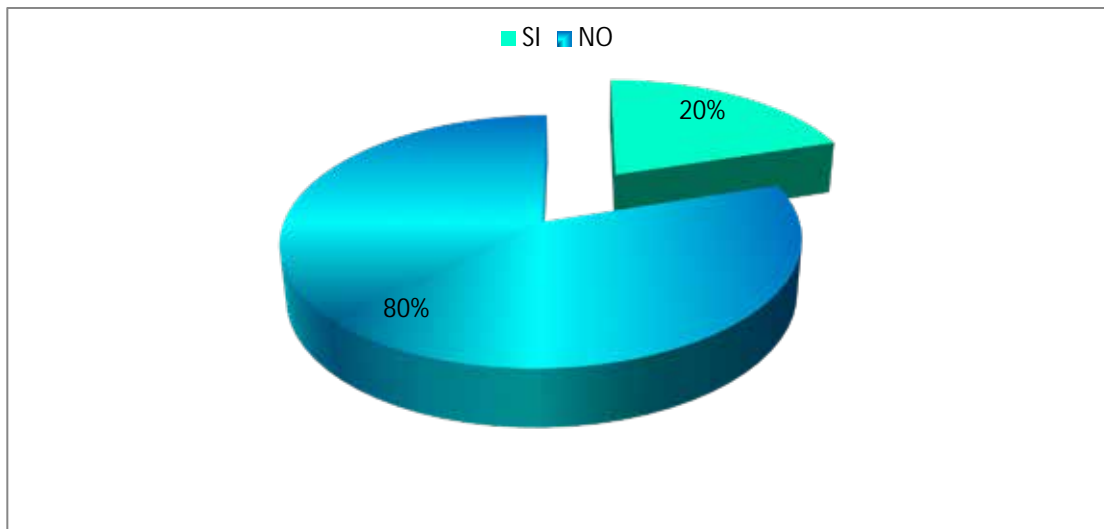


Gráfico 5.

Fuente. Datos Extraídos de la aplicación del Instrumento

Análisis. Los resultados muestran, que el 80% de los encuestados considera que no se llevan a cabo controles administrativos para fomentar la eficiencia y eficacia en el proceso de compra. En contraposición con un 20% que responden de manera afirmativa. Se puede señalar, que se encuentran deficiencia en los procesos administrativos, caracterizada por incumplimiento de los objetivos organizacionales, así como capital de trabajo indebido. Es importante, el control para evitar fraudes, o resguardar la calidad de los productos y servicios, como así también proteger los recursos humanos entre otros

Ítem 6. ¿La empresa utiliza presupuestos para organizar el proceso compras durante el año?

Cuadro 6. Presupuesto de compras

Categoría	Frecuencia	%
SI	5	100%
NO	-	-
TOTAL	5	100%

Fuente: López (2018)

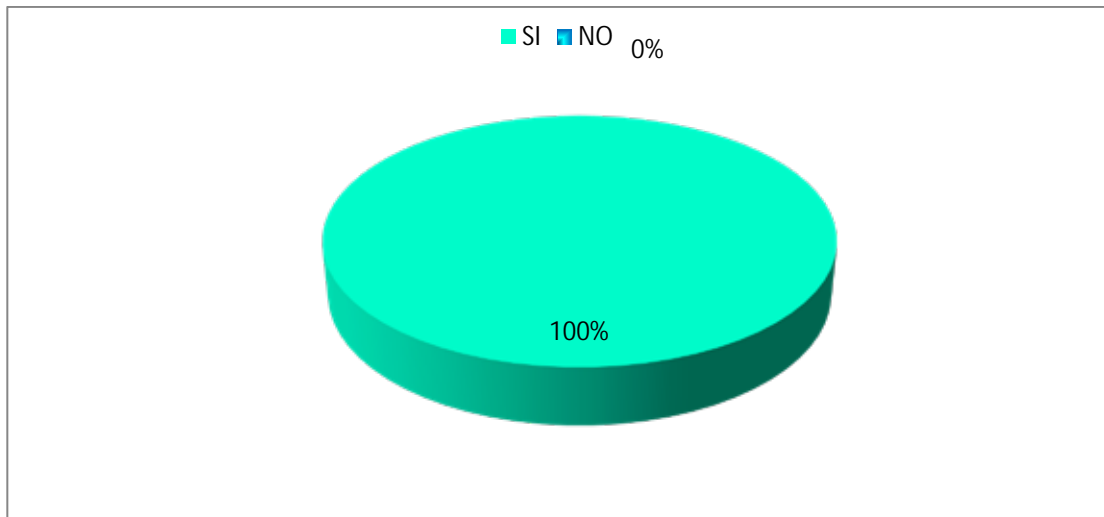


Gráfico 6. Presupuesto de compras

Fuente. Datos Extraídos de la aplicación del Instrumento

Análisis. El 100% de los encuestados, señalan que se utilizan presupuestos para organizar sus compras durante el año, puesto que se planifican las compras de suministros por cada departamento. Aunque se estiman a través del presupuesto las compras necesarias, generalmente no se cumple esta planificación, puesto que se ha visto afectada alto índice inflacionario, ya que el costo de los productos es mayor a lo que se presupuestó. Conviene acotar, que un presupuesto de compras serviría como una herramienta importante en el logro de las metas de la organización, es un instrumento que facilita a la administración la planeación y control de las actividades

Ítem 7. ¿Cree usted, que los controles administrativos que se llevan a cabo en la empresa permiten la eficiencia y eficacia del proceso de compra?

