

ANEXO X-2



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
COORDINACIÓN DE PASANTÍA Y TRABAJO DE GRADO

ACTA DE APROBACIÓN

INFORME FINAL DE PASANTÍA

TRABAJO DE GRADO

El jurado designado por la Facultad de Ciencias Sociales para la evaluación del **Informe Final de Pasantía o Trabajo de Grado** titulado: ESTRATEGIAS DE REGULARIZACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO EN COMPRAS Y VENTAS PARA EL COMERCIO DIGITAL DE LA EMPRESA MULTISERVICIOS GLOBAL AJ2201, C.A.

Realizado por el (la) Br. Danielys Rosymar Piña Leal.

C.I. N° 28.477.681, cursante de la carrera de Contaduría Pública hace constar después de analizar su contenido y oír la exposición oral, considera que el Informe Final o Trabajo de Grado ha obtenido la calificación de: 19 pts.

APROBADO

NO APROBADO

El Jurado

Nobelio Duran  
Tutor Académico (Coordinador)  
Nombre: Nobelio Duran  
C.I.: V-7.35.386

J. S. S.  
Jurado  
Nombre: José S. Piña  
C.I.: 8624179



Paula Ybarrá  
Jurado  
Nombre: Paula Ybarrá  
C.I.: 17680435

Fecha: 23/05/2020



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA  
CARRERA CONTADURÍA PÚBLICA**

**ESTRATEGIAS DE REGULACIÓN DEL PROCESO  
ADMINISTRATIVO EN COMPRAS Y VENTAS PARA EL  
COMERCIO DIGITAL DE LA EMPRESA  
MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.**

**EMPRESA: MULTISERVICIOS GOBAL AJ2201, C.A.**

**Autora: Danielys Piña  
C.I. V -28.477.681**

San Diego, mayo de 2022



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA  
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA**

**ESTRATEGIAS DE REGULACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO EN  
COMPRAS Y VENTAS PARA EL COMERCIO DIGITAL DE LA EMPRESA  
MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.**

**CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN**

---

**ABOG. NOHELIA DURÁN C.I. V- 7.135.386**

**TUTOR ACADÉMICO**

---

**LICDA. EVELYCELIS YLARRETA C.I. V-**

**TUTOR EMPRESARIAL**

**Autora:** Danielys Piña  
C.I. V -28.477.681

San Diego, mayo de 202

## ANEXO U



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA**  
**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ**  
**COORDINACIÓN DE PASANTÍA**

### PLAN DE TRABAJO PARA PASANTÍAS

<b>DATOS DEL ESTUDIANTE</b>	Apellidos y Nombres: Piña Leal, Danielys Resymar	
	Cédula de Identidad: 28.477.681	Teléfono: 0424.606.24.22
	Facultad: Ciencias Sociales	Escuela: Contaduría Pública
<b>DATOS DE LA EMPRESA</b>	Razón Social: Multiservicios Global AJ 2261 C.A.	Teléfonos: 0426.133.86.72/0414.432.28.69
	Dirección: Calle Callejón ALBANI Casa No. S/N Sector Yagua Carabobo	
	Entidad Económica: Comercialización de Suministros Industriales y Químicos	
	Departamento donde realizará la pasantía: Administración	
<b>DATOS DE LOS TUTORES</b>	<b>Nombre del Tutor Académico:</b> Nohelia Duran	
	<b>Nombre del Tutor Empresarial:</b> Evelycelis Ylarreta	

### DIAGNÓSTICO DE LA PASANTÍA

Diagnóstico de la pasantía: El departamento de administración presenta debilidades en cuanto al control de la comercialización digital, ya que requiere mejoras en cuanto a la generación y recepción de las facturas de compra y venta, para tener los registros de las operaciones pertinentes.

Título del informe: Estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa Multiservicios Global AJ 2201 C.A.

Identificación del problema o situaciones problemáticas: Para una buena regularización al personal debe estar capacitado en la actividad económica de diferentes potencialidades de compra y adquisición de un bien para el buen funcionamiento de cualquier empresa adquirida para el bienestar productivo del país.

Formulación del problema: ¿Cómo se puede optimizar el proceso de pago de nómina quincenal del personal empleado de la empresa Multi Alimentos Cojedes C.A.?

Objetivo general: Proponer las estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa Multiservicios Global AJ2201 C.A.

Objetivos específicos:

- 1.- Diagnosticar la situación actual de la regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa Multiservicios Global AJ2201 C.A.
- 2.- Determinar los factores internos y externos que intervienen en la regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa Multiservicios AJ2201, C.A.
- 3.- Diseñar estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa Multiservicios AJ2201, C.A.

--	--	--

**APROBACIÓN POR LA COMISIÓN DE ESCUELA:** \_\_\_\_\_

Rev. 03-2017

### ANEXO U-1



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
COORDINACIÓN DE PASANTÍA**

#### PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES PARA PASANTÍAS

Semana	Actividades a realizar	Observaciones
1	Identificación de los departamentos involucrados en la venta Digital. Conocimiento de los recursos involucrados en la Venta Digital.	El encargado de ventas de la presente compañía realizó funciones del departamento de ventas, ya que asumieron tareas como planeación, ejecución y control de actividades para alcanzar un mejor funcionamiento de todo el negocio.
	Conocimiento de los agentes de ventas independientes (free lance)	
2	Seguimiento del proceso de venta y atención al cliente desde oficina. Mantenimiento de Asesoría de clientes y Cartera de Asignada.	Los analistas de ventas deben mantener contacto digital con cada cliente asignado para el sondeo de necesidades de cada uno según el sector productivo de cada uno.
	Verificación y análisis de los movimientos productivos en el País en los rubros más comerciales según la fecha.	Los analistas de venta deben estar constantemente involucrados con el análisis de Mercadeo y RRSS, para saber detectar los nuevos potenciales clientes y realizar ofertas adecuadamente.
3	Recepción y atención de vendedores. Análisis de cálculo de utilidad en cada Presupuesto	Analizar cada propuesta económica realizada por los analistas; verificando el estudio de los riesgos de mercado e inflación.
	Monitoreo de ventas, seguimiento de presupuestos, recepción de órdenes de compras.	Se realiza un seguimiento telefónico a cada cliente por las propuestas enviadas y se analizan las que no fueron aprobadas. Las ofertas aprobadas se proceden al trámite administrativo.
4	Recepción de órdenes de compras	Se recibe la orden de compra por parte del cliente y se procede a realizar la facturación de la misma.
	Facturación y verificación de Identidad Comercial del Cliente.	Se solicita y verifica los datos fiscales del cliente, condición SENIAT y procede a la facturación.
<b>Recomendaciones:</b>		
Tutor empresarial (Nombre, firma y sello de la empresa)		Tutor académico (Nombre, firma y sello de la facultad)

## **DEDICATORIA**

Principalmente **a Dios**, quien como guía estuvo presente en cada paso de mi vida, llenándome de sabiduría, dedicación, bendiciones, esfuerzo y voluntad para continuar y obtener uno de los logros más importantes para mi vida profesional.

A mis padres, abuela y tíos, por haber sido mi apoyo a lo largo de mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida, quienes me enseñaron que el mejor conocimiento que se puede obtener son los estudios y que incluso la tarea más grande se puede lograr dando un paso a la vez.

A todas las personas que me han apoyado, brindándome su confianza, consejos, ánimos y amor en este proceso de formación profesional como lo son mi familia, amigos, compañeros de estudio, universidad, tutores institucionales y académicos.

**Danielys Piña**

## AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer primeramente **a Dios**, por brindarme la sabiduría y esfuerzo para culminar con éxito mi carrera Profesional en Contaduría Pública.

**A mis padres Daniel Piña y Daybert Leal**, por creer en mí y apoyarme incondicionalmente, siendo la fuente de mi motivación y esfuerzo para crecer y ser una profesional exitosa, forjando un futuro mejor y hacerlos sentir orgullosos.