Cuadro 7. Controles Administrativos

Categoría	Frecuencia	%
SI	-	-
NO	5	100%
TOTAL	5	100%

Fuente: López (2018)

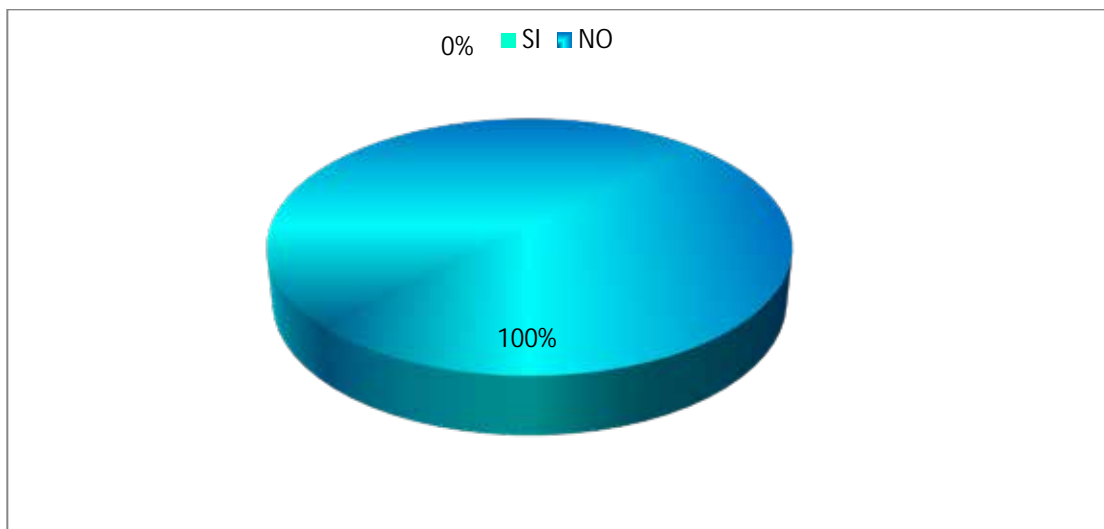


Gráfico 7. Estimaciones presupuestarias
Fuente. Datos Extraídos de la aplicación del Instrumento

Análisis. Los resultados obtenidos muestran, que el 100% de los encuestados, considera que los controles administrativos que se llevan a cabo no fomenten la eficiencia y eficacia en el proceso de compra. Esta situación afecta el desempeño de la empresa, en términos de economía, y transparencia, repercutiendo de manera negativa en la gestión administrativa y financiera de la empresa. Cabe señalar, que los controles fomentan la eficiencia, reducen el riesgo de pérdida de valor de los activos y ayudan a garantizar la fiabilidad de los estados financieros y el cumplimiento de las leyes y normas vigentes.

Ítem 8. ¿Se evalúa y se controla eficientemente la planificación presupuestaria de las compras?

Cuadro 8. Evaluación y control

Categoría	Frecuencia	%
SI	1	20%
NO	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: López (2018)

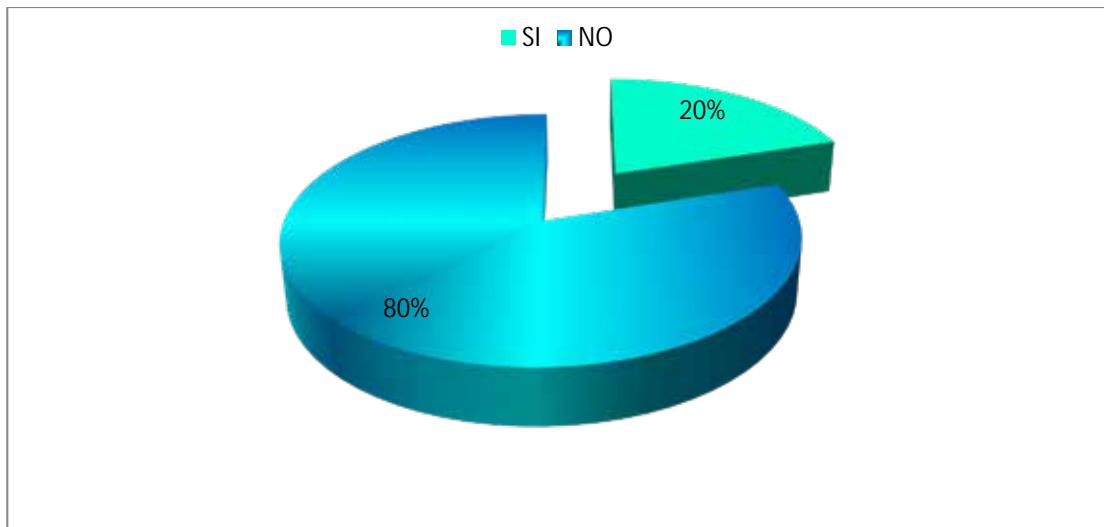


Gráfico 8. Evaluación y control

Fuente. Datos Extraídos de la aplicación del Instrumento

Análisis. Los resultados obtenidos muestran, que el 80% de las personas encuestadas señalan que no se evalúa y ni se controla eficientemente la planificación presupuestaria de las compras. Otro 20% opinan lo contrario. Se infiere que no se realiza una evaluación financiera del presupuesto ni se considera la magnitud, el momento y el riesgo de todos los flujos de efectivo relevantes relacionados con el proceso de compras. Lo que hace que no exista unificación de criterios en el manejo y control de las compras en términos de economía, eficacia, eficiencia y transparencia.

Ítem 9. ¿De acuerdo con las partidas presupuestarias se presentan informes de ejecución periódicos para evaluar las metas logradas?

Cuadro 9. Evaluación y control

Categoría	Frecuencia	%
SI	-	-
NO	5	100%
TOTAL	5	100%

Fuente: López (2018)