**A mis Tíos Lisbee Piña, Daglis Ramos, Neptali Piña y Leopoldo Bueno**, Por apoyarme y aconsejarme desde un principio en cada paso que daba para lograr mí objetivo.

**A mi abuela Segunda Piña**, Por siempre impulsarme a seguir estudiando y animándome a salir adelante y superarme.

**A mi tutora Institucional Licda. Nohelia Duran, a mi tutora Empresarial Licda. Evelicelys Ylarreta, a mis profesores, y la directora de Escuela de Contaduría Pública Licda. Leida Pérez**, quienes me brindaron sus conocimientos y orientación para hoy lograr ser una profesional de la disciplina contable.

**A mis abuelas** que desde el cielo me acompañan guiándome y llenándome de bendiciones para cumplir cada uno de mis propósitos y logros.

Finalmente **a todos mis familiares y amigos**, que me apoyaron e hicieron posible alcanzar esta meta con éxito.

A todos muchas gracias.

**Danielys Piña**



## ÍNDICE GENERAL CONTENIDO

	pp.
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>FASE</b>	
<b>I</b>	
<b>GENERALIDADES DE LA INSTITUCIÓN</b> .....	2
1.1. Descripción de la Empresa.....	2
1.1.1. Ubicación de la Empresa .....	2
1.1.2. Reseña Histórica de la Empresa .....	2
1.1.3. Estructura Organizativa .....	2
1.2. Misión de la Empresas .....	3
1.2.1. Visión de la Empresa.....	3
1.2.2. Objetivos de la Empresa.....	3
1.3. Descripción del departamento.....	4
1.4. Objetivos del departamento .....	4
<b>II</b>	
<b>DIAGNÓSTICO</b> .....	5
2.1. Diagnóstico de necesidades .....	5
2.2. Plan de trabajo.....	7
2.3. Cronograma de Actividades.....	8
2.4. Descripción de Actividades .....	8
2.5. Recursos Técnicos y Humanos .....	9
<b>III</b>	
<b>VINCULACION TEÓRICA</b> .....	10
3.1. Principios Teóricos .....	10
3.1. Bases Legales .....	11
3.1. Definición de Términos Básicos .....	11
<b>IV</b>	
<b>RESULTADO DEL DIAGNÓSTICO</b> .....	13
4.1. Análisis de los Resultados .....	13
<b>V</b>	
<b>ACCIONES</b> .....	21
5.1. Presentación de la Propuesta .....	21
5.2. Beneficios de la Propuesta .....	22
5.3. Objetivos de la Propuesta .....	22
5.4. Desarrollo de la Propuesta .....	22
5.5. Factibilidad de la Propuesta .....	25
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	27
<b>REFERENCIAS</b> .....	29
<b>ANEXOS</b> .....	30

# LISTA DE CUADROS

## CONTENIDO

### CUADRO

1. Lista de Cotejo.....	13
2. Matriz DOFA.....	18

## LISTA DE GRÁFICOS Y TABLAS

### CONTENIDO

#### CUADRO

Realización de compras y ventas a través de plataformas digitales .....	15
Implicaciones fiscales y tributarias por no soportar las compras y ventas.....	16
Declaraciones y pago de IVA afectada por falta de facturas de compras y ventas .....	17
Aceptación de la Propuesta. ....	18

## INTRODUCCION

La presente investigación se dirigió a la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A., dedicada a la comercialización de suministros industriales y químicos; la cual requiere mejoras en sus procesos de compra y venta, considerando el comercio digital como estrategia de regulación de su proceso administrativo, para tal fin, se necesita de un personal capacitado en la actividad económica de diferentes potencialidades de compra y adquisición de los bienes para el buen funcionamiento de la empresa, de manera que se logre el buen funcionamiento de la misma, orientada al logro de los objetivos organizacionales.

El tiempo de investigación, búsqueda de resultados y desarrollo de técnicas serán de dos semestres académico regular y se estructura de la siguiente manera:

Fase I: Generalidades de la Institución: Aquí muestra la información de la empresa como ubicación, una breve descripción, estructura organizacional misión, visión, objetivos de la empresa, descripción y objetivos del departamento donde se desarrolla la pasantía.

Fase II: Diagnóstico: de necesidades del Departamento en el que realiza la pasantía, plan de trabajo, cronograma de actividades a realizar, descripción de las actividades a realizar y los recursos técnicos y humanos con que cuenta el pasante para el desarrollo de la investigación dentro de la institución.

Fase III: Vinculación Teórica: Revisión de teorías, leyes, principios, entre otros, que de alguna manera ayudan a resolver el problema o situación problemática.

Fase IV: Resultado del Diagnóstico: se presenta el diagnóstico de la situación actual en relación a la problemática planteada.

Fase V: Acciones: se presentan las acciones a desarrollar de la propuesta para darle solución al problema planteado, en donde se presenta la propuesta, los beneficios y su factibilidad.

Conclusiones y Recomendaciones: a las que llegó la autora de su investigación.

Finalmente, las Referencias: electrónicas y bibliográficas que sustentan la presente investigación.

## **FASE I**

### **GENERALIDADES DE LA INSTITUCIÓN**

#### **1.1. Descripción de la Empresa**

##### **1.1.1 Ubicación**

MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A. Dirección: Calle Callejón Albani, Casa No. s/n, Sector Yagua, Estado Carabobo.

##### **1.1.2. Reseña Histórica**

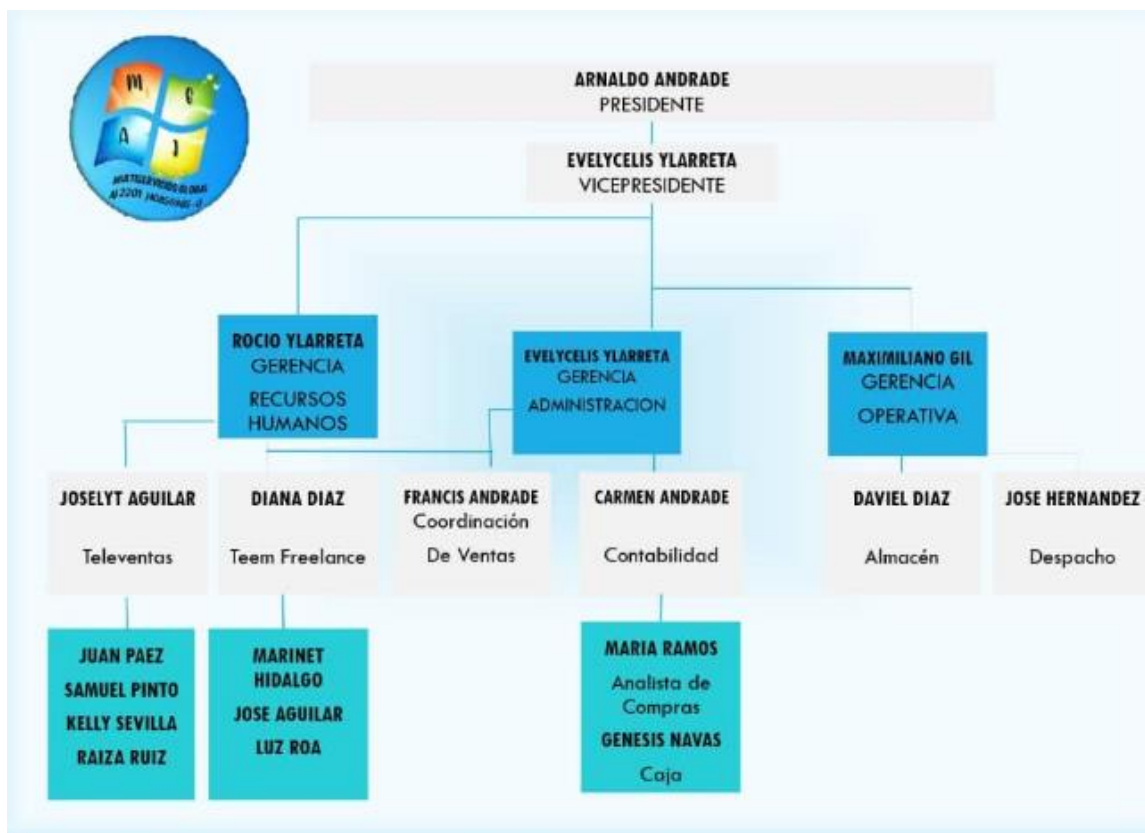
Son una empresa de personas emprendedoras, que nace de la idea de abastecer las necesidades principales y al tiempo de aportar soluciones a las empresas que aún creen en Venezuela y de todo el sector productivo agroindustrial. Su principal lema es: “Yo sí creo en Venezuela”, ya que creen que han crecido en esta época de crisis y por eso han iniciado este proyecto para la toma de decisiones de grandes aliados. Su empresa, a pesar de poseer las características clásicas de comercialización, han desarrollado estrategias de emprendimiento clásica de comercialización, han desarrollado estrategias de emprendimiento y nuevos negocios.

Por otro lado, la oferta de instrumentos financieros y oportunidades ha crecido en los últimos años, pues, con los sistemas globales de compra, suministro y servicio, han implementado nuevos sistemas para la adquisición de bienes y maquinarias en el área empresarial. Por ello, se encuentran en un proceso de expansión y su crecimiento está íntimamente ligado a la asociación con aliados comerciales, proveedores y organizaciones gremiales que pueden sostener este crecimiento basado en la forma sistemática de ayuda conjunta. Saben y entienden el costo de los beneficios en el ramo de la comercialización de productos no producidos por ellos, pues, suministro de productos de sus unidades de negocios conlleva a unos beneficios diferentes. MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A., con su marca Shalom busca construir una marca que se ajuste a las necesidades de su preciada clientela, además, de trascender en el tiempo y formar parte de las herramientas de familia y empresa para la construcción de su sueño y proyectos.

##### **1.1.3. Estructura Organizativa de la Empresa**

A continuación, se presente la estructura organizativa representativa de la empresa en estudio, detallada en la figura No. 1:

**Figura N° 1 Organigrama Estructural de la Empresa.**



**Fuente:** Departamento de Administración de Multiservicios Global A.J 2201, C.A. (2021)

## 1.2. Misión

Lograr la consolidación como una empresa en el mercado nacional en el segmento industrial, maquinaria pesada, suministros industriales y químicos, con productos de alta calidad, respuesta inmediata y calidad de servicios en los rubros y/o unidades de negocio desarrolladas por la organización. Además, de ofrecer al cliente el mejor servicio de distribución y comercialización de productos de calidad en el sector industrial a nivel nacional de récord calidad y precio.

### 1.2.1. Visión

Se ven como una empresa avanzada en la comercialización y suministro para empresas sólidas y con productos de alta calidad, que proporciona respuesta inmediata, calidad de servicio y al mismo tiempo consolidada a nivel nacional, además, de ofrecer un excelente sistema operativo de comercialización interno y ser una empresa líder en la distribución y comercialización de suministros industriales en general a nivel nacional e internacional.

### **1.2.2. Objetivo**

El objetivo principal de la empresa es prestar servicios, ya que son una empresa dedicada a la distribución, localización, venta y distribución de repuestos para motores de maquinaria pesada, suministros industriales, ferreteros y una gama amplia de productos representado por diferentes unidades de negocios que definen la estructura comercial de la organización, enfocada en empresas de todo el país, que les brinde solidez financiera, obteniendo así la lealtad y compromiso de los clientes sustentable en el tiempo.

### **1.3. Descripción del Departamento**

El departamento de administración cuenta con una serie de funciones de carácter administrativo dentro de los procesos que se realizan dentro de una empresa. Por tanto, se encarga de recibir las facturas de proveedores y acreedores y de realizar la emisión de las facturas de las ventas a los clientes. Tiene relación con el resto de los departamentos de la empresa, como es el caso de las compras, para la adquisición de materias primas necesarias para la producción, compras de maquinarias, entre otros, ya que debe dar la autorización y se encarga de recibir la factura y realizar el pago correspondiente.

### **1.4. Objetivo del Departamento**

Planear, organizar, coordinar, controlar y evaluar las actividades necesarias para el desarrollo y ejecución de los programas relativos a la administración de personal, la administración y suministro de recursos materiales y servicios y la administración de los centros de servicios de la institución.

## FASE II

### DIAGNÓSTICO

#### **2.1. Diagnóstico de las Necesidades del Departamento en el que se Realiza la Pasantía**

Cada vez son más las empresas que se encuentran en la búsqueda de cambios para poder adaptarse a los avances tecnológicos, a la globalización y a los efectos socioeconómicos que enfrentan en un mercado cada vez más exigente, de manera que puedan ofrecer a sus clientes productos y servicios de calidad para satisfacer sus necesidades y lograr el posicionamiento esperado, de manera que se pueda ganar su fidelización en su marca comercial.

En Venezuela, las empresas sin importar su tamaño o actividad económica, no escapan de esta realidad, por lo tanto, deben tomar decisiones a tiempo para evaluar sus procesos, de forma tal que puedan ser más efectivas y competitivas, en especial en tiempos de crisis a nivel mundial como se presentan en la actualidad, ya que aquellas que buscan adaptarse a los cambios y desarrollar estrategias que le impulsen en la economía en la cual se encuentran inmersas, podrán avanzar y aquellas que no hagan nada o bien quedarán estancadas y hasta pueden perecer en el tiempo.

En este sentido, es importante mantener un flujo de comercialización efectivo, por lo tanto, las operaciones de compra y venta para aquellas empresas comercializadoras es crucial, ya que de las buenas negociaciones de compras y el establecimiento de precios competitivos darán como fruto la rentabilidad esperada para cubrir sus gastos operativos y brindar los importes netos a los accionistas. Unas de las formas que han venido adoptando las empresas es la utilización de las redes sociales, mediante ellas, buscan mantener una comercialización de sus compras y ventas, ya que a través de ellas se pueden realizar muchas operaciones, entre ellas se encuentran las transacciones comerciales, dando origen a lo que se denomina hoy en día el comercio electrónico, el cual se ha ido desarrollando intensamente, gracias a las nuevas corrientes innovadoras.

De acuerdo a Tovar (2021:1), expresa que el comercio electrónico es: “el pago electrónico dentro de Internet, de un bien adquirido por Internet”, a una definición abierta que indica que: “el comercio electrónico, es el intercambio de bienes y servicios por medios electrónicos, siendo su pago posible también por dicho medio”, por lo tanto, el comercio electrónico es la combinación de la tecnología con el internet para ampliar las transacciones. El comercio electrónico está basado y enfocado en la venta de productos con un cliente final a través de un sitio Web el cual se facilita al

cliente, ya que este sitio regularmente cuenta con la foto del producto, precio, medidas, toda una detallada descripción del producto para una mejor elección, también contando con su forma de pago, que cuenta con un formulario que permite hacer el pedido, facilita los datos del comprador para la entrega del producto y captura el número de tarjeta de crédito con todos estos datos.

Por lo tanto, el cliente navega hasta que selecciona el o sus productos a su agrado y realiza la compra. En este sentido, el fenómeno del internet facilita a los compradores, tanto como a las empresas en sus ventas, ya que ahorran tiempo, debido a que hoy en día es muy importante para las organizaciones comerciales estar actualizadas con las nuevas tecnologías para lograr una mayor productividad. Es por ello, que para que sus productos puedan ser vendidos a través del Internet, el producto tiene que llegar hasta las manos del consumidor, que es el cliente.