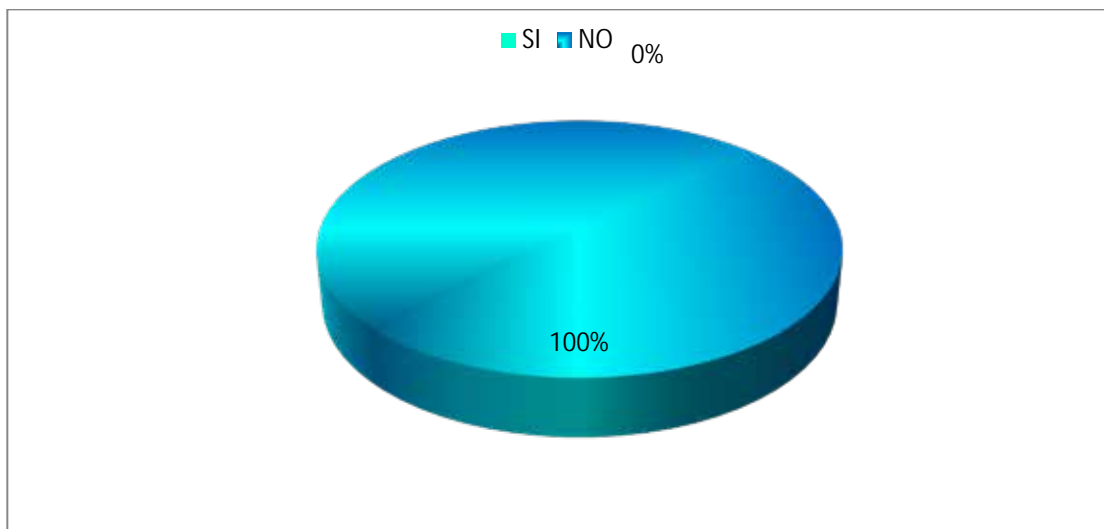


Gráfico 9. Evaluación y control

Fuente. Datos Extraídos de la aplicación del Instrumento

Análisis. De acuerdo a los resultados obtenidos, el 100% del personal encuestado, considera que no se presentan informes de ejecución periódicos, según las necesidades de cada área y con sus metas propuestas, lo que no permite medir y comparar los resultados reales versus los resultados planificados con el propósito de determinar las desviaciones para posteriormente definir acciones correctivas para garantizar una gestión eficaz y eficiente en el manejo de los recursos. Ante esta situación se corre el riesgo de tener desviaciones en sus operaciones a nivel operativo, influyendo en la rentabilidad de la empresa

Ítem 10. ¿Cree necesario elaborar estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa?

Cuadro 10. Estrategias de control

Categoría	Frecuencia	%
SI	5	100%
NO	-	-
TOTAL	5	100%

Fuente: López (2018)

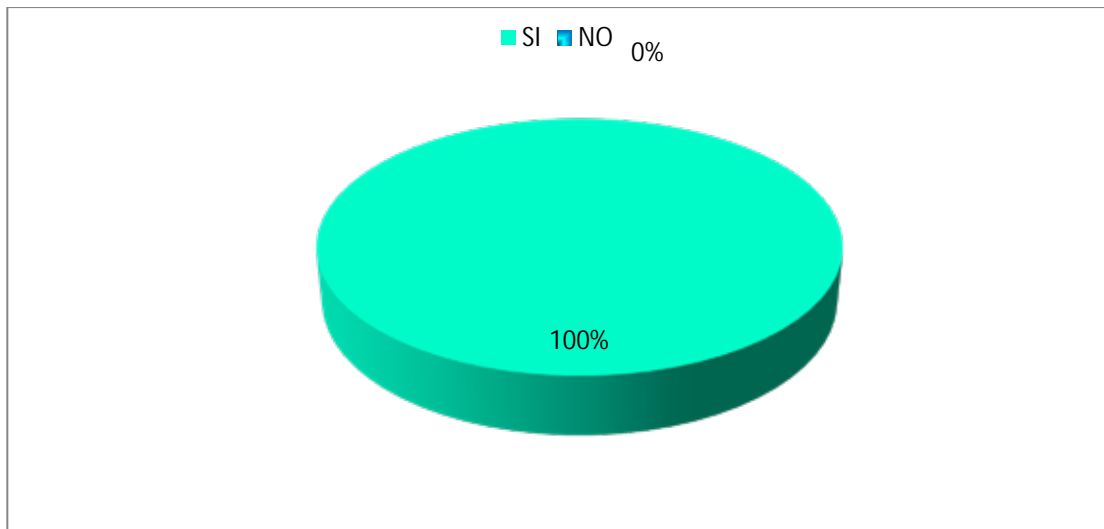


Gráfico 10. Estrategias de control

Fuente. Datos Extraídos de la aplicación del Instrumento

Análisis. Como se observa, el 100% de las personas encuestadas considera que deben definirse estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa, ya que toda organización debe estar preparada para enfrentar la situación inflacionaria que se presenta y ser capaz de innovar y aplicar constantemente estrategias que permitan ajustar sus esquemas de gestión a las nuevas realidades del mercado, poniendo en práctica una adecuada política empresarial

4.3 Identificación de los elementos que intervienen en el control de las compras y su relación con el proceso inflacionario

Cuadro 11. Lista de Cotejo

Ítem	Aspectos a observar	Si	No
1	Se emplean mecanismos para la identificación, análisis y valorización de los riesgos en los procesos de compra		X
2	Se emplean controles para la adquisición de los suministros y materiales de calidad y a precios favorables		X
3	La inflación que se vive actualmente impacta en el presupuesto de compras	X	
4	En la elaboración de la planificación presupuestaria de las compras se toma en cuenta la variable inflación	X	
5	La planificación financiera que se lleva a cabo en la empresa le permite conocer los resultados económicos		X
6	El departamento de compras prepara reportes periódicos para hacer seguimientos a las órdenes de compra		X
7	Existen mecanismos de selección de proveedores fiables en cuanto a calidad de producto, cumplimiento de las entregas		X
8	Se evalúan periódicamente la gestión de la compras para corregir las fallas detectadas		X

Fuente: López (2018)

Análisis

Ítem Uno. Los resultados que se muestran, que en la empresa no se establecen mecanismos para la identificación, análisis y valorización de los riesgos en los procesos de compra. Es decir, no se toman en cuenta las variables externas, tales como inflación, escasez de insumos, competencia entre otros y se demuestra la inexistencia

de un sistema efectivo respaldado en controles que permita identificar, priorizar y establecer niveles aceptables de riesgo.

Ítem Dos. Como se observa en los resultados obtenidos en este ítem, no existen controles para la adquisición de los suministros y materiales de calidad y a precios favorables. Es importante que toda empresa lleve un control para la compra de este elemento a los efectos de establecer con claridad los tiempos y condiciones de cada proveedor, como son la calidad y el precio de los materiales.

Ítem Tres. Los resultados que se muestran que se toman en cuenta los efectos de la inflación en la toma de decisiones financieras, ya que es una realidad de la cual no se puede escapar. Se puede señalar, que la inflación ha generado en la empresa debilidades en su operatividad, tales como la disminución de las ventas, el aumento de los costos, y por consiguiente una disminución del flujo de efectivo.

Ítem Cuatro. La inflación que se vive en el país va afectando cada día los precios de los productos. Por lo tanto, en la elaboración de la planificación presupuestaria de las compras se toma en cuenta la variable inflación. Por lo tanto, se deben establecer estrategias para acercar al máximo los costes presupuestados a los costes reales de la producción. A partir de ahí, se podrán actualizar los precios en cada momento que permita mantener los márgenes necesarios para obtener los beneficios que se quieran conseguir.