A tales efectos, el uso del comercio electrónico disminuye los costos de comunicación, reduce el tiempo necesario para la venta hacia el público, toda la entrega de información es en formato digital, reduce los costos de transporte y distribución y permite hacer alianzas comerciales más amplias e integradas, ya que el internet es un plan básico del comercio global, a medida que la tecnología avanza y supera los problemas para intercambiar información y comercializar los bienes y servicios, ya que muchas de las empresas lo hacen mediante esta vía. La rapidez del internet ha facilitado a muchas empresas, tanto como personas en sus compras, ya que también los motiva a comprar mediante este medio, siendo más fácil y se ahorra tiempo.

La estrategia del comercio electrónico es demostrar todas sus ventajas que tienen, la facilidad con la que se puede realizar una compra a través del internet. Las ventajas del comercio electrónico son evidentes, debido a que es un servicio de la tecnología que permite realizar negocios y la compra y venta de bienes y servicios mediante la utilización de sistemas electrónicos, ya que el comprador puede ver de forma fácil y rápida toda la gama de productos en línea, y no tiene que andar de tienda por tienda en busca de su producto requerido.

Bajo estas premisas, el presente estudio va dirigido a la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A., dedicada a la comercialización de suministros industriales y químicos, la cual se encuentra ubicada en el Municipio Yagua del Estado Carabobo, la cual desea incursionar en el comercio electrónico para mejorar sus procesos de compra y venta, de forma tal que se puedan minimizar los costos en la adquisición de sus productos para aumentar su rentabilidad, sin perder de vista la calidad de los mismos, así como generar un mayor nivel de ventas, permitiendo realizar una distribución efectiva a nivel nacional, ya que desea incorporarse al grupo de empresas

emprendedoras que se adaptan a las nuevas tecnologías para su comercialización, y posicionamiento en el mercado cada vez más competitivo.

En este orden de ideas, cabe resaltar que la empresa no usa en la actualidad los medios electrónicos para su comercialización, no tiene un personal capacitado para adaptar tales tecnologías y por lo tanto, y debido a la situación presente en el comercio electrónico (online), es necesario utilizar estrategias que lleven a la empresa a un buen funcionamiento de compra y venta dentro el comercio digital, por lo tanto, para una buena regulación el personal debe estar capacitado en la actividad económica de diferentes potencialidades de compra y adquisición de un bien para el buen funcionamiento de la empresa, de forma tal que se pueda lograr su sostenimiento en el tiempo, así como impulsar el bienestar productivo del país, ya que el ciclo de compra y venta permite generar los impuestos requeridos del estado y dirigirlos a la comunidad.

## **2.2. Plan de Trabajo**

### **2.2.1. Formulación del Problema**

De lo antes expuesto, surge la interrogante siguiente: ¿Cuáles serían las estrategias adecuadas para la regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.?

### **2.2.2. Objetivos del Informe**

#### **2.2.2.1. Objetivo General**

Proponer las estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLBAL AJ 2201, C.A.

#### **2.2.2.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Diagnosticar la situación actual de la regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.
- ✓ Determinar los factores internos y externos que intervienen en la regularización del proceso administrativo en compras y ventas de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.
- ✓ Diseñar estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para

el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.

### 2.3. Cronograma de Actividades

Seguidamente, se presenta el cronograma de actividades a realizar durante el período de pasantía, el cual está comprendido en dos semestres académicos regulares de los períodos 2022-ICR y 2022-IIICR, iniciados en septiembre del año 2021 y finalizando en junio del año 2022, el cual se presenta en el cuadro No. 1.

**Cuadro 1.- Cronograma de Actividades**

ACTIVIDADES	TIEMPO					
	Sept- Oct 2021	Nov Dic 2021	Ene Feb 2022	Mar Abr 2022	May Jun 2022	TOTAL EN DÍAS
Diagnóstico de Necesidades	X					1
Plan de Trabajo	X	X				5
Cronograma de Actividades		X				1
Descripción de las Actividades		X				3
Recursos Técnicos y Humanos			X			1
Principios Teóricos			X			18
Redacción del Informe Final				X	X	25
Total						54

Fuente: Piña (2022)

### 2.4. Actividades Desarrolladas por el pasante desarrolladas en el cargo de Analista de Compras, bajo la supervisión del Administrador:

- ✓ Identificación de los departamentos involucrados en venta digital, conocimiento de ellos recursos involucrados en la venta digital.
- ✓ Seguimiento del proceso de ventas y atención al cliente desde la oficina de mantenimiento continuo de asesoría de clientes de la cartera asignada.
- ✓ Verificación y análisis de los movimientos de productos en el país y los rubros más comerciales según la fecha.
- ✓ Recepción y atención de vendedores.
- ✓ Análisis del cálculo de utilidad en cada presupuesto.
- ✓ Gestión y seguimiento de cobranza a clientes.
- ✓ Monitoreo de ventas, seguimiento de presupuestos, recepción de órdenes de compra.
- ✓ Facturación, verificación de identidad comercial del cliente.

## **2.5. Recursos Técnicos y Humanos**

### **2.5.1. Recursos Técnicos**

En el presente informe de pasantía se destacaron para el desarrollo del mismo, los siguientes recursos tecnológicos, sistema administrativo, internet, computadora, impresora, artículos de papelería.

### **2.5.2. Recursos Humanos**

El presente informe de pasantía cuenta con un tutor empresarial la Licenciada Evelycelis Ylarreta, contador de la empresa, un tutor académico Abogada Nohelia Durán y el Pasante Bachiller. Darielys Piña.

## **FASE III**

### **VINCULACIÓN TEÓRICA**

#### **3.1 Principios Teóricos**

##### **3.1.1 Estrategias**

De acuerdo a Serna (2007:35), señala que las estrategias “son acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización y de cada unidad de trabajo y así hacer realidad los resultados esperados al definir los proyectos estratégicos”. Por lo tanto, las estrategias permiten concretar y ejecutar los proyectos estratégicos a través de planes de acción o plan operativo que se procesa por medio del monitoreo, seguimiento y evaluación.

##### **3.1.2 Comercio Electrónico**

Según Somalo (2017:25), expresa que: “el concepto de comercio electrónico está relacionado al traslado de transacciones normales, comerciales, personales a dispositivos electrónicos a través de redes de telecomunicaciones como el Internet, incluyendo una variedad de actividades”, por su parte, de acuerdo a la Organización Mundial del Comercio OMC (2020:1), señala que la expresión comercio electrónico se refiere a: “la producción , distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos”, su importancia es que ha logrado transformar la manera tradicional de la venta de un producto o servicio a un nuevo mercado potencial que se encuentra en crecimiento. Su aporte al presente estudio, es que está basado en utilizar el comercio electrónico en las operaciones de compra y ventas de la empresa en estudio.

##### **3.1.3 Compras**

En el mundo de los negocios modernos, la función de las compras ha venido a ser clave en la mayoría de las empresas se compran cada año cantidades considerables de mercancías y servicios por las industrias y el gobierno. Dichas adquisiciones frecuentemente vienen a ser parte importante del costo operativo total de una organización.

Según Catacora (2015:136), en: “toda empresa comercial o industrial en que la fuente de ingresos la constituye las mercancías, es indispensable tener información sobre su movimiento y existencia”. Las actividades de comprar corresponden al proceso de localización y selección de

proveedores, adquisición de productos (materias primas, componentes o artículos terminados, servicios), luego de negociaciones sobre el precio y condiciones de pago, así como el acompañamiento de dicho proceso para garantizar su cumplimiento de las condiciones pactadas.

### **3.1.4 Las Ventas**

Por su parte, según Romero (2008), expresa que:

La venta es la cesión de una mercancía mediante un precio. La venta puede ser: (a) al contado, cuando se paga la mercancía en el momento de tomarla, (b) a crédito, cuando el precio se paga con posteridad a la adquisición y (c) a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas. (p.9)

Las empresas realizan actividades de ventas, con el propósito de generar los ingresos que permitirán cubrir los costos de los productos utilizados o vendidos necesarios para realizar la actividad principal de la empresa, pagar los gastos operativos y financieros, así como los impuestos establecidos por las leyes y normativas establecidas a las cuales está sujeta la organización, para finalmente, generar la rentabilidad esperada por los accionistas.