Ítem Cinco. La planificación financiera que se lleva a cabo en la empresa no le permite conocer los resultados económicos, Esta situación acarrea improvisaciones en los presupuestos formulados, en los programas y proyectos. Conviene acotar, que la planificación financiera debe servir para la toma de decisiones de inversión y crédito, para conocer la estabilidad y el crecimiento de la empresa.

Ítem Seis. En este ítem se observa, que no se preparan reportes periódicos para hacer seguimiento a las órdenes de compra emitidas por el área de compras. Es importante, la realización de los reportes, ya que permite reflejar los resultados alcanzados por el departamento en función a los objetivos establecidos y permite realizar seguimientos oportunos a las fallas y debilidades encontradas durante el desempeño de las

funciones de compras.

Ítem Siete. Según los resultados obtenidos en este ítem, no existen mecanismos de selección de proveedores fiables en cuanto a calidad de producto, cumplimiento de las entregas. De esta manera, están incurriendo en errores como falta de manejo de cotizaciones de varios proveedores que conlleva a adquirir productos por un costo mayor. Es importante, mantener buenas relaciones con los proveedores en términos de cambiar o negociar un precio razonable y poder tener un trato preferencial de material en caso de escasez de materiales.

Ítem Ocho. No evalúan periódicamente la gestión de la compras para corregir las fallas detectadas. Esta situación repercute de manera negativa en la gestión administrativa y financiera de la empresa. Se deben llevar a cabo actividades de evaluación continua (evaluación inicial y re-evaluaciones) de las compras a través de un conjunto de actividades donde lo que se busca obtener la mejor calidad, en el momento y al precio más adecuado con el proveedor más apropiado, culminando con el pago de los bienes y servicios.

Luego de analizar los resultados se realiza un análisis DOFA, donde se realiza un análisis interno (Fortalezas y Debilidades), así como un análisis externos (Oportunidades y Amenazas) que inciden en el control presupuestario en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A. Seguidamente se realiza el cruce de las estrategias:

FO: Fortalezas con Oportunidades

FA: Fortalezas con Amenazas

DO: Debilidades con Oportunidades

DA: Debilidades con Amenazas.

Los resultados obtenidos muestran las estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A

Cuadro 12. Matriz DOFA

<p>Factores Internos</p>	<p>Fortalezas (F) Servicio de calidad y de atención al cliente Empresa con amplia trayectoria y reconocida en el mercado donde se desenvuelve Servicio y el trato cordial que se le da al cliente, la diferencian de la competencia Disponibilidad de la gerencia y de los trabajadores para aplicar la propuesta de estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios</p>	<p>Debilidades (D) No están establecidas las normas y procedimientos para el control de las compras desviaciones en el proceso de compras se crecen de técnicas actualizadas para la gestión de las compras se carece de controles para el proceso de compras No se manejan mecanismos de selección de proveedores</p>
<p>Factores Externos</p> <p>Oportunidades (O) Permanente desarrollo tecnológico e innovación que ofrece el mercado Mercado potencial Desarrollo tecnológico en el mercado.</p>	<p>Estrategias (FO) Describir acciones para conocer y evaluar a los proveedores Elaborar políticas y normas para optimizar la gestión del proceso de compras</p>	<p>Estrategias (FA) Formular lineamientos internos que faciliten el manejo de las compras Elaborar estrategias para optimizar el proceso de compras en entornos inflacionarios</p>
<p>Amenazas (A) Incremento de los precios por la inflación Incertidumbre política Empresas del mismo ramo que ofrecen productos a menor precio</p>	<p>Estrategias (DO) Formular lineamientos para la actualización del presupuesto de compras Preparar las políticas a seguir considerando las normas para el proceso de compras</p>	<p>Estrategias(DA) Formular controles internos para la supervisión y monitoreo de las compras Elaborar estrategias de planificación contable para el manejo de los inventarios</p>

Fuente: López (2018)

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1 Presentación de la propuesta

En la actualidad cada empresa busca ser partícipe de diversas estrategias, las cuales le permite alcanzar los objetivos y metas trazadas, por ende es necesario que las organizaciones se amparen en una adecuada planificación y estimación de sus actividades. El proceso de las compras representa una parte fundamental en toda organización incluyendo a aquellas empresas no fabricantes, por lo tanto el justo control de esta permitirá gestionar de manera eficaz su proceso administrativo más confiable. La gestión de compras, engloba todas las actividades asociadas a la identificación y definición de necesidades de compras de materiales, equipos y/o contratación de servicios, así como la tramitación de los pedidos/contratos a los proveedores, finalizando con la recepción de los mismos en la organización y en la selección y evaluación de aquellos proveedores de productos y servicios que incidan en la calidad de los servicios prestados por la organización.

De acuerdo a lo planteado, las empresas programan para cada período económico un presupuesto de compras con la finalidad de prever la disponibilidad de recursos financieros, que permitan cubrir las erogaciones de dicho período. En procura de un mayor rendimiento de los recursos, se hace necesario que en el proceso presupuestario todas las etapas se lleven a cabo guardando un equilibrio entre ella.

En este contexto, se presenta la propuesta de estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A., con la finalidad de minimizar los efectos de la inflación en la gestión de las compras. Para tales efectos, se establecieron acciones que permitan a las empresas ajustar sus esquemas de gestión a las nuevas realidades del mercado. de

manera de lograr una mayor optimización en el área administrativa aprovechando todos los recursos disponibles.

5.2 Justificación de la Propuesta

La siguiente propuesta se justifica en la necesidad que existe en la empresa Video HD Technology C.A. de elaborar estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios, con el objetivo de dar a conocer y controlar el presupuesto, y en consecuencia obtener resultados satisfactorios que beneficien a la entidad y fortalezca la confianza en las operaciones financieras y administrativa que realiza, ya que constituye una herramienta de gestión que permita planear, prever y mejorar la circulación de información que exista en la empresa para tomar decisiones con mayor precisión. Se planificarán las compras, determinando los volúmenes de pedidos y fechas previstas. Se negociarán precios, calidad, presentaciones y plazos de entrega, en función de las previsiones de compra y calificación del proveedor.

Además, permite conseguir mejores productos y/o servicios en el mercado, a más bajos costos, de mejor calidad y con puntualidad en las entregas. Asimismo, se establecerán controles, a través de los cuales se evaluará continuamente en qué grado se están cumpliendo los objetivos planteados para tener la certeza de que las compras realizadas sean lo más fiable y evitar inconvenientes por errores u omisiones en los procedimientos.