## **3.2. Bases Legales**

Durante el año 2000 y en virtud de lo enmarcado en la Constitución Nacional en Venezuela (2000:1), se empiezan a dar los primeros pasos en materia de crear una legislación adaptada a las operaciones realizadas por medios electrónicos y es así cuando en mayo de ese año se publica en Gaceta Oficial N° 36.955 el Decreto 825, mediante el cual en su Artículo N° 1: “se declara el acceso y el uso de Internet como política prioritaria para el desarrollo cultural, económico social y político de la República Bolivariana de Venezuela”, así como en el desarrollo de sus actividades, metas relacionadas con el uso de Internet para facilitar la tramitación de los asuntos de sus respectivas competencias.

## **3.3 Definición de Términos Básicos**

**Comportamiento del consumidor:** es el estudio de las acciones de los consumidores en todo el proceso de búsqueda, adquisición, uso, evaluación y desecho de los productos que de acuerdo con sus distintas preferencias y gustos van a satisfacer sus necesidades

**E-Commerce:** es definido como una tecnología moderna comercial que consigna las necesidades semejantes de la organizaciones mercantiles y consumidores de disminuir costos mientras se

mejora también la calidad de bienes y servicios y se incrementa la rapidez del servicio de entrega.

**Intercambio electrónico de datos (EDI):** es un sistema automático de intercambio de datos entre empresas.

**Internet:** es un conjunto de redes de computadoras conectadas entre sí que se encuentran esparcidas a lo largo y ancho del planeta, formando una nube de información conectada.

**Red:** conjunto de computadoras conectadas entre sí, con la finalidad de permitir la comunicación entre las personas y para compartir recursos, tales como impresoras, unidades de disco.

**Sistema:** cualquier arreglo organizado de recursos y procedimientos diseñados para el uso de las tecnologías.

**Servidor:** computador que provee recursos, tal como archivos u otra información.

**Tecnologías de Información:** rama de la tecnología que se dedica al estudio, aplicación y procesamiento de data, lo cual involucra la obtención, creación, almacenamiento, modificación, manejo e información en forma automática.

## FASE IV

### RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

#### 4.1 Análisis de los Resultados del Diagnóstico

En el presente estudio, se tomarán en consideración tres (03) fases metodológicas para su elaboración, las cuales se desarrollaron en base a los objetivos específicos planteados con anterioridad, las cuales se detallan a continuación:

##### 4.1.1. Fase I: Diagnóstico de la situación actual de la regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.

Esta fase de investigación, se realizó un diagnóstico de la situación actual de la regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A., primeramente, se aplicó la técnica la observación directa con apoyo de un cuestionario, y su interpretación de los resultados de las variables observadas. Seguidamente, se aplicó un cuestionario como apoyo de la técnica la encuesta aplicada a población representada por cinco trabajadores de la empresa un (1) personal administrativo y cuatro trabajadores del área de ventas (vendedores), cuyos resultados fueron tabulados, graficados, analizados e interpretados.

**Cuadro 1.- Lista de cotejo**

ÍTEM.	PREGUNTA	ALTERNATIVA	
		SI	NO
1	Existencia de una persona encargada en el proceso de registro contable de los procesos de compras y ventas.	X	
2	Operaciones de compras y ventas realizadas por la empresa están debidamente soportadas por la factura correspondiente	X	
3	Existencia de un sistema administrativo para efectuar los registros de los procesos de compras y ventas	X	
4	Registro continuo de las compras y ventas de la empresa	X	

Fuente: Piña (2022)

## **Análisis**

Se realizó una observación directa en el departamento de administrativo de la empresa, donde se pudo obtener las siguientes observaciones relacionadas al proceso de ventas y compras, detallándose de la existencia o ausencia de ciertas variables detalladas a continuación:

- ✓ Existencia de una persona encargada en el proceso de registro contable de los procesos de compras y ventas. De acuerdo a Catacora (2015:75), expresa que los registros de las operaciones contables: “promueven una correcta y eficiente administración del negocio. Facilitan el registro y el control de los valores que ingresan y salen de la empresa. Muestran el estado financiero y económico de la empresa en un periodo de tiempo”.
- ✓ Operaciones de compras y ventas realizadas por la empresa están debidamente soportadas por la factura correspondiente. De acuerdo a Catacora (2015:76), señala que: “los soportes de contabilidad sirven de base para el registro de transacciones comerciales, que permiten soportar documentos, gastos, costos, ingresos y demás; De tal forma que quede una evidencia contable clara de las operaciones financieras para el ente económico”.
- ✓ Existencia de un sistema administrativo para efectuar los registros de los procesos de compras y ventas. De acuerdo a Catadora (2015:122), señala que: “un sistema administrativo va a permitir administrar costos, gastos e ingresos, ventas, cuentas por cobrar, inventario, proveedores, bancos etc. Así, desde una sola aplicación, se podrá gestionar los aspectos comerciales, contables, financieros y de impuestos de la compañía”.
- ✓ Registro continuo de las compras y ventas de la empresa. Expresa Catadora (2015), al respecto que:

En todo negocio, el registro de operaciones de mercancías es uno de los más importantes pues este nos proporciona información de los recursos más importantes de una entidad, además que este nos proporciona las ganancias o pérdidas en las ventas y de esta manera se tiene buscar una forma de solucionar el problema. (p.123)

Se puede obtener de la información expuesta que la empresa en su comercialización personalizada, antes de la aplicación de medios digitales para sus procesos de compra y venta la ha mantenido un registro de sus operaciones, de manera continua, a través de un sistema administrativo, contando con personal asignado a tales procesos, lo que brinda fortalezas y probabilidades de poder continuar realizando el registro de las operaciones, una vez se inicien las compras y ventas a nivel de medios digitales .

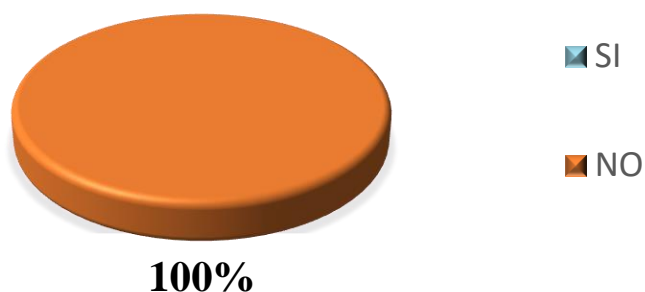
a) Análisis de los resultados del cuestionario como instrumento de apoyo de la técnica la encuesta.

1.- ¿Sabe usted si se han realizado compras o ventas a través de plataformas digitales que no hayan sido debidamente soportadas por las respectivas facturas?

**Tabla 1- Realización de compras y ventas a través de plataformas digitales.**

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	0	0%
NO	5	100%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Piña (2022)



**Gráfico 1.- Realización de compras y ventas a través de plataformas digitales.**

Fuente: Piña (2022)

### Análisis

En el presente gráfico se puede observar que, ante esta interrogante el cien por ciento (100%) de los encuestados expresa que, no se han realizado compras o ventas a través de plataformas digitales que no hayan sido debidamente soportadas por las respectivas facturas. De acuerdo a Catacora (2015), expresa que:

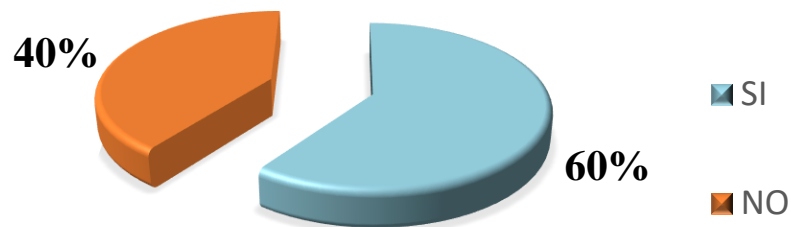
Los soportes de contabilidad sirven de base para el registro de transacciones comerciales, que permiten soportar documentos, gastos, costos, ingresos y demás; De tal forma que quede una evidencia contable clara de las operaciones financieras para el ente económico”. Además, agrega que: “es el documento que se usa para acreditar la compra de un bien o servicio, y que debe generar el comprador cuando hace transacciones con un proveedor que está obligado a expedir factura de venta o documento equivalente. (p.65)

2.- ¿Tiene usted conocimiento de las implicaciones fiscales y tributarias que acarrearía el no soportar debidamente con las respectivas facturas las operaciones contables de los procesos de compras y ventas?