5.3 Objetivos de la Propuesta

5.3.1 Objetivo General de la Propuesta

Elaborar estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.

5.3.2 Objetivos de la Propuesta

- Establecer estrategias para optimizar el proceso de compras en entornos inflacionarios
- Elaborar políticas y normas para optimizar la gestión del proceso de compras
- Formular lineamientos para la actualización del presupuesto de compras

5.4 Factibilidad de la Propuesta

Factibilidad Institucional: desde el punto de vista institucional, la propuesta es factible, dado que se cuenta con la disponibilidad de la gerencia para implementar las estrategias de control para el manejo del proceso de compras, así como de los trabajadores para aceptar los cambios que se generarían.

Factibilidad Técnica: Está representada por la disponibilidad de recursos tanto materiales, humanos y tecnológicos que son necesarios para desarrollar la propuesta. La empresa cuenta con los recursos, por lo tanto es factible que dicha propuesta se establezca sin problemas y en función de los objetivos de la organización.

Factibilidad Operativa: la implementación de la propuesta no representa limitaciones con la operatividad, ya que no será alterada la estructura del área en estudio y solo se requiere dar a conocer al personal en cuanto al del presupuesto de compras, permitiendo mejorar la efectividad de la administrativa. Por otra parte, no se tienen problemas de espacio, ya que la organización dispone de instalaciones suficientemente amplias y cómodas para los trabajadores durante la ejecución de sus actividades diarias, lo cual evita potenciales conflictos.

Factibilidad Económica: desde el punto de vista económico se considera factible, ya que los recursos que utilizará la empresa para desarrollar la propuesta están disponibles sin inconveniente. Solo se requiere darla a conocer al personal a través de trípticos, folletos y manuales.

5.5 Desarrollo de la Propuesta

Objetivo 1. Establecer estrategias para optimizar el proceso de compras en entornos inflacionarios

En periodos inflacionarios la empresa debe gestionar eficientemente sus procesos administrativos y planificar las compras de acuerdo a la realidad económica, por lo tanto, las actividades a realizar en la gestión de compras deben actualizarse. Se proponen las siguientes estrategias

I. Investigación de técnicas y aprovisionamientos necesarios para alcanzar los niveles de calidad requeridos por la empresa y el mercado

- Establecer la organización del proceso de compras de acuerdo a la estructura de la empresa conservando los lineamientos y objetivos de la organización. Verificar permanentemente las existencias, efectuando inventarios físicos periódicamente.
- Contribuir a la minimización de los gastos por medio del cumplimiento de los presupuestos de cada departamento y la verificación de los recursos y sus existencias.
- Definir los criterios de selección, homologación y evaluación de proveedores. Preparación y elaboración de contratos de compra. Cotizar los precios, puntos de entrega, transporte, etc.
- Formalizar una base de datos de proveedores mediante el establecimiento de procedimientos de clasificación, creación y evaluación de acuerdo a las condiciones comerciales necesitadas.
- Elaborar estadísticas e información sobre las compras además de comparar cifras de los precios con respecto de un periodo a otro,

- Continuamente hacerse la toma física de inventario, para controlar de forma segura las existencias y rotaciones que recibe cada mercancía

II. Mejorar la relación con los proveedores

Mantener los registros de proveedores siempre actualizados y estudiar el mercado antes de contratar. Analizar cuáles son las diferencias entre lo que te ofrece uno y otro, los precios, las ventajas y desventajas de cada proveedor. Es fundamental analizar bien estos puntos antes de tomar cualquier decisión. Se debe observar lo siguiente:

Obtención y selección ofertas proveedores: Solicitar proveedores detallando los requisitos mínimos e información que debe cumplir y adjuntar un proveedor para participar en este proceso.

Cumplimiento, capacidad y calidad: seleccionado el proveedor se debe verificar y contemplar la información presentada por el proveedor y seguir los siguientes pasos para su creación: identificación, datos generales, datos legales, datos técnicos, referencias, etc.

Archivo solicitudes rechazadas: se llevará un archivo de las solicitudes de los proveedores que no cumplen con los requerimientos de la compañía con el fin de no incurrir en la verificación del historial completo.

Gestión de contratos y formatos de registro: una vez verificados los datos se procede a realizar el registro de proveedores, que se refiere al asiento de información que sobre los proveedores de la organización. La información del proveedor deberá ser consignada en un formato (Formato 1), elaborado especialmente para tal fin y archivado con el cuidado y la confidencialidad del caso, para que esté disponible y en óptimas condiciones, cuando se requiera.

Calificación de proveedores: terminado el proceso de creación y realizadas las compras al proveedor se procede a calificar la prestación de su servicio. En este punto,

se debe valorar el éxito o fracaso de las compras realizadas al proveedor, se efectuará una revisión de los puntos establecidos en la orden de compra para compararlos con los resultados obtenidos. Si el proveedor cumple con los requerimientos, se podrá seguir utilizando para procesos de compra y si su resultado no es compatible con las expectativas generadas por este, se procederá a realizar una nueva selección de proveedor para futuras compras.

Formato 1. Registro de Proveedores

Empresa. Video HD Technology C.A.			
N° de RIF: _____			
REGISTRO DE PROVEEDORES			Fecha / /
N° de Registro		Nombre o Razón Social	
Tipo de Proveedor			
Teléfono	Celular	N° de Fax	Correo electrónico
Banco	Tipo de Cuenta	N° de Cuenta	
Nombre y Apellidos de los Dueños		Cédula de Identidad	
Dirección			
Producto que Ofrece			
Código	Descripción		
Nombre y Apellido: _____			
Firma: _____			

Fuente: López (2018)

Descripción del Formato

N° de RIF: Colocar el número de RIF del proveedor

Fecha / / : Fecha de registro

Tipo de Proveedor: Colocar el teléfono local, celular, número de Fax y correo electrónico

Banco: Colocar el banco donde se realizará el pago

Tipo y Número de Cuenta: Colocar el tipo de cuenta y el número de la cuenta bancaria

Nombre y Apellidos de los Dueños: Nombre de los dueños de la empresa y la cédula de identidad de cada uno.

Dirección: Dirección fiscal de la empresa

Producto que ofrece: Colocar el código y la descripción de los productos que ofrece

Nombre y Apellido: Nombre de la personal responsable ante la empresa

Firma: Firma de la personal responsable ante la empresa

Objetivo 2. Elaborar políticas y normas para optimizar la gestión del proceso de compras

Finalidad: la empresa debe considerar cuales son los puntos más importantes y delicados al momento de la adquisición de sus insumos, es por esto que las políticas y normas precisan ser guiadas según el ambiente en el cual esta se desenvuelva, y según las fluctuaciones que atañen el mercado económico.

Establecer la cantidad requerida de compras, dependiendo de la complejidad de la demanda, además aprovechar los descuentos por pronto pago que disminuirán los costos y se reflejarían en ganancias. Por otro lado se debe adquirir mercancías de calidad y bastantes competitivos.

Políticas para el proceso de compras

- Estimar las compras de manera mensual, según los requerimientos de mercancías.
- Establecer políticas de pago de treinta (30) o sesenta (60) días, para darle tiempo al retorno del efectivo.
- Antes de comprar, revisar precio, calidad, cantidad de mercancía y tiempo de entrega.
- Evaluar que los proveedores brinden un mejor servicio y además sean honestos. Todos los proveedores a los cuales se le haya colocado más de tres órdenes de compra en un período de seis meses, deberá ser evaluado para su incorporación en el registro de proveedores
- Antes de comprar verificar mercancías en existencia para no, comprar mercancías demás.
- Observa y estudiar a la competencia.
- Debe exigirse al departamento de compras información oportuna de máximos y mínimos de existencias de mercancías
- Los distintos departamentos que integran a la organización cuando requieren cualquier tipo de insumo o servicio hacen su solicitud a través de una Requisición Interna al Departamento de Compras

Normas para el Proceso de Compras

- La Gerencia Administrativa conjuntamente con el Analista de Compras son los responsables de elaborar la programación de los procesos de compras para que los mismos se realicen sin contratiempos.
- La Gerencia Administrativa, es la que tiene a su cargo los requerimientos directos de compras y contrataciones ante los proveedores.

- Todo material, mercancías y repuestos debe ser solicitado por una requisición de compra proveniente de la unidad solicitante.
- Las requisiciones de compra deben ser enviadas únicamente al Área Administrativa.
- Una vez aprobada la cotización del proveedor, el Analista de Compras debe realizar la orden de compras.
- Revisar los pedidos pendientes y reclamar a los proveedores aquellos que no hayan llegado en el tiempo acordado.
- Revisar la forma actual como se procesa el requerimiento de la mercancía hasta llegar a la colocación de la orden de compras y su posterior seguimiento hasta la recepción de las mercancías ordenadas.

Objetivo 3. Formular lineamientos para la actualización del presupuesto de compras

Responsables: Los responsables de planificar la etapa de diseño y puesta en práctica del presupuesto de compras, son el Gerente de Compras o en su defecto el Jefe de Compras, quienes conocen realmente cuales son las necesidades de adquisición de la empresa, además el llevar a cabo el presupuesto, este también debe ser compartido, porque luego de que el encargado de compras diseñe su presupuesto, el Gerente General, deberá internalizar si es viable o no, para darle la debida autorización.

Adiestramiento del Personal: El personal de la empresa Video HD Technology C.A., es altamente eficiente por lo que la gerencia está en condiciones de capacitarlos para instruirles nociones sobre el manejo de presupuestos, lo cual permitirá que este se lleve de manera eficaz. Si la empresa decide implementar la propuesta, deben estos adiestrar al personal, mediante la realización de cursos y talleres actualizados de

planificación y presupuesto, además los superiores están en la obligación de mantener un apoyo constante a su personal a cargo.

Factores Externos: En todo momento la empresa deberá estar informada en los acontecimientos que se susciten en la economía, para ajustar el presupuesto de compras a la realidad, y evitar que este fracase, protegiéndolo de factores externos como la devaluación o fluctuaciones de la moneda, por lo tanto como correctivo se deberá tomar un margen de inflación y aplicarlo al costo de la mercancía en caso de que su aumento de precios sea constantemente variable. Esto se puede realizar a través de análisis que brinde el Índice Nacional de Precios al Consumidor, o con la información que brinde el Instituto Nacional de Estadísticas además se debe estar constantemente informado con las medidas que vayan surgiendo del gobierno nacional,

Planes Operacionales: Los planes de operación de gastos, compras de mercancías, y de ventas deben plantearse de manera mensual, tomando en consideración las necesidades y prioridades reales. La empresa deberá estimar cuáles son sus operaciones en el transcurso del periodo presupuestario a través de una herramienta de control, para evaluar la pertinencia de lo real con lo planificado. Planificar sus ventas en función de las demandas de periodos anteriores, esto servirá de base para conocer las futuras compras además es importante que se tome en cuenta los egresos a cancelar durante el periodo para conocer los resultados de la organización.

Procedimientos y Controles Internos: establecer controles internos para evaluar y poder darle seguimiento a las actividades del departamento de compras y verificar que la gestión de compras y en el presupuesto, se estén llevando a cabo correctamente. El proceso de las compras puede estar dado a través de un diseño simple de un manual de normas y procedimientos, para cumplir a carta cabal con una realización exitosa del mismo, los controles internos que deberán establecerse, se enfocan en que debe

existir correcta segregación de funciones, quien realiza las compras (Jefe de Compras), debe ser distinto a quien la autoriza (Gerente de Compras), al igual que en el almacén de mercancía debe ser distinto a quien registra las operaciones, que en este caso le correspondería a los encargados de contabilidad.

Aprobación: el presupuesto de compras deberá ser evaluado y aprobado por la gestión administrativa representado por la Gerencia General de la empresa, quien es que considera la disponibilidad de recursos necesarios para llevar a cabo lo propuesto y dar el visto bueno para el logro de los objetivos y metas.