**Tabla 2- Implicaciones fiscales y tributarias por no soportar las compras y ventas.**

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	3	60%
NO	2	40%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Piña (2022)



**Gráfico 2.- Implicaciones fiscales y tributarias por no soportar las compras y ventas.**

Fuente: Piña (2022)

### Análisis

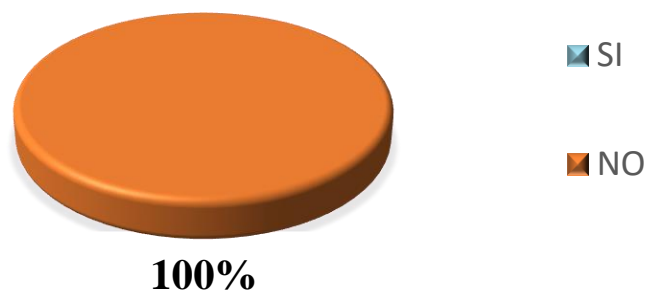
Ante esta interrogante, se puede observar en el presente gráfico que, el sesenta por ciento (60%) de los encuestados expresa conocimiento de las implicaciones fiscales y tributarias que acarrearía el no soportar debidamente con las respectivas facturas las operaciones contables de los procesos de compras y ventas, por su parte el cuarenta por ciento (40%) restante, respondió negativamente. De acuerdo a Catacora (2015:116), expresa que: “el incumplimiento de sus obligaciones fiscales genera multas, recargos, auditorías y, en casos extremos, hasta penas de cárcel”.

3.- ¿Tiene usted conocimiento si el proceso de declaración y pago del IVA se ha visto afectado por la falta de facturas que soporte los procesos de compras y/o ventas, generando que los datos no coincidan con las operaciones reales efectuadas?

**Tabla 3- Declaraciones y pago de IVA afectada por falta de facturas de compras y ventas.**

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	0	0%
NO	5	100%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Piña (2022)



**Gráfico 3.- Declaraciones y pago de IVA afectada por falta de facturas de compras y ventas.**

Fuente: Piña (2022)

### Análisis

En el presente gráfico se puede observar que, ante esta interrogante el cien por ciento (100%), de los encuestados expresan que el proceso de declaración y pago del IVA no se ha visto afectado por la falta de facturas que soporte los procesos de compras y/o ventas, generando que los datos no coincidan con las operaciones reales efectuadas. Expresa Catacora (2015:116), que: “la información errónea o falsa perjudican la salud de las empresas, por ello es necesario valerse de fuentes confiables y evitar propagar información no verificada, ya que de ello se basa la toma de decisiones, declaraciones tributarias y estados financieros”.

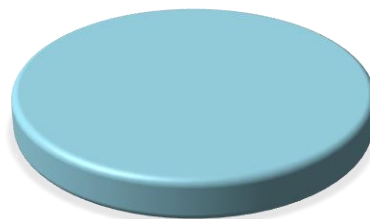
4.- ¿Cree usted que es necesaria la implementación de estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.?

**Tabla 4- Aceptación de la Propuesta.**

Alternativa	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
SI	5	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Piña (2022)

**0%**



■ SI

■ NO

**100%**

**Gráfico 4.- Aceptación de la Propuesta.**

Fuente: Piña (2022)

### **Análisis**


Se puede observar en el presente gráfico que, ante esta interrogante el cien por ciento (100%) de los encuestados expresa que es necesaria la implementación de estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A. Expresa Catacora (2015:122), que: “la regularización es un proceso contable cuya finalidad es obtener el resultado de la empresa después de un periodo de tiempo. Normalmente, este periodo es de un año”, además, añade que,

Para obtener el resultado del ejercicio de una sociedad será necesario efectuar un proceso de regularización. Para ello, habrá que ajustar las existencias, las amortizaciones y las pérdidas de valor. Como parte de este procedimiento, habrá que trasladar las cuentas de gastos e ingresos al resultado del ejercicio. Los ingresos y gastos se registrarán en el resultado del ejercicio siempre y cuando correspondan a un mismo periodo. El resultado del ejercicio se obtendrá calculando la diferencia entre ingresos y gastos (p.122)

**4.1.2. Fase II: Identificación de los factores internos y externos que intervienen en la regularización del proceso administrativo en compras y ventas de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.**

En esta fase se procederá a determinar los factores internos y externos que intervienen en la regularización del proceso administrativo en compras y ventas de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A., y que a su vez permitan obtener las estrategias a realizar para el desarrollo de la propuesta que le brinde una solución viable a la problemática planteada, ya que al realizar el diagnóstico real del área en estudio, se podría atacar las debilidades y amenazas, así como también se podrían fortalecer las oportunidades encontradas. En esta fase se aplicará una matriz FODA, es una herramienta que permite obtener un diagnóstico exacto y preciso en la toma de decisiones de acuerdo con los objetivos y políticas existentes.

**Cuadro 2.- Matriz DOFA**

	<b>FORTALEZAS (F)</b>	<b>DEBILIDADES (D)</b>
<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	F1. Cuenta con sistema administrativo. F2. Cuenta con una personal para registro de las operaciones de compra y ventas. F3. Soporte de las operaciones con factura de compra y venta. F4. Registro continuo de las operaciones de compras y ventas. F5. El proceso de declaración y pago del IVA se ha visto afectado por la falta de facturas. F6. Aceptación de la propuesta.	D1. No se han efectuado compra venta por plataformas digitales. D2. No todo el personal conoce las implicaciones de no soportar las operaciones de compras y ventas.
O1. Interacción por redes sociales. O2. Agencias de envío MRW, ZOOM, TEALCA. O3. Correo Electrónico. O4. Principios teóricos contables	<b>ESTRATEGIA (FO)</b>	<b>ESTRATEGIA (DO)</b>
<b>AMENAZA (A)</b>	<b>ESTRATEGIA (FA)</b>	<b>ESTRATEGIA (DA)</b>
A1. Fiscalización por el Agente Tributario. A2. Multas y sanciones por incumplimiento de normativas. A3. Normativas contables.	F4A1AEfectuar auditorias de la documentación soporte de las operaciones de compras y ventas.	D2A2 Hacer seguimiento de la recepción de facturas de compras y comprobantes de retención.

Fuente: Piña (2022)

#### **4.1.3. Fase III: Diseño de estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.**

Una vez desarrolladas las fases anteriores y analizados los resultados obtenidos, se elaboró la propuesta que consistió en el diseño de estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A., a fin de contribuir a mejorar los procesos antes descritos para realizar reposiciones efectivas, en menor tiempo y menores costos, así como ampliar su nivel de ventas ofertando sus productos en todo el territorio nacional.

## **FASE V**

### **ACCIONES**

#### **5.1. Presentación de la Propuesta**

Las operaciones de compra y venta de la empresa son muy importantes y requieren de un proceso continuo de registro para mantener la información actualizada, ya que de ello depende se realice el cálculo de IVA, en este sentido, el no cumplimiento del registro de las operaciones genera que no se declare y pague los impuestos correspondientes, pudiendo traer consecuencias significativas desde multas y sanciones, financieras o cierre temporal o definitivo de las instalaciones de la compañía.