Seguimiento: las medidas de seguimiento se establecerán a través de un formato (Formato 2) que evaluará el buen funcionamiento del presupuesto para así controlarlo de manera objetiva y para que las variaciones que resulten desfavorables sean disminuidas a medida que transcurre el proceso presupuestario. Este seguimiento se realizara tomando en cuenta que se debe comparar lo real con lo estimado para verificar y rectificar los resultados que la empresa considere. Se sugiere el siguiente:

Formato 2. Control de las Desviaciones del presupuesto de compras

Propósito:

- Conocer la situación real que presenta la empresa en cuanto al control de las compras y suministros
- Identificar las fallas incurridas en la presupuestación de las compras y suministros
- Tomar las medidas respectivas para el control del presupuesto de compras

Formato 2. Control de las Desviaciones del presupuesto de compras

Empresa Video HD Technology C.A.						
Fecha: _____						
Concepto	Previsto	Realidad	Desviación Bs	Desviación %	Responsable	Medidas Tomadas
Elaborado por: _____ Aprobado por: _____						

Fuente: López (2018)

Instructivo de Llenado:

Fecha: Se refiere a la fecha de elaboración del formato

Concepto: Se refiere a los gastos operacionales en que incurre cada área funcional de la empresa

Previsto: Se refiere al monto presupuestado de los gastos operacionales de cada departamento

Realidad: Se refiere al monto real ejecutado del gasto

Desviación Bs: diferencia en Bs de lo previsto con realmente ejecutado

Desviación %: Se refiere al porcentaje de desviación del presupuesto (previsto menos lo ejecutado)

Responsable: Se refiere al área o departamento responsable del presupuesto asignado

Medidas Tomadas: Se refiere a las acciones tomadas para controlar el presupuesto de gastos operativos

Elaborado por: firma de la persona responsable de controlar el presupuesto (Gerente Administrativo)

Aprobado por: Firma de la persona que aprueba el control presupuestario (Gerente General)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Las conclusiones que a continuación se presentan, se basan en los resultados obtenidos en la investigación. Al respecto, de acuerdo al objetivo uno de la investigación, el cual consistió en diagnosticar la situación actual en cuanto al presupuesto de compras que se maneja en la empresa Video HD Technology C.A., concluyendo que el presupuesto de compras se formula de acuerdo a las necesidades de cada departamento de la empresa. Sin embargo a pesar de ello, lo presupuestado no coincide con la realidad organizacional, observando se desviaciones en el presupuesto previsto, como consecuencia aumento de los gastos. Se puede señalar, que no se emplean técnicas, ni se realizan revisiones periódicas de dicho presupuesto puesto que existe desorganización a nivel administrativo y operativo que conlleva a un descontrol del proceso de compras.

Con respecto al objetivo dos, se identificaron los elementos que intervienen en el control de las compras y su relación con el proceso inflacionario, concluyendo que no se establecen mecanismos para la identificación, análisis y valorización de los riesgos en los procesos de compra., dado que hay factores externos que no se toman en cuenta tales como inflación, escasez de insumos, competencia entre otros y se demuestra la inexistencia de un sistema efectivo respaldado en controles que permita identificar, priorizar y establecer niveles aceptables de riesgo.

Sin embargo, para la toma de decisiones la empresa toma en cuenta la variable inflación, ya que esta ha generado en la organización debilidades en su operatividad, tales como la disminución de las ventas, el aumento de los costos, y por consiguiente una disminución del flujo de efectivo.

Por lo tanto, de acuerdo al objetivo tres, se concluyó que es necesario elaborar estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A., lo cual le permitirá que la planificación

administrativa del proceso de compras esté acorde a los lineamientos establecidos en la organización y a la realidad económica existente en el país. Al respecto, se plantearon una serie de acciones dirigidas a fortalecer la gestión de las compras en entornos inflacionarios

Recomendaciones

Una vez presentadas las conclusiones, se presentan las siguientes recomendaciones:

- La implantación de las estrategias propuestas, puesto que permitirá optimizar la gestión de las compras, así como el cumplimiento de los objetivos y metas establecidas y así lograr corregir oportunamente eventualidades, con el fin de lograr el normal funcionamiento de las empresas.
- Elaborar los presupuestos conjuntamente con todos los departamentos que conforman la empresa, para coordinar con ellos el trabajo y las responsabilidades que conlleva al alcance de los objetivos propuestos.
- Se recomienda al departamento de almacén establecer los máximos y mínimos de los productos para hacer más rápido y sencillo el proceso de determinar las cantidades que se pedirán a los proveedores ya que esto se puede realizar de forma automatizada en el sistema de información y disminuir los recursos y tiempo usados en la gestión de compras.
- Evaluar continuamente los procesos en el área de compras, a fin de detectar errores, omisiones, y/o desviaciones y aplicar medidas correctivas
- Se recomienda mantener una supervisión continua sobre el sistema de control interno, ya que la intervención de dichos controles le ofrece a la empresa mayor confiabilidad de los procedimientos de control contable y administrativo. Además, que le permite asegurarse de que si se producen errores, estos serán detectados con mayor facilidad y oportunamente

- Establecer programas de incentivos a los trabajadores como premio por su desempeño y metas cumplidas, a fin de que estén motivados y se desempeñen mejor en su puesto de trabajo
- Optimizar de manera oportuna las gestiones de compras, inventario y de las acciones del personal de compras para que los procesos internos (entradas-producción-salidas-mercadeo-servicio) apunten hacia la eficiencia.

REFERENCIAS

- Alberto Rosemary y González Fabiana (2015). **Propuesta de Estrategias de Control Interno para el Ciclo de Compras - Cuentas Por Pagar - Pagos de la empresa “L.H.R Industrial Supply C.A” Ubicada En Valencia, Edo. Carabobo**”, presentado en la Universidad de Carabobo.
- Arias Fidias (2014). **El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica**. 5ta Edición. Editorial Episteme.
- Berrueta Dogleiris y Manaure Yoelí (2017). **Gestión de Compras e Inventario de Materia Prima del Sector Cervecerero de la Parroquia de Aranza del Municipio Maracaibo.**” Presentado en la Universidad Rafael Urdaneta
- Bisquera, Rafael (2012). **Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**. Editorial Frigor. Caracas. Venezuela.
- Bittel, Lester y Ramsey, Jackson. (2004). **Sistemas Y Procedimientos Administrativos Y Contables**. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S. A.
- Burbano Jorge (2012). **Presupuestos. Enfoque de gestión, planeación y control de recursos**. Cuarta Edición. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Castillo, María. (2016). **Herramienta Presupuestaria para la Planificación y Control de los Gastos Operativos en la empresa Fundación Carabobeña para la Atención de Enfermedades Hematológicas (FUNCAHEM)**. Presentado en la Universidad José Antonio Páez
- Cepeda, Gustavo. (2006). **Auditoría Administrativa. Evaluación De Métodos Y Eficiencia Administrativa**. México: Diana
- Galindez Yaneisy, Tovar Tirsa y Bolívar Elsa. **Estrategias Gerenciales de Control Interno para optimizar el Departamento de Compras de la empresa Inversiones Arr1376, C.A**. Presentado en la Universidad de Carabobo.
- Hernández, Roberto., Fernández, Carlos. y Baptista, Lucio. (2013). **Metodología de La Investigación**. México.
- Hoz Betty, Uzcategui Sigilfredo y Borges Jesús (2008). **La Inflación como factor distorsionante de la Información Financiera**. Revista Venezolana de Gerencia. Volumen 13. No 44.

- Londoño, Fernando. y Mesa, Jesús. (2004). **Presupuesto y Finanzas**. México: Editorial Limusa.
- Lozano, Arvey (2008). **Importancia del Presupuesto**. (En línea). Disponible en www.monografias.com/.../presupuestos/presupuestos.shtml.
- Mercado, Salvador (2008). **Compras principios y aplicaciones**. Editorial LIMUSA. México.
- Molina, Victor (2006). **Análisis de las metodologías Fiscales y Financieras para el ajuste por Inflación establecidas en la Ley del Impuesto Sobre la Renta y la Declaración de Principios de Contabilidad No 10**. Universidad de los Andes. Mérida. Venezuela.
- Palella, Santo y Martins, bertoFili. (2012). **Metodología de la Investigación Cuantitativa**. (4a. ed.). Caracas: Fedupel.
- Pérez, Nicolás (2000). **Elaboración y Control de Presupuesto**. Ediciones Gestión 2000, S.A. España
- Reyes Carmen y Rojas Santos (2014). **Control Contable del Área de Compras y las Cuentas por Pagar de la empresa Distribuidora Agroveterinaria Trujillo S.A.C. y su relación con los egresos de caja, para el año 2014**". Presentado en la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, Perú
- Rosemberg, Jerry. (2005). **Diccionario de Administración y Finanzas**. España: Océano.
- Sabino, Carlos (2014). **El proceso de investigación**. 3ª.Reimpresión, Ediciones Lumen/Humanitas. Venezuela.
- Sanabria, Beatriz. y Ojeda, Yolanda. (2002). **La inflación y el índice de precios al consumidor**. (Documento en Línea). Disponible en www.bcv.org.ve/blanksite/c1/Publicaciones.asp?Codigo=3325...2.
- Tamayo y Tamayo Mario (2014). **El proceso de la investigación científica**.4ta Edición México: Ediciones Limusa. Grupo Noriega Editores.
- Tamayo y Tamayo Mario (2014). **El proceso de la investigación científica**. México
Veliz, Rosana (2016). **Presupuesto de Compras**. (Documento el línea). Disponible en presupuestodecomprasuts.blogspot.com/

ANEXOS

ANEXO A.

CUESTIONARIO



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Agradecemos su colaboración y disposición para con este estudio y el haber aceptado apórtanos estos datos, al igual que la honestidad y claridad en las repuestas. Garantizamos la confiabilidad de la información.

Este cuestionario está diseñado para tener una idea clara sobre los aspectos que Ud., como trabajador de la empresa en estudio pueda aportar para afianzar la propuesta de **ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DEL PRESUPUESTO DE COMPRAS EN PERIODOS INFLACIONARIOS EN LA EMPRESA VIDEO HD TECHNOLOGY C.A.**

Gracias por su atención.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas
- Marque con una (X) la alternativa que considere correcta

CUESTIONARIO

Ítem	Preguntas	Si	No
1	¿En el departamento de compras existen procedimientos para el manejo de documentos y registros?		
2	¿Existen sistemas de información en el área de compras que produzcan reportes?		
3	¿Tiene conocimiento de la existencia métodos de planeación que permitan realizar pedidos oportunamente evitando insuficiencias de los productos?		
4	¿Se cumplen los tiempos de entrega acordados entre la empresa y los clientes?		
5	¿Los controles administrativos que se llevan a cabo fomenten la eficiencia y eficacia en el proceso de compra?		
6	¿La empresa utiliza presupuestos para organizar el proceso compras durante el año?		
7	¿Cree usted, que los controles administrativos que se llevan a cabo en la empresa permiten la eficiencia y eficacia del proceso de compra?		
8	¿Se evalúa y se controla eficientemente la planificación presupuestaria de las compras?		
9	¿De acuerdo con las partidas presupuestarias se presentan informes de ejecución periódicos para evaluar las metas logradas?		
10	¿Cree necesario elaborar estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa?		

Fuente: López (2018)

ANEXO B

LISTA DE COTEJO

Ítem	Aspectos a observar	Si	No
1	Se emplean mecanismos para la identificación, análisis y valorización de los riesgos en los procesos de compra		X
2	Se emplean controles para la adquisición de los suministros y materiales de calidad y a precios favorables		X
3	La inflación que se vive actualmente impacta en el presupuesto de compras	X	
4	En la elaboración de la planificación presupuestaria de las compras se toma en cuenta la variable inflación	X	
5	La planificación financiera que se lleva a cabo en la empresa le permite conocer los resultados económicos		X
6	El departamento de compras prepara reportes periódicos para hacer seguimientos a las órdenes de compra		X
7	Existen mecanismos de selección de proveedores fiables en cuanto a calidad de producto, cumplimiento de las entregas		X
8	Se evalúan periódicamente la gestión de la compras para corregir las fallas detectadas		X

Fuente: López (2018)

ANEXO C.
CUADRO TÉCNICO METODOLÓGICO

Objetivo General: Proponer estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.

Objetivos Específicos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Técnicas e Instrumentos
Diagnosticar la situación actual en cuanto al presupuesto de compras que se maneja en la empresa Video HD Technology C.A.	Presupuesto de Compras	Normas y Procedimientos para el proceso de Compras	Procedimientos Información de las compras Métodos de planeación Tiempos de entrega Controles administrativos	1 2 3 4 5	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		Gestión Presupuestaria de las compras	Presupuesto de compras Información Partidas Evaluación y Control Informes estrategias	5 6 7 8 9 10	
Identificar los elementos que intervienen en el control de las compras y su relación con el proceso inflacionario	Proceso Inflacionario el Control de las Compras	Inflación y sus efecto en el presupuesto de compras	Valorización de los riesgos Calidad y precios Variable inflación Planificación financiera	1 2 3/4 5	Técnica: observación Directa Instrumento: Lista de Cotejo
Elaborar estrategias para el control del presupuesto de compras en períodos inflacionarios en la empresa Video HD Technology C.A.					

Fuente: López (2018)