Cabe resaltar, que todo registro contable de las operaciones de la empresa deben estar debidamente soportada por la documentación que la origina, en el caso de las operaciones de compras y ventas, se requiere la factura correspondiente, además, estas deben cumplir con los deberes formales que están establecidos en la Providencia Administrativa 0071, en este sentido, este proceso debe ser revisado con mucho rigor para evitar perder las negociaciones por operaciones en las que el proveedor no emita la respectiva factura legal.

Bajo este contexto, el presente informe fue elaborado para la empresa Multiservicios GLOBAL AJ 2201 C.A., la cual quiere incursionar en el comercio electrónico y tiene interés en mantener un efectivo proceso de compras y ventas, de forma tal que se puedan llevar de manera efectiva los registros contables de los libros respectivos, y hacer el cruce de saldos para la declaración del IVA, así como su exposición en los estados financieros para conocer la rentabilidad de su actividad económica, es por ello que se propone diseñar estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.

#### **5.2. Beneficios de la Propuesta**

La presente propuesta brindará un aporte a la empresa, ya que podrá optimizar el desempeño del personal en hacer seguimiento, así como la entrega de las facturas de compras y ventas, para poder mantener actualizados sus registros contables, emitir informes oportunos para los cálculos de las declaraciones y pagos de impuestos, así como los reportes que sirven a la gerencia para

apoyar el proceso de toma de decisiones, elaboración de estados financieros, elaboración de presupuestos y medición de la rentabilidad del negocio.

Asimismo, el aporte de este informe brinda a otras empresas con problemática similar poder adaptarla a sus necesidades si quieren incursionar en el comercio digital, y mantener sus prácticas contables en los procesos de compras y ventas. Además, sirve de aporte a otras investigaciones inmersas bajo la modalidad de informes de pasantía para optar al título de Licenciados en Contaduría Pública, finalmente, sirvió a la pasante para culminar con el requisito previos a optar al título profesional antes descrito.

### **5.3. Objetivos de la Propuesta**

#### **5.3.1. Objetivo General**

Diseñar de estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.

#### **5.3.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Establecer normativas de emisión y solicitud de facturas que soporte las operaciones de compras y ventas.
- ✓ Realizar el seguimiento de la recepción de facturas de compras y comprobantes de retención.
- ✓ Ejecutar auditorias de la documentación soporte de las operaciones de compras y ventas.

### **5.4. Desarrollo de la propuesta**

La empresa Multiservicios Global AJ 2201 C.A., requiere de estrategias del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A., para controlar sus procesos, al momento de incursionar en el comercio digital, de manera que no se deje de cumplir con las normativas legales y tributarias en relación al registro continuo de las facturas, las cuales deben estar físicamente en la empresa, para poder registrarse en los libros de compras y ventas.

Cabe resaltar que, de acuerdo a los resultados obtenidos mediante el diagnóstico, se pudo obtener que la empresa ha mantenido un registro continuo de sus operaciones de compra y ventas, y requiere que se mantenga esa disciplina al momento de incursionar en el comercio digital, además

de contar con una persona dedicada a tales registros, por lo tanto, buscando potenciar sus fortalezas existentes, y minimizando las debilidades encontradas se proponen las estrategias siguientes:

**Objetivo 1.- Establecimiento de normativas de emisión y solicitud de facturas que soporte las operaciones de compras y ventas.**

Este objetivo consiste en el establecimiento de normativas de emisión y solicitud de facturas que soporte las operaciones de compras y ventas, de manera que al generarse cada operación se tenga un respaldo de las mismas para llevar los registros de compras y ventas, salvaguardar los inventarios, ejecutar los cálculos de los impuestos que se generen por las cantidades exactas, minimizando el riesgo de fraudes, así como el de sufrir multas y sanciones al momento de una fiscalización por el ente regulador. Para ello se establece lo siguiente:

**a) Normativas para el Proceso de Ventas**

- ✓ Toda venta debe estar respaldada de la emisión de una factura, para poder trasladar la mercancía del inventario al destino del cliente.
- ✓ Se deberá revisar si el cliente es persona natural o jurídica, en el caso de ser jurídica solicitar datos del Registro de Identificación Fiscal y el nombre o Razón social y revisar en el portal electrónico del SENIAT si es agente de retención.
- ✓ Para la emisión de la factura, primeramente, se verificará que el cliente haya efectuado el pago previo de la mercancía, y se efectuará la revisión en los movimientos bancarios, solicitando vía correo electrónico, o por WhatsApp, la respectiva referencia de pago, en el caso que sea pago móvil, o transferencia bancaria.
- ✓ Una vez verificado el ingreso del pago del cliente, y obtenidos los datos del mismo, se procederá a la emisión de la factura, enviando al cliente el original junto con la mercancía vendida, a través de las empresas de envío seleccionada (Zoom, MRW, otros).
- ✓ Una vez efectuadas todas las ventas del día, y emitidas las respectivas facturas de ventas, se procederá a la actualización del libro de ventas.
- ✓ En el caso que el cliente sea un sujeto pasivo agente de retención se hará seguimiento para que entregue el respectivo comprobante de retención al momento de haber efectuado el pago y emitido la respectiva factura de ventas, y no proceder al despacho hasta su recepción, notificando al cliente, la espera del documento.

- ✓ Al recibirse el comprobante de retención se procederá a su registro en el libro de ventas.
- ✓ Se emitirá un listado de las facturas emitidas, se cotejará con la documentación soporte para verificar que se hayan registrado de forma correcta, y se realizarán las correcciones respectivas en el caso que las hubiese.
- ✓ Se llevará un archivo de las facturas de ventas ordenadas correlativamente, bajo el número de control y los respectivos comprobantes de retención.

#### **b) Normativas para el Proceso de Compras**

- ✓ Toda compra deberá ser respaldada por una factura legal del proveedor, sin excepciones.
- ✓ Para concretar las compras se deberá contactar al vendedor solicitar los datos y verificar su inscripción en el Registro de Información Fiscal (RIF).
- ✓ Se verificará que esté activo.
- ✓ Se verificará la credibilidad del proveedor en las redes.
- ✓ Se solicitará referencias del proveedor.
- ✓ Se solicitará su ubicación y confirmará la misma.
- ✓ Una vez confirmado el proveedor, se procederá a concretar la compra enviando orden de compra.
- ✓ Se procederá al pago de la factura, solicitando copia de la misma, haciendo la correspondiente verificación que cumpla con los deberes formales de acuerdo a la providencia administrativa 0071.
- ✓ Se hará seguimiento que se reciba la factura hasta la recepción de la mercancía.
- ✓ Al recibirse la factura de compra se realizará el respectivo registro en el libro de compras y se archivará de manera adecuada.

#### **Objetivo 2. Realización del seguimiento de la recepción de facturas de compras y comprobantes de retención.**

Esta estrategia consiste en la realización del seguimiento de la recepción de las facturas de compras, de manera que se pueda registrar oportunamente en los libros de compras, para evitar su extravío, así como, de los comprobantes de retención emitidos por los clientes calificados como sujetos pasivos, se verificará que la respectiva retención esté declarada en el portal de SENIAT, y

se procederá a realizar los registros en los libros de compras y ventas, para tener la información actualizada al momento de realizar los cálculos para la declaración y pago del IVA. Esta actividad será realizada por el analista de administración encargada de llevar los libros de compras y ventas.

**Objetivo 3.- Ejecución de auditorías de la documentación soporte de las operaciones de compras y ventas.**

Este objetivo consiste en la ejecución de auditorías de la documentación soporte de las operaciones de compras y ventas, de manera que se garantice el cumplimiento y seguimiento de los registros de las facturas de manera continua, se archiven de manera correlativa, y que los inventarios estén debidamente salvaguardados, al realizar una toma física, donde todas las salidas hayan sido aprobadas por la respectiva factura de ventas, los desembolsos respaldados de la respectiva factura de compras, se encuentren físicamente los comprobantes de retención, y que los importes reflejados en los reportes emitidos, correspondan correctamente a la documentación respectiva. De esta manera se garantizará la veracidad de la información, y efectividad en los procesos. Estas actividades de auditoría las realizarán el analista contable, una vez al mes, y con revisiones selectivas semanales de procesos distintos.

**5.5. Factibilidad de la Propuesta**

**5.5.1. Factibilidad Técnica**

La presente propuesta es técnicamente factible debido a que se cuenta con el sistema administrativo A2 donde se lleva el registro de las operaciones de compras y ventas, además de computadoras, impresoras, internet, banca digital y electrónica, necesarios para la ejecución de las estrategias propuestas.

**5.5.2. Factibilidad Operativa**

La presente propuesta posee una factibilidad operativa, debido a que no requiere modificar su organigrama estructural, ni realizar la contratación de nuevo personal, ya que cuenta con un conjunto de colaboradores capaces de efectuar las actividades de compras y ventas, así como de realizar los registros de las operaciones que se les son asignadas, y a quienes se les brindará la debida capacitación para optimizar el proceso de registro contable de las operaciones de la empresa por parte de cada unidad responsable.

### **5.4.3. Factibilidad Económica**

La presente propuesta tiene una factibilidad económica, debido a que la empresa cuenta con los recursos necesarios disponibles para su aplicación, ya que a medida que se logre mantener actualizados los registros contables, la empresa tendrá como beneficio información confiable de la situación financiera de la empresa, y de manera oportuna para apoyar el proceso de toma de decisiones, realizar el pago oportuno de sus declaraciones tributarias, y garantizar una efectiva operatividad de la organización.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

El presente informe de pasantías fue orientado en la empresa Multiservicios Global AJ 2201, C.A., la cual quiere incursionar en el comercio electrónico para las actividades de compras y ventas, para ello, se realizó un diagnóstico de la situación actual de los procesos de registros de sus operaciones, lográndose el primer objetivo establecido, al utilizar las técnicas de recolección de información seleccionadas, cuyos resultados fueron analizados e interpretados, permitiendo detectar un conjunto de debilidades, y fortalezas internas que junto con las oportunidades y amenazas del medio, fueron expuestas en una matriz DOFA, para identificar los factores internos y externos que intervienen en la regularización del proceso administrativo en compras y ventas de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A., lográndose el segundo objetivo del presente informe.

Dentro de las debilidades encontrada, se encuentra que la empresa no ha tenido experiencia en los procesos de compras y ventas digitales, y hasta los momentos la empresa no ha tenido inconvenientes en los procesos de compras y ventas, y quiere que esto se mantenga de esta manera al incursionar en este nuevo medio de operaciones por lo tanto, se logró el tercer objetivo específico de diseñar estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa, de manera que se minimicen los riesgos de generar las operaciones sin la respectiva documentación soporte, que garantiza el registro de las operaciones para emitir información confiable, para apoyar la toma de decisiones, realizar las declaraciones de sus obligaciones tributarias, hacer seguimiento de los comprobantes de retención y aprovecharlos en los periodos que corresponden. De esta manera, el personal también obtendrá mayor experiencia para su desarrollo profesional en el campo laboral, logrando la efectividad en alcanzar los objetivos organizacionales.

### **Recomendaciones**

Para una efectiva implementación de las estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A., se planean las siguientes recomendaciones:

- ✓ Implementar las estrategias propuestas, en el área de contabilidad y administración, como

herramienta que permita mejorar los procesos administrativos de compras y ventas.

- ✓ Capacitar al personal para el manejo adecuado del sistema administrativo y contable, con el que cuenta la empresa.
- ✓ Realizar conciliaciones bancarias de manera efectiva, y en menor tiempo, a través del mismo sistema administrativo para el control de ingresos y egresos.
- ✓ Efectuar auditorías internas, recurrentes y sorpresivas para evaluar a tiempo si se están realizando los correspondientes registros, y si la documentación se está enviando en los lapsos establecidos.
- ✓ Mantener un ambiente de mejora continua, dado cursos de capacitación, en materia de IVA, ISLR, contabilidad general, nómina, entre otros.
- ✓ Elaborar manuales de normas y procedimientos para cada área, y realizar capacitación e inducción al personal al momento de su ingreso
- ✓ Aplicar evaluaciones para detectar las necesidades de capacitación e inducción en el personal que ya tiene tiempo de ingreso, que requiere el personal y realizar los programas necesarios, contando con instituciones dedicada en dictar esos talleres y cursos.

## REFERENCIAS

- Catacora, Fernando (2015). **Contabilidad. La base para las decisiones Gerenciales**. 2ª ed. Caracas. Venezuela: Editorial Mc Graw-Hill Interamericana S.A.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 5.453**. 2000, Marzo 24. Caracas. Venezuela.
- Decreto Con Rango Valor y Fuerza de Ley 825 (2000). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 36955**, 2000, Mayo 22. Caracas. Venezuela.
- Organización Mundial del Comercio -OCM (2020). **Comercio Electrónico**. [Documento en línea]. Disponible en: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/ecom\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s.htm). [Consulta: 2021, Diciembre 5].
- Serna, Humberto (2007). **Gerencia Estratégica**. 10ª ed. Bogotá Colombia: Editorial 3R. Editores.
- Somalo, Ignacio (2017). **El comercio Electrónico. Una guía completa para gestionar la venta online**. 1ª ed. Madrid. España: Editorial ESIC. Libros profesionales de empresa.
- Tovar, Pedro (2021). **Comercio Electrónico en Venezuela**. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.geocities.ws/tovar.pedro/hwct/T4/t4.html>. [Consulta: 2021, Diciembre, 5].

# **ANEXOS**

## Anexo A

### Cuadro 1.- Lista de cotejo

ÍTEM.	PREGUNTA	ALTERNATIVA	
		SI	NO
1	Existencia de una persona encargada en el proceso de registro contable de los procesos de compras y ventas.		
2	Operaciones de compras y ventas realizadas por la empresa están debidamente soportadas por la factura correspondiente		
3	Existencia de un sistema administrativo para efectuar los registros de los procesos de compras y ventas		
4	Registro continuo de las compras y ventas de la empresa		

**Fuente:** Piña (2022)

## **Anexo B**

### **Cuestionario**

#### **ESTRATEGIAS DE REGULARIZACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO EN COMPRAS Y VENTAS PARA EL COMERCIO DIGITAL DE LA EMPRESA MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.**

##### **Instrucciones Generales:**

- 1.- Lea detenidamente cada uno de los ítems del cuestionario antes de responder.
- 2.- Responda cada una de los ítems y razone su respuesta.
- 3.- Procure responder con objetividad todas las preguntas formuladas.

Gracias por su colaboración.

1.- ¿Sabe usted si se han realizado compras o ventas a través de plataformas digitales que no hayan sido debidamente soportadas por las respectivas facturas?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

2.- ¿Tiene usted conocimiento de las implicaciones fiscales y tributarias que acarrearía el no soportar debidamente con las respectivas facturas las operaciones contables de los procesos de compras y ventas?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

3.- ¿Tiene usted conocimiento si el proceso de declaración y pago del IVA se ha visto afectado por la falta de facturas que soporte los procesos de compras y/o ventas, generando que los datos no coincidan con las operaciones reales efectuadas?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

4.- ¿Cree usted que es necesaria la implementación de estrategias de regularización del proceso administrativo en compras y ventas para el comercio digital de la empresa MULTISERVICIOS GLOBAL AJ 2201, C.A.?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

## Anexo C

### Tabla de Frecuencias

<b>PREGUNTAS</b>	<b>ALTERNATIVAS / FRECUENCIAS</b>		<b>ALTERNATIVA / PORCENTAJES</b>	
<b>ÍTEM</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1	0	5	0%	100%
2	3	2	60%	40%
3	0	5	0%	100%
4	5	0	100%	0%

Fuente: Piña (2022)

